

رؤية نقدية لمناهج البحث في الدراسات الإعلامية والاتصالية

Critical view of research methods in media and communication studies

حفصة كوبيبي*

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر). hafssa.kobibi@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2021/12/25

تاريخ القبول: 2021/11/05

تاريخ الاستلام: 2021/06/19

ملخص:

تهدف دراستنا هذه إلى توضيح مختلف أنواع مناهج البحث المستخدمة في علوم الإعلام والاتصال بالرجوع إلى أكثر الكتب شيوعاً والأكثر استخداماً من قبل الطلبة والباحثين في هذا الحقل. حيث تسلط الضوء على إشكالية تصنيف مناهج البحث لدراسة الظواهر المرتبطة بالإعلام والاتصال، كما تتناول الإشكاليات المنهجية في البيئة الإعلامية الاتصالية الجديدة.

خلصت الدراسة إلى: ضرورة الاستعانة بأكثر من منهج وخاصة في الدراسات الإمبريقية، ضرورة تكيف المناهج القديمة لدراسة الظواهر المستحدثة. بالإضافة إلى ضرورة توظيف البرمجيات الجديدة كأدوات تقنية تساعد في عملية البحث العلمي في الظواهر الإعلامية والاتصالية.

كلمات مفتاحية: علوم الإعلام والاتصال، بحث علمي، مناهج البحث، الإعلام الجديد.

Abstract:

This study aims to clarify the different types of research methods in information and communication sciences through the most common books that used by students and researchers. Where the study highlights the problem of method's classification to study media and communication, also deals with research's difficulties in the new media environment. The study concluded that more than one approach should use, especially in empirical studies, with the need to adapt old methods to study new phenomena and the need to use new software as technical tools to facilitate the process of scientific research.

Keywords: Information and communication sciences; scientific research; scientific method; New media.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

ما يميز علوم الإعلام و الاتصال منذ نشأتها إلى يومنا هذا هو تعدد الرؤى والتيارات المنهجية وتباين أسبابها وتداعياتها لدى الدارسين والباحثين والممارسين الإعلاميين والجمهور المتلقين، في هذا الميدان المتشعب، وربما يرجع السبب وراء هذا التعدد إلى ثلاثة أسباب :

أولاً: حداثة علوم الإعلام والاتصال نسبياً مقارنة بالعلوم الاجتماعية والإنسانية الأخرى، فلم يرى هذا العلم النور إلا في مطلع القرن الماضي وبالتحديد في الربع الأول من القرن العشرين ، في أعقاب الحرب العالمية الأولى، تاريخياً نجد أن الممارسة الإعلامية سبقت تأسيس علم الإعلام و الاتصال وبدأ ميدان الإعلام يجد سبيله إلى المحيط الأكاديمي في أواخر القرن التاسع عشر بأمريكا، و يعتبر "روبرت لي" أول من اقترح تكويناً جامعياً يخص الإعلاميين وكان ذلك سنة 1869، عندما كان هذا الأخير رئيس جامعة واشنطن، وأخذ العلم مكانته في إطار العلوم الاجتماعية إثر الحرب العالمية الأولى ، ثم تأسس بشكل أساسي بعد الحرب العالمية الثانية، فالآن فإن عدد الجامعات التي تقدم تخصص الإعلام JOURNALISME ; Mass Media بأمريكا بالمئات (عزي، 2010، صفحة 08)

ثانياً: التبدل المستمر في أساليب وأشكال الفعل الاتصالي: وذلك لاستناده على وسائل سريعة التغير والتطور، بحيث لا تكاد أن تستكمل الوسيلة دورة الزمان حتى تستبدلها وتحل محلها وسيلة أكثر قدرة، نتيجة للتطورات السريعة والمتلاحقة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، فهذه التطورات تمثل أشكالاً لدى الباحثين والدارسين والمتمثل في رهان المواكبة واللاحاق بها، ومن أجل تفعيل حركة للتنظير قادرة على تفسير الفعل في ظل هذا التغير الدائم ، ومن ثم فإن الفكر الاتصالي يظل يلهث وراء حركة الاختراع التي أصبحت في حالتها الأخيرة تولد من الوسيلة وسيلة جديدة"" وقد شكل هذا الواقع للفكر الاتصالي معضلة حقيقية ، صعبت فيها واستحالت مواكبة الفكر للفعل، وهذه المعضلة عينها هي التي تجعل أمر التأسيس أكثر صعوبة " (عزي، 2010، صفحة 06)

ثالثاً: إن جذور هذا العلم ترجع إلى الأدبيات النظرية للعلوم الأخرى ذات العلاقة بعلم الأعلام والاتصال، الذي كان بمثابة " جسر أكاديمي " إلى العلوم الأخرى بدليل أن كل الباحثين الذين أسهموا في إعداد الكتاب المشهور " علم الاتصال الإنساني" الذي حرره "ولبر شرام" و عددهم أحد عشر باحثاً- لم يكن منهم من هو متخصص في الإعلام والاتصال أو في بحوث الاتصال، وإنما باحثين في علوم أخرى كالعلوم السياسية ،وعلم النفس، وعلم الاجتماع. وقد شهدت بحوث الإعلام والاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين تطورات ملحوظة نظراً لعدة عوامل في مقدمتها :

- التطورات الحاصلة في وسائل الإعلام وانتشارها السريع في جميع أرجاء العالم .
- التطورات الحاصلة في مهنة الصحافة و حاجة المجتمع لوسائل الإعلام نظراً للوظائف التي أصبحت تقوم بها: الأخبار، التعليم، الترفيه، التنشئة الاجتماعية.

