

إشكالية استخدام المنهج الكيفي في بحوث الإعلام الجديد

The problematic of qualitative approach usage in the new media's research

بن عمار سعيدة خيرة^{1*}، بلوطي ربحانة²¹ جامعة غليزان (الجزائر) saidakheira.benammar@univ-relizane.dz² جامعة سطيف 2 (الجزائر)، raihana3011@gmail.com

تاريخ النشر: 2021/12/25

تاريخ القبول: 2021/11/17

تاريخ الاستلام: 2021/01/11

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرض لأهم المناهج البحثية المستخدمة في دراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية خاصة في بحوث الإعلام الجديد، هذه الأخيرة برزت كحقل جديد اتجهت اليه البحوث العربية إلى الاهتمام بها ودراستها لكن جلّ هذه الاجتهادات البحثية كانت ذات طبيعة كمية تقيس الظاهرة وتُخصّصها دون فهمها أو ربطها بسياقاتها النفسية والاجتماعية. فالانجاء نحو استخدام المنهج الكيفي كان ضعيفا نتيجة الصعوبات التي يطرحها تطبيق هذا المنهج في دراسة الإعلام الجديد وأشكاله المتمثلة في ممارسات تتم على فضاء الكتروني شاسع يصعب ضبطه.

كلمات مفتاحية: المنهج الكمي، المنهج الكيفي، الإعلام الجديد، الإثنوغرافيا، الإعلام، الاتصال

Abstract:

This study exposes the most important methods used in Media studies especially in the new media research area which has appeared as a new sphere where the Arabic studies has tended to study and care about it, however the followed methods were quantitative by giving a statistical reading for the phenomenon without trying to understand it in its psychological and social context. The trend towards using qualitative methods was absent because of the difficulties presented by its application in studying new media patterns in a new virtual sphere difficult to control.

Keywords: quantitative method, qualitative method, new media, ethnography, media, communication.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

تتجه البحوث العلمية العربية الإعلامية منها والاتصالية في الآونة الأخيرة إلى دراسة كل ما يتعلق بالإعلام الجديد وتأثيراته في المجالات الحيّاتية الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية وحتى على مستوى الممارسات الإعلامية. فكانت الإشكالات المعرفية لهذه البحوث تتراوح بين استكشاف دور هذه التطبيقات الالكترونية (مواقع الشبكات الاجتماعية، المدونات الالكترونية، خلاصات RSS) في بُنية العلاقات الاجتماعية ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى مستخدميها، واتجهت مواضع أخرى إلى البحث في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في المجال الاقتصادي والتجاري ومدى اعتمادها كأدوات للتسويق والإشهار. كما لم يُهْمَش المُستخدم كعنصر مهم في هذا النوع من الدراسات وأخذ حصته منها، حيث دارت أغلب الإشكالات المتعلقة به حول دوافع واتجاهات استخدامه لهذه التطبيقات الالكترونية والشبكات المحققة منها.

وكانت غالبية الدراسات المنجزة حينها مُتعلقة بالجانب القياسي للظاهرة بتطبيق المناهج الكمية مبتعدين تماماً عن استخدام المناهج الكيفية (خاصة في العالم العربي) التي يمكنها إعطاء وتقديم قراءة تحليلية نوعية تمكّنا من فهم وتفسير الظاهرة النيو-إعلامية والاتصالية، بالإضافة إلى الحاجة التي ظهرت مع بروز هذه الإشكالات المعرفية المُرافقة للجانب التقني للظواهر التشبيكية وما تتطلبه غالباً من الاستعمال الحتمي للبرمجيات رقمية في ظل عجز الباحث عن التحكّم في مرونة وتحول العلاقات المدروسة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، وعليه نسعى من خلال هذه الدراسة إلى البحث في الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما هي الإشكالات التي يطرحها المنهج الكيفي في بحوث الإعلام الجديد؟
 - هل يمكن تكييف مناهج أو استحداث أدوات أخرى لدراسة هذا النوع من الإشكالات؟
- 2/مدخل إلى المنهج الكمي والمنهج الكيفي:

تنطلق الدراسات العلمية عادة من تساؤلات تدفع الباحث إلى الخوض في غمار البحث بداية من طرح إشكالية الدراسة وبلورتها، يحدّد في المرحلة الموالية الرصيد المعرفي والعلمي المرجو من هذا البحث ثم يبدأ في تحديد مفاهيم الدراسة بضبطها بعد الإطلاع على الدراسات السابقة في ذات المجال الذي يود الباحث التحرير فيه. كل هذه الخطوات والمراحل تدخل في نطاق نظري للدراسة وحتى يخرج الباحث منها إلى تجسيد البحث واقعيًا لا بد له من مرحلة تطبيقية تبدأ بتحديد المنهج العلمي ثم أدوات جمع البيانات. وأخيراً تُتَوَجَّه هذه المراحل السابقة بالوصول إلى نتائج الدراسة. وخلال هذه الخطوات المنهجية لا بد من تحديد المنهج الذي يسلكه الباحث حيث تتعد المناهج وتختلف من بحث إلى آخر ومن حقل معرفي إلى آخر، ومن بينها نجد المنهجين الكمي والكيفي، فماذا نعني بهما؟

1.2 تعريف المنهج الكمي Quantitative method:

