



مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال المشكلات النظرية والتطبيقية

تحرير:
محمد الراجحي

مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال

المشكلات النظرية والتطبيقية

تأليف

يوسف تمار مي العبد الله سعد المشهداني نصر الدين لعياضي

أسماء ملكاوي منال المزاهرة جريس صدقه محمد الصرايرة

معتصم بابكر منية عبيدي عبد الكريم الدبسي

تحرير

محمد الراجي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

النسخة الأولى: أبريل/نيسان 2023-1444

الآراء الواردة في هذا الكتاب لا تعبر بالضرورة عن مركز الجزيرة للدراسات

جميع الحقوق محفوظة

مركز الجزيرة للدراسات
ALJAZEERA CENTRE FOR STUDIES

الدوحة - قطر

هواتف: 4930181 - 4930183 - 4930218 (+974)

فاكس: 4831346 (+974) - البريد الإلكتروني: E-mail: jcforstudies@aljazeera.net

يمنع نسخ أو استعمال أي جزء من هذا الكتاب بأية وسيلة تصويرية أو إلكترونية أو ميكانيكية
بما في ذلك التسجيل الفوتوغرافي والتسجيل على أشرطة أو أقراص مقروءة أو بأية وسيلة نشر أخرى
بما فيها حفظ المعلومات، واسترجاعها من دون إذن خطي من الناشر.

التجهيز وتصميم الغلاف: قطاع الإبداع الفني بشبكة الجزيرة الإعلامية

المحتويات

تراجم المؤلفين 5

مقدمة 12

الفصل الأول: واقع بحوث الإعلام في العالم العربي

التقليد والجمود في بحوث الإعلام والاتصال في المجتمع الأكاديمي العربي 25

يوسف تمار

رؤية نقدية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال 54

مي العبد الله

مشكلات الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال: مقرر منهجية البحث الإعلامي في

الجامعات العراقية أنموذجًا 78

سعد المشهداني

الفصل الثاني: مناهج البحث الإعلامي في البيئة الرقمية

مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف 108

نصر الدين لعياضي

منهج تحليل الشبكات الاجتماعية والبحث العلمي 162

أسماء ملكاوي

إشكاليات البحوث الإعلامية العربية وأساليب تطويرها في ظل البيئة الرقمية الجديدة: رؤية

نقدية تحليلية 204

منال المزاهرة

الفصل الثالث: مسارات تطوير البحث العلمي في حقل الإعلام والاتصال

مداخل تطوير البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال 246

جريس صدقه

بحوث الإعلام في الوطن العربي: مسارات التطوير 257

محمد الصرايرة

بحوث الاتصال في العالم العربي وفاعليتها في إثراء المعرفة الإعلامية النظرية 293

معتصم بابكر

آليات توجيه الباحثين لاستخدام المنهج العلمي في بحوث الإعلام والاتصال 335

منية العبيدي

البحوث الجامعية والاعتبارات الأخلاقية في علوم الاتصال والإعلام في الوطن

العربي 346

عبد الكريم الديسي

خلاصات واستنتاجات 376

تراجم المؤلفين

أسماء حسين ملكاوي

أستاذ باحث مساعد في مركز ابن خلدون للعلوم الإنسانية والاجتماعية في جامعة قطر،
حاصلة على الدكتوراه في فلسفة التواصل، والماجستير في علم الاجتماع. عملت في مجال
التدريس الجامعي بقسم العلوم الاجتماعية في جامعة قطر، وفي جامعة التعلم العالمية
الأميركية (SIT-World Learning) فرع الأردن، متخصصة في دراسة المجتمعات
الرقمية بمنهج تحليل الشبكات الاجتماعية، والمناهج النوعية. صدر للدكتورة ملكاوي
كتاب بعنوان "أخلاقيات التواصل في العصر الرقمي"، وفصول في عدة كتب، منها:
"كورونا وعلم الاجتماع: أسئلة جديدة"، و"سؤال المنهج"، و"أزمة العلوم الاجتماعية في
العالم العربي: الملامح والآفاق". ونُشر لها عدة دراسات في مجلات علمية محكمة حول
حركات الاحتجاج الرقمي، والتصورات الاجتماعية، وإصلاح الجامعات، والأسرة.

جريس صدقه

أستاذ في كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية، وعميد الكلية (2014-2021). حاصل على
الدكتوراه في علوم الإعلام من جامعة باريس الثانية. تولّى رئاسة قسم الصحافة، وشارك
في اللجنة العليا للمناهج في الجامعة. صدرت له مجموعة من الكتب والدراسات باللغتين،
العربية والفرنسية، في الإعلام والسياسة، منها: "الأخلاق الإعلامية بين المبادئ

والواقع"، و"الإعلام، المجتمع والحرب". شارك الدكتور جريس صدقه في مجموعة من المنشورات في ميادين الإعلام المختلفة، منها: "قرن من الصحافة في لبنان 1858-1958"، و"دراسة حملات التثقيف الانتخابي: الانتخابات النيابية 2018". كما شارك في منشورات تدريبية للصحافيين مع مؤسسة مهارات في ميدان الصحافة الإصلاحية والاستقصائية: "وسائل الإعلام وإدارة التنوع"، و"الصحافة الإصلاحية: دور وسائل الإعلام في مكافحة الفساد".

سعد سلمان المشهداني

أستاذ الصحافة بقسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت جمهورية العراق. حاصل على الدكتوراه في الإعلام تخصص صحافة من جامعة بغداد، عام 2000. رئيس تحرير مجلة آداب الفراهيدي المحكّمة التي تصدرها كلية الآداب بجامعة تكريت، ورئيس تحرير مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال التي تصدرها منصة أريد الدولية للعلماء والباحثين الناطقين باللغة العربية. صدر للدكتور سعد المشهداني من الكتب المنشورة (27) كتاباً ومن البحوث المنشورة (36) بحثاً ومن المقالات العلمية المنشورة (67) مقالاً. وقد أشرف على العديد من رسائل الماجستير، وناقش أيضاً العديد من رسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال.

عبد الكريم علي الديبسي

أستاذ مشارك بقسم الصحافة في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط بالأردن. حاصل على الدكتوراه في الإعلام من جامعة بغداد. تولّى منصب مساعد عميد كلية الإعلام لشؤون ضمان الجودة في جامعة البترا (2017-2020). صدر للدكتور الديبسي خمسة كتب، منها: "الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي"، كما نشر 15 دراسة علمية في مجلات محكّمة، وعضو هيئة تحرير 5 مجلات علمية محكّمة متخصصة في الإعلام والاتصال. حاز، عام 2021، على المرتبة الأولى ضمن أبرز 10 مؤلّفين عرب تصدروا قائمة المؤلّفين المستشهد بإننتاجهم العلمي عربياً في مجال الإعلام والاتصال، وفقاً للتقرير السنوي لمؤسسة (Arcif) لقياس معامل التأثير، والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية.

محمد نجيب الصرايرة

يعمل حالياً أستاذاً للصحافة والإعلام، وعميداً لكلية الإعلام في جامعة البترا في الأردن. حاصل على الدكتوراه في الصحافة والاتصال الجماهيري من جامعة أوهايو. شغل مواقع أكاديمية عديدة، من بينها: مدير مركز الدراسات الأردنية، ورئيس قسم الصحافة والإعلام في جامعة اليرموك، وعميد كلية الآداب والعلوم الاجتماعية في جامعة السلطان قابوس. شارك في رئاسة وعضوية العديد من اللجان والمجالس على المستوى الأكاديمي والنشر العلمي، كما عمل مستشاراً لوزير الإعلام، وأميناً عاماً للمجلس الأعلى للسكان، وأميناً عاماً للمجلس الأعلى للإعلام، ومديرًا عامًا لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون في الأردن. له ما يزيد عن ثلاثين بحثاً منشوراً في مجلات علمية محكمة، بالإضافة لكتابين في مجالات الإعلام الدولي والعلاقات العامة، وشارك في إعداد ثلاثة كتب أخرى.

معتصم بابكر

استشاري إعلام بمركز الدراسات الإستراتيجية، وزارة الداخلية، دولة قطر. حاصل على الدكتوراه في الإعلام من جامعة أم درمان الإسلامية بالسودان. تولى العديد من المناصب الأكاديمية والمهنية، منها: عميد كلية الإعلام بذات الجامعة، وأمين الشؤون العلمية بأكاديمية السودان لعلوم الاتصال والتدريب الإعلامي، ومدير عام مركز الرؤية لدراسات الرأي العام بالسودان، ومدير عام الإدارة العامة للأخبار والبرامج السياسية بالإذاعة السودانية، ومدير عام الإدارة العامة للإنتاج المتخصص بتلفزيون السودان. صدرت للدكتور معتصم عدة كتب، منها: "أساليب الإقناع في القرآن الكريم"،

و"أيديولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام"، كما نشر عدة دراسات في مجلات علمية محكمة.

منال هلال المزاهرة

أستاذ مشارك بكلية الإعلام بجامعة البترا في الأردن، ومدربة معتمدة في الصحافة والإعلام الرقمي والعلاقات العامة وحقوق الإنسان داخل الأردن وخارجها. شغلت سابقاً منصب نائب مدير إدارة حقوق الإنسان في وزارة الخارجية. أشرفت وتشرفت على أطروحات الماجستير في الأردن وخارجياً. للدكتورة المزاهرة أبحاث منشورة متنوعة بتخصصات مختلفة ما بين الصحافة والعلاقات العامة والإعلام السياسي، والإعلام الجديد، وتشارك في فصول كتب محكمة دولية، ولها خمسة عشر مؤلفاً في الإعلام تدرّس في معظم الدول العربية، من بينها: "نظريات الاتصال"، و"مناهج البحث الإعلامي"، و"الدعاية ومدارسها والحرب النفسية"، و"بحوث الإعلام" .. وتعكف حالياً على الانتهاء من كتابي "الإعلان الإلكتروني" و"نظريات الإعلام التقليدي والجديد".

