

الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث الإعلام الجديد قراءة تحليلية

Theoretical and Methodological Problems of New Media Research

Analytical review

سوسن لواناسة¹

طالبة دكتوراه جامعة قسنطينة 03

sawsenlounansa@yahoo.fr

أ.د ليلي بن لطرش

جامعة قسنطينة 03

benlatrecheleila@yahoo.fr

مخبر علم اجتماع الاتصال ، جامعة قسنطينة 03

تاريخ الوصول: 2018/12/12 / القبول: 2019/05/27 / النشر على الخط: 2019/06/15

Received: 12/12/2018 / Accepted: 27/05/2019 / Published online: 15/06/2019

ملخص

لقد فرض الإعلام الجديد منذ نشأته العديد من التحديات على الباحثين في هذا المجال بدءا بغموض ماهيته بالضبط وعدم الاتفاق على العديد من المفاهيم التي تندرج ضمنه، مروراً بصعوبة اختيار وتحديد موضوعاته، ووصولاً إلى كيفية معالجة هذه المواضيع نظرياً ومنهجياً، لذا فإن هذه الدراسة تهدف إلى الكشف عن أهم الإشكاليات المنهجية والنظرية التي تواجه باحثي الإعلام الجديد وتحليل أسبابها ومحاولة تقديم أنجع الطرق والحلول لتلافي هذه الإشكاليات أو على الأقل التقليل من حدتها في ظل قصور الإنتاج الفكري التنظيري على مواكبة التطورات التي فرضتها التقنية في مجال الإعلام الجديد وامتداد هذا القصور إلى العجز في استخدام ما توفر من عدة نظرية ومنهجية بالطريقة الصحيحة التي تسمح بالحصول على بحوث علمية أكثر دقة وموثوقية خصوصاً على المستوى العربي

الكلمات المفتاحية: الاعلام الجديد، الاشكاليات النظرية والمنهجية

Abstract

Since the emergence of new media, research in this field has posed many challenges for researchers and academics, starting with the difficulty of characterizing them and identifying their nature, the lack of consensus on the definition of a large number of concepts, a difficulty in formulating themes in this field and that of their theoretical and methodological treatment. This study aims to reveal the methodological and theoretical problems, most often encountered by researchers on new media; the objective is therefore

¹ - المؤلف المرسل: سوسن لواناسة، الإيميل: sawsenlounansa@yahoo.fr

to analyze the causes and to reflect on ways to reduce these methodological problems in the study of new media.

Keywords: new media, methodological and theoretical problems.

تمهيد:

إن الاهتمام بدراسة مختلف المواضيع المتعلقة بالإعلام الجديد قد بدأ منذ عدة سنوات، آخذاً حيزاً كبيراً من اهتمام الباحثين والمتخصصين لسير أغوار هذه الظاهرة الجديدة التي احتلت مكانة مهمة في الواقع الاجتماعي الذي نعيشه، فقد اعترف التقرير الذي أصدره خبراء بالمعهد الأمريكي للسلام عام 2010 بأن وسائل الميديا الجديدة لها تأثيرات واضحة على الحياة الاجتماعية والسياسية للمجتمعات المعاصرة¹ هذا ما أوجد إقبالا عالميا على دراسة هذا الموضوع وتبعاته على الفرد والمجتمع، وخلق بذلك تحدياً بحثياً مهماً بالنسبة للمشتغلين في مختلف حقول العلوم الاجتماعية والإنسانية لفهم الظاهرة والتنظير لها.

إلا أنه ومنذ نشأته في العقد الأخير من القرن العشرين فرض العديد من التحديات فرضاً على الدارسين والباحثين في هذا المجال على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي أصبحت تعمل في بيئة مستقرة من عدة نواحي، ساعدها في ذلك عمق التجربة ورسوخها عبر عقود من الزمن وهو ما لم يتوافر بعد للإعلام الجديد الذي يتسم بالحدثة والتغير المستمر²، فقد عانى الكثير من المتاعب ولا يزال بدءاً بغموض ماهيته بالضبط وعدم الاتفاق على العديد من المفاهيم التي تندرج ضمنه مروراً بصعوبة اختيار وتحديد موضوعاته بالضبط، ووصولاً إلى كيفية معالجة هذه المواضيع نظرياً ومنهجياً، خصوصاً وأن علوم الإعلام والاتصال من المجالات التي عجزت فيها النظرية عن اللحاق بالتقنية بسبب التطورات السريعة التي شهدتها المجال بظهور التكنولوجيات الحديثة للاتصال والمتمثلة أساساً في شبكة الانترنت.

وتنطلق الدراسة من حقيقة أن الباحثين في مجال الإعلام الجديد يعانون من عدة تحديات بحثية تفرض وجوب رصدها ومناقشتها حتى يمكن التفكير في أنسب الطرق الممكنة للتعامل معها.

لذا فإن هذه الدراسة تهدف إلى الكشف عن أهم الإشكاليات المنهجية والنظرية التي تواجه باحثي الإعلام الجديد وتحليل أسبابها ومحاولة تقديم أنجع الطرق والحلول لتلافي هذه الإشكاليات أو على الأقل التقليل من حدتها في ظل قصور الإنتاج الفكري التنظيري على مواكبة التطورات التي فرضتها التقنية في مجال الإعلام الجديد وامتداد هذا القصور إلى العجز في استخدام ما توفر من عدة نظرية ومنهجية بالطريقة الصحيحة التي تسمح بالحصول على بحوث علمية أكثر دقة وموثوقية خصوصاً على المستوى العربي.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة سنحاول الإجابة على تساؤلاتها المتمثلة في:

1 - ما هي أبرز الإشكاليات النظرية والمنهجية التي تواجه بحوث الإعلام الجديد؟

(¹) Sean Aday, "Advancing New Media Research", special report of the United States Institute of peace, Washington, 2010, p02

(²) شريف درويش اللبان، "الضوابط الأخلاقية والمهنية والقانونية للإعلام الجديد"، رؤية استراتيجية، 2014، ص 96

2 - ما هي أهم البدائل والمقترحات الممكنة للتعامل مع هذه الإشكاليات؟
وللإجابة عن هذه التساؤلات اعتمدت الدراسة على:

- عينة قصدية من البحوث التي تناولت بالتحليل مجموعة من الدراسات والبحوث العلمية العربية والأجنبية - سواء كانت رسائل ماجستير أو دكتوراه أو أوراق علمية منشورة في مجالات علمية محكمة أو مقدمة في إطار فعاليات مؤتمرات وملتقيات وهذا في مجال الإعلام الجديد- وهذا لنحاول حصر أهم ما خرجت به كل هذه الدراسات من نتائج خاصة تلك المتعلقة بالإشكاليات البحثية التي تعاني منها دراسات الإعلام الجديد.