- هذا بالإضافة إلى التطورات الحاصلة في العلوم الإنسانية والاجتماعية بصفة عامة نظرا لارتباط حقل الإعلام والاتصال بمختلف العلوم المجاورة وفي مقدمتها الاجتماع والسياسة و النفس.
- زيادة الجامعات والمدارس والمعاهد التي تدرس الإعلام والاتصال.
- لذلك نلاحظ اختلاف الباحثين والمؤلفين في المنهجية في تعداد وتصنيف المناهج المستخدمة في دراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية من جهة، ومن جهة أخرى ظهرت بعض الصعوبات المنهجية في تطبيق المناهج والأدوات المتعارف عليها في البيئة الإعلامية الجديدة التي ارتبطت بالويب 2.0 و ما ترتب عنه من تطبيقات مختلفة (مثل الشبكات الاجتماعية والمواقع الإخبارية والويكي وغيرها)
- فدراستنا هذه قائمة على مجموعة من الأسئلة هي:
 - ما أهم تصنيفات مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال؟
 - ما أهم الصعوبات المنهجية التي تعترض الباحث في مقارنة الوسائط الإعلامية والاتصالية الجديدة؟
 - هل يمكن الاعتماد على المناهج القديمة لدراسة الوسائط الجديدة؟
 - ما أهم المناهج المستخدمة في دراسة الوسائط الجديدة؟
- وعليه تهدف دراستنا هذه إلى:
 - توضيح أهم المناهج المستخدمة في دراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية .
 - تبيان مختلف تصنيفات المناهج المستخدمة في علوم الإعلام والاتصال
 - الإشارة إلى أهم الصعوبات التي تعترض الباحث في الدراسات الإعلامية الحديثة
 - معرفة أهم المناهج والأدوات المستخدمة في دراسة الوسائط الجديدة .
- وللإجابة هن هذه الأسئلة وتحقيق الأهداف المذكورة، تم الاعتماد على تحليل التراث العلمي، باستخدام التحليل الثانوي، حيث تم اللجوء إلى أهم الكتب الموجودة بمكتبة كلية العلوم الاجتماعية الخاصة بمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة والعلوم الإنسانية والاجتماعية بصفة عامة، كما اعتمدنا على أهم المقالات والدراسات الخاصة بمناهج البحث في الوسائط الجديدة.
- وتكمن أهمية الدراسة في تبيان أهم المناهج المستخدمة في دراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية، كما تأخذ أهميتها من أهمية موضوعها في حد ذاته، فللمنهج أهمية بالغة في أي دراسة، فالنتائج في حد ذاتها لا تعني شيئا، بل إن الأساس المتين لبحث ما وصحته هما اللذان سيتم الحكم عليهما أساسا انطلاقا من مدى ملائمة المنهج ووسائل تطبيقه (أنجرس، 2006، صفحة 36).
- فأهمية تصنيف المناهج المستخدمة في دراسة الظواهر الإعلامية -الاتصالية وعودة بروزها في الساحة العلمية الأبيستمولوجيا وخاصة في ظل البيئة الإعلامية الاتصالية الجديدة تفرض علينا دراستها.

2. إشكالية تصنيف مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال

المنهج أو method مأخوذة من الكلمة اللاتينية methodus ويشرحها أفلاطون على أنها البحث أو النظر أو المعرفة، بينما استخدمها أرسطو على أنها البحث، وقد كثر الحديث عن المنهج ابتداء من القرن السابع عشر خاصة من قبل فرانسيس بيكون francis bacon و بورويال، جون ستيوارت ميل، ديكارت، كلود برنارد، دوركايم، جون ديوي وغيرهم ومن الناحية النظرية، فالمنهج يتطلب مجموعة من الخصائص المميزة (مصباح، 2010، صفحة 12):

- إن المنهج يفترض نوعا من الانتظام والتكرار في الطبيعة (الظواهر والأشياء المحيطة بنا)
- أن المنهج يمكننا من معرفة الطبيعة.
- إن المنهج يفترض أن الظواهر الطبيعية لها أسبابها الطبيعية، فلا يمكن استخدام المنهج العلمي في تفسير ظواهر أسبابها خارقة للطبيعة.
- من خصائص المنهج الجمع بين المنطق والمشاهدات.
- يساعد المنهج على تقديم أدلة للتحقق من صدق المقولات المطروحة.
- إن المنهج نظامي منضبط، يصحح ذاته.
- يساعد على التراكمية المعرفية.
- يتطلب المنهج وجود قواعد واضحة في البحث.

هناك عدة تصنيفات لمناهج البحث العلمي، ووفق البرنامج الوزاري المخصص لمادة مقاربات منهجية في دراسة الاتصال الجماهيري لطلبة السنة أولى ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة على سبيل المثال نجد: المنهج الاستطلاعي، المنهج الوصفي، منهج دراسة حالة، المنهج التجريبي، تحليل المضمون، المنهج المقارن، وتتمثل أدوات البحث في الاستبيان، المقابلة، الملاحظة، ويضاف إليها القياس، كما يضاف إليها محورا آخرًا خاصا بالعينات والمعاينة ويدرس فيها العينة ومجتمع البحث، العينة وأساليب اختيارها، وأنواع العينات.

إن هذا التصنيف يقترب من تصنيف مصباح عامر في كتابه منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، حيث يذكر في الفصل الثاني من كتابه مناهج البحث كالاتي: منهج المسح الاجتماعي، المنهج التجريبي، المنهج الوصفي، المنهج المقارن، منهج تحليل المحتوى، ومنهج دراسة الحالة.