منية عبيدي

أستاذة بكلية الآداب والفنون والإنسانيات بمنوبة تونس. حاصلة على الدكتوراه في اللغة والآداب والحضارة العربية اختصاص تحليل الخطاب، من جامعة منوبة تونس. تتولّى خطة رئيسة قسم العربية بالمعهد العالي للتربية والتكوين المستمر بتونس، وترأس لجنة الماجستير بكلية الآداب بمنوبة، وتشرف أيضاً على تأطير بحوث ورسائل جامعية، وهي عضو في لجنة تحكيم جائزة كومانار للرواية. وتسهم الدكتورة عبيدي في الحياة الثقافية من خلال منشورات وكتب شعرية ومقالات نقدية، وصدر لها عدد من الكتب، منها: التحليل

النقدي للخطاب: نماذج من الخطاب الإعلامي"، و"التمثيل الدلالي للجملية"، وأسهمت أيضًا في كتب جماعية بالتأليف والتنسيق، كما شاركت في ندوات عربية عديدة بمداخلات حول تحليل الخطاب، ولها عدد من البحوث في مجلات عربية محكمة، وهي عضو تحكيم في عدد منها.

مي العبد الله

أستاذ في علوم الإعلام والاتصال في كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية. حاصلة على الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من جامعة ستندال غرونوبل الثالثة (Stendhal Grenoble III) بفرنسا. تولت مهام رئاسة قسم الصحافة في كلية الإعلام وقسم علوم الإعلام والاتصال في معهد الدكتوراه للعلوم الانسانية والاجتماعية في الجامعة اللبنانية، والأمانة العامة لندوة الدراسات الإنمائية، وأمانة سر المركز الثقافي الإسلامي في لبنان، عضو في العديد من مراكز الدراسات والشبكات الإعلامية الأوروبية والأميركية، وعضو في الهيئة الإدارية لشبكة اليونسكو لكرسي الاتصال. أسهمت في تأسيس أقسام وكليات عديدة للإعلام في جامعات في لبنان والعالم العربي، وفي تأسيس الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال التي تترأسها منذ تأسيسها. أسهمت في إنشاء مجلات علمية محكمة عديدة وأنشأت مجلة الاتصال والتنمية البحثية المحكمة وهي إلى الآن رئيسة تحريرها. صدر لها عدة كتب باللغتين العربية والفرنسية، آخرها كتاب "متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام".

نصر الدين لعياضي

أستاذ التعليم العالي بكلية علوم الإعلام والاتصال في جامعة الجزائر، سبق له أن درّس بجامعة خليجية. تقلّد العديد من المسؤوليات داخل الجامعة وخارجها، منها مستشار برئاسة الجمهورية الجزائرية مكلف بالإعلام والاتصال. أشرف ويشرف على العديد من أطروحات الدكتوراه. أصدر 17 مؤلفاً عن الإعلام والاتصال، وأصدر سلسلة من الكتب، منها: "الاتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل"، و"هوامل الحديث عن الميديا"، و"التعامل مع وسائل الإعلام: الأسس والأدوات"، و"وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة: القاعدة والاستثناء". وقام بترجمة 7 مؤلفات لباحثين أجانب في علوم الإعلام والاتصال، من الفرنسية إلى العربية، كان آخرها "سوسيولوجيا الاتصال والميديا، مشروع نقل المعارف".

يوسف تمار

أستاذ التعليم العالي بكلية علوم الإعلام والاتصال في جامعة الجزائر 3. حاصل على الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ورئيس قسم الإعلام سابقاً بنفس الكلية، ثم عميد كلية سابق. حالياً، رئيس اللجنة العلمية لقسم الإعلام وعضو المجلس العلمي. للأستاذ الدكتور يوسف تمار عدة إسهامات علمية سواء في شكل مداخلات في مؤتمرات، أو عبر نشر مقالات ودراسات في مختلف المجالات العلمية المحكّمة، كما له مؤلفات في ميدان البحث العلمي ومنهجية البحث، منها: "الاتصال والإعلام السياسي: الثقافة السياسية بين وسائل الإعلام والجمهور"، و"تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين".

مقدمة

تُعد المشكلات النظرية والتطبيقية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال إحدى القضايا الأساسية التي تواجه تطور المعرفة الإعلامية ضمن المجال البحثي والدرس الأكاديمي العربي. وتمثل هذه المشكلات مجموعة من العوائق الإستمولوجية التي تخلق حالة من الجمود في هذا الحقل المعرفي، بل وفي محتوى المعرفة الإعلامية ذاتها، من خلال ظاهرة "الترقيع والتلفيق المنهجي" الفوضوي، وسطحية عملية البحث الإعلامي، أو "السهولة البحثية"، التي تكشف مفارقات منهجية ونظرية في أُسس العملية البحثية ومتطلباتها. ويُكرّس هذا النمط من الممارسة البحثية -بغض النظر عن أوصافه المختلفة- مقاربات منهجية تلفيقية، ومداخل نظرية اختزالية في دراسة الظواهر والقضايا الإعلامية عبر تدوير واستعادة تصورات فكرية موروثة، وأطر نظرية تقليدية تُسهم في تعميق الفجوة بين نتائج البحث والشروط العلمية المؤسّسة لفهم وتفسير الظاهرة الإعلامية ودراساتها في سياقاتها الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية.

ولا ينظر هذا النمط من الممارسة البحثية أيضًا إلى محتوى العلم باعتباره -في المقام الأول- منهجًا وقواعد للبحث والدراسة وليس موضوعًا، كما أن وحدة العلوم تكمن في مناهجها وليس في مادتها. وتفتح هذه العوائق الإستمولوجية "العلبة السوداء" في مناهج البحث، باعتبار الرهانات والافتراضات المعرفية والقيمية التي تصاحب عملية "التفكير بالمنهج" وليس "التفكير فيه"، وتؤدي إلى نتائج سياسية في البيئة الاجتماعية والاقتصادية، فضلًا عمّا كشفتها البيئة الرقمية من قصور منهجي في التعامل (كيف يتعامل الباحث/الأكاديمي؟) مع المجالات والميادين البحثية الجديدة التي فتحتها هذه البيئة،

حيث البيانات الرقمية الضخمة والنشاط الرقمي الذي تحتل فيه منصات الإعلام الاجتماعي والتكنولوجيا الرقمية موقعاً مركزياً، وتشكّل بنية تحتية للظواهر الإعلامية.

وثبّين دراسات نقدية كثيرة مظاهر الخلل في نتاج البحث الإعلامي/ الأكاديمي العربي، والتي ترتبط أساساً بسيرورة العملية البحثية نفسها في بحوث الإعلام والاتصال ومنطلقاتها المنهجية والنظرية، ثم مخرجاتها التي لم تُقدّم -إلا فيما ندر من الدراسات- قيمة مضافة ذات جدوى علمية وأصيلة في بحوث الإعلام والاتصال. كما لم يُقدّم هذا النتاج البحثي أطروحات، أو نماذج معرفية علمية، أو نماذج إرشادية، رائدة تكون عابرة للثقافات وتُسهم في فهم الوسائط والمنصات المختلفة، وخصوصية البيئة الإعلامية والرقمية التي قامت بتجديد موضوعات الدراسة والبحث، ومكّنت من متابعة آثار السلوك الرقمي لنشاط الأفراد والمجتمعات الرقمية، وكذلك الجماعات والدول عبر الويب. كما نحتاج إلى أطر معرفية تُسهم في الكشف عن دور هذه البيئة وموقعها في واقعنا اليومي، وأساليب وأشكال انغمار وسائطها ومنصاتهما في بيئتنا الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، وتأثيرها في بناء تصوراتنا ومدركاتنا للواقع وتكوين الرأي العام بأنواعه المتعددة.

وتبرز العوائق الإستمولوجية أمام تطور بحوث الإعلام والاتصال بدءاً بسوء الفهم لجوهر العملية البحثية ذاتها وقصور في الرؤية المنهجية لاستيعاب متطلباتها؛ إذ يفتقر الكثير من هذه البحوث لثقافة منهجية وعُدّة فكرية ومداخل نظرية تساعد في فهم الظاهرة وتفسير متغيراتها وعلاقاتها. وهنا، نجد بعض البحوث -إذا اتفقنا على تسميتها كذلك- لا يُقيم اعتباراً للتفكير في المنهج الذي يختلف تبعاً للقضايا التي نبحثها والوظيفة التي يؤديها في دراسة أبعاد الموضوع، ولا يعتبر التفكير فيه مطلباً من صميم العملية البحثية

يؤدي إهماله إلى نفس نتائج البحث. وفي حال اهتم بعض الدراسات والبحوث الإعلامية بالتأطير المنهجي، فهو لا يملك القدرة الإجرائية لتطويع وتوظيف هذه العُدّة في خدمة أهداف البحث ورهاناته. كما لا يهتم الكثير من البحوث بالمنطلقات النظرية والمرتكزات التحليلية التي توفر نموذجاً معرفياً وإطاراً من الفرضيات لفهم وتفسير القضية أو الظاهرة الإعلامية محل الدراسة، وهو ما يؤدي إلى نتائج تبسّطية واختزالية وجزئية يغلب عليها الرأي والتعميم، ولغة التكميم لحجب العوائق المعرفية الحقيقية.

وتمتد هذه العوائق إلى سوء ضبط الجهاز المفاهيمي للبحث، بل نجد بعض البحوث يخلو من تحديد المصطلحات والمفاهيم التي تمثّل مرتكزاً أساسياً في النظر إلى الموضوع، وبلورة المشكلة البحثية التي تستند إلى تركيب وبناء معجمي يتأسس انطلاقاً من المقولات والمفاهيم التي تعبّر عن جوهر ومضمون الظاهرة المدروسة وتساعد في فهم وشرح أبعادها المختلفة. وتشمل هذه العوائق أيضاً مشكلة بناء الأدوات البحثية التي تمكّن الباحث من استكشاف وملاحظة الظاهرة الإعلامية ومتابعتها، وجمع البيانات حولها وقياس عناصرها وتحليل وحدات المجتمع البحثي، فضلاً عن مشاكل هذا التحليل نفسه الذي تكون نتائجه ثمرة لسوء فهم جوهر العملية البحثية من الأصل، والاعتماد أيضاً على مراجع ثانوية مُتَجَاوِزَة، أو غير ذات مصداقية، بحثياً وعلمياً، مثل المدونات الجماعية والمنصات التشاركية، وهو ما يثير مشكلة الأمانة العلمية وأخلاقيات البحث العلمي التي تتطلب الموضوعية وتجنب الأحكام والأفكار الجاهزة، وتوخي الدقة في نقل ومناقشة أفكار الباحثين الآخرين. وهنا، لا يمكن أيضاً إغفال مشكلة التحكيم العلمي لبحوث ودراسات الإعلام، التي تعكس في جزء منها أزمة الموثوق الأخلاقية للبحث العلمي، وكذلك حالة الجمود التي يعيشها المشهد البحثي والأكاديمي العربي.