إذا أردنا أن نُعرف المنهج الكمي ببساطة فيمكن القول أن هذا المنهج يستقي معناه من اسمه أي من الكم وهو لغة الأرقام والإحصائيات وبالتالي جازلنا القول أن المنهج الكمي هو: "البحث الذي يتخذ من الأرقام والعمليات الإحصائية أساساً له، ولذلك فهو يهتم بالمتغيرات التي تتضمن قياس صفات الأشياء وخصائصها..." (أبو علام، 2014)، ومنه يمكن القول أن البحوث الكمية: "هي نوع من البحوث العلمية التي تفترض وجود حقائق اجتماعية موضوعية، منفردة ومعزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد، وتعتمد على الأساليب الإحصائية في الغالب في جمع البيانات وتحليلها". (قندلجي، 2008، ص45)

فالمنهج الكمي هو أسلوب يضع استنتاجات ذات دلالة إحصائية عن مجتمع من خلال دراسة تمثيله ويتكون من جميع الأفراد المشاركين. لا يهم إذا كان مجتمع الدراسة كبيراً أو محدوداً لأن المهم أن يكون كل فرد تنطبق عليه مواصفات المجموعة التي يتم دراستها. وإذا ما تم اختيار العينة بعناية وبالطرق المناسبة فإنها ستكون إحصائياً مساوية للمجتمع الذي أخذت منه. كما أن الاستنتاجات المستخلصة منها يمكن عكسها على ذلك المجتمع لأن الهدف من البحث الكمي في الأخير هو اختبار النظرية بأسلوب قياسي من خلال ثبوت أو عدم ثبوت صحة الفرضيات التي حددها الباحث في مشروع البحث. (Creswell, J.W, 2003)

2.2 تعريف المنهج الكيفي Qualitative method:

يُعرف المنهج الكيفي على أنه: "أحد أنواع البحوث التي يتم اللجوء إليها في سبيل الحصول على فهم معمق ووصف شمولي للظاهرة الإنسانية. ويمكن تحديد مفهوم البحث الكيفي بأنه البحث عن الطبيعة الجوهرية للظواهر كما هي في الواقع" (القرني، منهج البحث الكيفي في الخدمة الاجتماعية العيادية، متوفر على الرابط التالي:

[http://uqu.edu.sa/files2/tiny_mce/plugins/filemanager/files/4120116/qualitative%20resea\(rch%20and%20clinical%20social%20worl.pdf](http://uqu.edu.sa/files2/tiny_mce/plugins/filemanager/files/4120116/qualitative%20resea(rch%20and%20clinical%20social%20worl.pdf)

يتضح من هذا التعريف أن البحث الكيفي هو الذي يقوم على أساس وصف الظاهرة وتبيان جوانبها المختلفة من خلال المشاركة، الملاحظة والمقابلة وبالتالي يكون الباحث جزءاً من الدراسة يؤثر فيها ويتأثر بها. ومنه يمكن أن نجد أن البحث الكمي يهتم بالظاهرة المدروسة على أساس أنها قابلة للقياس ونتائجها يمكن أن نصيغها بلغة الأرقام والإحصائيات، في حين أن البحث الكيفي يهتم بدراسة الظاهرة على مبدأ أنها غير قابلة للقياس وبالتالي تتطلب منا الوصف لفهم حدود ومعالم هذه الأخيرة.

3. مميزات البحث الكمي والبحث الكيفي:

لطالما برزت اتجاهات بحثية وتباينت في استخداماتها المنهجية بين الكمي والكيفي انطلاقاً من رؤيتين اثنتين: (لعياضي، 2009، ص11)

الأولى: تنظر إلى المنهج الكمي على أنه يملك ما يؤهله علمياً ويجعله يحاكي العلوم الطبيعية ويستطيع بالتالي أن يقدم حقائق علمية مستقاة من صلب الواقع والظواهر الاجتماعية.

الثانية: تؤمن بأن المنهج الكيفي يغوص في دراسة الواقع ليقدم المعطيات الفريدة والتميزة من النقاش، لم يتم تناوله في المنطقة العربية نتيجة استبعاد المنهج الكيفي في الدراسات العربية والاكتفاء بالمنهج الكمي.

1.3 مميزات البحث الكمي:

- البحث الكمي يعتمد بدرجة كبيرة على تقنين البحوث الميدانية، فتكون مثلاً أسئلة الاستمارة محصورة في مجالات محدّدة، في حين نجد أن المقابلات الكيفية أكثر مرونة، وتتكيف مع الحالات المختلفة. (خلف عبد الجواد، 2001، ص88)
 - المعطيات التي يتم الحصول عليها في البحث الكمي قابلة للقياس، فهي تهدف في الأساس إلى قياس الظاهرة موضوع الدراسة. وبالتالي فهي مجموعة من الإجراءات لقياس الظواهر (أنجرس، 2010، ص100).
- ومنه فهي تعتمد على إعادة صياغة واقع المبحوث وترجمته في شكل رموز ذات دلالة إحصائية وأرقام رياضية يمكن أن تعمم بعد ذلك إذا صادفت ظواهر مشابهة وبالمعطيات نفسها.