وانطلاقاً من كون الدراسة دراسة تحليلية تبحث في التراث النظري الموجود وتحديدًا في نتائج البحوث-السابقة الذكر- فان انسب أداة تمكنا من رصد أهم الإشكاليات البحثية والرؤى المقترحة بنوع من التفصيل والإلمام هي أداة التحليل من المستوى الثاني Secondary Analysis والتي تنصب على تحليل النتائج التي تم التوصل إليها من خلال مجموعة من الدراسات بغرض الإجابة عن تساؤلات البحث، وأطلق جلاس Glass على هذه الأداة مسمى التحليل الثانوي Secondary Analysis أو إعادة التحليل Re-analysis والتي تعتبر أداة لتحليل التراث العلمي تحليلاً كفيلاً¹ وفيما يلي عرض لأهم ملامح الإشكاليات التي خلصنا إليها من القراءة التحليلية متبوعة بأهم المقترحات والحلول لتلافي هذه الإشكاليات البحثية:

1. أبرز الإشكاليات التي تواجه بحوث الإعلام الجديد:

1.1. إشكاليات خاصة بطبيعة الموضوعات المختارة:

1.1.1. إشكاليات خاصة بدراسة جمهور تطبيقات الإعلام الجديد:

- اختيار عينة الدراسة: اعتمدت البحوث الميدانية اعتماداً كبيراً على أسلوب العينات نظراً لاتساع رقعة المساحة التي يشغلها الجمهور مع تقدم تكنولوجيا الاتصال ويحتاج اختيار العينة إلى إطار يتضمن كل مفردات مجتمع الدراسة، تسمح بتوفير إطار يزود الباحثين ببيانات دقيقة عن خصائص أفراد المجتمع²، إلا أنه من الصعب جداً بل ومن المستحيل حصر وتحديد حجم مجتمع البحث الذي يسمح بإتمام إجراءات المعاينة لتحديد العينة بما يتلاءم وتمثيلها لمجتمع البحث، لذا لا يمكن الاعتماد على العينات الاحتمالية في دراسة جمهور الإعلام الجديد لما يترتب عنه من عدم إمكانية تعميم النتائج، فليجأ الباحثون إلى اختيار عينات قصدية واختيارية، ويهدفون من خلالها إلى تعميم نتائج بحثهم وهذه العينات في الأصل تمثل تحيزاً للباحث وتعكس انحرافه عن القواعد المعمول بها في البحث العلمي.

(¹) Melissa P. Johnston, "Secondary Data Analysis: A Method of which the Time Has Come, Qualitative and Quantitative Methods in Libraries" (QQML) 3, 2014, p620

(²) عزة عبد العزيز عبد الله عثمان، "الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني"، دراسة من منظور تحليلي نقدي، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود (الرياض)، 16 - 15 أبريل 2012، ص 04

- الإشكاليات المتعلقة بمصادقية البيانات والمعلومات المستخرجة من مختلف تطبيقات الإعلام الجديد فما يعرض من بيانات ديمغرافية وآراء وأفكار لا يعبر بالضرورة عن معلومات صادقة، مع أن هذه الإشكالية تمثل تحدياً بحثياً لدراسات الجمهور بصفة عامة إلا أن الأمر أكثر تعقيداً في مجال الإعلام الجديد الذي يصعب معه التأكد من صدق البيانات.

ولعل هذا ما أشارت إليه ميريام ميتزغر Myriam Metzger حين قالت أن المضامين التي يتم تناقلها عبر مختلف الوسائط الجديدة تمثل بالنسبة للباحثين هاجساً كبيراً بالنظر لارتباطها بأحد الأسس العلمية الرصينة، وهو المصادقية والموثوقية العلمية، وهما برأيها شرطين أساسيين لازمين ولا غنى عنهما لإنجاز بحوث سليمة ومقبولة منهجياً¹.

- إشكاليات أخلاقية تتعلق بمدى سرية البيانات المنشورة وخصوصيتها ومدى وجوبية إعلام المبحوث بأن ما ينشره من محتوى سوف يستخدم لأغراض البحث العلمي، وهي واحدة من المسائل الخلافية².

2.1.1. إشكاليات خاصة بدراسة محتوى الإعلام الجديد:

- الاختلاف الكبير بين طبيعة وتكوين محتوى تطبيقات الإعلام الجديد ومحتوى وسائل الإعلام التقليدية الذي اعتاد الباحثون دراسته بأدوات تحليل المحتوى المعروفة، إذ تتنوع فيه الوسائط المعلوماتية واللغات المستخدمة، والرموز التعبيرية، ومصادر تشكيل هذا المحتوى، والتفاعلات المتضمنة فيه، فضلاً عن كونه في حالة ديناميكية مستمرة فهو يخضع للتطوير والتغيير عن طريق الإضافة، الحذف أو التعديل، هذا ما يشكل عائقاً كبيراً أمام دارسي هذا المحتوى في حصره وتحديد حجم مجتمع البحث وبالتالي انعكس على تحديد العينة وفي إتباع إجراءات المعاينة إذ لا يمكن اختيار عينات عشوائية وبالتالي لا يمكن تعميم النتائج.

- إشكالية وجود بيانات يمكن أن تكون ذات دلالات غير دقيقة لبعض جوانب استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي. على سبيل المثال، لا يعكس عدد مرات المشاهدة التي يقدمها موقع اليوتيوب Youtube معلومة دقيقة عن كثافة مشاهدة مقاطع الفيديو المنشورة عليه، وبالمثل فإن عدد المعجبين بصفحة ما على موقع الفاييسبوك Facebook لا يعني بالضرورة أنهم يترددون بنشاط على هذه الصفحة ويتابعونها باستمرار ويتفاعلون عليها، خاصة بعد أن ظهرت جوانب تجارية وترويجية تتيح إمكانية شراء أعداد المتابعين للحسابات الإلكترونية على تلك المواقع³.

2.1.2. إشكاليات خاصة بطريقة معالجة/دراسة موضوعات الإعلام الجديد:

(¹) نورالدين هميسي، "الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة-قراءات نقدية-"، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر: الفرص والتحديات" كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالتعاون مع مخبر التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، جامعة محمد خيضر -بسكرة- 25-26 نوفمبر 2014، ص13.

(²) مها عبد المجيد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الاعلام الاجتماعي -رؤية تحليلية-، ورقة بحثية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي.. التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، كلية الاعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 10-11 مارس 2015، ص07.

(³) مها عبد المجيد، المرجع نفسه، ص06

1.2.1. على مستوى الأطر النظرية:

- إن أهم الإشكاليات النظرية التي تواجه الباحثين العرب في مجال الإعلام والاتصال عموماً والإعلام الجديد خصوصاً هي سوء فهم ماهية النظرية بالضبط ومكانتها ودورها في البحث العلمي، فقد أكدت نتائج البحوث -عينة الدراسة- عدم اعتماد العديد من الباحثين على أي نظرية في بحوثهم، في حين الذي اعتمدوا على نظرية ما قد اكتفوا بالنظريات الخاصة بالبيئة الإعلامية التقليدية ولم يحاولوا استخدام نظريات مستحدثة أو مطورة تلائم أكثر خصوصية الإعلام الجديد، فحتى النظريات الكلاسيكية المعتمدة لم توظف بالشكل الصحيح الذي قد ينعكس على نتائج البحث، وبالتالي فالقول أن العجز في النظرية لأنها غريبة لا تلائم والمجتمعات العربية فيه الكثير من المغالطة، وهذا ما ذهب إليه العياضي في دراسته حيث قال إن الكثير من دارسي العلوم الاجتماعية والإنسانية ومدرسيها في المنطقة العربية تبنا، مع الأسف، فكرة التبعية للنظريات الغربية في مجال البحث في العلوم الاجتماعية في المنطقة العربي، من دون فحص وتحليل وأعلنوا قصورها في فهم الظاهرة الاجتماعية والإعلامية على المستوى العربي¹.

- تواجه الباحثين إشكالية كبرى تتعلق بمدى ملاءمة النظريات والمداخل النظرية والنماذج العلمية التي ظهرت في ظل وسائل الإعلام التقليدية والمستقاة أساساً من علوم اجتماعية أخرى والتي تم استخدامها لدراسة عناصر العملية الاتصالية في بيئة الإعلام الجديد، فواقع الأمر يشير إلى أن كثيراً من مسلمات النماذج والنظريات الاتصالية القديمة تتعرض لتآكل شديد بالتزامن مع طغيان نموذج الإعلام الجديد وتآكل النموذج الخطي القديم للإعلام الذي يسير في اتجاه واحد، إذ يحتاج هذا الاستخدام إلى إعادة نظر.