ومن بين أكثر المناهج شيوعا في ميدان البحوث الاجتماعية -وفق عامر مصباح- المنهج الوصفي، وذلك بسبب سهولته ووضوح خطواته، بالإضافة إلى إمكانية استخدام الأساليب الإحصائية

المختلفة في تحليل البيانات المجمعة، كما يقدم تعريفاً للمنهج الوصفي على أنه " مجموعة الأدوات الكمية (البيانات وحسابها بالطرق الإحصائية) والكيفية (خطوات بناء الإشكالية والفرضيات والمتغيرات) التي تساعد الباحث على وصف وتحديد خصائص ظاهرة اجتماعية معينة وتحديد طبيعة العلاقات بين متغيراتها وعناصرها تحديداً كميًا (حساب العلاقة بالطرق الإحصائية مثل قانون سبيرمان)، أو كيفياً (تحليل وتفسير النتائج وقراءة الأرقام المبوبة في الجداول) والوصول في نهاية المطاف إلى تعميمات (مصباح، 2010، صفحة 87)

وعن أهمية " المنهج الوصفي " يؤكد الكاتب أن المنهج الوصفي يكتسي أهمية بالغة ، وتنبع أهميته عن ميل الجمع الكبير من الباحثين الأكاديميين والطلبة إلى استخدامه، بالإضافة إلى انتشاره في معظم البحوث الجامعية عبر العالم.

غير أن كثرة استخدام " المنهج الوصفي " وشيوعه لا يعبر عن أهميته أو مدى صحته كمنهج، حيث نلاحظ أن تعريف المنهج الوصفي وأهدافه ينطبق على جميع المناهج الأخرى، فكلها تهدف إلى وصف الظاهرة والحصول على معلومات .

باستثناء المنهج الوصفي يقترب تصنيف عامر مصباح للمناهج من تصنيف يوسف تمار في كتابه " مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية- الاتصالية ، حيث يصنف مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية بشكل عام وعلوم الإعلام والاتصال بشكل خاص كالآتي: المنهج التاريخي، المنهج المقارن، منهج دراسة حالة، المنهج المسحي، ويضيف منهجا آخرًا تحت مسمى منهج التحليل العاملي.

حيث يعد المنهج المسحي في الدراسات الإعلامية الاتصالية من أكثر المناهج استعمالاً لأن خصائصه تتماشى والكثير من الإشكاليات التي يطرحها هذا العلم على مستوى العناصر الاتصالية التي يقف عليها (تمار، 2017، صفحة 66)

ويضيف الباحث في كتابه هذا أن علم الإعلام والاتصال قد يحتاج أكثر من تلك المناهج على اعتبار أنه يتناول بالدراسة إشكاليات منتشرة في مجالات مختلفة كالجانب الاجتماعي والنفسي والسياسي الأنثروبولوجي وعلى هذا لا تكفي تلك المناهج في دراسة بعض الإشكاليات فتظهر الحاجة إلى منهج التحليل العاملي l'analyse factorielle ويعرف هذا المنهج على أنه منهج إحصائي يستخدم في تناول بيانات متعددة ارتبطت فيما بينها بدرجات مختلفة، لتلخص في صورة تصنيفات مستقلة قائمة على أسس نوعية للتصنيف (تمار، 2017، صفحة 91)

غير أن الملاحظ أن ما أسماه الباحث يوسف تمار بمنهج التحليل العاملي هو مجرد أسلوب إحصائي، أو بالأحرى استعمال الإحصاء في دراسة الارتباط بين مختلف المتغيرات، وليس بمنهج قائم بذاته يمكن الاعتماد عليه في إعداد البحوث العلمية.

ويوافقنا في هذا الرأي عزي عبد الرحمن، في كتابه منهجية الحتمية القيمية في الإعلام حيث يرى أن المنهجية في أصله يعني الرؤية النظرية التي يتخذها الباحث في مقارنة موضوعه مضافاً إليها الجهاز المفاهيمي والإجراءات والأدوات مثل الاستبيان والمقابلة والمعايشة الميدانية والمعادلات الإحصائية كلما اقتضت الحاجة إلى ذلك (عزي، 2013، صفحة 07).

ويرى أيضاً أن المنهجية شديدة الارتباط بالنظرية أما الفصل بينهما عملية إجرائية فقط، كما يرى أن الفصل بين مواد (مساقات) النظرية والمنهجية في المحيط الأكاديمي الإعلامي أدى إلى إحداث الانطباع أن المنهجية مستقلة أو منفصلة عن النظرية، فيتم تقليص المنهجية إلى بعض الأدوات الجزئية مثل استبيان دراسة الجمهور، استبيان تحليل المضمون.

ويضيف أن هناك خلطاً قائماً في مصادر المنهجية باللغة العربية خاصة، والتي تتصف بالضعف المنهجي وانعدام الدقة في تحديد المفاهيم والمصطلحات كالقول أن هناك منهج وصفي والآخر تحليلي وأخر نقدي بينما أي دراسة تتطلب بالضرورة الوصف والتحليل والنقد فهذه الصفات المتوفرة في أي دراسة ليست كافية لتأسيس منهجاً بافتراضات ومفاهيم وأدوات نظرية متميزة ومحددة.