2.3 مميزات البحث الكيفي:

- منهج البحث الكيفي هو جدلية الأصالة، أصالة في الاقتراب من المبحوث، وأخرى من الواقع، وتعني الأصالة أن الباحث يفهم الموضوع في بناء الظاهرة وخاصيتها ونوع المجتمع الذي سيتعامل مع عيناته (عراي، 2002، ص9). يكون الاهتمام بالمبحوث واختيار العينة بدقة متناهية تخدم الموضوع هو الذي يوصل الباحث إلى نتائج معقولة ومقبولة.
- تبدأ البحوث الكيفية من مسلم منهجي يقول بأن البحوث الاجتماعية والإنسانية مختلفة في أساسها عن موضوعات البحوث الكمية، لذلك تتطلب هدفاً مختلفاً في الاستقصاء ومجموعة مختلفة من طرق البحث. (أبوعلام، 2002، ص265)

4. مدارس البحوث الكيفية:

تنوع وتتعدد المقاربات المنهجية الكيفية بين الفلسفية والانثروبولوجية وتتمثل في: (عزي، 2013، ص11)

14. المناهج النقدية: وتشغل بربط الإعلام بالسياق السياسي والاقتصادي من خلال دراسة البنيات الكامنة في النص والصورة أو في ذهنية المتلقي، ومن تلك الافرازات مدرسة فرانكفورت والمدارس المتفرعة منها مثل: البنوية (Structuralisme) والسيمولوجيا (Semiology) وتحليل الخطاب (discourse analysis) والمدرسة الثقافية (Cultural studies).

24. **المنهجية الظاهرية:** تمتد أسس هذه المنهجية إلى الفيلسوف الألماني "هوسرل" واسهامات "ماكس فيبر" و"شوتز" و"واغنر"، وتدعو هذه المنهجية إلى ضرورة العودة إلى المستوى الأول من المعرفة أي (الواقع المعاش) وتحييد افتراضات الباحث إلى حين، فتصبح المعاني الذاتية للفرد الأساس في ادراك "ماهية" الحقيقة.

3.4 **منهجية التفاعلية الرمزية:** تهتم هذه المنهجية "الأمريكية" التي أسسها "ميد" والمعروفة باسم مدرسة شيكاغو بالتفاعل الاجتماعي بواسطة مؤسسة اللغة، وتتمثل أهم افتراضاتها أن الحقيقة الاجتماعية تأسيسية يشارك فيها الأفراد في حال الفعل الاجتماعي باستخدام الرموز اللغوية وتتميز هذه الحقيقة بالديناميكية والحركية بفعل أن التغيير الاجتماعي أساس البناء الاجتماعي.

تتميز البحوث العربية بقلة استخدامات هذه المناهج الكيفية المتنوعة في بحوث الاعلام والاتصال وذلك لضعف التنظير والتأصيل المعرفي للظواهر الاعلام والاتصالية في السياق العربي، فإذا كان المنهج الكيفي يبحث في تحليل الظواهر بالعودة إلى السياق الذي تشكلت فيه الظواهر فكيف يمكن للبحوث الإعلامية الاتصالية أن تنطلق بدءاً من سياق عربي وهي في الأساس اعتمدت على تنظير غربي السياق وبحوث امبريقية غربية، إلا أنه هناك من المناهج التي يتطلع الباحث العربي إلى اعتمادها كمنهج كيفي ألا وهو المنهج "الأنثروبولوجي" و"الاثنوغرافي".

4.4 **منهجية "الأنثروبولوجيا" و"الاثنوغرافيا":** ساهم علماء "الأنثروبولوجيا" ومن أمثلتهم "مارغريت ميد" في تطوير منهجية دراسة وحدة اجتماعية سكانية بأسرها على غرار المجتمعات "القديمة" أو ذات الخصوصية الجغرافية التي لم تحتك كثيراً بالعوامل الخارجية، (عزي ، 2013، ص 12) ولعل هذا المنهج هو أكثر المناهج التي كُيفت مع الدراسات الإعلامية والاتصالية. كما اتجه الباحث "ديفيد مورلي" في استخدام هذا المنهج في دراسة السلوك الاتصالي للفرد في تفاعله مع الرسائل الإعلامية التلفزيونية وانتقل من سياق مشاهدة التلفزيون إلى سياق الاستعمالات المنزلية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، ليُطور بعده الباحثون هذه المنهجية إلى دراسة الانترنت والمجتمعات الانترنيتة اثنوغرافيا.

لم تقف الآفاق الإثنوغرافية الأنثروبولوجية لأبحاث الجمهور هنا حيث أصبحت تقارب التفاعلية والأثر في سياق اجتماعي-تقني وثقافي لجمهور ذي قدرة كلية على التواجد في كل مكان وفي نفس الزمان (Ubiquitous Audience)، حيث يسجل حضوراً دائماً مستقلاً عن تموقعه الجغرافي، وهي الحالة التي يُعبر عنها بما بعد الجمهور (Post-audience) والجمهور عن بعد (Remote Audience) وهو عموماً جمهور لا وجود مادي له في موقع جغرافي معين، ولكن يمكن التدليل عن هذا الوجود اللامادي له بطرق متنوعة، منها خاصة، انتقال الآراء والأفكار المتبادلة افتراضياً في شكل رسائل حرفية بصرية أو صوتية بفضل التقنيات التي تطورها يومياً الصناعات الالكترونية ومنها تقنية البث عن طريق الويب (Webcasting) أي البث عن طريق كاميرات الويب التي طوّرت نظام التحاضر عن بعد (Tele-conferencing) (قسايسية، 2012، ص 208).