- أوضحت نتائج الدراسات -عينة البحث- هيمنة المنظور الوظيفي ممثلاً في اعتماد أغلب الدراسات على مدخل الاستخدامات والاشباع في سياقه التقليدي وتحولت هذه النظرية إلى أداة سحرية جاهزة لتفسير الظاهرة الإعلامية الجديدة، وهنا تطرح مسألة جدواها المعرفية ومصادقيتها العلمية، فالمنظور الوظيفي يؤمن أن الوظيفة تسمو على المعاني بل تنفي وجودها أصلاً من خلال تأكيد أن وسائل الإعلام الجديد وجدت لتحقيق مجموعة من الوظائف وإن تعثرت فهي تعاني من خلل وظيفي وإن كفت عن القيام بوظائفها زالت واختفت، فهل يمكن القول دون أن نجانب الخطأ أن موقع الفيسبوك Facebook مثلاً يقوم بالأدوار ذاتها في كل المجتمعات العربية، وإذا افترضنا ذلك فما هو سبب استخدام موقع التويتر Twitter في السعودية أكثر من باقي الدول؟²

- إن الأطروحات النظرية التي قدمت لفهم طبيعة الإعلام الجديد 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 الإعلام الجديد من منظور تكنولوجي معتبرة التكنولوجيا وتطبيقاتها بُعداً أساسياً ومؤسساً لخصوصية الإعلام الجديد، يعكس هذا المنظور للإعلام الجديد تمثلاً حتمياً

(¹) نصر الدين العياضي، "البحث في المنطقة العربية وغياب الافق النظري"، مجلة المستقبل العربي، العدد 450، 2016، ص 10.

(²) نصر الدين العياضي، "وسائط جديدة وإشكاليات قديمة - التفكير في أدوات التفكير في مواقع البث الاجتماعي في المنطقة العربية-"،

الباحث الاعلامي، العدد 22، 2013، ص 44

(Determinist) يعظّم عاملاً بعينه (التكنولوجيا) على حساب عوامل عديدة أخرى تساهم في تشكيل الظاهرة الإعلامية والاتصالية بشكل عام بما أنها ظاهرة مركّبة¹ (complex)

وهذا ما أشارت إليه اجتهادات بحثية أبرزها إسهامات الباحثان فرناندو وجيفري Fernando Bermejo و Jeffrey Bardzel (2009/2008) في هذا الصدد، وضع باردزال Bardzel الإرهاسات الأولية لرؤية نظيرية في مجال الإعلام الجديد New Media Theory Primer، مشيراً إلى ضرورة اختبار تلك النظريات لوظائف أدوات الإعلام التقني في سياقها الثقافي، وقد اتفق بارميجو Bermejo مع باردزال Bardzel، موضحاً أن التفكير بصورة تكنولوجيا كعملية تتم بصورة مطلقة، بعيداً عن السياق التاريخي والسياسي والاقتصادي والثقافي والديني، يعني عدم فهم إمكانيات وحدود التكنولوجيا الجديدة.

كما يلفت الباحثان الانتباه إلى بينية مجال الإعلام الجديد، وتشابكه مع مجالات معرفية متعددة كالاتصال، والفنون الرفيعة، وعلوم الحاسب الآلي، والإنسانيات، والعلوم الاجتماعية والمعلوماتية، مما يعني ضرورة ارتباط دراسات الإعلام الجديد ونظرياته بالجوانب التقنية والثقافية التي لا تنفصل عنه².

1.2.2.2. على مستوى المناهج والأدوات البحثية:

تنعكس الإشكاليات المتعلقة بالجوانب النظرية في بحوث الإعلام الجديد بالضرورة على الجوانب المنهجية والإجرائية وهذا جلي في عدة نواحي أهمها:

- اعتماد الكثير من الباحثين على المنهج المسحي إذ يعتبر الأشهر والأكثر انتشاراً في بحوث الإعلام الجديد، ويعتبر كل من " دارسي غرانيلو Darcy Granello " و "جوي ويتون Joe Wheaton " بأن المسوح عبر الإنترنت توفر للباحثين الكثير من المزايا التي تجعل منها أسلوباً مغرياً جداً لجمع البيانات، وأهم هذه الميزات اختصار الزمن، التكلفة المنخفضة، سهولة تحصيل البيانات، المرونة والمراقبة الجيدة، ميزة التكنولوجيا في تصنيف 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 والفيزيائية³
- الاعتماد على الاستبيان وتحليل المحتوى في شكله التقليدي ولعل أهم ما يواجهه الباحث في تطبيق هذه الأدوات ما يلي:

(¹) الأميرة سماح فرج عبد الفتاح، "الإعلام الجديد رؤية من واقع السلوكيات الاتصالية لشباب جماعة الإخوان المسلمين قبل وفي أعقاب ثورة الخامس والعشرين من يناير"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 28.

(²) ثريا أحمد البدوي، "المعالجة النظرية والمنهجية لمشاركة المستخدم في المجال العام الرقمي- رؤية تحليلية نقدية للاتجاهات العلمية الحديثة-"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مارس 2015، ص 08.

(³) نورالدين هميسي، مرجع سبق ذكره، ص 13

- إشكالية جمع البيانات في البيئة الرقمية الجديدة بسبب صعوبة التعامل مع الكم الهائل من البيانات وتدفقها عبر وسائل الاعلام الجديد من جهة ومن جهة اخرى الخوف من الاتهام بانتهاك خصوصية المبحوثين وانتهاك اخلاقيات البحث العلمي من خلال الاطلاع على صفحات او مواد لمستخدمين قد لا يدركون او لا يوافقون على توظيفها كمادة بحثية¹

- 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 استبيان²، إذ يرى كل من بول سيرمون Paul Sermon وشارلوت غولد Charlotte Gold أن ما يحدث في عبر مختلف الوسائط الاعلامية 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 الذي قد يلجؤون لانتحال هويات افتراضية (des avatars)، وهو الأمر الذي يجعل من الصعب التأكد من هوية هؤلاء الأفراد³.

- إشكالية ثبات الرمزين في حالة تحليل مضمون الأنترنت: صعوبة استخدام تحليل المحتوى بطريقته التقليدية في تحليل نصوص ورسائل وسائل الاعلام الجديد، اذ يصعب تقسيم هذه الرسائل الى فئات قابلة للعد والقياس او الى فئات ثابتة جامعة مانعة، والتي تتشكل وفق بروتوكول الاتصال عبر وسائل التواصل الرقمية وليس وفق شكل ثابت ومحدد، فهي رسائل غير ثابتة ومتغيرة ولا حدود نهائية لها يمكن الوقوف عندها وتحليلها⁴

ونتيجة تغيير مضمون المواقع، حاول الباحثون التغلب على ذلك بواسطة قيام جميع الرمزين بالتحليل في الوقت نفسه أو القيام بتنزيل المواقع من على الأنترنت في حالة إمكانية تحقيق ذلك، الا انه هناك بعض المواقع التي لا يمكن تنزيلها ولا تخزينها، حيث توجد بعض المحاذير القانونية أحيانا والفنية في أحيان أخرى إضافة إلى إشكالية تحديد وحدات التحليل فوحدات التحليل الخاصة بالأنترنت لا يمكن حصرها في فئتي ماذا قيل؟ ، وكيف قيل؟ ولكن يجب طرح رؤى بديلة حول لماذا قيل؟ وبأي طريقة يقدم⁵؟

2. الرؤى المقترحة للتعامل مع هذه الإشكاليات:

(1) سيد بخيت، "الاشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي: قراءة تحليلية"، ص15 متاح على الرابط:

<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> تم

تصفحه يوم 10-11-2018

(2) عزة عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص05.

(3) نور الدين هميسي، مرجع سبق ذكره، ص12.

(4) سيد بخيت، المرجع نفسه، ص 15.