هذه القضايا وغيرها يحاول الكتاب معالجتها برؤية نقدية تركز على البعد الفكري والتطبيقي في بحوث الإعلام، وتمحيص مواطن الخلل في فهم وتحليل الظواهر الإعلامية، ومقاربة السياق العام لإنتاج البحث العلمي في العالم العربي. ويُعد الكتاب ثمرة جهد بحثي للمؤتمر الذي نظّمه مركز الجزيرة للدراسات بعنوان: "المشكلات النظرية والتطبيقية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال"، يومي 8 و 9 ديسمبر/ كانون الأول 2021، بمشاركة نخبة من الأكاديميين والباحثين المختصين في حقل الإعلام والاتصال. وكان المركز نشر أوراق المؤتمر في ملف بحثي على موقعه الإلكتروني (<https://studies.aljazeera.net/ar>) بتاريخ 28 مايو/ أيار 2022.

يحاول الكتاب أن يتتبع الإشكاليات المنهجية والنظرية التي يواجهها ميدان البحث في علوم الإعلام والاتصال بالمنطقة العربية ويُحلّل أسبابها، ويبحث مشكلات الدرس الأكاديمي المرتبطة بمادة منهجية البحث الإعلامي في بعض التجارب الأكاديمية العربية، مثل التجربة الأكاديمية العراقية بأقسام وكليات الإعلام في الجامعات العراقية. ويهدف أيضًا إلى التعرف على مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي، وتأثيرات ضعف الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي، ومعرفة مستوى تطبيق آليات حوكمة الأخلاقيات. كما يرصد الكتاب المعوقات والتحديات التي فرضتها التغيرات الحديثة على الظاهرة الإعلامية، خاصة في التعامل مع البيئة الرقمية التي تختلف خصائصها عن البيئة الإعلامية التقليدية.

وتهدف فصول الكتاب إلى مقاربة السياق العام لإنتاج البحث العلمي في ظل الأسئلة الجديدة التي يثيرها الاتصال الرقمي، ومحاولة وضع خريطة لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي، ويُفكر في كيفية توظيف ما يسمى "التسونامي

الرقمي" في البحث العلمي عبر إدماج التكنولوجيات في برامج المؤسسات التي تُعنى بالإعلام بطريقة مختصة بهدف الوصول إلى تحويل الرقمي إلى ثقافة يتمكّن منها الباحث ويتعود عليها بممارستها ومقاربتها يوميًا. ويسعى الكتاب أيضًا إلى وضع تصور أولي يهدف إلى تطوير البحث العلمي في الوطن العربي من خلال مجموعة من الاقتراحات التي تساعد على تجاوز بعض الإشكاليات التي يواجهها البحث العلمي في المجال الإعلامي في الوطن العربي. ومن ثم استشراف توجهات التيارات البحثية السائدة فيما يتعلق بمنحى بحوث الإعلام والاتصال في ضوء مستجدات ثورة الاتصال وتقانة المعلومات الحالية.

وفي ضوء هذه الأهداف، تتوزع محاور الكتاب إلى ثلاثة فصول، يعالج أولها -وهو بعنوان: "واقع بحوث الإعلام في العالم العربي" - ثلاث قضايا؛ إذ تنطلق ورقة الدكتور يوسف تمار، "التقليد والجمود في بحوث الإعلام والاتصال في المجتمع الأكاديمي العربي"، من سؤال إشكالي: "هل ينبغي لنا -نحن الباحثين في مجال علم الاتصال والإعلام- مراجعة الأدبيات المنهجية المتوافرة لدينا حتى الآن في معالجة قضايا الإعلام الجديد أم علينا الحفاظ عليها ومحاولة تكييفها مع واقعنا الثقافي والاجتماعي والحضاري؟ وترى الورقة أن تأثير التكنولوجيات الحديثة تجاوز الأفراد وسلوكياتهم الاتصالية، وامتد أيضًا إلى البحث العلمي؛ حيث ظهرت إشكاليات معرفية جديدة تحتاج إلى طرق منهجية ملائمة لتحليلها ومحاولة الإجابة عنها. ولم يكن المجتمع الأكاديمي العربي بمنأى عن هذا الانشغال العلمي؛ حيث حاول الكثير من الباحثين العرب البحث أيضًا عن الطرق الملائمة لدراسة مخرجات تكنولوجيات الاتصال الحديثة، سواء في طبيعة تفاعل الأفراد فيما بينهم، أو انعكاساتها على المجتمع بمختلف فئاته. لكن الأمر لم يكن بالسهولة التي انتشرت بها تلك التكنولوجيات؛ فالأمر ما زال محلّ نقاش حاد في الأوساط العلمية العربية حول اعتماد

الطرق المنهجية وآليات التحليل التقليدية التي "نجحت" إلى حدّ الآن في تفسير مختلف الظواهر الإعلامية الناتجة عن وسائل الإعلام التقليدية، أو التخلي عنها ومحاولة إيجاد بدائل منهجية جديدة تتماشى وتلك الوسائل التي تُعد جديدة أيضًا.

وتركز الأكاديمية الدكتورّة مي العبد الله، في ورقة بعنوان "رؤية نقدية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال"، على البعد الفكري ومقاربة السياق العام لإنتاج البحث العلمي في ظل الأسئلة الجديدة التي يثيرها الاتصال الرقمي. وترى أن تَعَقُّد الظاهرة الاتصالية يستدعي ابتكار أطر معرفية تقوم على أدوات علمية جديدة؛ إذ أحدثت الرقمنة الاجتماعية انقلابًا حقيقيًا في هذا الحقل العلمي؛ حيث يفرض عالم الشبكات تجديدًا كليًا في الأساليب والدراسات النوعية، ويُقدِّم عوالم جديدة كثيرة للاستكشاف، وموارد وحقوقًا غير مستهلكة، تحتاج لجهد فكري كبير والمزيد من الاجتهادات والابتكارات المنهجية الإبداعية.

ويرصد الدكتور سعد سلمان المشهداني، في ورقة بعنوان "مشكلات الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال: مقرر منهجية البحث الإعلامي في الجامعات العراقية أنموذجًا"، أهم الصعوبات التي تعيق تطور الدرس الأكاديمي على الوجه الأفضل فيما يتعلق بمنهجية البحث الإعلامي في التجربة الأكاديمية العراقية. وانطلاقًا من ذلك، تحاول الورقة الإجابة على حقل استفهامي يمثّل المشكلة البحثية للتجربة الأكاديمية العراقية: ما المشكلات التي يواجهها الأستاذ الجامعي في الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال؟ وما أهم المعوقات التي تعترض مسيرة البحث الإعلامي في الجامعات العراقية؟ وما انعكاسات الدرس الأكاديمي على مخرجات التعليم في علوم الإعلام

والاتصال لتحقيق الجودة والكفاية في التدريس لدى الأستاذ والتحصيل الجيد لدى الطالب؟

ويناقش الفصل الثاني، وهو بعنوان: "مناهج البحث الإعلامي في البيئة الرقمية"، ثلاث قضايا ترتبط بالمناهج العلمية التي برزت في سياق بيئة البيانات الضخمة والتدفق الهائل للمعلومات وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي. وهنا، تحاول الورقة التي أعدها الأكاديمي نصر الدين لعياضي، "مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف"، وضع خريطة لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي تتضمن أربعة اتجاهات كبرى في البحث، وهي: المناهج التوافقية أو التعاقدية، والكبرى، والافتراضية، والرقمية. ولتحقيق ذلك، سلّط الضوء على مختلف جوانب تعقّد البحث في مجال الميديا الرقمية وخصوصيته. وقامت الدراسة بتحليل عينة قوامها 100 بحث أصدرتها مراكز بحث أكاديمية أجنبية ونُشرت في مجلات علمية وفق منهج "ميتا التحليل الكيفي" مستخدمة مفهومي "درديين" (نسبة إلى الفيلسوف جاك دريدا) أساسيين، وهما: الإرجاء والاختلاف.

وتهدف ورقة الدكتورة أسماء حسين ملكاوي، "منهج تحليل الشبكات الاجتماعية والبحث العلمي"، إلى التعرف على شكل جديد من المناهج العلمية التي تتعامل مع الواقع الرقمي الذي أصبح جزءاً أساسياً من حياتنا، والفرص التي يُقدّمها لأبحاث العلوم الإنسانية والاجتماعية، لاسيما علوم الإعلام والاتصال، والتحديات التي تواجه الباحثين العرب في سبيل المضي قدماً في تبني مثل هذه المناهج. وتستعرض الورقة تاريخ منهج تحليل الشبكات الاجتماعية، وتطوره في عصر الرقمنة وانتشار منصات الإعلام الاجتماعي، وتُقدّم شرحاً مقتضباً لإحدى الأدوات المستخدمة في هذا المنهج، وتتمثّل في برنامج

(NodeXL)، والخيارات التي يوفرها في جمع البيانات وتحليلها. كما تُقدّم الورقة نماذج تطبيقية لأبحاث تبنت هذا المنهج، وتهدف إلى الإحاطة بخصوصيته من عدة مستويات:

- المستوى الفلسفي: التحولات في الواقع وفي النماذج الفلسفية.

- المستوى النظري: النظريات الاجتماعية والإعلامية ذات العلاقة.

- المستوى المنهجي: المناهج الرقمية ومناهج تحليل الشبكات.

- المستوى التطبيقي: تحليل الشبكات الاجتماعية باستخدام (NodeXL).