لقد اتجهت بعض الأبحاث الغربية نحو دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية كأداة من أدوات الإعلام الجديد إلى دراسة هذه التجمعات الافتراضية اثنوغرافيا، حيث تم اعتماد "المنهج الاثنوغرافي الافتراضي" كمنهج جديد في دراسة جمهور النيوميديا. فالاثنوغرافيا تقوم بالأساس على الملاحظة، تُستخدم في وصف سلوك الفرد الثقافي كشكل جديد من أشكال التنظيم الاجتماعي، ويبقى التحدي الكبير للباحثين هو دراسة ثقافة أنظمة الإعلام الفائق وهذا ما تساعد عليه البحوث الكيفية في عرض: كيف يبني الأفراد ثقافتهم من خلال هذه الأخيرة؟ (Philip Howard, 2002, p554)

5. المنهج الكيفي والظواهر الاعلامية والاتصالية:

لعل الطابع المميز لبحوث الإعلام بشكل عام أنها كانت في بدايتها بسيطة خاصة في الثلاثينات من القرن الماضي حيث سلطت الأضواء على الدعاية الإعلامية، وبعض الاستقصاءات التي كانت تقوم بها وسائل الإعلام للتعرف على اتجاهات الجمهور وآرائه وأذواقه ثم تطوّرت الأبحاث إلى مرحلة القيام بالدراسات التي استهدفت الإعلان وتنظيم الحملات الانتخابية.

فالبداية كانت إذا مع المنهج الكمي، فكانت دراسات تحليل المضمون الإعلامي تركز على شكل الرسالة الإعلامية بالرغم من أن المنهج الذي سارت عليه اعتمد على التحليل الكمي لمضمون أو محتوى الرسالة، وهذا الفضل يعود إلى الباحث "بيرلسون" من خلال البحث الذي نشره تحت عنوان "التحليل الكمي للمحتوى في أبحاث الاتصال"، من هنا ساد الاعتقاد أن حقل الدراسات الكيفية لم يكن حاضراً في هذه الأبحاث من منطلق أنها أبحاث منحازة ولا تمتاز بالموضوعية (مشاقبة، 2010، ص46).

يذكر لنجر عام 1998م أن الرسائل في النصوص الإعلامية لم تحظَ فعلياً بالاهتمام الأول في مجال بحوث الإعلام خلال الخمس عشرة إلى العشرين سنة الأخيرة من هنا بدأت تظهر- وعلى استحياء- محاولات لاستخدام مناهج وأدوات التحليل الكيفي في دراسة النصوص الإعلامية، وقد اتسمت في البداية بالتردد والخلط وعدم الوضوح أو التكامل المنهجي والإجرائي، لكنها شكّلت نوعاً من المواجهة والتحدي. وفي مطلع السبعينيات من القرن الماضي اتجه عدد من الباحثين الاسكندنافيين في مجال الإعلام إلى تأييد واستخدام التحليل الكيفي للمحتوي من منظور أيديولوجي، وعُرف هذا التوجه بالاتجاه الإنساني Humanistic Trend والذي ركّز علي علاقات القوة التي تحاول النصوص الإعلامية التعبير عنها كما سعى لتطوير أدوات التحليل الكيفي مستفيداً من التطور الذي تحقّق في مجال الدراسات اللغوية. (شومان، 2004، ص03)

لكن على الرغم من كل هذه العراقيل التي واجهها البحث الكيفي إلا أنه استطاع أن يجد له مكانا في الدراسات الإعلامية ببروز العديد من العناوين البحثية التي اتخذت منه منطلقاً في دراسة الظواهر الإعلامية.

فالمناهج الكيفية تهدف في الأساس إلى فهم الظاهرة موضوع الدراسة وعليه ينصب الإهتمام هنا أكثر على حصر معنى الأقوال التي تم جمعها أو السلوكيات التي تمت ملاحظتها، لهذا يركز الباحث أكثر على دراسة الحالة أو دراسة عدد قليل من الأفراد، فعندما يحاول الباحث معرفة أطوار تعلّم الطفل أو الأحداث التي طبعته عشرية زمنية أو تصورات الحُب في بلدان مختلفة فإنه يستعين في ذلك بالمناهج الكيفية (انجرس، 2010، ص100-101)، معتمدين على الملاحظة بالمشاركة أو المقابلة كأدوات لجمع البيانات آخذين بعين الاعتبار السياقات الثقافية والاجتماعية والنفسية في تحليل ظاهرة إعلامية معينة. كما تتطلب البحوث الكيفية من الباحث الإحاطة بالظاهرة وإعطاء تصور واضح وشامل عنها مع الحرص على تصميم أدوات البحث الكيفي تصميمًا دقيقًا، ومن أهم المناهج الكيفية المستخدمة في دراسات الإعلام والاتصال نجد المنهج الاثنوغرافي الذي سنتطرق إلى معناه وأهم أدواته الإجرائية لاحقاً.