كما أن الأمر ينطبق على تعبير المنهج المسعي ومنهج تحليل مضمون فهذه ليست مناهج بافتراضات نظرية وفلسفية وإنما هي أدوات أو أساليب بحثية يمكن توظيفها في أي منهجية. لو افترضنا أن دراسة الجمهور أو تحليل المضمون منهجية لكان بإمكان أي شخص دون تكوين نظري وذو مستوى تعليمي محدود أن يصبح باحثاً بمجرد صياغة الاستبيان (عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، 2013، صفحة 14)

وإذا دققنا في التعريف الذي قدمه مؤسس أسلوب تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية برلسون، فإننا نلاحظ أنه لم يستخدم تعبير المنهجية وإنما قال تقنية بحث *technique research*: "تقنية بحث *technique de recherche*، تستهدف الوصف الموضوعي *la description objective*، المنهجي والكمي للمحتوى الظاهري للاتصال" (de Bonville, 2006, p. 09)

فمن بين أهم " المغالطات المنهجية" التي يقع فيها الباحث في علوم الإعلام والاتصال وفق عزي عبد الرحمن هي عدم التمييز بين المنهجية والأداة، حيث يرى أن المنهجية ترتبط بالرؤية النظرية أما الأداة كالأستبيان والمقابلة فهي مجرد وسيلة للمنهجية، لا يلجأ الباحث إليها إلا بعد استكمال الإطار النظري والمعرفي للبحث.

ويعد هذا الخلط وفق عزي من المغالطات الكبيرة في كتب المنهجية وشبه الأبحاث الإعلامية كما يصفها في المنطقة العربية، وبناء على ذلك وبالرجوع إلى الأساليب السائدة في الإعلام والاتصال و خاصة بالولايات المتحدة الأمريكية يمكن تصنيف المناهج إلى صنفين: إمبريقية كمية، وكيفية:

أولا المناهج الإمبريقية: وتتخذ طابعا كميا رغم احتوائها التفسير والتحليل وبعض النقد، ويمكن تسمية هذا الصنف بنموذج لاسويل في أمريكا في عشرينات القرن الماضي، ويعد الإحصاء جزءا من التقليد الإمبريقي خاصة مع تطور استطلاعات الرأي، ويمكن اختزال هذا المنهج في أسلوبين هما تحليل المضمون ودراسة الجمهور.

إن نشأة هذين الأسلوبين لم تكن وليدة الصدفة، فتحليل المضمون ظهر استجابة إلى الحاجة بعد الحرب العالمية الأولى إلى الفصل بين الدعاية والإعلام، فتحليل المضمون مجرد أسلوب أو تقنية بحث كما يعرفه برلسون.

أما الأسلوب الثاني والمتعلق بدراسات الجمهور، فمرجعها العامل الاقتصادي، حيث نتج نتيجة حاجة كبريات المؤسسات التجارية إلى معرفة أذواق المستهلك وقدراته الشرائية.

ثانيا: المناهج الكيفية: وتشمل عدة مناهج، لها تاريخها وخلفياتها النظرية ومنها:

- **المناهج النقدية:** وتعمل على ربط الإعلام بالسياق السياسي والاقتصادي، ويقل حضور الجانب الإحصائي في هذه المناهج، ظهرت نتيجة التنظير خاصة مع توسع النظم الرأسمالية في أوروبا بعد الحرب العالمية الأولى، وأهم هذه المدارس مدرسة فرانكفورت والمدارس المتفرعة عنها كالبنوية، السيميولوجيا وتحليل الخطاب وغيرها.
 - **منهجية التفاعلية الرمزية:** تهتم هذه المنهجية التي أسسها ميد أو المعروفة باسم مدرسة شيكاغو بالتفاعل الاجتماعي بواسطة مؤسسة اللغة.
 - **منهجية الأنثروبولوجيا والأثنوجرافيا:** تبحث في وحدة سكانية كالمجتمعات القديمة ومعرفة طبائع الشعوب وأنماط حياتها.
 - **منهجية الحتمية القيمة في الإعلام:** يضيف الباحث عزي عبد الرحمن منهجية جديدة تنطلق من القيمة كمعيار رئيسي للدراسة الجمهور أو المحتوى الإعلامي.
- هذه المداخل المنهجية تصنف أحيانا على أنها نظريات أو البراديفغات المسيطرة في علوم الإعلام والاتصال (حسين، 2011)

إن رؤية عزي عبد الرحمن في كون المناهج تنقسم إلى نوعين : كمية و كيفية تتشابه مع تصنيف موريس أنجرس للمناهج في كتابه الشهير منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية.

حيث يقدم أنجرس ثلاثة مناهج نموذجية مختارة من المنهج المقدم من وزارة الكيبك لطلبة العلوم الإنسانية سنة 1989 وهي : المنهج التجريبي، المنهج التاريخي، ويضيف منهجا آخر تحت مسمى منهج البحث الميداني، حيث يستخدم هذه المنهج عادة لدراسة ظواهر موجودة في الوقت الحالي، ويطبق على مجموعة كبيرة من السكان. عن طريق المعاينة، كما يمكن أن يطبق على فئة قليلة ومحدودة، وتكون الدراسة تفسيرية مثل تلك التي تعتمد على تطبيق الاستمارة أو فهمية والتي تتخذ من المقابلة والملاحظة تقنية أساسية للبحث (أنجرس، 2006، صفحة 106).

ما نلاحظه هنا أن إجراءات وكيفيات تطبيق منهج البحث الميداني كما أسماه موريس أنجرس يقترب من المنهج المسحي من خلال تطبيقه على دراسة جمهور وسائل الإعلام والرأي العام، كما يمكن للبحث الميداني أن يكون كيفيا أو كميا وذلك تبعا للهدف المنشود من البحث وللتقنيات المستخدمة فيه.