وتحاول ورقة الدكتورة منال هلال المزاهرة، "إشكاليات البحوث الإعلامية العربية وأساليب تطويرها في ظل البيئة الرقمية الجديدة: رؤية نقدية تحليلية"، الإجابة عن سؤال رئيسي: ما الإشكاليات التي تواجهها البحوث الإعلامية العربية في سياق البيئة الرقمية الجديدة؟ استناداً إلى تحليل كفي لعينة قصدية من البحوث الإعلامية العربية تشمل 66 دراسة، واعتماداً على رؤية نقدية تبحث في ملائمة المناهج والنظريات التقليدية للبيئة الرقمية وقدرتها على تأطير الظواهر الجديدة وتحليلها.

أما الفصل الثالث، وهو بعنوان: "مسارات تطوير البحث العلمي في حقل الإعلام والاتصال"، فيعالج خمس قضايا ترتبط بأهم المداخل لتطوير البحث العلمي في مجال الإعلام؛ إذ تحدد الورقة التي أعدها الدكتور جريس صدقه، بعنوان "مداخل تطوير البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال"، المعوقات التي يواجهها ميدان البحث في علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي. وترى أن الدول المتقدمة لا تزال هي الأخرى في حالة سعي إلى تطوير البحث العلمي في هذا الميدان، لكن يمكن الاستفادة من تجاربها من أجل تفعيل الواقع العربي واستنباط الحلول، وهو ما يتطلب إرادة مشتركة لذلك. وتقترح

الورقة عددًا من الخطوات للخروج من الأزمة وتثبيت البحث العلمي في هذا الميدان عبر مراكمة الأبحاث، وربط المختبرات المتخصصة في الجامعات العربية، وكليات الإعلام والتبادل المعرفي والبحثي، وربط الباحثين والمجموعات البحثية، وتشجيع المنشورات المتخصصة والتعريف بالمنشورات والمجلات المتخصصة في العالم العربي، والربط مع جامعات أجنبية وبأحاثين أجانب للاستفادة من خبراتهم ومواكبة التراكم العلمي الغربي في هذا الميدان.

وتهدف ورقة الأكاديمي الدكتور محمد نجيب الصرايرة، "بحوث الإعلام في الوطن العربي: مسارات التطوير"، إلى وضع تصور أولي يسعى إلى تطوير البحث العلمي في الوطن العربي من خلال مجموعة من الاقتراحات التي تساعد على تجاوز بعض الإشكاليات التي يواجهها البحث العلمي في المجال الإعلامي في الوطن العربي. ويُعد التجديد والتطوير سمة مميزة يجب أخذها بعين الاعتبار من أجل المراجعة والتقييم وبخاصة مع التحولات الكبيرة والعميقة التي يواجهها هذا المجال. وترى أن التحليلية، والبيئية، والتبعية، والمنهجية، والمستقبلية، إلى جانب تطوير الحركة النقدية العلمية، يمكن أن تكون مسارات مناسبة لتطوير البحث العلمي في المجال الإعلامي.

أما ورقة الدكتور معتصم بابكر، بعنوان "بحوث الاتصال في العالم العربي وفاعليتها في إثراء المعرفة الإعلامية النظرية"، فترصد الإسهامات العربية في التنظير وإثراء المعرفة الإعلامية، والوقوف على أهم الإشكاليات المنهجية والنظرية التي تواجه باحثي الإعلام في المنطقة العربية وتحليل أسبابها، وبيان كيفية معالجتها أو التقليل منها. ومن ثم استشراف توجهات التيارات البحثية السائدة فيما يتعلق بمنحى بحوث الإعلام والاتصال في ضوء مستجدات ثورة الاتصال وتقانة المعلومات الحالية. وترى الورقة أن المكتبة العربية تعاني

قصورًا في مجال التنظير الإعلامي والاتصالي، باستثناء بعض الأعمال البحثية، وأرجعت أسباب ذلك إلى العديد من الإشكاليات التي تتعلق باختيار الموضوعات والمناهج والأدوات البحثية، وقلة المبادرات التي تسعى إلى إثراء المجال الإستمولوجي في مجال علوم الإعلام والاتصال.

وتُفكر الورقة التي أعدتها الدكتورة منية عبيدي، "آليات توجيه الباحثين لاستخدام المنهج العلمي في بحوث الإعلام والاتصال"، في كيفية توظيف ما يسمى "التسونامي الرقمي" في البحث العلمي عبر إدماج التكنولوجيات في برامج المؤسسات التي تُعنى بالإعلام بطريقة مختصة بهدف الوصول إلى تحويل الرقمي إلى ثقافة يتمكّن منها الباحث ويتعود عليها بممارستها ومقاربتها يوميًا. وتحوّل بذلك عملية البحث إلى القدرة على تحويل النصوص إلى بيانات، وتحويل البيانات وكل ما هو رقمي إلى نصوص، فيكتسب الباحث مهارات البحث والتقييم والفرز والمقارنة ثم الإنتاج في مرحلة أخيرة. وكي لا يكون هذا الكلام نظريًا، تقدم الورقة مفاتيح وآليات لتوجيه الباحثين لاستخدام المنهج العلمي وضبط بعض المراحل التي يمكن للباحث أن يتبعها في العملية البحثية مع مراعاة خصوصية كل موضوع.

وتهدف ورقة الدكتور عبد الكريم علي الديسي، بعنوان "البحوث الجامعية والاعتبارات الأخلاقية في علوم الاتصال والإعلام في الوطن العربي"، إلى التعرف على مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي، وتأثيرات ضعف الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي، ومعرفة مستوى تطبيق آليات حوكمة الأخلاقيات. وكشفت نتائج الورقة أن مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي، كان بدرجة متوسطة، وأن ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية

في بحوث علوم الإعلام والاتصال أدى إلى بروز ظواهر سلبية تتنافى مع أخلاقيات البحث العلمي لها تأثيرات سلبية على جودته.

ولا يفوت مركز الجزيرة للدراسات في تقديمه لهذا الكتاب أن ينوّه بالجهد البحثي للأكاديميين والباحثين المشاركين في أعمال المؤتمر، وأن يتقدّم إليهم، ولكل من أسهم في إخراج هذا الكتاب وبذل الجهد حتى يرى النور في صورته النهائية، بجزيل الشكر، سواء بالقراءة والمراجعة، والتدقيق، أو إبداء الرأي والملاحظة. ويأمل المركز أن يشكّل هذا الكتاب إضافة للمكتبة العربية ومكتبة بحوث ودراسات الاتصال والإعلام.

الفصل الأول

واقع بحوث الإعلام في العالم العربي

التقليد والجمود في بحوث الاتصال والإعلام في المجتمع الأكاديمي العربي

تمار يوسف

مقدمة

الحديث عن وضع التكوين العلمي في مجال الاتصال والإعلام بالمنطقة العربية، وخاصة ما تعلق بالمقاربات المنهجية المعتمدة في دراسة الظواهر الإعلامية والبحث فيها، يجبرنا بوصفنا أساتذة وباحثين في ميدان الاتصال والإعلام أن نعرض الحقائق قصد محاولة تصحيحها، لاسيما أننا في عين العاصفة التكنولوجية التي أنتجت إعلامًا من نوع آخر من حيث حوامله وأبعادها وانعكاساته على أفراد مختلف المجتمعات التي مسّها. فالإشكال هو في التناول العلمي لهذا الإعلام، فهل نبقى ننتظر ما تجود به علينا المدارس الفكرية من مقاربات منهجية وتقنيات بحث وأدوات تحليل لتطبيقها على مخرجات ما دُرج على تسميته بالإعلام الجديد؟*، أم نحاول نحن أيضًا المساهمة بما أوتينا من معارف أصيلة في علم الاجتماع وعلم النفس وغيرهما من المواد المساعدة على فهم قواعد منهجية في ميدان هذا الإعلام الجديد وإنتاجها، فنحن في حيرة من أمرنا بين الجمود والتقليد أو التحديث؟

* ليس من مقاصد هذه الورقة تحديد مفهوم دقيق للإعلام الجديد، لكننا كلما استعملناه فإننا نقصد به البريد الإلكتروني، والمدونات الإلكترونية، وفيسبوك، ويوتيوب، وتويتر، والهاتف الخليوي الذكي، وأي بود.

لقد أضحى الإعلام الرقمي تحديًا بحثيًا مهمًا بالنسبة للباحثين والمهتمين بالظواهر الإعلامية، ولا يقف هذا التحدي عند حدود فهم الظاهرة والتنظير لها فقط، وإنما يمتد إلى كيفية مقاربتها منهجيًا في سياق الإشكالية التالية: هل ينبغي لنا -نحن الباحثين في مجال علم الاتصال والإعلام- مراجعة الأدبيات المنهجية المتوافرة لدينا حتى الآن في معالجة قضايا الإعلام الجديد أم علينا الحفاظ عليها ومحاولة تكييفها مع واقعنا الثقافي والاجتماعي والحضاري؟

يشكل هذا الانشغال حجر الزاوية في النقاش داخل الأوساط الأكاديمية العربية حاليًا، وكان هكذا كلما ظهرت وسيلة إعلامية؛ إذ ينادي عبرها الباحثون العرب إلى التفكير في المقاربات والمناهج التي يمكن الانطلاق منها في دراسة الإعلام الجديد، وما أتاحه من وسائط وخدمات ووسائل على بيئتنا العربية بخصائصها الحضارية والثقافية التي تميزها. لكن هذه المناقشات لم تتعد الندوات العلمية والملتقيات التي تنظمها كلياتنا ومعاهدنا من حين إلى آخر، أو في إطار أطروحات الدكتوراه عند مناقشتها، فأفضى هذا الوضع إلى بروز وضعين مختلفين لكل منهما مسوغاته وحججه، كما سنبين لاحقًا.

قبل عرض آراء كل فريق ومسوغاته من الاعتماد المنهجي على ما تملّيه المدارس الفكرية الغربية، أو الاجتهاد في تأصيل أخرى في مقارنة الظواهر الإعلامية الاتصالية عندنا، ينبغي أن نرصد الوضعية العلمية في جامعاتنا ومخابر بحثنا وكلياتنا فيما يخص الإعلام الجديد، عسى أن نفهم أهمية الإشكالية السابقة وأهمية البحث فيها.