6. كيف ندرس الإعلام الجديد؟

الإعلام الجديد هو شكل من أشكال الاتصال الالكتروني التي أصبحت مُمكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم، يشمل الصحافة المكتوبة على الانترنت من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو وغيرها من الوسائل، وهو جميع أشكال الإعلام الرقمي الذي يُقدّم في قالب رقمي وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، إضافة إلى استخدام جهاز الكمبيوتر كأداة محورية من أجل عملية الانتاج والعرض والتفاعلية هي جزء منه وهي أيضا ما يميّزه. (العبد الله، 2014، ص46)

تتطلب دراسة أي موضوع تحديده تحديداً دقيقاً نظرياً وموضوعاتياً، والإعلام الجديد كمنتج جديد ظهرت حوله العديد من الإشكالات المعرفية والمفاهيمية بين من يصنف الاعلام الجديد إلى ما يظهر في وسائل الإعلام التقليدية من نوع برامجي جديد وبين من يعتبر الإعلام الجديد هو ادماج وسائل الاعلام التقليدية بتكنولوجيات الاتصال الحديثة. و يبقى آخر نوع حسب التصنيفات التي أتى بها كل من ريتشارد ديفيز **Richard Davis** وديانا أوين **Diana owen** ألا وهو إعلام جديد بتكنولوجيات مختلطة فيه تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدود اصطناعية **Artificial** وحدثت حالة تماهي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والحديث (صادق، 2009، ص31)، ويعني ذلك كل الممارسات الإعلامية التي أتاحتها تطبيقات الويب 2.0 من مواقع التواصل الاجتماعي، مدونات الكترونية، منتديات المحادثة... الخ

وبعد تحديد المفهوم الخاص بالاعلام الجديد يجب تحديد أشكال هذا الأخير، فماذا نريد أن ندرس؟ وكيف سندرس هذا الفضاء؟، حيث يحدّد الباحث صادق الحمامي في دراسة له نُشرت في المجلة التونسية لعلوم الاتصال تحت عنوان: "أدوات منهجية لتحليل الصحافة الالكترونية" *«éléments d'une méthodologie d'analyse de la presse électronique»* أنه لدراسة الصحافة الالكترونية

(كشكل جديد من أشكال الصحافة المكتوبة) يجب تحديد الأنواع المختلفة للمحتوى (مؤسساتي، شخصي، إخباري) بالاعتماد على شبكة ملاحظات تُحلّل الصحافة الالكترونية كمنظومة معقدة متكوّنة من مجموع عناصر مرتبطة فيما بينها بصورة ديناميكية، وتحليل هذه المنظومة يجب أن يتم في سياق شامل مرتبط بنشأتها ووظيفتها وتطورها. (Hammami, 2006, p32)

كمّا يُحدّد أنه يجب تصنيف كل محتوى على حسب نوعه والتعرّف على خصوصية كل محتوى على حدى فيميّز بين المحتوى المؤسساتي الصادر عن المؤسسات سواء كانت جمعيات أو منظمات عالمية أو مؤسسات ادارية، وبين المحتوى الشخصي الذي يكون من انتاج الأفراد، وفي الأخير المحتوى الإعلامي الذي يكون مصدره المؤسسات الاعلامية والتي تقوم على نشاطات الانتاج والتوزيع المنظم للمعلومة. هذه التصنيفات لا تبتعد كثيرا عن محاور الإعلام الجديد التي تتطلب هي الأخرى تصنيفها وتحديدها حتى ندرس كل جانب على حدى ولا يتم الخلط بينها، فإذا كانت بعض المدونات الالكترونية تتبع اتجاه ايدولوجي معين فمحتواها سيختلف بالتأكيد عن مدونات الكترونية المضمون فيها سياسي متنوع. ومن هنا دعت الحاجة إلى ضبط أشكال الإعلام الجديد حسب عدة عوامل منها: الفاعلون، المحتوى وقيمة المحتوى.

وفي نموذج "صحافة المواطن" والتي تعتبر كأهم شكل من أشكال الإعلام الجديد يصنفها لاسيكا من خلال مجموعة من النماذج: (صادق، 2009، ص 34) أدوات مشاركة الجمهور، مواقع الأخبار المستقلة، مواقع الأخبار التشاركية التامة، مواقع المساهمة العامة، مواقع البث الشخصية. وعلى حسب اختلاف المحتويات وأساليب المشاركة في تكوين أسس الإعلام الجديد، تختلف وتتميّز أيضا سمات الإعلام الجديد، و بفعل هذه السمات تزيد صعوبات دراسة هذا الموضوع فالتفاعلية والتشاركية والتبادل من خلال وسائط الميديا الجديدة تؤثر على الباحث من جانب ملاحظاته. فالمحتوى في الاعلام الجديد غير ثابت ويتميّز بامكانية فصله أو تعديله أو تحديثه.

16. المناهج الكيفية في بحوث الإعلام الجديد:

إن المتأمل للحقل الإعلامي والدراسات التي تُنتج فيه اليوم، يجدها تتجه نحو الطابع الكمي أكثر من الكيفي خصوصا وأن مجتمع البحث يتسم بالضخامة واختلاف الرقعة البحثية التي يشغلها بالرغم من اختلافه في السمات الديمغرافية وتنوعه الثقافي، وهذا الفعل ناجم عن كون تطبيقات الويب 2.0 قد جعلت من العالم اليوم كما جاء في المفاهيم الحديثة بناية عالمية. لذلك نجد أن بحوث الإعلام الحديثة عزفت عن الدراسات الكيفية لتتجه جُلّها إلى الكم والإحصاء.