أما المنهج التاريخي فيعرف على أنه طريقة لتناول وتأويل حادثة وقعت في الماضي، وفق إجراءات البحث والفحص بالوثائق، أما المنهج التجريبي فهو طريقة لدراسة موضوع بحث بإخضاعه للتجربة وجعله دراسة قائمة على السببية.

وبالرجوع إلى كتاب Alain LARAMEE et Bernard VALLEE البحث في الاتصال عناصر منهجية، نجدهما يقسمان الدراسات الاتصالية إلى ثلاثة أنواع، وكل نوع لديه المناهج الخاصة به كالاتي : الدراسات الاستطلاعية وتضم: منهج البحث الوثائقي، منهج الاستشراف والتوقع، منهج دلفاي وطريقة السيناريوهات، الدراسات الوصفية: ومن بين مناهجها نجد: تحليل المضمون، السيميائية، تحليل الخطاب، الاثنوغرافيا، بالإضافة إلى ما أسموه بالمراجعة أو التدقيق والتشخيص التنظيمي. بالإضافة إلى الدراسات التجريبية المخبرية والدراسات التجريبية الميدانية.

هذا التصنيف للبحوث يقترب أكثر من تصنيف موريس دوفارجي Maurice DUVERGER، فوفق النتائج التي توصل إليها هناك ثلاثة مستويات للبحوث: المستوى الاستكشافي، المستوى الوصفي ، والمستوى التفسيري.

- المستوى الاستكشافي: وتعرف هذه البحوث بالبحوث الاستطلاعية، وهي أبحاث أولية يلجأ إليها الباحث عادة لتذليل الصعوبات التي يواجهها، أو ربما التعرف عليها بصورة جيدة ، ومعرفة الأمور الغامضة، يفيد هذا المستوى في تحديد دقيق للإشكالية واختيار الفروض المناسبة، لا تتطلب الكثير من الإجراءات البحثية ولا تتطلب استخدام التساؤلات أو الفرضيات، حيث أن موضوع بحثها لا يتوفر على رصيد معرفي لوضع الفرضيات.

- الأبحاث الوصفية: أو المستوى الوصفي للظاهرة محل البحث، تعتبر الخطوة البحثية التي تلي مباشرة المستوى الاستكشافي، وهي خطوة ضرورية لا بد منها للانتقال من استكشاف الظاهرة إلى دراسة المتغيرات وعلاقات التأثير والتأثر، الهدف الرئيسي للبحوث الوصفية الحصول على معلومات كافية دقيقة للموضوع محل الدراسة في الحيز الواقعي من زوايا مختلفة.
- يعتبر منهج المسح ومختلف الأساليب الكمية الأخرى ضمن الأساليب الوصفية، عادة لا تستخدم هذه البحوث الفرضيات للحصول على النتائج النهائية، لأنها لا تبحث عن التفسير، إنما تعتمد أكثر على التساؤلات. ويمكن أن ندمج ضمن الدراسات الوصفية دراسة الحالات والدراسات التبعية التطوية.
- المستوى التفسيري: تعرف أيضا بأبحاث العلاقات السببية بين المتغيرات، تقوم على اختبار علاقات التأثير والتأثر ضمن المتغيرات، تمثل أبحاثا أكثر تطورا و نضجا من البحوث السابقة، لأن الباحث لا يكتف باستكشاف الظاهرة في حيزها الواقعي أو وصفها في وضعها الحالي، إنما يبحث في العوامل المتحكممة في وجودها وغيرها، تتميز هذه البحوث باستخدام الفرضيات والعلاقات السببية، ومن بين المناهج المستخدمة في هذه البحوث: المنهج التجريبي، دراسة حالة و أحيانا نجد المنهج التاريخي.

وعليه، نلاحظ أن هناك اختلافات في كيفية تصنيف مناهج البحث من باحث إلى آخر، وذلك نظرا لاختلاف تكوينهم، لذلك وجب على الباحثين الجدد وخاصة الطلبة أن تكون لديهم نظرة عن أهم التصنيفات الخاصة بالمناهج، كما وجب عليهم تبني تصنيف واحد أو المزوجة بين تصنيفين والاقتران به والدفاع عنه وفق خلفياته النظرية وتكوينه العلمي.

غير أنه ظهرت إشكاليات جديدة، فكما سبق ذكره فإن الظاهرة الإعلامية والاتصالية كثيرة التغير لارتباطها بالتكنولوجيا، وبظهور الميديا الجديدة، كان لا بد من دراستها من مختلف الزوايا، وكان لا بد من الاعتماد على المناهج الكلاسيكية المعروفة ومن استحداث أدوات جديدة .

3. إشكاليات المنهج في بحوث الميديا الجديدة

من بين أهم الصعوبات التي تعترض الباحثين في الميديا الجديدة :

- اختلاف طبيعة محتوى الأنترنت والشبكات الاجتماعية القائمة على النص الفائق وتداخل النصوص.
- تعدد اللغات المستخدمة والتغير السريع للنصوص ولا محدوديتها.
- صدق البيانات في ظل الهويات الافتراضية وتعدد الحسابات لشخص أو هيئة ما وصعوبة و حصر مستخدمي الإنترنت.