(5) حلمي محمود محمد أحمد محسب، "التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الانترنت: بالتطبيق على عينة من المجالات المصرية والأمريكية"، كلية الآداب بقنا، قسم الإعلام، مصر، 2007، ص39.

بعد عرض ومناقشة أهم الإشكاليات المختلفة التي رصدتها هذه الدراسة والتي تواجه بحوث الإعلام الجديد، نعرض فيما يلي الرؤى والبدائل العلمية الممكنة للتعامل مع هذه الإشكاليات بمستوياتها المختلفة، ويقوم عرض هذه الرؤى وفق ما تم تناوله من إشكاليات

1.2. على مستوى الأطر النظرية:

1.1.2. النظريات والمداخل التي طورها الإعلام الجديد:

- **نظرية التجربة الأمثل:** هي نظرية مقتبسة من علم النفس لصاحبها كسكسز نتمهالي Csikszentmihalyi، وتصلح هذه النظرية لقياس استمتاع الأفراد بقضاء الوقت على الانترنت، إذ تركز على جوانب مثل استغراق الفرد في المهام التي يود إنجازها وفقدانه الإحساس بالوقت والذات وتشير إلى أن هناك تفاعل إيجابي بين التمكن من استخدام الانترنت والشعور بالاستمتاع، وتقترب هذه النظرية من نظرية الاستخدامات والإشباع، بيد أنها تختلف عنها في أنها تتطلب قدراً من الخبرة أثناء التحول عبر الانترنت، حددها هوفمان ونوفك (Hoffman and Novak 1996) في أربعة شروط مستوى عالي من المهارة والتحكم، مستوى عالي من التحدي والفضول، تركيز الانتباه، التفاعلية والحضور¹.

- **نظرية الشأن العام:** ظهرت بذور هذه النظرية علي يد عالم الاجتماع هابرماس Habermas في كتابه التحول البنيوي في الشأن العام سنة 1962، ليرصد وضع الرأي العام وممارسته إزاء حكومات غرب أوروبا، وعرف هابرماس الشأن العام؛ بأنه المجتمع التخيلي أو الافتراضي، الذي ليس من الضروري أن يكون موجوداً بصورة رسمية، وينشأ الشأن العام من خلال مجموعة خاصة من الناس تتجمع لتناقش الشؤون العامة، بهدف تحديد احتياجات المجتمع من خلال عمل جمعيات أو التفاوض فيما بينهم ومن ثم تكون مجموعة الشأن العام آراء واتجاهات تكون بمثابة مرشد لشؤون الدولة، وتعد جماعة الشأن العام بمثابة وسيط بين المجتمع والدولة. وعلى هذا النحو يمكن الاستفادة من هذه النظرية في دراسات الانترنت التي تتصل بالمنتديات وغرف الدردشة، والبولوج بوصفها ساحات للحوار الحر والنقاش يطرح من خلالها موضوعات متصلة بالمجتمع والسلطة السياسية².

- **نظرية تقليل الشك uncertainty reduction theory:** ترى هذه النظرية أن الأشخاص يبحثون عن معلومات إضافية ليقبلوا من عدم تيقنهم من المعلومات السابقة، قدم الفرض المبدئي لهذه النظرية كل من برجر كالبرس Berger and Calabrese عام 1975، حيث رأوا أن الأفراد يبحثون عن المعلومات لتقليل الشك أو القلق عندهم، ويمكن الاعتماد على هذه النظرية في الدراسات القائمة على التشكيك في مصداقية الوسائل التقليدية مقابل مصداقية الانترنت، فالانترنت تقدم العديد من الوسائل الاتصالية (مواقع صحف ومجلات وإذاعات ووكالات)، كما تقدم المواقع العامة، والإحصائيات التي يعتمد عليها في زيادة معلومات الأفراد حول المسائل الخلافية، من ثم تفيد هذه النظرية في دراسة الانترنت كبيئة بديلة لوسائل الإعلام التقليدية.

(¹) حلمي محمود، مرجع سبق ذكره، ص23.

(²) الاميرة سماح، مرجع سبق ذكره، ص24.

- النموذج المهيمن **Hybrid Model** : عبر جورج جلدن George Gilder في نموذجه عن التزاوج بين الكمبيوتر والصحافة، فرأى أن الكمبيوتر متمم فعال للصحافة في أداء دورها، فهو يدعم صناعة الأخبار، حتى تتمكن الصحيفة من تسليم منتجها في وقت يسير، كما ساعد الكمبيوتر في زيادة المعلومات المتاحة للصحيفة، وفتح الطريق أمام الأخبار لإظهارها بالصوت والصورة على الإنترنت، فعن طريق هذا النموذج تم التزاوج بين الثقافة المطبوعة والثقافة الرقمية؛ مما عدل من شكل الأخبار وحسن من جودتها، ويصلح هذا النموذج في الدراسات المتعلقة بتصميم مواقع الإنترنت، حيث يتم الاستعانة بالوسائط المتعددة، والنص الفائق، والوسائط الفائقة في بناء صفحات الإنترنت بوصفها أدوات تمثل النموذج الديناميكي بالإضافة إلى الصور والنصوص الثابتة لتمثل النموذج الإحصائي حتى يتحقق التكامل الشكلي في صفحة الإنترنت¹.

-بناء الأجندة الإلكترونية **Online Agenda-Building** : وهو مدخل نظري تم تطويره في إطار دراسات وضع الأجندة، وهي الدراسات التي توضح دور وسائل الإعلام في إبراز القضايا التي تهم الجمهور.

ويقوم مدخل بناء الأجندة على افتراض أساسي مفاده أن هناك عدة قوى ومستويات تُشكل أجندة وسائل الإعلام؛ منها المستوى الفردي والروتي، والمستوى التنظيمي، والمستوى الأيديولوجي ومستوى ما وراء وسائل الإعلام، وهي المقاربات التي طرحها كل من شو ميكر وريس Shoemaker and Reese، 1996 وفي إطار هذا المقاربة يمكن دراسة الجمهور باعتباره أحد القوى الخارجية أو ما يمكن أن يسمى بما وراء قوى وسائل الإعلام extra-media forces والتي تتمثل في الحكومة، ومؤسسات العلاقات العامة، والمصادر الإخبارية ذات النفوذ وجماعات المصالح ووسائل الإعلام الأخرى، ويركز هذا المدخل على عملية وضع الأجندة ومدى قدرة الجمهور على التأثير في بناء الأجندة في ظل الاستخدام المتزايد والمكثف لوسائل الإعلام الجديد الجديدة.

وبينما يتم اعتبار الجمهور أحد مصادر القوى المشككة لبناء أجندة وسائل الإعلام الإلكترونية فإنه نادراً ما كان يتم اعتباره مصادراً للتأثير الخارجي على أجندة وسائل الإعلام التقليدي؛ حيث يتواصل الصحفيون مع جمهور لا يرونه أو يسمعون، ويتم الحوار بينهم في اتجاه واحد، وفي إطار سياق عمل يتأثر بشكل كبير بمصادر الأخبار، وبالمختصين، وبالعلاقات العامة، وبالصحفيين الآخرين أكثر من تأثره بالجمهور، وبالمثل أظهرت دراسات أن الصحفيين العاملين في البيئة الإلكترونية أكثر إدراكاً ومعرفة باهتمامات الجمهور عن الصحفيين العاملين في البيئة التقليدية، نظراً لتواصلهم وتفاعلهم المستمر مع الجمهور².

2.1.2. النظريات والمداخل التي استحدثها الإعلام الجديد:

أشار حسني نصر في دراسته* أن النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون في الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الجديد هي نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام mediamorphosis theory التي طورها روجر فيدلر Roger Fidler ونشرها في العام 1997. لشرح العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة وبين وسائل الإعلام التقليدية. ورغم أن البحث حول هذه النظرية ما زال محدوداً إلا أننا يمكن في ضوء التوجهات البحثية أن نبور المنطلقات والأفكار الرئيسية لهذه النظرية وتفترض هذه النظرية التي

(¹) حلمي محمود محسب، مرجع سبق ذكره، ص 24-27.