إن متابعة ما ينشر من بحوث علمية في المنطقة العربية حول علوم الإعلام والاتصال تؤكد شبه غياب البحث الكيفي. فالتطور الرهيب في وسائل الاتصال الجديدة شرّع استخدام مصطلح وسائل الاتصال الجماهيرية الفردي Self Mass Media وأفرز انشغالات بحثية جديدة، وطرح مواضيع بحثية

مستجدة تتمحور حول تمثل هذه الوسائل واستملاكها واستخدامها، ممّا عزّز مكانة البحوث النوعية في حقل علوم الاتصال والإعلام في الدول الغربية والممتلكات العلمية حول قضايا الإعلام والاتصال، التي تعد حقلًا لعرض التجارب في المقاربات المنهجية، ومنبرا لممارسة حرية التفكير والنقد في الدول الغربية، مازالت منغلقة في المنطقة العربية على مقاربات المنهج الكمي واجترار أطروحات المدرسة النقدية مكثفية بهما رغم تناولها لمواضيع جديدة من المفروض أن تعالج إشكاليات جديدة. (لعياضي، 2009، ص16)

تُشكل البحوث حول مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية استمرارية لبحوث الاتصال الجماهيري، إذ أن الكثير منها يسعى إلى تشخيص دور هذه المواقع في التغيير الاجتماعي والسياسي، وتشكيل الرأي العام، ورفع الوعي، والتأثير على القيم والسلوك الاجتماعي وهذا رغم الاختلاف الواضح بين وسائل الاتصال الجماهيري الكلاسيكية وهذه المواقع (لعياضي، 2013، ص41). ومع ذلك استطاع المنهج الكيفي أن يجد له حيّزا من خلال الدراسات الاثنوغرافية التي عادت بالمنهج الكيفي ضمن سياق بحوث الإعلام الجديد.

إن الطابع الطائفي اليوم على بحوث الإعلام الجديد يكتسي صبغة الاستطلاع والاستكشاف بحكم أن الحقل خصب للدراسة ومازال مجال بحثه جديداً لذلك تقلُّ الأبحاث حول الموضوع الواحد وإن وجدت فهي استكشافية استطلاعية بالرغم من أن هذه الأخيرة تبقى نتائجها صالحة في حدود الزمان والمكان الذي تمت فيه.

26. المقترّب الإثنوغرافي:

تعريف اثنوغرافيا الجمهور: هي طريقة بحث ينضم فيها الباحث إلى مجموعة من الجمهور المحدد، من أجل مراقبة ردود أفعالهم حول ما تعرضه وسائل الاعلام، وهذا من خلال تغييرهم لقنوات الراديو والتلفزيون في فترة محددة من الزمن. (العبد الله، 2014، ص25)

بعدما كانت بحوث التأثير التي انطلقت في أمريكا تؤمن بالتأثير القوي لوسائل الإعلام ظهرت الحاجة إلى التأسيس لمقاربة جديدة تدرس تفاعلات الأفراد مع الرسائل الإعلامية كنوع من المواضيع التي تحتاج فعلاً إلى دراسات كيفية.

حيث ركّز عدد من الباحثين الثقافيين (Hibson, Radway, & Morley) على التأسيس لمقاربة تُركز على المظاهر النصية للمشاهدة التلفزيونية إلى جانب الأبعاد الاجتماعية للتحليل وتأويلات المشاهدين، يكمن الهدف الرئيسي في محاولة فهم كيف أن جماعة المشاهدين يستعملون عمليا وبكيفية نشيطة التلفزيون كعنصر مندمج في ثقافتهم، بمعنى كيف يؤولون محتوى الرسائل التلفزيونية انطلاقاً من قيمهم الثقافية وخبراتهم وتجاربهم الاجتماعية وكيف يشاركون في البناء الاجتماعي لمعاني المنتج الإعلامي من خلال القراءة التي يقدمونها للنصوص. (قسايسية، 2012، ص91) وقد اعتمدت هذه الدراسات الأخيرة على المنهج الاثنوغرافي الذي يقوم على الملاحظة بالمشاركة، الملاحظة المباشرة،

والاستجابات العميقة كأداة لجمع البيانات. قام الباحثون في خضم هذا المقرب الجديد في دراسة "سياق المشاهدة" وقد اهتم "مورلي" في هذه الدراسة التي استعمل فيها المنهج الاثنوغرافي، بالتفاعلات بين مختلف أفراد العائلة أمام الشاشة الصغيرة في السياق الطبيعي لاستقبال التلفزيون. (قسايسية، 2012، ص 94)

بعد أن كان التلفزيون كوسيلة إعلامية ذات مكانة قوية داخل الأسرة محل اهتمام الباحثين في دراسات التلقي ظهرت التكنولوجيات المنزلية التي أخذت مكانتها في العائلة وأخذت أفراد العائلة من التلفزيون، كما ظهرت الحاجة هنا إلى دراسة الاستعمالات المنزلية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

36. أثنوغرافيا الانترنت:

تعد اثنوغرافيا الانترنت شكل من أشكال البحوث النوعية Qualitative research التي تتيح للباحثين تحصيل وجمع البيانات داخل السياقات الثقافية أو الاجتماعية موضع الدراسة (بن عمرة، 2017، ص43). ويهدف البحث النتنوغرافي (Netnographic research) إلى دراسة المعاني المتصورة والرمزية وأنماط تفاعل مستخدمي الإنترنت وأنماط استهلاكهم للمضامين الثقافية والتواصلية في السياق الاجتماعي للبيئات الرقمية (Digital environments)، فالنتنوغرافيا هي آلية منهجية للبحث في التفاعلات الافتراضية وما ينجر عنها من ثقافات وأطر معيارية وممارسات اجتماعية ورمزية، عن طريق الملاحظة بالمشاركة والمعايشة للجماعات الافتراضية. (بن عمرة، 2017، ص46)