- إشكالية أخلاقية تتعلق بمدى سرية البيانات المنشورة و خصوصيتها

ومن بين المناهج والأدوات التي تكيّفت وتعايش مع البيئة الإعلامية الجديدة نميز:

- المنهج النتنوغرافي **netnography**: تعددت المصطلحات المتشابهة كالأثنوجرافيا الرقمية، الأثنوجرافيا عبر الأنترنت، الأثنوجرافيا الافتراضية أو الإلكترونية، أو الأثنوجرافيا على الخط. وتعرف على أنها طريقة نوعية مرنة قابلة للتكيف، أثبتت فائدتها في إعداد البحوث المختلفة. ظهرت النتنوغرافي في الولايات المتحدة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال التسعينات عندما كانت الإنترنت لا تزال في مهدها القائم على النصوص المكتوبة، وكانت المجموعات الافتراضية قائمة على النصوص وما يحدث بين أفرادها من اتصالات بواسطة الكمبيوتر، حيث كانت أقل اندماجا في الحياة اليومية مما هو عليه اليوم (Costello & and others, 2017, p. 02)

وتتميز هذه المنهجية بأنها أسرع وأبسط وأقل تكلفة بكثير من الأثنوجرافيا التقليدية، ومع ذلك هناك بعض القيود المتعلقة بشبكة الإنترنت والمتعلقة بصحة وجودة البيانات وصعوبة تحديد التركيبة السكانية للمبحوثين، كما قد يكون منهج الأثنوجرافيا الرقمية غير مناسب للبحث الذي يراعي عوامل مثل العمر والعرق أو حتى الجنس، كما أن هذا المنهج الرقمي أثار جدلا كبيرا بشأن قواعد السلوك الأخلاقية للدراسات الإثنوجرافية، فلا يوجد إجماع ما إذا كان يجب أن يكون البحث على شبكة الإنترنت بشكل علني أو ما إذا كان من الممكن إجراؤها سرا (Heinonen & Medberg, 2018, p. 658)

- المنهج التاريخي: ففي بداية التسعينات عندما أخذت متصفحات الإنترنت خطواتها الأولى انقسم المجتمع الأكاديمي في تفسير العواقب المستقبلية للعالم الرقمي الجديد أُنذاك متساقلين إلى مدى تساهم الرقمنة في أشكال جديدة من الإنتاج العلمي والوصول إلى المعرفة التاريخية، وهل يمكن أن تؤدي الرقمنة إلى التحول في عمل المؤرخ؟

فقوة الحوسبة ساعدت الدراسات التاريخية بشكل كبير في الاقتصاد في الوقت والجهد وخاصة تلك القائمة على كميات من المصادر، وبشكل رئيسي من النوع الكمي. وبمجيء الويب 2.0 دفع المؤرخين أيضا اقتراح " التاريخ 2.0" حيث أصبحت البرمجيات في الوقت الحاضر أدوات عمل شائعة جدا لكثير من المؤرخين، وخاصة المهتمين بالجانب السردي والمصادر النصية ، كما أن ديمقراطية الويب تضع نصوصا أكثر من أي وقت مضى تحت تصرف قواعد البيانات ونظم المعلومات وقدرتها على الاستخراج والتحليل.

فالميزات التي يوفرها الويب والأرشيف الإلكتروني (القدرة التخزينية وسرعة المعالجة) ساعد على إجراء دراسات أكثر ثراء، في حين أشار باحثون إلى المخاطر الكامنة في هذا التاريخ الرقمي وأهمية الجودة، غير أنه لتفادي هذه المخاطر يتم التوجه نحو المنهج النقدي للنصوص واستخدام المعايير

الدولية مثل TEI في إعداد النص ونشره، ويمكن اعتباره محاولة للتغلب على المشاكل المرتبطة بمتانة المصادر الرقمية وقابليتها للاستخدام في المستقبل (Alves, 2014)

- المنهج السيميائي في تحليل الخطاب الإلكتروني : يعتبر مارك وورشارو mark warschauer و دوغلاس غريمس douglas Grimes بأن كل المداخل الأساسية للسيميائيات تصلح لدراسة تطبيقات الإعلام الجديد القائمة على الويب 2.0، والملاحظ أن المنهج السيميائي لا يشتكي من الصعوبات التي تجدها المناهج الوضعية في تفسير ظاهرة الميديا الجديدة، ذلك أنه لا يولي أهمية كبيرة للفاعلين بقدر ما يركز التحليل على الرسالة في حد ذاتها، من حيث بنيتها والعلاقات الدلالية الترابطية الكامنة داخلها (لوناسة و بن لطرش، 2019، صفحة 236)

- المسوح الإلكترونية **electronic Survey**: يعتبر هذا الأسلوب المنهجي الأشهر والأكثر انتشارا واستخداما في بحوث الوسائط الجديدة (بومعيزة و دغمان، 2017، صفحة 98) يعتمد غالبا على الاستبيانات الإلكترونية، يتميز هذا الأسلوب بالوصول إلى أكبر عدد ممكن من المبحوثين بسرعة، واختصار الوقت والجهد المسافات واختصار المسافات

غير أن صعوبة اختيار العينة في ظل الحجم الكبير للمستخدمين و تشتتهم من جهة و الهويات الافتراضية من جهة أخرى يبقى قائما، بالإضافة إلى عدم استجابة المبحوثين للاستبيان.