(²) الاميرة سماح، مرجع سبق ذكره، ص 23

يطلق عليها البعض نظرية "التحول الرقمي"، أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، إذ تعمل كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة لأي نظام حيوي، ويرتبط تطورها ويعتمد على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها¹.

وقدم فيدلر Fidler خمسة مبادئ لهذه النظرية في كتابه الصادر عام 1997 التشكل العضوي: فهم وسائل الاعلام الجديدة **Mediamorphosis: Understanding The new media** وهي: **التطور والتعايش** وتشير الى ان جميع اشكال وسائل الاعلام ستتعايش وتتكيف مع بعضها البعض، التحول اي ان وسائل الاعلام الجديد لم تأت من فراغ بل نتيجة تحولات وتطورات مست الوسائل القديمة، **التوغل والانتشار** تشير الى ان السمات الجديدة لوسائل الاعلام تنتشر وتهيمن على الموجودة قبلها، **البقاء** يشير الى انه على وسائل الاعلام القديمة، **التأقلم والتكيف** مع التطورات الحاصلة لضمان بقائها، **الملاءمة والحاجة** بمعنى انه لا يتم الاعتماد على الوسائل التكنولوجية الجديد بسبب مزاياها التكنولوجية فقط وانما لأسباب اجتماعية واقتصادية وسياسية وغيرها²

كما أشار باحثون آخرون إلى عدة نظريات تحسب على الإعلام الجديد مثل:

- **نظرية الشبكة: Network Theory and the Growth of the Web** ترجع جذور هذه النظرية إلى عالم الرياضيات السويسري ليونارد ايلر Leonhard Euler إذ قدم دراسة عن الرسوم البيانية، والشبكات، وذلك عند دراسته لمشكلة تتعلق بالجلوس والكتل الأرضية، بينما يرجع أصلها الحالي إلى كل من بريزي وريكا Barabasi and Reka عام 1999، وترى هذه النظرية أن كل صفحة من صفحات الويب لها عدد من الروابط تربطها بصفحات أخرى، قد تكون هذه الروابط كثرة أو قليلة؛ أي أن الصفحة الواحدة يمكن أن ترتبط بصفحة واحدة، أو يمكن أن ترتبط بعشرات الصفحات، من ثم تهتم هذه النظرية بعدد الروابط الموجودة في الصفحة، وطرحت هذه النظرية صيغ توضح العلاقة بين الموضوعات وعدد الروابط، وعلى هذا الأساس تفيد هذه النظرية في تحديد الروابط المناسبة لكل فن من الفنون الصحفية، فيمكن من خلالها تحديد عدد الروابط في الأخبار المحلية والدولية، وعدد الروابط في المقالات والأحاديث والتحقيقات والموضوعات القصيرة وغيرها، وهذا ما أشار إليه ليونارد في البداية حين تكلم عن الرسوم البيانية والتي تنطبق على الشبكة العنكبوتية³.

- **نظرية الفضاء الديمقراطي Cyber Democratic theory**: وهي إحدى النظريات الحديثة في مجال الاتصال السياسي التي تتماشى مع الانترنت بوصفها بديل لوسائل الإعلام التقليدية في تقديم ديمقراطية تحليلية، وقد أطلق على هذه النظرية الفضاء الديمقراطي، وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام الإلكترونية من خلال استخدامها للأدوات التفاعلية مثل:

(¹) حسني محمد نصر، "اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديد دراسة تحليلية للنتاج العلمي منشور في دوريات محكمة" دراسة مقدمة في إطار مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي.. التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 10-11 مارس 2015، ص 31

(²) Fidler Roger, "Mediamorphosis: Understanding the New Media", Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, 1997, p29

(³) Mark Tremayne, "Applying Network Theory to the Use of External Links on News Web Sites", University of Texas at Austin, August 2004, p p 2,3

المنتديات، والوبلوج وحجر الثروة تقوم بعمل ديمقراطية تخيلية للقارئ، يستطيع أن يعبر فيها عن آرائه بحرية كاملة، ويستطيع أن يقول من خلالها ما لا يستطيع قوله من خلال وسائل الإعلام التقليدية، فالانترنت 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 التخييلية عوضاً 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 المخطورة¹

-نظرية التلاقي أو الدمج Convergence theory: تعتبر هذه النظرية من بين أهم الأطر المستحدثة التي تسعى لتقديم فهم كامل ومخطط لظاهرة الإعلام الجديد، وهي عبارة عن خلاصة لأهم إسهامات هنري جينكتر Henry Jenkter وجون بافليك John Pavlick وفريدريك كيتلر Frederick Cutler الذين يعدون حالياً من أبرز منظري هذه الظاهرة، ويدور محتوى النظرية حول جملة من الافتراضات الرئيسية أهمها أن هناك تغييرات جسيمة تحدثها تكنولوجيا الإعلام الجديدة على طبيعة التواصل البشري من حيث طرق التواصل وكافة أوجه الحياة، ويقدم جينكتر Jenkter المفاهيم الرئيسة للنظرية وهي ثلاث: التلاقي أو الدمج convergence والذكاء الجماعي collective intelligence والمشاركة participatory culture والمقصود بالتلاقي بحسبه هو التدفق المتداخل لمختلف أنواع المحتويات التي تقدمها مختلف تطبيقات الإعلام الجديد: النصوص، الفيديوها، الصور... وكذا مختلف أنشطة الجماهير التي أصبحت لها القدرة على إنتاج وانتقاء المحتويات، ويصف جينكتر Jenkter هذا التداخل بالنظام الشامل للإعلام الجديد. ومن بين المفاهيم الرئيسية التي انجرت عن هذا التصور للذكاء الاجتماعي نذكر مفهوم التعبئة الذي لوحظ بشكل حثيث أثناء ما سمي بـ "ثورات الربيع العربي"، حيث كانت الجماهير تقود المظاهرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أثار العديد من التساؤلات²

- نظرية الكبسة الواحدة One click theory: تشكل هذه النظرية النظرة المستجدة للجماهير التي كان راسل نيومان وآخرون يسمونها بـ "الجماهير المفتتة والسلبية" لما يتعلق الأمر بالإعلام التقليدي، حيث تغيرت موازين القوى بفضل "السمة التحررية" للإعلام الجديد، والتي تعني بأن الجماهير أصبحت أكثر نشاطاً وقدرة على صناعة المحتويات أو على الأقل الاختيار بين المحتويات المعروضة عليها، وتشير آنا أيفرت Everett Anna وجون كالدويل John Caldwell إلى أن الخصائص التي توفرها المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث المدعجة فيهما تسمح للجمهور بالوصول إلى أي محتوى عن طريق كبسة زر واحدة، وذلك بدلا من التعرض لمحتويات معينة كانت مفروضة ضمن نطاق

(1) حلمي محمود محسب، مرجع سبق ذكره، ص 26، 27

(2) محمد مصطفى رفعت، "الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية"، دار العربي للنشر والتوزيع، ص 55، متاح على الرابط:

<https://books.google.dz/books?id=pcdqDwAAQBAJ&dq> تم تصفحه يوم 17-11-2018

الإعلام التقليدي ويضيف الباحثان بأن هذه النظرية تعتبر مفتاحاً رئيسياً لفهم مجمل طرق إنتاج واستهلاك المواد والخطابات المتناقلة عبر الإعلام الجديد، وذلك بفضل جملة من المفاهيم الرئيسية على غرار المشاركة، الانتقاء، التفاعلية، التخصيص....¹

2.2. على مستوى المناهج والأدوات البحثية:

1.2.2. الأدوات البحثية:

رغم كفاءة الكثير من أساليب التحليل وأدوات البحث في دراسة ظواهر وموضوعات الإعلام المختلفة فيما سبق، غير أن طبيعة الظاهرة الإعلامية الجديدة التي تنتجها بيئة الإعلام الجديد بكل ملامحها وخصائصها المختلفة تدفع للعمل على تطوير واستخدام أساليب بحثية تناسب هذه الظاهرة.