لعهود طويلة، اعتمدنا -نحن الباحثين العرب- في مقارنة الظواهر الإعلامية -حتى تلك التي تخص مجتمعاتنا العربية- على مدرستين فكريتين أساسيتين، هما: المدرسة الأميركية والمدرسة الأوروبية، إلى جانب بعض المدارس الأخرى من مختلف الروافد. ويقول

الأكاديمي نصر الدين لعياضي في هذا الشأن: "إن الخطاب عن تكنولوجيات الاتصال في المنطقة العربية يتغذى من الكتابات النظرية التي أنضجتها السياقات الاجتماعية والثقافية المختلفة عن السياقات التي تميز المنطقة العربية، ويوظف الكثير من المفاهيم، مثل: "الفضاء العام"، و"المجتمع المدني"، و"الفجوة الرقمية"، وغيرها كمسلّمات وليس كمفاهيم إشكالية"¹. إننا على وعي بأن الكثير مما تنشره هذه المدارس لا يتوافق في الكثير من الأحيان مع بعض الأوضاع الإعلامية في منطقتنا العربية، لكننا كنا دائماً نحاول -قدر المستطاع- تكييف معارف هذه المدارس مع طبيعة ظواهر الإعلام الجديد، الذي صار يتغلغل في النسيج الاجتماعي والثقافي للأمة العربية. لكن هذا المسعى، لم يصل إلى درجة الحديث عن مدرسة عربية في ميدان الاتصال والإعلام، رغم وجود أصوات كثيرة تنادي بضرورة قيام مدرسة عربية في علم الاتصال والإعلام.

فإذا وضعنا جانباً الأبعاد الفكرية المعتمدة في بحوثنا الإعلامية، فإن الحديث يخص بالذات المقاربات المنهجية الأكثر انتشاراً في الأوساط الأكاديمية، فكل المحاولات البحثية للإعلام الرقمي وما يدور في فلكه من أوضاع اتصالية، ما زالت تعتمد إما على مقارنة كمية على النمط الأمبريقي، وإما على المقاربة الكيفية على نمط البنائية الاجتماعية، مع ميول كبير للمقاربات الكمية عند الكثير من الباحثين العرب، لأننا -كما يقول نصر الدين لعياضي- تعودنا على تجنب مساءلة الترسنة المنهجية التي نستخدمها في البحث، فيصعب علينا التشكيك في التيارات الفلسفية والمعرفية التي انبنت على أساسها هذه الترسنة، والتي أطرت تفكيرنا، وحددت أطر مداركنا².

¹- نصر الدين لعياضي، "الرهانات الإستراتيجية والفلسفية للبحث الكيفي: نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، 2 يونيو/حزيران 2011، أنفاس، (تاريخ الدخول: 1 مارس/آذار 2022)، <https://bit.ly/3JqQWOy>.

²- المرجع السابق.

1. اعتبارات منهجية

اعتمدت الدراسة على مسح التراث العلمي المنهجي (المسح الوثائقي)، الذي توفره كليات الإعلام وأقسامها في المنطقة العربية من أطروحات الدكتوراه (جامعة القاهرة، جامعة الشرق الأوسط، الجامعة الافتراضية السورية، جامعة الجزائر 3..)، والمقالات العلمية التي تُصدرها مختلف المجلات المتخصصة في موضوع الإعلام الجديد، مثل: مجلة جامعة دمشق (سوريا)، ومجلة الدراسات الإعلامية (ألمانيا)، ومجلة بحوث العلاقات العامة (مصر)، ومجلة علوم الإعلام والاتصال (الجزائر)... كما اعتمدت أيضًا على مسح مختلف مخرجات المؤتمرات واللقاءات العلمية التي انعقدت حوله، لاسيما تلك التي عالجت مشاكل المناهج والتقنيات التي من شأنها مقارنة موضوع الإعلام الجديد وآلياته (مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي (السعودية)...). فقد توافرت للباحث أكثر من 250 دراسة وبحثًا في هذا الموضوع، سمحت له بتكوين رؤية عن طبيعة الوضع العلمي الأكاديمي فيما يخص الإشكالية المطروحة سابقًا.

واستعملت الدراسة أيضًا إلى جانب المنهج المسحي، تقنية المعاينة وخاصة العينة المتاحة التي تُعد من العينات غير الاحتمالية، حيث تعامل الباحث مع ما توفره قواعد البيانات، خاصة العربية منها (المنصة الجزائرية للمجلات العلمية، موقع البيانات الرقمية الأكاديمية...) من دراسات ومقالات وأطروحات وكتب وملخصات المؤتمرات والندوات وأيام دراسية في مختلف ربوع المنطقة العربية.

ولتحديد متغيرات الإشكالية السابقة، اختار الباحث أهم الدراسات والأطروحات لتكون أمثلة فسّر في ضوءها مختلف الآراء والمواقف والتوجهات المنهجية السائدة في

الأوساط الأكاديمية العربية فيما يخص موضوع الإعلام الجديد، لذلك فإن الجداول المعتمدة في هذه الدراسات، ما هي إلا عينات فقط منها.

2. وضع الاعتماد أو التقليد

يرى أصحاب هذا التوجه أن العلم له خاصية عالمية (Universal)، وبالتالي ليس هناك علم خاص بدولة أو منطقة بعينها. فما دام أن الإعلام الجديد يسع كل المعمورة فقد صار بذلك خاصية إنسانية لها مدخلات ومخرجات واحدة مقارنة بالإعلام التقليدي من حيث كونها يلتقيان في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف. فهو -أي الإعلام الجديد- امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي الذي صار في وقتنا الحالي يعتمد بدرجة كبيرة على الإعلام الإلكتروني¹.

أما من الناحية المعرفية، فإن الإعلام الجديد ما زال يحافظ على المفاهيم نفسها التي كانت تشغل بال الباحثين في الميدان، فما زال السلوك، والاستعمالات، والحاجيات المشبعة، وطبيعة التلقي، وطبيعة المحتويات المعروضة... من أهم المواضيع جلبًا لاهتمام الباحثين في مجال الإعلام الجديد. وعلى هذا، فإن المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون وطريقة سبر الآراء عبر الاستمارة أو الدراسات الكيفية بالمنهج الإثنوغرافي والتحليل السيميولوجي على سبيل المثال، لا تزال صالحة لمقاربة الظواهر الناجمة عن ومن الإعلام الجديد، طبعًا مع تكييفها مع متطلبات كل بحث. ويرى الباحث الفرنسي، دومينيك فولتون (Dominique wolton)، أنه من المفيد إدراج التنظير لآثار شبكة الإنترنت ضمن مختلف النظريات التقليدية، لأنه لا يمكن بأية حال من الأحوال أن تنفصل الميديا الجديدة

¹ - أسماء لقيط، سلامي اسعيداني، "وسائل الإعلام التقليدية في ظل زمن المكافحة: مقارنة وصفية نقدية"، مجلة المجتمع والرياضة (جامعة الوادي، الجزائر، العدد 2، يونيو/حزيران 2021)، ص 329.

عن مسيرة تطور ظاهرة التواصل الإنساني في مختلف تجلياته¹. ويرى الباحث في مجال الثقافة الرقمية، محمد السيد ريان، في كتابه: "الإعلام الجديد"، أن "الإعلام الجديد هو بمنزلة تطور طبيعي للتقنيات الإعلامية التقليدية، والتي تفرض سنن الحياة والواقع والتكنولوجيا تطورها لتلاءم وتواكب مجريات الحياة المعاصرة والسريعة والجديدة"².

إن التراث المعرفي الذي شكّل المنبع الأساسي لتفسير الظواهر الإعلامية الاتصالية ولفترة طويلة لا يزال المحرك الأساسي لمختلف البحوث والدراسات الخاصة بوسائل الإعلام وعملها، سواء على مستوى الأفراد أو المجتمع. وقد تجلّى هذا التراث المعرفي في مدرستين أساسيتين ومختلفتين شكّلتا القاعدة الأساسية لمختلف النظريات التي تبلورت في شأن علم الإعلام، وهما: المدرسة الوظيفية والمدرسة النقدية. فالأولى تصبّ فيما اقترحه هارولد لاسويل (Lasswell Harold) حول وظائف وسائل الإعلام التي لخصها في مراقبة البيئة، وربط أجزاء المجتمع، ونقل التراث من جيل إلى آخر، إضافة إلى وظيفة الترفيه، والتي نجدها مجتمعة في وظائف الإعلام الجديد. وعليه، فالمدرسة الوظيفية لا تزال قادرة على تشكيل المرجع النظري لكل محاولة لتفسير عمل الإعلام أو وظيفته، بطريقة أمبريقية مستمدة من الواقع القابل للملاحظة والقياس.

على الضفة الأخرى من الاعتماد، نجد المدرسة النقدية بقيادة كل من تيودور أدورنو (Theodor Adorno) وماكس هوركهايمر (Max Horkheimer)، وهيربرت ماركوس (Herbert Marcuse)، ثم بعد ذلك يورغن هابرماس (Jürgen Habermas) وميشال فوكو (Michel Foucault). وقد اقتربت هذه المدرسة من

¹ - Dominique Wolton, Internet et après? Une théorie critique des nouveaux médias (Paris: Flammarion, 1999), 31.

² - محمد السيد ريان، الإعلام الجديد، (القاهرة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، 2012)، ص 5.

دراسة الإعلام الجديد بالتوجهات نفسها التي قاربت بها الإعلام التقليدي، أي البحث عن طبيعة الهيمنة، والعقلانية، وعدم المساواة. كل ذلك اعتمادًا على مقارنة كيفية (المنهج الإثنوغرافي على سبيل المثال، أو الملاحظة، أو المقابلة)، لأنها الأدوات الوحيدة التي يمكن من خلالها معرفة المفاهيم السابقة في سياقاتها المختلفة حسب هؤلاء، ومنه فهم مكونات الإعلام الجديد وعمله بأكثر موضوعية.