ومن بين المناهج والأدوات التي استحدثتها الميديا الجديدة:

- تحليل هيكل الخطاب **discourse structure analysis**: يحتاج الباحث لاستخدام أسلوب في التحليل في الأخذ في الاعتبار مدى ترابط الرسائل الاتصالية المتبادلة، إضافة إلى السمات التي يمكن أن يكشف عنها المحتوى مثل الأسلوب المستخدم في الحوار، الصفات المنسوبة للأفعال والشخصيات، الرموز وأساليب التشبيه أو الاستعارة وغيرها من السمات التي يكشف عنها تحليل الخطاب

يعتمد أسلوب تحليل هيكل الخطاب على الحاسب الآلي والذي يمر بأربعة خطوات تبدأ بتحويل سجل المحادثة إلى شكل من البيانات الخام ثم ترميزها بالإشارة إلى مصدرها، ثم ترميز كل رسالة في سجل المحادثة بالنظر إلى علاقتها بالرسائل الأخرى، ثم تحليل الرسائل المتبادلة (لوناسة و بن لطرش، 2019، صفحة 233)

- تحليل الشبكات الاجتماعية **ARS: analyse des réseaux sociaux** ويعرف بالتحليل البنيوي للشبكات : يختلف الباحثون في النظر إلى تحليل الشبكات الاجتماعية بين المنهج والأداة، حيث يعتبر تحليل الشبكات الاجتماعية من بين أهم المناهج التي تساعد في فهم الظواهر المتعلقة بالشبكات الاجتماعية الافتراضية، ويرجع أصوله إلى علم الاجتماع وبخاصة القياس الاجتماعي (السوسيومتري) ، وقد استفاد هذا المنهج بشكل واضح من نظرية المخططات أو نظرية الرسومات البيانية، وهي نظرية في

الرياضيات تركز على دراسة خصائص المخططات، حيث يتم تمثيل مجموعة كائنات تدعى رؤوس، ترتبط ببعضها بأضلاع و تدعى أحيانا أقواسا، يمكن أن تكون مزودة باتجاه باستخدام الأسهم بدل الأضلاع، أو بدون اتجاه، كما ساهمت الأنثروبولوجيا البنيوية في تطوير هذا المنهج من خلال مفهوم البنية ومن بين النتائج التي يتيحها التحليل الشبك (بلقاسم، 2018)

- تمثيل رسوم أفضل وبالتالي عرض أفضل للخصائص البنيوية للشبكة.
- تأهيل بنية علاقات الشبكة بفضل الرسوم المخصصة لتمثيل العلاقات بين الأفراد.
- الكشف عن أنواع الروابط بين الأفراد، وتحديد طبيعة البناء الشبكي، والتركيز على خصائص الشبكة.

فتحليل الشبكات الاجتماعية ما هو إلا خليط من ثلاثة مجالات : قياس العلاقات الاجتماعية و بخاصة علم النفس الاجتماعي، علم الإنسان، والرياضيات التطبيقية يعتمد التحليل الشبكي على برامج إلكترونية تسمح بتقديم رسومات و بيانات عن بنية الشبكة و مدى تماسك أفرادها ومن بين أهم هذه البرامج :

- برنامج SIMPLY MEASURED: برنامج يخص إحصاء الفيسبوك، تويتر، فاين، انستغرام، يوتيوب، لينكدن وغيرها من الشبكات.
- برنامج Twtrland: أداة تسمح بالحصول على أهم الإحصائيات التي تخص الحسابات على تويتر، فيسبوك، وانستغرام، حيث تعطي التفاصيل حول المتابعين، عدد إعادة التغريدات، كما تمكن هذه الأداة من الاطلاع على إحصائيات حساب أي شخص على الشبكات الاجتماعية.
- برنامج tweetLevel: يسمح البرنامج بالتعرف على مقدار تأثير المستخدم على تويتر، كما تقدم تحليلات حول المحادثات التي تتم عن العلامات التجارية، وعدد ذكر العلامة وغيرها من البيانات.
- برنامج ipoint: تحليل الشبكات الاجتماعية من منظور تحديد الموقع الجغرافي.
- برنامج Nitrogram هذه الأداة المجانية تمكن من الحصول على إحصائيات تخص الانستغرام والتي تسمح بتتبع حسابات الانستغرام.

- برنامج Automap: وتعمل على تحليل المضمون و الشبكات الدلالية reseaux semantiques

- برنامج FollowerWonk: يسمح هذا البرنامج للمستخدم بالحصول على الإحصائيات حول متابعيه وأصدقائه، كما يتميز هذا البرنامج بإعطاء أوصاف الحسابات والمقارنة بين حسابات المستخدمين المختلفة، بشكل عميق وكبير وفقا لمعايير مخصصة مثل عمر الحساب، عدد التغريدات وهكذا.

- كما يوجد برنامج Tropes : يقوم هذا البرنامج بتحليل المحتويات النصية والصورية، من خلال البحث في المعلومات التي تتضمنها وإعطائها بعدا معادلاتيا ثم تصنيفها، تم تطوير هذا البرنامج

من قبل بيار مولات و آني لوندري بالاعتماد على قاعدة البيانات رودولف غيليون، ومن مميزات هذا البرنامج انه يقوم بتحليل النصوص المكتوبة بمختلف صيغها، وكذا الملفات الصوتية والبصرية وإخراجها في شكل رسوم وبيانات حسب طلب الباحث (بطاهر، 2019)

كما أن هناك برامج تدرس الأخبار على الخط **online**، فرقمنة المضامين الإخبارية تتطلب بالضرورة رقمنة الأدوات التحليلية، و قد تم تطوير عدة برمجيات تمكن من تحليل مختلف المواقع الإخبارية على الخط، مثل برنامج (RICC (regular interval content capture، يقوم هذا البرنامج بتقديم التقارير التحليلية للمضمون، و يوفر أيضا خدمة معرفة عدد زيارات الأشخاص لكل صفحة في الموقع و طول المدة التي يقضونها و مختلف تفاعلاتهم (Kautsky & Widholm , 2008, p. 87)

في الواقع يوجد الكثير من البرمجيات والمواقع والمؤسسات التي تعمل على التحليل الإلكتروني للشبكة. ومن بين الأدوات التحليلية أيضا أداة NodeXL وهي أداة تسمح باستقراء البيانات من الشبكات الاجتماعية وإدخالها في برنامج اكسل لتحليلها من منظور الشبكة، وعرضها في شكل جرافيكي مما يساعد في تحديد درجة وطبيعة الاتصال مع أعضاء الشبكة (بخيت، 2014)