ومن بين أهم الدراسات الاثنوغرافية لجمهور الانترنت دراسة لـ: **"Daniel Miller and Don Slater بعنوان: الانترنت مقارنة اثنوغرافية: "The internet: an ethnographic approach"** أنجز هذه الدراسة كل من الباحثين ميلر وسلايتر وتمحورت دراستهما حول استخدام شبكة الانترنت في "جزيرة ترينيداد". (بوغازي، اثنوغرافيا الانترنت. <http://audience-studies.over-blog.com/article-33018485.html> (vu le : 10 Fév 2014

46. نحو أدوات برمجية في دراسة الإعلام الجديد:

مثلما تعتمد البحوث الكمية على برمجيات الاعلام الآلي مثل SPSS ظهرت كذلك مجموعة من البرمجيات التي تساعد على تحليل الشبكات الاجتماعية بإعطاء صور بيانية وخارطة اتصال لعدد من المستخدمين المُشَبَّكين بموضوع معيّن. يوجد عدد من الباحثين من يقترح استعمال مناهج لتحليل مواقع الشبكات الاجتماعية لتحصيل المعلومات مثل: بنية الشبكات الرقمية والتعرّف على المجموعات الإلكترونية ذات الاهتمامات المتشابهة وتعود هذه الأدوات أساسا إلى نظرية البيانات **« La théorie des graphes »** باستخدام برمجيات إعلاماتية مثل **« Twitalyzer »** الخاص بتحليل موقع التدوين المصغر تويتر « Twitter » حيث يتيح هذا البرنامج باعطاء صورة تخطيطية توضيحية لعدد المستخدمين ومواقعهم واهتماماتهم نسبة إلى موضوع معين يكون من بين الإهتمامات المعرفية للباحث.

يوجد أيضا ما يُعرف بأسلوب تحليل هيكل الخطاب بالاستعانة بالحاسب الآلي والذي يُمر عبر 4 خطوات، تبدأ بتحويل سجل المحادثة إلى شكل من البيانات الخام Import ثم ترميزها بالإشارة إلى مصدرها Reference، ثم ترميز كل رسالة متضمنة في سجل المحادثة بالنظر إلى علاقتها بالرسائل الأخرى ثم تحليل وتفسير الرسائل المتبادلة. (لوانسة، بن لطرش، 2019، ص 233)

كما أنه ظهرت أدوات تدرس الأخبار على الخط (أونلاين) حيث يصف ستيفوارت ألان Stuart Allan (2006) تضخم التدفق الإخباري كثورة في ميدان الصحافة من خلال التدوين، صحافة المواطن، الصحافة التشاركية، ويتحدث (2007) Terry Flew تري فلاو عن رقمنة الميديا ويدعونا إلى التعرف على أنماط جديدة لأشكال رمزية للتوزيع الشامل للأخبار. (Robert Kautsky & Andreas Widholm, 2008, p81)

ومن هنا تمت الدعوة إلى البحث في مقارنة جديدة لدراسة الأخبار أونلاين من خلال تطوير وتجريب منهجية تمكننا من تحليل مختلف المواقع الإلكترونية كما تظهر من خلال دراسة النص والخطاب الممارس في الأخبار على الخط (أونلاين) باستخدام «Regular Interval Content capture» *RICC، ويهتم هذا البرنامج الآلي بجمع المعلومات من المواقع الإخبارية أونلاين ولا يهتم فقط بالأخبار بل يهتم أيضا باستخدام هذه المقاربة في التحليل النقدي لنصوص الأخبار خاصة التي تفتح المجال لإمكانية دراسات الإعلام. (Robert Kautsky & Andreas Widholm, 2008, p82)

هذا بالنسبة للأدوات البرمجية التي تساعدنا في تحليل محتوى مواقع الشبكات الاجتماعية حيث أنه هناك العديد من البرمجيات الأخرى التي لازالت تتجدد وتتطور مع التطور التقني لتطبيقات الويب، وبالعودة إلى أدوات جمع البيانات التقليدية يمكننا ذكر أهمية أداة الملاحظة بالمشاركة كأهم أدوات المنهج الكيفي الاثنوغرافي، حيث تُعرّف على أنها: "تلك الملاحظة التي يشارك الباحث بانتظام في أنشطة الجماعة التي تتم ملاحظتها أما في حالة الملاحظة دون المشاركة فلا يشارك الباحث في أنشطة الجماعة قيد الاهتمام" (مصباح، 2010، ص 128)، وبعدما كانت الملاحظة بالمشاركة تستخدم كأداة في دراسة المجتمعات على أرض الواقع انتقل الباحثون إلى استخدامها في دراسة المجتمعات الإلكترونية الافتراضية، ولكن هذا الاستخدام قد يواجه مجموعة من الإشكالات يتمثل أهمها في:

-مشكلة التسرب (Mortality) من التجارب الإلكترونية حيث يسهل على المشاركين في التجارب الإلكترونية التسرب من التجربة وعدم استكمالها بدرجة أكبر من المشاركين في التجارب التقليدية وهذا يؤثر في النتائج ومن ثم في الصدق الداخلي للتجربة (عبد اللاه عثمان، 2012، ص 4)، وليس فقط أداتي الملاحظة أو المقابلة التي تعترضها هذه الصعوبات خاصة فيما يتعلق بالصدق والثبات بل حتى أداة الاستبيان عندما تستخدم إلكترونيا، حيث يواجه الباحث إشكالات تتمثل في هوية العينة.