وإلى وقت قريب من هذه الأطروحات، لا يزال الاعتماد واضحًا على الأطر النظرية الكلاسيكية لمقاربة الإعلام الجديد، فقد توصلت دراسة قام بها الباحث حلمي محسب سنة 2007¹، وباستعمالها أداة تحليل المستوى الثاني (الثانوي)، أن البحوث المصرية والأميركية على سبيل المثال، ما زالت تعتمد على النظريات الكلاسيكية الخاصة بالإعلام التقليدي في تفسيرها للموضوعات الإعلامية المرتبطة بالإنترنت. كما أشارت دراسات أخرى إلى أن الكثير من البحوث العلمية في المنطقة العربية، وفيما يخص الإعلام الجديد، ما زال يعتمد على نظرية الاستخدامات والإشباع بوصفها نظرية مُفسّرة لدوافع استعمال الأفراد للإعلام الجديد. كما نجد الاستمارة الاستبائية أداة منهجية لقياس جمهور وسائل الإعلام التقليدية مستعملة بكثافة في دراسة مستخدمي الإنترنت وما يدور فيه من أنظمة، كما قام الكثير من الباحثين العرب باستعمال تحليل المضمون عندما يريدون استنتاج مضامين الإعلام الجديد (انظر عينة من تلك الدراسات في الجدول أسفله).

نفهم من هذا الطرح أن الإعلام الجديد لا يحتاج أكثر من المقاربات الكمية أو الكيفية لدراسة وظائفه الجديدة وتحليلها، مع مناداة البعض بمحاولة تكييفها لتكون أكثر مرونة مع مختلف أشكال الاتصال التي يفرد بها الإعلام الجديد. فالخريطة المنهجية الحالية -إن

¹ عبد العزيز السيد عبد العزيز، "التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الإعلام الجديد دراسة تحليلية"، مجلة كلية الآداب بقنا (كلية الآداب، مصر، العدد 39، 2012)، ص 469.

صحّ التعبير - لمقاربة الإعلام الجديد، لا تزال قائمة على المنهج المسحي الذي يُعد من أكثر المناهج استعمالاً في بحوث الإعلام الجديد، سواء في مسح المضامين أو مسح الجمهور (المستخدمين)، أو مسح الوسيلة في حدّ ذاتها.

3. التجديد في المناهج والتقنيات المنهجية لدراسة الإعلام الرقمي

على نقيض الرأي السابق، يرى بعض الأكاديميين، مثل: عبد الله الزين الحيدري ومي العبد الله والسيد بخيت وغيرهم، أن نظريات الإعلام الكلاسيكية بصفة عامة، والمقاربات المنهجية التي تقترحها، لم تعد صالحة نظراً لاختلاف البيئة الإعلامية الجديدة عن البيئة الإعلامية التقليدية وعلى أكثر من مستوى. فالبيئة النظرية التي تتشكّل من خلالها المعاني والبنى المعرفية للجمهور تختلف اختلافاً جذرياً مع البيئة التقليدية، فالجمهور والمضمون والشكل... عناصر تتسم بالتفاعلية على العكس من البيئة التقليدية التي تُنعت بالأحادية. من جهته، ذكر الأكاديمي عبد الله بن صالح الحقيّل أن الإعلام الجديد ليس تطوراً أو امتداداً للإعلام التقليدي، وإنما هو وسيلة جديدة لها ظروفها ومتطلباتها وعملياتها المختلفة. كما أن للإعلام التقليدي ظروفه وعملياته المختلفة أيضاً، بينما الخطأ يكمن في محاولة الإعلام التقليدي تبني أو تقليد الإعلام الجديد، وهذا غير ممكن لأنهما صيغتان مختلفتان. ويبيّن الحقيّل أن الإعلام الجديد أخذ من التقليدي كثيراً من المهام والوظائف لعدم قدرة الإعلام التقليدي تقنياً القيام بها، كما أن الإعلام الجديد هو إعلام تفاعل اجتماعي، وعلاقة الإعلام التقليدي مع جمهوره تخلو من التفاعل الاجتماعي ولا يستطيع الوصول إلى هذا المستوى، لكنه يستطيع بل يجب عليه التأثير بالإعلام الجديد¹.

¹ - "إيسيسكو تتوج "الحقيّل" بجائزة أفضل باحث في الإعلام الجديد، المدينة، 23 ديسمبر/كانون الأول 2014، (تاريخ الدخول: 23 فبراير/شباط 2022)، <https://bit.ly/3vhvdUb>.

وقد أشار معهد السلام الأميركي، عام 2010، إلى أن الأطر النظرية والمنهجية المتوافرة حالياً تبدو غير كافية لتفسير أثر الوسائط الجديدة في حياتنا رغم أنها تبدو واضحة¹، ذلك لأنها حديثة النشأة من جهة، وشديدة التعقيد والتطور من جهة أخرى، حتى صار من الصعب مواكبة هذا التطور؛ إذ يظهر في كل يوم العديد من البرامج والتطبيقات ناهيك عن العديد من الابتكارات الاتصالية التي يخلقها المستخدمون، والتي تُحدث تأثيرات من الصعب أيضاً تفسيرها ودراستها عن قرب. لهذا تقف أمام الباحثين إشكالات نظرية وأخرى منهجية استلزمت منهم إيجاد بدائل نظرية ومنهجية لها تتوافق مع بنية هذه الوسائط وطبيعتها، وكذا طبيعة التطورات التي تعرفها². ومن جهته، يرى دينيس ماكويل (Denis McQuail) أن ثمة تطورات هائلة في ممارسة الاتصال من خلال الإعلام الجديد، والتي تستدعي الانتقال إلى مرحلة جديدة في التنظير، تُقدّم فيها أفكار أكثر عمقاً لفهمه، لأن النظريات الحالية المتمحورة حول الوسيط غير كافية³. وقد قادت هذه التغيرات إلى ظهور دعوات عديدة لإعادة النظر في مناهج البحث المستخدمة التي تناسب الإعلام التقليدي، وتقديم نماذج ومناهج جديدة تتسق مع الفرضيات والمفاهيم المستجدة التي ظهرت مع الإعلام الجديد، وفي مقدمتها "التفاعلية" التي أولاها هؤلاء الخبراء اهتماماً كبيراً تمثل في محاولة بعضهم تطوير مقاييس علمية لقياس "التفاعلية" في العملية الإعلامية، ومن هؤلاء كاري هيتز (Carrie Heeter) (1989)، وشيزاف رفايلي

¹- Sean Aday et al., "Faire avancer la recherche sur les nouveaux médias," United States Institute of Peace, September 14, 2010, "accessed December 10, 2021". <https://bit.ly/3JqRTGC>.

²- حميدة خامت، كمال رزوق، "المقاربات النظرية والأساليب المنهجية في دراسة وسائط الاتصال الجديدة: محاولة بحث في الإشكالات واقتراح للبدائل"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام (جامعة الأغواط، الجزائر، العدد 2، 2020)، ص 34.

³- Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory* (Sage Publications, 2010), 467.

(Sheizaf Rafaeli) وفاي سودويكس (Fay Sudweeks) (1997)، وعبد الله بن صالح الحقييل (2011).

ولئن كانت القطيعة مع التراث النظري التقليدي غير واضحة المعالم، فإنها تبدو واقعاً ملموساً من خلال مجهودات تنظير جديدة سعى أصحابها لإيجاد منطق نظري ومنهجي آخر أكثر عقلانية في فهم مكونات الإعلام الجديد ووظائفه المختلفة وتحليلها؛ فأنتجت تلك المجهودات الكثير من النظريات، مثل: نظرية الشبكة (Theory Network)، ونظرية الشبكة الفاعلة (Actor–Network Theory)، ونظرية الألعاب على الشبكة (Gaming or Ludology Theory)، وغيرها كثير.

ويقود هذا الحديث إلى موضوع المقاربات المنهجية الواجب الاستعانة بها في دراسة الإعلام الجديد، فإلى وقت قريب استعانت دراسات وأبحاث كثيرة في هذا الميدان (انظر الجدول رقم 1) بالمنهج والأدوات والتقنيات الكلاسيكية التي كانت معتمدة في دراسات الإعلام التقليدي لمقاربة ودراسة الإعلام الجديد. لكن نتائجها كانت دائماً محل شك مع صعوبة تطبيقها بشكل مماثل على الوسائط المختلفة وتفسير مختلف ظواهرها، التي تتسم بكثرة التطور والتعقيد، علاوة على الأوضاع الاتصالية التي تظهر عند استعمال الفرد تقنياتها، وكذلك مقدرة الباحثين على الإحاطة بمستعملي الإعلام الجديد من حيث طبيعتهم الاجتماعية ومستواهم العلمي وجنسهم ومختلف تصرفاتهم الاتصالية عند التعرض له. ففي كثير من الدراسات وجد الباحث أن هذه المسائل ما زالت تخضع إلى تقنيات إحصائية (العينة القصدية مثلاً) ومعادلات رياضية قد تُظهر الكثير عن المستخدمين، لكنها لا تعرف عنهم إلا ما تَظهره تلك الإحصائيات والأرقام.

وفي ضوء ما سبق ذكره من نقائص في استخدام المقاربات المنهجية التقليدية عن موضوع الإعلام الجديد، فإن الاعتماد عليها ما زال حاضراً في الكثير من الدراسات العلمية، خاصة في الأطروحات العلمية التي تستخدم لحد الآن، في معظمها، الأدوات المنهجية نفسها المستعملة في دراسة الإعلام التقليدي.

4. موقع العرب من إشكالية التقليد والتجديد في مناهج البحث

رغم التراث العلمي الذي تخرجه الأمة العربية وفي ميادين مختلفة، إلا أنه لم يشكّل قاعدة معرفية لبروز نظرية أو أنظمة منهجية لمقاربة الإعلام الجديد. فلا نكاد نجد نظرية عربية تُطرح بديلاً للنظريات الفكرية الغربية فيما يخص موضوع الإعلام الجديد والتكنولوجيا الحديثة للاتصال، فجُلُّ التراث النظري والمنهجي المتحكم في البحوث العلمية الخاصة بهذا النوع من الإعلام عندنا، ينطلق من مفاهيم ومقاربات منهجية أنتجت هناك، أي في نطاق النظرية الوظيفية والنظرية البنوية والنظرية النقدية وغيرها من النظريات التي أسست على إثرها الكثير من الدراسات لمختلف وسائل الإعلام. وهو ما نتج عنه بالضرورة اعتماد الباحثين العرب على ما تقترحه هذه النظريات من مناهج وتقنيات في دراسة الإعلام الجديد كما رأينا ذلك سابقاً، حتى إنها لم تخرج عن ازدواجية الطرح بين البحوث الكمية والبحوث الكيفية: الأولى: نجد تحت مظلتها المنهج المسحي بمختلف أنواعه، مثل تقنية تحليل المضمون، والثانية: الدراسات النقدية والمنهج الإثنوغرافي والتحليل السيميولوجي على سبيل المثال.