4. خاتمة:

إن البحث في الظاهرة الإعلامية والاتصالية يقتضي التزود بعدة منهجية وخلفية نظرية تعود أغلب أصولها إلى العلوم المجاورة كعلم الاجتماع، علم النفس، الاقتصاد، الرياضيات والإحصاء، لذلك عرفت علوم الإعلام والاتصال بالعلوم المتعددة التخصصات، وعلى ذلك تعددت المناهج بتعدد خلفيات الباحثين، حيث قسمت المناهج إلى كمية وكيفية، كما صنفت الدراسات إلى استكشافية، وصفية، سببية وغيرها.

وقد ارتبطت الظواهر الإعلامية -الاتصالية بالتكنولوجيا بدءا من اختراع غوتنبورغ لآلة الطباعة وصولا إلى الجيل الثاني من الويب الذي غير أساليب الفعل الاتصالي والإعلامي. حيث سمح الويب 2.0 للجمهور بأن يصبح قائما بالاتصال المتزامن واللامتزامن في ذات الوقت، متعدد الوسائط، غير محدود، سريع التغير بالإضافة أو الحذف الكلي أو الجزئي مشكلا بذلك صحافة المواطن، فاختلط الإعلام بالاتصال والمرسل بالقائم بالاتصال وصعب الفصل بينها في ظل النصوص الفائقة مشكلة بذلك صعوبات منهجية تحول دون دراسة هذه الظواهر المستحدثة.

لعل من أهمها صعوبة قياس التأثير، صعوبة دراسة المحتوى، الهويات الافتراضية و صعوبات اختيار العينة وغيرها. غير أن هذه الصعوبات لم تمنع الباحثين من دراسة المواضيع المرتبطة بالبيئة الإعلامية الجديدة، وذلك بتكليف المناهج والأدوات القديمة كالمناهج الاثنوجرافي الذي أصبح يعرف بالنتنوجرافي، المسوحات الإلكترونية باستخدام الاستبيان الإلكتروني وغيرها.

كما طورت التكنولوجيا أدوات جديدة تساعد في عملية البحث مثل التحليل الشبكي ARS، ولا زالت البحوث التقنية متواصلة لتطوير أدوات جديدة وخاصة في التحليل الدلالي في الجيل الجديد للويب 3.0، والذي تم استخدامه في فرز البريد غير المرغوب فيه. spams. وعلى هذا يجب تضافر جهود الباحثين من تخصصات مختلفة لدراسة ظاهرة ما، وغالبا ما تكون الدراسات الجادة تابعة لفرق بحث أو مؤسسات بحثية ومخابر، كما يجب تحيين المقررات الدراسية مادة المنهجية وحتى المواد الخاصة بنظريات الاتصال، وإضافة مساقات جديدة خاصة بالإحصاء واستخدام البرمجيات الحديثة.

5. قائمة المراجع:

- أنجريس موريس. (2006). *منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية : تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون.*، الجزائر: دار القصة للنشر.
- بخيت السيد. (2014). *الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي: قراءة تحليلية.*، تم الاسترداد من <https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/Documents/%D8%A7.%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%AF%20%D8%A8%D8%AE%D9%8A%D8%AA.pdf>
- باهر هشام. (2019). *أكسيولوجية البرامج الإلكترونية في تحديث منهجية علوم الإعلام والاتصال دراسة حالة لبرنامج TROPES 8.4. مجلة الباحث الإعلامي(42).*
- بلقاسم حبيب. (2018). *تحليل الشبكات الاجتماعية: المنهج المهمش في البحوث العربية. مجلة علوم الإعلام والاتصال(02).*
- بومعزة السعيد ، و هالة دغمان. (2017). *دراسات الوسائط الاتصالية الجديدة-قراءة في الأطر النظرية والمنهجية. المجلة الجزائرية للاتصال، 16 (26).*
- تمار يوسف. (2017). *مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية والاتصالية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجزائرية.*
- حسين سعد. (2011). *البراديفغات المسيطرة في علوم الإعلام والاتصال وإشكالياتها /المعرفية، 2011. تاريخ الاسترداد 25 03، 2021، من https://archive.org/download/oussamasba_yahoo_4/_4.pdf*
- عزي عبد الرحمن. (2010). *دعوة إلى فهم علم الاجتماع الإعلامي. تونس: الدار المتوسطة للنشر.*

- عزي عبد الرحمن. (2013). *منهجية الحتمية القيمية في الإعلام*. تونس: الدار المتوسطة للنشر.
- لوناسة سوسن ، و بن لطرش ليلي. (2019). *الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث الإعلام الجديد قراءة تحليلية*. مجلة المعيار، 23(47).
- مصباح عامر. (2010). *منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

- Alves, D. (2014). Introduction:digital methods and tools for historical research. *International Journal of Humanities and Arts Computing*, 08(01).
- Costello, L., & and others. (2017). Netnography , Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 16.
- De Bonville, J. (2006). *l'analyse de contenu des médias de la problématique au traitement statistique*. Bruxelles: Boeck Université.
- Heinonen, K., & Medberg, G. (2018). Netnography as a tool for understanding customers implications for service research and practice. *Journal of Services Marketing*, 36(06).
- Kautsky , R., & Widholm , A. (2008). (2008), online methodology :Analysing news flows of online journalism, *communication and culture*, 05(02).