7. خاتمة:

ما يمكننا قوله في الأخير أن البحوث الكيفية هي التي تساعد في تأطير وتأسيس البحث العلمي منهجيا و علميا و نظريا و فلسفيا فهي تبحث في أبعاد الظاهرة و تربطها بمختلف سياقاتها النفسية، الاجتماعية والثقافية، وهذا ما تحتاجه بحوث الإعلام والاتصال وحقل الإعلام الجديد خاصة، فالبحوث العربية يجب أن تسوق مساق البحوث الكيفية في الاعلام الجديد لما ولّده هذا الحقل من تغيرات على الخارطة الاعلامية والاتصالية في المجتمعات العربية فهذه الأخيرة بحاجة إلى تخطيط جديد ونمذجة جديدة و رؤية جديدة لا تتيحها إلا المناهج الكيفية.

8. قائمة المراجع:

_باللغة العربية:

- 1/ أبوعلام، رجاء محمود، (2002)، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، القاهرة، دار النشر للجامعات، ط4.
- 2/ الحمامي، الصادق، (2012)، الميديا الجديدة (الابستمولوجيا والاشكاليات والسياقات)، منوبة، المنشورات الجامعية بمنوبة، ط1.
- 3/ العبد الله، مي، (2014)، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، بيروت، دار النهضة العربية، ط1.
- 4/ أنجريس، مورييس، (2010)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، الجزائر، دار القصبة للنشر.
- 5/ بن عمرة، بلقاسم أمين، (2017)، التننوغرافيا في دراسة الأنساق الافتراضية، مدخل نظري ومنهجي، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد4، العدد4، 38-52
- 6/ خلف عبد الجواد، مصطفى، (2001)، قراءات معاصرة في نظرية علم الاجتماع، لبنان، دار الآفاق، لبنان، ط1.
- 7/ شومان، محمد، (2004)، إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية: الدراسات المصرية نموذجا، المجلة العلمية لكلية الآداب .
- 8/ صادق، عباس مصطفى، (7-9 ابريل 2009)، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الاعلام الجديد، أبحاث المؤتمر الدولي (اعلام جديد-تكنولوجيات جديدة...للعالم جديد)، جامعة البحرين، البحرين.
- 9/ عثمان عبد الله، عزة عبد العزيز، (16 أبريل 2012)، الاشكاليات المنهجية لبحوث الاعلام الالكتروني (دراسة من منظور تحليلي نقدي)، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، السعودية.
- 10/ عرابي، عبد القادر، (2007)، المناهج الكيفية في البحوث الاجتماعية، الأردن، دار وائل للنشر.
- 11/ عزي، عبد الرحمن، (2013)، منهجية الحتمية القيمية في الاعلام، تونس، الدار المتوسطة للنشر، ط1.
- 12/ قسايسية، علي، (2012)، جمهور وسائل الاتصال و مستخدموها(من المتفرجين الى المبحرين الافتراضيين)، الجزائر، الورسم للنشر والتوزيع، ط1.

- 13/قندلجي، عامر، (2008)، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات الالكترونية والتقليدية، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 14/لعياضي، نصر الدين، (7-9 ابريل 2009)، الرهانات الاستمولوجية و الفلسفية للمنهج الكيفي(نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام و الاتصال في المنطقة العربية)، أبحاث المؤتمر الدولي (إعلام جديد..تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد)، جامعة البحرين، البحرين.
- 15/ لعياضي، نصر الدين، (2013)، وسائط جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، الباحث الإعلامي، ع22، 35-45
- 16/لونانسة، سوسن، بن لطرش، ليلي، (2019)، الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث الإعلام الجديد، قراءة تحليلية، مجلة المعيار، مجلد23، عدد47، 220-238
- 17/مشاقبة، بسام، (2010)، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، الأردن، دار أسامة، ط1.
- 18/مصباح، عامر، (2010)، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2.

باللغة الأجنبية:

- 1/Creswell, J.W. (2003), Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, Sage Publications, 2nd ed.
- 2/Kautsky & Andreas Widholm, (2008), Online methodology : Analysing news flows of online journalism, Westmenster papers in communication and culture, vol5 (2).
- 3/Philip Howard, (2002), Network ethnography and the hypermedia organization :new organizations, new media, new methods, New media & Society, Vol(4).
- 4/Sadok hammami, (2006), éléments d'une méthodologie d'analyse de la presse électronique, revue tunisienne de communication, N46, Tunis, juillet-Décembre.

المواقع الالكترونية:

- 1/أبو علام، رجاء محمود، مناهج البحث الكمي والكيفي والمختلط، شوهذ يوم: 12/01/2014
<http://www.massira.jo/content/>
- 2/القرني، محمد مسفر، منهج البحث الكيفي في الخدمة الاجتماعية العيادية، جامعة أم القرى، متوفر على الرابط التالي:
http://uqu.edu.sa/files2/tiny_mce/plugins/filemanager/files/4120116/qualitative%20research%20and%20clinical%20social%20worl.pdf
vu le : 10 fév 2014.. <http://audience-studies.over-blog.com/article-33018485.html> / بوغازي، فتيحة،