لقد سار الوضع العلمي في المنطقة العربية على المسار السابق عقوداً طويلة، أي منذ ظهور الحركة الإعلامية في المنطقة العربية في ثلاثينات القرن الماضي، وامتدت حتى وقتنا الحالي؛ إذ ما زالت الدراسات الإعلامية تعتمد على المقاربات السابقة نفسها في دراسة الميديا

الجديدة وتحليلها، وحتى وإن كان بعضها رائدًا في محاولته تفسير عمل الميديا الجديدة وكيفية تعامل الأفراد معها، وآثارها على سلوكياتهم ومواقفهم، لكنها في حقيقة الأمر لا تشير ولا تفصح عن الوضع الاجتماعي والثقافي الذي يتطلب تطبيق مناهج تحليلية نابعة من الثقافة العربية وحقيقتها الحضارية. وفي هذا الاتجاه، يقول الأكاديمي جمال زرن: "وهنا يكمن الفرق التاريخي بين الغرب والمنطقة العربية في تعريف الإعلام الجديد وهو ما يدفعنا إلى الإفصاح أنه لا وجود لإعلام كوني جديد أو إنساني بل إن البيئة الثقافية والاجتماعية لهذا المجتمع أو ذاك هي التي تحدد طبيعة الإعلام الجديد وخصائصاته".¹

جدول (1): عينة من الدراسات العربية التي اعتمدت الأدوات المنهجية "الكلاسيكية"

في مقارنة موضوع الإعلام الجديد

اسم الباحث	الجامعة/ المؤسسة	البلد	سنة إجراء الدراسة	طبيعة الدراسة	عنوان الدراسة	نوع الدراسة	المنهج	الأداة المستخدمة
أحمد بودادة	جامعة بسكرة	الجزائر	2020	أطروحة دكتوراه	دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام	كمية	المسح الاجتماعي	تحليل المضمون + الاستبيان + المقابلة
عادل عبد الرزاق مصطاف، زينة سعد نوحي	جامعة بغداد	العراق	2018	دراسة منشورة	استخدامات وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية	كمية	المسح الاجتماعي	الاستمارة الاستبائية

¹ - جمال زرن، "الإعلام الجديد والإعلام العربي: أي علاقة؟" المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي (جامعة مستغانم، الجزائر، العدد 19، 2014)، ص 146.

			للمجتمع العراقي					
أمنية بصافة	المركز الجامعي لحاج بوشعيب عين تموشت	الجزائر	2018	دراسة منشورة	آليات قراءة الصورة الإشهارية في مواقع شبكات التواصل الاجتماعية	كيفية	المنهج الوصفي	التحليل السيمولوجي
حسني محمد ناصر	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	السعودية	2015	بحث منشور	اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة	كيفية	منهج البحث الكيفي	التحليل من المستوى الثاني
نصر الدين لعياضي	جامعة الجزائر	الجزائر	2015	دراسة منشورة	أزمة، نهاية، فوضى أو "نشأة" مستأنفة": محاولة فهم التحولات التي تعيشها الصحافة وتأويلها	كمية + كيفية		محرك "أليكسا" + الملاحظة العلمية

فاطمة عبد الهادي علاء الدين	الجامعة الأردنية	الأردن	2014	دراسة منشورة	تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعات الأردنية: دراسة اجتماعية	كمية	المسح الاجتماعي	الاستمارة الاستبائية
فهد بن علي بن عبد العزيز الطيار	جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية	السعودية	2014	بحث منشور	شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة: توير نموذجاً	كمية	المنهج الوصفي التحليلي	الاستمارة الاستبائية
محمد خليل الرفاعي	جامعة دمشق	سوريا	2011	دراسة منشورة	دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية: دراسة تحليلية	كيفية	المسح التحليلي	الملاحظة العامة
إبراهيم بعزيز	جامعة الجزائر	الجزائر	2008	رسالة ماجستير	متنديات المحادثة والردشة الإلكترونية	كمية	الوصفي المسحي	الملاحظة + الاستمارة الاستبائية

الاستشارة الاستبائية	المنهج المسحي	كمية	شبكة الإنترنت والإسلام: دراسة وصحيفة تحليلية لإمكانية توظيف شبكة الإنترنت لخدمة الإسلام	دكتوراه	2008	السودان	أم درمان	محمد حسن سليمان قيزان
-------------------------	------------------	------	--	---------	------	---------	-------------	-----------------------------

صحيح أن العلم لا وطن له، وصحيح أيضًا أن المقاربات المنهجية حتى بين الدول الغربية تطرح إشكالية التأقلم مع واقعها الاجتماعي والثقافي، خاصة بين المجتمع الأمريكي منبع أغلبية تلك المقاربات ومناهجها، والدول الأوروبية، لكن استطاع الأوروبيون على سبيل المثال تكييف تلك النظريات ومقارباتها المنهجية مع طبيعة السياق الاجتماعي والثقافي والحضاري فيما يخص الإعلام الجديد، ومنه إنتاج مقاربات جديدة ومناهج نابعة من دراسات أوروبية محضة¹، الشيء الذي لم نقم به نحن العرب؛ فقد بقينا في مستوى التطبيق الحرفي لنظريات الاتصال والإعلام في مقارنة الإعلام الجديد بكل متغيراته، وحتى في أوساط الباحثين الغربيين، هناك من ينادي بضرورة الالتزام بدراسة السياقات الثقافية والاجتماعية عند استعمال المقاربات والمناهج الضرورية لمقاربة الإعلام الجديد. فهذا

¹ Emmanuel Ufuophu-Biri, Nkemdilim Patrick Ijeh, "Television and Digital Resources of Communication and Entertainment as Correlates of Perceived Decline in Folktale Practice in Delta State, Nigeria," researchgate.net, (May 2021), "accessed March 2, 2022". <https://bit.ly/3uDu5uT>.

الباحث جيفراي باردزيل (Jeffrey Bardzell)، يشير إلى ضرورة اختبار تلك النظريات لوظائف الإعلام التقني وأدواته في سياقها الثقافي، موضحاً أن التفكير بصورة تكنولوجية بوصفها عملية تتم بصورة مطلقة، بعيداً عن السياق التاريخي والسياسي والاقتصادي والثقافي والديني، يعني عدم فهم إمكانيات وحدود التكنولوجيا الجديدة¹.

إن الإشكال في هذه الوضعية يحمل بُعدين لدى الباحثين العرب في ميدان الاتصال والإعلام، هناك بُعد يتجلى في مسألة التقليدي والحديث من مستوى الأدوات المنهجية الصالحة لمقاربة الإعلام الجديد، فلم يسأل الكثير من الباحثين عن صلاحية الأدوات المنهجية التي تعودنا على استخدامها لدراسة الإعلام التقليدي في مقاربة الإعلام الجديد. و"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 جرى استخدامها لدراسة عناصر العملية الاتصالية في بيئة الإعلام الجديد"²، ثم لم يسأل الكثير من الباحثين أيضاً عن إمكانية استحداث وسائل منهجية تتوافق ومميزات الظاهرة الإعلامية الجديدة إلا ما ندر (انظر الجدول رقم 2)، وكأننا في انتظار ما تجود به علينا المدراس الفكرية الغربية من وسائل جديدة لمقاربة الإعلام الجديد لتطبيقها على الظاهرة نفسها عندنا.

¹- انظر على سبيل المثال: أصول المدرسة البنوية، والمدرسة السيميولوجية التي أسس معارفها رولان بارث، ومدرسة تحليل المضمون، والنصوص المنطوقة.

²- سوسن لواناسة، ليلي بن لطرش، "الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث الإعلام الجديد: قراءة تحليلية"، مجلة المعيار (جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة، الجزائر، العدد 47، 2019)، ص 224.

جدول (2): عينة من الدراسات العربية التي استخدمت آليات منهجية "جديدة" في

مقاربة موضوع الإعلام الجديد

اسم الباحث	الجامعة/ المؤسسة	البلد	سنة إجراء الدراسة	طبيعة الدراسة	عنوان الدراسة	نوع الدراسة	المنهج	الأداة المستخدمة
حبيب بن بلقاسم	مجلة علوم الإعلام والاتصال/ جامعة الملك سعود	السعودية	2018	بحث منشور	تحليل الشبكات الاجتماعية: المنهج المهمش في البحوث العربية	كيفية	تحليل الشبكات الاجتماعية	تحليل الشبكات الاجتماعية
عبد الله الزين الحيدري	مركز الجزيرة للدراسات	قطر	2017	دراسة منشورة	الميدان الاجتماعي: المصانع الجديدة للرأي العام	تحليلية	دراسة حالة	نظرية الشبكة الفاعلة
الصادق الحماوي	المجلة العربية للإعلام والاتصال	السعودية	2009	دراسة منشورة	تجديد الإعلام: مناقشة هوية الصحافة الإلكترونية	نظرية	المقاربة التواصلية	
حلمي محمود محمد	جامعة جنوب الوادي	مصر	2008	دراسة منشورة	قياس تفاعلية المواقع التليفزيونية الإخبارية على الإنترنت	وصفية كمية	المنهج المسحي	خريطة الموقع + مقياس كاري هيتز

نجوى عبد السلام فهمي	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام/ جامعة القاهرة	مصر	2001	دراسة منشورة	التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية	نظرية	المقاربة التواصلية	
-------------------------------	--	-----	------	-----------------	--	-------	-----------------------	--

وبما أن الإعلام مرتبط بطريقة لا يمكن فصلها عن المجتمع، فإن دراسة أحدهما تقتضي دراسة الآخر بهدف تقديم فهم أعمق للمعرفة، لأن نتائج البحوث التواصلية التي تجرى على المجتمع الأميركي على سبيل المثال، قد لا تصلح في المجتمع العربي ما دام التواصل هو الوجه الآخر للحياة بكل ما تحمله من تفرد وخصوصية وتأثر بالتاريخ والجغرافيا والثقافة، الشيء الذي لا نجده في الكثير من الأبحاث العلمية الخاصة بالإعلام الرقمي عندنا. فقد اعتدنا على تطبيق المناهج والتقنيات التالية¹: المنهج التاريخي، والمنهج المقارن، والمنهج المسحي، ودراسة الحالة، ومنهج تحليل النظم، ومنهج التحليل العائلي، والملاحظة بأنواعها المختلفة، والمقابلة، وتقنية تحليل المضمون، والاستمارة الاستبائية، والتحليل السيميولوجي على نهج رولان بارث (Barthes Roland) بوجه خاص، والتحليل الكيفي في بعض المحاولات الإثنوغرافية، وبدرجة أقل التحليل البلاغي (Rhetorical Analysis)، وتحليل الخطاب، والتحليل الدلالي، وتحليل التراث العلمي كفيًا، وتحليل

¹- انظر الدراسة القيمة التي أعدها حلمي محمود محمد أحمد محاسب حول التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت، حيث قام بمسح المناهج والأدوات المستعملة في المجالات المصرية ومقارنتها بالمجالات الأميركية. نتائج الدراسة جديرة بالتأمل واستخلاص الوضع المنهجي للدراسات الإعلامية في العالم العربي.