طورت الانترنت العديد من الأدوات البحثية الكمية والكيفية، فقد طورت الانترنت شكل الاستبيان، وقدمت له وسيلة جديدة لعرضه وإملاء بياناته عبر الكمبيوتر وقواعد البيانات بوصفه نموذجاً للأدوات الكمية، كما طورت الانترنت من المجموعات البؤرية بوصفها نموذجاً للأدوات الكيفية، كما أن بحوث الانترنت لم تكن بتطوير الأدوات الكلاسيكية ولكنها بدأت في استحداث أدوات جديدة خاصة بها مثل تحليل شبكة الروابط الفائقة Hyperlink Network Analysis.

1.1.2.2. الأدوات البحثية التي طورها الإعلام الجديد:

إن معالجة بحوث الإنترنت بالشكل الكلاسيكي من وجهة نظر العديد من الباحثين يحتاج لمراجعة للاستفادة من تقنيات الإنترنت من ناحية، وللتيسير على الباحثين من ناحية أخرى، فنظراً لطبيعة جمهور الإنترنت المتشعب الذي يصعب الوصول إليه يحتاج الباحث إلى أدوات تسهل له الوصول إلى الجمهور، لذا نعرض فيما يلي لنموذجين أحدهما كمي، وهو استطلاع الرأي الإلكتروني، والآخر كيفي وهو المجموعات البؤرية.

- استطلاع والاستبيان والإلكتروني E-Survey and Questionnaires :

أصبحت أغلب الاستبيانات والاستطلاعات الخاصة بالانترنت قائمة على الواب والتي تسهلها العديد من البرامج المتوفرة والفعالة من حيث التكلفة وسهولة الاستخدام وتصنف إلى:

- الاستبيان الإلكتروني عن طريق البريد الإلكتروني.
- الاستبيان القائم على الويب web survey يعرف بأنه الأداة البحثية التي توجد على الويب ويقوم المبحوث بملاء الاستبيان عبر الانترنت أو عن طريق شبكة المنظمات الداخلية الانترنت مثل web survey methodology (websm.org) ، survey monkey الذي كان خياراً شائعاً لدى الباحثين الأكاديميين خصوصاً ببريطانيا، وQualtics المستعمل بكثرة في الجامعات الأمريكية وغيرها من البرامج².

⁽¹⁾ نور الدين هميسي، مرجع سبق ذكره، ص10

⁽²⁾ Claire Hewson, "Research methods on the Internet", Communication and technology. Handbooks of Communication Sciences series, 2014, p08.

- المجموعات البؤرية الإلكترونية **E-focus groups** : هي شكل من أشكال المقابلة الكيفية التي يقود الباحث مجموعة من الناس في مناقشة من أجل توليد البيانات، ومنذ دخولها في العلوم الاجتماعية في منتصف الثمانينيات أصبحت المجموعات البؤرية من الأساليب الشائعة، فيمكن أن تستخدم في البحوث الاستكشافية، حيث يكون المشاركون أحراراً في مناقشة الموضوعات المناسبة لهم أو/ و يمكن أن تستخدم في نطاق محدد حيث يأخذ رئيس الجلسة أو المحاور دوراً نشطاً في السيطرة على القضايا التي يتم مناقشتها.

فكر الباحثون في استثمار الانترنت بأدواتها التفاعلية ووسائلها المتعددة في البحث العلمي ونجم عن هذا الاستثمار تحويل العديد من الأساليب التقليدية لتصبح أساليب تفاعلية وافتراضية ومن هذه الأدوات المجموعات البؤرية الافتراضية ومن أوائل من استخدم هذا الأسلوب في البحوث الاجتماعية عبر الانترنت ميوراي Murray عام 1997¹.

2.1.2.2. الأدوات البحثية التي استحدثها الإعلام الجديد:

نظراً لتمييز الانترنت عن الوسائل الإعلامية الأخرى باحتوائها على الروابط الفائقة والنصوص الفائقة التي تنظم علاقات النصوص ببعضها البعض فقد تم تقديم أداة بحثية لقياس الروابط الفائقة التي تربط مواقع الويب.

- تحليل الشبكات **Network analysis**: لا يستطيع تحليل المضمون بصورته الكلاسيكية أن يقدم للباحث البيانات والمعلومات الدقيقة عن المحتوى الذي يدرسه على تطبيقات الإعلام الجديد، حيث يعجز عن الكشف عن طبيعة العلاقات والارتباطات التي تمثل جزءاً أصيلاً في تكوين بنية الويب وتطبيقات الإعلام الجديد عليها، وهذه العلاقات والارتباطات هي التي بدورها تغذي المحتوى المنشور وتطور فيه، ومن هنا تبرز الحاجة إلى استخدام أساليب أخرى في التحليل تدعم العمل البحثي وتحقق التكامل في دراسة الظاهرة.

ويأتي استخدام تحليل الشبكات ليلبي 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 توظيفها²

وأداة تحليل الشبكات الاجتماعية هي أداة للتحليل الوصفي تعتمد على رسم وقياس العلاقات وأنماط التفاعلات بين الأفراد أو المجموعات أو المنظمات باستخدام الأدوات والمفاهيم الرياضية (الرسم البيانية للشبكة الاجتماعية)³

-تحليل هيكل الخطاب **Discourse Structure Analysis** : يتسم المحتوى المنشور على مواقع الإعلام الجديد بطبيعته التفاعلية والتشاركية، التي تجعل من الأطروحة والتعليقات المتبادلة عليها وحدة واحدة متكاملة، أو بمعنى أدق "محادثة" أو "نقاش" يترتب على ما سبق:

(¹) حلمي محمود محاسب، "الانترنت و التحولات في البراداييم الإعلامي"، 2011، ص15

(²) مها عبد المجيد، مرجع سبق ذكره، ص13

(³) Marion Haas, "Social network theory and analysis: a preliminary exploration", Centre for Health Economics Research and Evaluation, 2009, p p5,6

- أن التفاعلات والعلاقات الارتباطية في هذه الحالة تظهر من خلال طبيعة المحتوى الاتصالي المتبادل نفسه وتكوينه وسماته الداخلية، وليس من خلال شبكة من الروابط أو الإحالات يمكن رصدها وتتبعها.

- كما أن المحادثة نفسها يمكن أن يختلف هيكلها ما بين هيكل بسيط أو مركب، يستقبل مدخلات من أطراف عدة Complex discussion، أو أنها ثنائية فقط.

- يمكن أن تركز رسائل المحتوى على موضوع واحد رئيسي أو تتفرع نحو موضوعات أخرى.

- يمكن أن يختلف مسار التطور في هيكل المحادثة؛ بمعنى أن تعبر الرسائل عن مستوى أول من التفاعل يقف عند تبادل الأدوار وردود الفعل، أو يتطور الهيكل من خلال رسائل متتالية ترتبط فيما بينها .ومدى الترابط أو التماسك المنطقي بين الرسائل المتبادلة . حيث ميزت دراسة مبكرة لـ سويديكس (Rafaeli, 1997 Sweedeks) بين مستويات التفاعل والارتباط بين الرسائل المتبادلة في عملية الاتصال.

وبالتالي، يحتاج الباحث لاستخدام 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 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 Discourse structure building، ثم تحليل وتفسير الرسائل المتبادلة.

ويستطيع أسلوب تحليل هيكل الخطاب تحليل سجلات المحادثات بشكل فردي أو تحليلها كمجموعة، وبالتالي يفترض أن إتباع أسلوب تحليل هيكل الخطاب المقترح أعلاه يقدم نتائج تصف كل من هيكل الخطاب أو المحادثة، السلوك الاتصالي الفردي للمبحوثين، وهيكل الشبكة الاجتماعية التي تربط بين مجموعة الأفراد¹

لذا فإن استخدام التحليل الكيفي في دراسة ظواهر الإعلام الجديد يقدم الإجابة على السؤال "كيف" ويخرج بالبحث العلمي من 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 الاتصال²

2.2.2. المناهج البحثية:

- المنهج التاريخي : ان المنهج التاريخي ليس ابتكارا جديدا طبعاً لتحليل ظاهرة الإعلام الجديد، ولكنه اكتسب بعداً جديداً بفضل التطبيقات المستحدثة ضمن الفضاءات الافتراضية، بل إنه وجد ضالته بالنظر للقدرة الفائقة للأنترنيت على تخزين البيانات في شكل قواعد يمكن العودة إليها في أي وقت، وتوضح الأبحاث بأن المنهج التاريخي المتمحور تحديداً حول تحليل الأرشيفات

(¹) مها عبد المجيد ، مرجع سبق ذكره، ص ص13، 14.

(²) نصر الدين العياضي، مرجع سبق ذكره، 2013، ص 51

اكتسب دفعة قوية جدا من خلال التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال التي أصبحت وعاء مهما جدا لحفظ المصادر وتسهيل الوصول إليها في أي لحظة¹.

ويشرح " دافيد شولن David Sholen " و "صاندر شولن Sandra Schollen " في كتابهما الذي يحمل عنوان " مناخ البحث الثقافي والتاريخي الإلكتروني " كيفية الاستعانة بقواعد البيانات من خلال تجربة جامعة شيكاغو، ويؤكدان بأن مصداقية الأرشيف إنما تتضح من خلال الدخول عبر البوابات الرسمية المعروفة، كما يبرزان كيف أن البحث التاريخي عبر شبكة الانترنت قد يحتاج في بعض الأحيان إلى برمجيات إلكترونية خاصة مع أن الغالب الأعم أن يتم البحث بشكل عادي، وتشير البحوث عموما إلى أن الانترنت أصبحت أداة جديدة لممارسة البحث التاريخي، ويطلقون على الدراسات التي أجريت في هذا الشأن "التاريخ الإلكتروني (E-History) ويعتبرون بأن ما تحتزنه الشبكة العالمية بمختلف مواقعها هو تعبير عن وقائع تاريخية محددة لا زالت آثارها ثابتة في شكل نصوص، صور، تسجيلات فيلمية وصوتية والكثير من الأشياء الأخرى التي تصلح لأن تكون محل بحث باستعمال المنهج التاريخي².

-المنهج الإثنوغرافي: يشكل المنهج الإثنوغرافي الدعامة المنهجية الأبرز في الوقت الحالي لتحليل الإعلام الجديد من الناحية الاجتماعية والنفسية، وذلك راجع بالأساس إلى ميزته الفائقة في تجاوز الصعوبات التي ذكرناها سابقا وتجاوزه لمشكلة السلامة الإحصائية التي تصر عليها المناهج الوضعية التي تعودت عليها أبحاث الإعلام التقليدي، حيث يتجه هذا المنهج إلى البحث في الخصائص الكيفية لظاهرة الإعلام الجديد ولا يولي أهمية كبيرة لتقديم هذه الخصائص في شكل بيانات كمية³ وقد أصبحت للبحوث الإثنوغرافية عبر الانترنت شعبية متزايدة في السنوات الأخيرة مع التأثير المتزايد لوجود الإنترنت في حياة الناس اليومية.. والتي أخذت مسميات عدة مثل "الإثنوغرافيا الرقمية" digital ethnography ، "الإثنوغرافيا الافتراضية" virtual ethnography ، "الإثنوغرافيا على الخطاب على الإنترنت" ، discourse-centred ، "ethnography on the internet" ، "إثنوغرافيا الفضاءات الافتراضية" ، ethnography of virtual spaces ...،

إلا أن القاسم المشترك لهذه الدراسات هو أنها تتضمن جميعها نوعًا من البيانات عبر الإنترنت ، ويوظفون جميعًا للإثنوغرافيا في البحث في البيئات المختلفة التي خلقتها الانترنت كمواقع الشبكات الاجتماعية ، المدونات ، المنتديات ، مواقع الويب ، وغيرها⁴

أما "روبرت كوزينتز Robert Kuzintz " فقد استخدم " مصطلح " النيت- نوغرافيا"، وهو الأكثر تداولاً وهو مفهوم يجمع بين الإثنوغرافيا وتسمية الشبكة العنكبوتية، ويرى بأن هذا المنهج ذو فائدة عظيمة في دراسة ومعالجة المشكلات الخاصة

(1) محمد مصطفى رفعت، مرجع سبق ذكره، ص 58، 59

(2) نور الدين هميسي، مرجع سبق ذكره، ص 14

(3) محمد مصطفى رفعت، المرجع نفسه، ص 60

(4) Piia Varis , "Digital ethnography", The Routledge Handbook of Language and Digital Communication, 2014, p02

بسياق الانترنت، وأنه منهج قابل للتكيف بسهولة وقد قدم له ستة خطوات عملية وهي: البحث المخطط، الدخول، جمع البيانات، تحليل البيانات، المعايير الأخلاقية، توضيح البحث، وهذه الخطوات قابلة للتطبيق عبر مجموعة واسعة من الأدوات كالمشاركة الكامنة أو النشطة، أو المشاركة في المحادثات الالكترونية،... ، وبلاستعانة بمقاطع الفيديو أو الصور ، الأصوات، البيانات النصية وغيرها من البيانات، ويمكن أن تكون البحوث في هذا المجال قصيرة تنطوي أو تركز على مجتمع واحد أو طويلة قد تستمر لسنوات عدة وتشمل مجتمعات عدة¹

ان استخدام المنهج الاثنوغرافي في الدراسات الإعلامية الجديدة أو ما أصبح يعرف ب المنهج النت-نيوغرافي يثير عددا من التساؤلات خصوصا حول بعض المفاهيم مثل الأماكن والمجتمعات والثقافات الموجودة عبر الانترنت بما أن الفضاء الالكتروني أصبح شديد التنوع وسريع التغير فلا يمكن اعتبار هذه المجتمعات متماسكة ومستقرة²

في هذا الشأن ترى أنجيلا قارصيا Angela garcia بعد تحليلها للأدبيات الإثنوغرافية حول الوساطة التكنولوجية أن الإثنوغرافيين يجب أن يغيروا أساليبهم البحثية لاستيعاب هذه التغيرات الاجتماعية الغير مستقرة على وجه التحديد، لأنهم على الانترنت ليسوا مشاركين جسديا مع المواد البحثية ، ولا يمكنهم استخدام مهاراتهم الشخصية للوصول إلى تفسير العوامل الاجتماعية التي يدرسونها. بدلا من ذلك ، يجب عليهم تطوير المهارات في تحليل البيانات النصية والمرئية ، وفي التفاعلات المستندة إلى النص، كما ان عملية الوصول إلى المواضيع البحثية في الاثنوغرافيا على الانترنت تختلف بسبب الافتقار إلى الوجود المادي و مما يؤدي إلى عدم الكشف عن هويته المقدمة من الوسيط. لذلك يجب تعلم كيفية إدارة هويتهم وتقديم الذات البصرية والنصية في وسائل الإعلام والقيام بإدارة الانطباع عن طريق وسائل مثل البريد الإلكتروني والدرشة والمراسلة الفورية....، كما أن غموض العلاقات العامة والخاصة في عالم الإنترنت يثير قضايا أخلاقية حول الوصول إلى البيانات والتقنيات لحماية الخصوصية والسرية، وهذا يوجب تعلم كيفية تطبيق مبادئ لحماية البحث³

-المنهج السيميائي في تحليل الخطاب الالكتروني: هناك نمط آخر من التحليل للإعلام الجديد فيه نوع من التحديث بالمقارنة مع شكله التقليدي، وهو التحليل السيميائي .ويستعيد هذا المنهج في أساسه واحدة من النظريات الاستشرافية الأولى التي مهدت وتوقعت بقدوم مجتمع جديد بفضل هذه الوسائط وهي نظرية السبرنطيقا لصاحبها " نوربرت وينر" Norbert Winner والتي كانت تعنى بفهم طبيعة اللغة التي تسمح للإنسان بالتواصل مع الآلة.

(¹) Leesa Costello1, Marie-Louise McDermott, and Ruth Wallace, “**Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities**”, International Journal of Qualitative Methods, sagepub.com, 2017, p09

(²)Ann-Sophie Lehmann, Marianne van den Boomen and Bram de Rijk,” **New Media Studies Method Reader**”, p p 20,21

(³) - Angela Cora Garcia, Alecea I. Standlee, Jennifer Bechkoff and Yan Cui “**Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication**”, Journal of Contemporary Ethnography, sagepub.com, 2009, p 53

ويعتبر "مارك وورشاور Mark Warschauer" و"دوغلاس غريمس Douglas Grimes" بأن كل المداخل الأساسية للسيمائيات 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 الإعلام الجديد، ذلك أنه لا يولي أهمية كبيرة للفاعلين بقدر ما يركز التحليل على الرسالة في حد ذاتها، من حيث بنيتها والعلاقات الدلالية الترابطية الكامنة داخلها¹.

ختاماً يمكن القول أن القضية أو الإشكال ليس العجز عن استحداث عدة نظرية ومنهجية جديدة لدراسة مختلف مواضيع الإعلام الجديد بقدر ما هي قضية قصور فكري في استيعاب ما توفر من عدة نظرية ومنهجية وكيفية اختيار المناسب منها وتكييفها مع المتطلبات الجديدة هذا من جهة ومن جهة أخرى كيفية خلق تكامل بين أكثر من منهج أو نظرية لدراسة الإعلام الجديد فالاعتماد على الأسلوب الكمي وحده، أو على الأسلوب الكيفي وحده، لا يوفر تصوراً علمياً دقيقاً لدراسة الظواهر المتصلة بالإعلام الجديد، لأن البحث في هذا المجال يفرض على الباحثين الربط بين مختلف الأدوات والمناهج لتحقيق التكامل الذي يتيح دراسة الظاهرة في سياقها والغوص في أعماقها لتحقيق فهم شامل لها، وهذا ما توفره الأساليب الكيفية، وتحقيق الموضوعية، المصدقية والواقعية في النتائج قدر الإمكان وهذا باستخدام الأساليب الكمية، لذا فتبني نموذج منهجي مختلط يجمع كليهما في بحث واحد يتيح الاستفادة من مزاياهما معاً، ويقلل من القصور الناتج عنهما منفصلين، هذا في انتظار توافر إنتاج فكري يتمخض عنه اطر نظرية ومنهجية جديدة أكثر ملاءمة واستيعاباً ومواكبة لما تفرزه التطورات التكنولوجية في هذا المجال.

المراجع:

-باللغة العربية:

- 1- الأميرة سماح فرج عبد الفتاح، الإعلام الجديد رؤية من واقع السلوكيات الاتصالية لشباب جماعة الإخوان المسلمين قبل وفي أعقاب ثورة الخامس والعشرين من يناير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 2- ثريا أحمد البدوي، المعالجة النظرية والمنهجية لمشاركة المستخدم في المجال العام الرقمي-رؤية تحليلية نقدية للاتجاهات العلمية الحديثة-، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مارس. 2015
- 3- حسني محمد نصر، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديد دراسة تحليلية للنتاج العلمي منشور في دوريات محكمة دراسة مقدمة في إطار مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي..التطبيقات والإشكالات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 10-11 مارس. 2015
- 4- حلمي محمود محمد أحمد محسب، التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الانترنت: بالتطبيق على عينة من المجالات المصرية والأمريكية، كلية الآداب بقنا، قسم الإعلام، 2007.
- 5- حلمي محمود محسب، الانترنت و التحولات في البراديم الإعلامي، 2011

(¹) محمد مصطفى رفعت، مرجع سبق ذكره، ص ص، 61، 62

- 6- حنان احمد سليم، الاتجاهات الحديثة في دراسات و بحوث علاقة الجمهور بالانترنت و الإعلام الجديد، جامعة أسيوط والملك سعود، 2013.
- 7- سيد بخيت، الاشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي: قراءة تحليلية، <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>
- 8- شريف درويش اللبان، الضوابط الأخلاقية والمهنية والقانونية للإعلام الجديد، رؤى إستراتيجية، 2014
- 9- عزة عبد العزيز عبد اللاه عثمان، الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني، دراسة من منظور تحليلي نقدي، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود (الرياض) ، 16 – 15 أبريل 2012.
- 10- محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، دار العربي للنشر والتوزيع <https://books.google.dz/books?id=pcdqDwAAQBAJ&dq>
- 11- مها عبد المجيد صلاح، الاشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الاعلام الاجتماعي -رؤية تحليلية-، ورقة بحثية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي.. التطبيقات والاشكالات المنهجية"، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، كلية الاعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 10-11 مارس 2015.
- 12- نصر الدين العياضي، وسائط جديدة واشكاليات قديمة - التفكير في ادوات التفكير في مواقع البث الاجتماعي في المنطقة العربية-، الباحث الاعلامي، العدد 22، 2013.
- 13- نصر الدين العياضي، البحث في المنطقة العربية وغياب الافق النظري، مجلة المستقبل العربي، العدد 450، 2016
- 14- نورالدين هميسي، الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة-قراءات نقدية-، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر: الفرص والتحديات" كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالتعاون مع مخبر التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، جامعة محمد خيضر -بسكرة- 25-26 نوفمبر 2014.
- باللغة الأجنبية:

- 1-Ann-Sophie Lehmann, Marianne van den Boomen and Bram de Rijk, **New Media Studies Method Reader**
- 2- Angela Cora Garcia, Alecea I. Standlee, Jennifer Bechkoff and Yan Cui **Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication**, Journal of Contemporary Ethnography, <http://jce.sagepub.com>, 2009
- 3- Claire Hewson, Research methods on the Internet, Communication and technology. Handbooks of Communication Sciences series, 2014
- 4- Fidler Roger, Mediamorphosis: Understanding the New Media. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, 1997
- 5- Leesa Costello¹, Marie-Louise McDermott, and Ruth Wallace, Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities, International Journal of Qualitative Methods, sagepub.com, 2017

-
- 6- Melissa P. Johnston, Secondary Data Analysis: A Method of which the Time Has Come, Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML) 3, 2014
- 7- Mark Tremayne , **Applying Network Theory to the Use of External Links on News Web Sites**, University of Texas at Austin, August 2004
https://www.utexas.edu/cola/insts/franceut/_files/pdf/resources/Tremayne.pdf
- 8- Piia Varis Digital ethnography, The Routledge Handbook of Language and Digital Communication, 2014
- 9- Marion Haas, Social network theory and analysis: a preliminary exploration, Centre for Health Economics Research and Evaluation, 2009
- 10- Sean Aday, **Advancing New Media Research**, special report of the United States Institute of peace, Washington, 2010