حلمي محمود محاسب، "التوجهات الموضوعية والنظرية والمنهجية لدراسات الإنترنت بالتطبيق على عينة من المجالات المصرية والأميركية"، الجامعة الإسلامية بغزة، iugaza.edu.ps، (ب.ت)، (تاريخ الدخول: 2 مارس/آذار 2022)، <https://bit.ly/35sVQMC>.

المحادثات الإلكترونية، والتحليل البنيوي للشبكات... كل هذه المناهج والتقنيات لا تستند إلى خلفية نظرية نابعة من التراث العلمي العربي، بل هي ناتجة عمّا تصدقت به علينا النظريات الغربية على شاكلة النظرية الوظيفية، والنظرية النقدية، والنظرية الأمبريقية، والنظرية البنيوية ونظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية لولب الصمت وأخرى كثيرة.

تنطلق المناهج سابقة الذكر والتقنيات المنهجية المرافقة لها من مسلمات لا علاقة لها بمنطقتنا العربية؛ مما يعيق فهمنا لطبيعة الإعلام الجديد إلا من خلال مظاهره الخارجية في الاستعمال وعدد المشاهدين (المستخدمين) والرواد.. أو على أكثر تقدير من جانبه التقني والوسائل التكنولوجية المستعملة فيه.

إن البحث الذي قامت به عالمة الاجتماع شيري توركل (Sherry Turkle)¹، من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا في أميركا، على سبيل المثال، حول الكيفية التي يتفاعل بها الناس مع التكنولوجيا، وتأثير ذلك على العلاقات الإنسانية، استعملت فيه مقابلات شخصية مع مئات الأشخاص من مختلف الأعمار، وسألتهم عن استخداماتهم للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية ومواقع التواصل الاجتماعي والشخصيات الافتراضية (الأفاتار) والروبوتات. وكان البحث ينطلق من مسلمات اكتساب وسائل الاتصال الحديثة واستعمالها من طرف كل مواطن أميركي؛ إذ تقول: "إنك على الأرجح تمتلك هاتفًا ذكيًا، وحسابات على مواقع تويتر وإنستغرام وفيسبوك". وهكذا شكّلت هذه الخلفية منطلقات منهجية لبناء تصورات وآراء العينة المدروسة، وبهذه الخلفية أيضًا تنطلق كل

¹ -Sherry Turkle, Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other (Basic Books, 2012)

الدراسات الغربية من مكانة الإعلام الجديد في المجتمع، لكن هذه المسألة ليست متوافرة على ذلك النطاق وتلك المكانة في الكثير من المجتمعات العربية. وبالتالي، فإن النتائج التي قد تصل إليها تلك الدراسات لا تساعدنا في فهم الظواهر نفسها في المجتمع العربي. ولعل نظرة خاطفة لهذه المسائل وواقعها في المنطقة العربية، قد تعطينا الحقائق التالية**:

- انتشار التعليم والتعليم الإلكتروني في الدول الغربية، في حين ما زال في منطقتنا العربية يتأرجح بين كونه من الكماليات الاتصالية إن صحَّ التعبير، وكونه ضرورة اتصالية حضارية، علاوة على أن دخول هذه الوسائل إلى المنطقة العربية فرضته عوامل خارجية بعيداً عن متطلبات تطور البنى الاتصالية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية في المجتمع العربي عامة؛ الأمر الذي يصنع واقع الإعلام الجديد بالضبابية لمكانته في النسيج الاجتماعي العربي.

- إذا كان الإعلام الجديد لدى المواطن الغربي مصدراً أساسياً من مصادر معلوماته اليومية، فهو ليس كذلك في المنطقة العربية؛ إذ إنه لا يشكّل مصدراً رئيسياً للمعلومات لدى الكثير من مواطني الدول العربية مقارنة بالوسائل الاتصالية التقليدية (القبل والقال، التجمعات في الفضاءات العمومية، المناسبات...). لا نقول هذا من باب النقد أو الانتقاص من هذه الطبيعة الاتصالية، لأن لكل أمة طابعها الاجتماعي والثقافي والحضاري

** يشير التقرير الصادر عن الاتحاد الدولي للاتصالات، عام 2015، إلى أن عدد أجهزة الهاتف الثابت في الدول العربية وصل إلى 35 مليوناً، وهذا العدد ضعيف إذا ما قورن بعدده في الدول المتقدمة، وحتى الهواتف النقالة التي شهدت تطوراً كبيراً في بعض الدول العربية، فإنها غير كافية مقارنة بعدد سكان الدول العربية ونطاقها الجغرافي. أما فيما يخص اقتناء الدول العربية أجهزة الحاسوب، والذي يُعد أداة أساسية لاستخدام الإنترنت، فهي متأخرة في هذا الشأن وذلك إما لارتفاع ثمنه بالنسبة للفئات المتوسطة والفقيرة، أو لتعقيد عمليات استخدامه بالنسبة إلى بعض فئات المجتمع العربي. وفي مؤشر دال في حديثنا على واقع الإعلام الرقمي في المنطقة العربية، فإن هذه الأخيرة، تبقى غير متقدمة جداً في مسألة توافر أحدث التكنولوجيات عالية الجودة، فكل ما لدى الدول العربية من هذه التكنولوجيات، يأتيها من الدول المتقدمة، فهي ليست مصنّعة ولا مصدّرة لها.

انظر تفاصيل كل هذه الإحصائيات في: عماد بن يحيى، "تقرير: مشهد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وشبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي، عالم التقنية"، 22 ديسمبر/كانون الأول 2012، (تاريخ الدخول: 2 مارس/آذار 2022)، <https://bit.ly/35WQ1HM>.

يُحدّد طبيعة تواصل أفرادها فيما بينهم، ما يجعل من الصعب الاقتداء بالمسلّمات المنهجية التي تطرحها المدارس الفكرية فيما يخص الإعلام الجديد من حيث مستعمليه وتصرفاتهم إزاء مضامينه.

- التباين في اكتساب التكنولوجيا بين مختلف الطبقات الاجتماعية في البيئة العربية، بل وبين الدول العربية نفسها، فما عدا ما يتعلق ببعض الطبقات الميسورة وبعض سكان المدن الكبرى، فلا يمكن أن نعتمد على مسلّمة اقتناء الوسائل التكنولوجية الحديثة بكل يسر لدى أغلبية سكان المنطقة العربية. "إن مفهوم الاستخدام يقتضي أولاً إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا ما، بمعنى أن تكون متوافرة فيزيائياً (مادياً) حتى نستطيع الحديث عن الاستخدام ثم ضرورة أن يتم تبني هذه التكنولوجيا"؛ ما يجعل في اعتقادنا نتائج الدراسات الخاصة بالإعلام الجديد وفق المسلّمات المنهجية السابقة نسبية جدّاً ولا تساعدنا في الحكم على استعمال الإعلام الجديد لدى كل أفراد المنطقة العربية.

- مكانة وسائل الاتصال الجديد، بوصفها وسائل تواصلية بين أفراد الوطن العربي، الذين ما زالوا يعتمدون في تواصلهم اليومي على أشكال تعبيرية شفوية في الكثير من مناطقه، وقد تكون الشفاهية هي التي تصوغ الذات الاتصالية والإعلامية عند العرب حتى وإن دخلوا تقنياً ومستهلكين منظومة الإعلام عبر الوسيلة¹.

- لا تزال السلطة السياسية في الكثير من الدول العربية صاحبة الشأن في إدارة شبكة الإنترنت وتوزيعها، أو على الأقل لها عين على المتعاملين الخواص حولها. لذلك فإن الرقابة حاضرة في استعمال مواد الإعلام الجديد واستهلاكها، وهو ما ينتج عنه سلوك خاص

¹ - قيدوم فلة، أثر استخدام الإنترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الإعلام التقليدية، (أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2009)، ص 12.

² - زرن، "الإعلام الجديد والإعلام العربي: أي علاقة؟"، مرجع سابق، ص 146.

لبعض مستعملي هذا النوع من الإعلام يتوجه أكثر إلى نمط الاستهلاك الترفيهي والتسلية وما كان بعيداً عن السياسة ومخرجات النظام السياسي. أضف إلى ذلك أن السلطة السياسية في الكثير من الدول العربية هي صاحبة المعلومات الرسمية والمخطوطات ومختلف البيانات التي يود أي باحث الحصول عليها. وعلى هذا الأساس وفي الكثير من الأحيان، تقابل السلطة الباحثين برفض طلبهم الحصول على المعلومات الكافية لأبحاثهم؛ الأمر الذي يجعل نتائجهم أقل دقة وأكثر افتراضية.

إن هذه المسلمات، وغيرها كثير، تدفعنا، على الأقل، إلى إعادة النظر والتفكير فيما نستعمله من نظريات وأدوات منهجية عندما نريد الاقتراب بالبحث في موضوع الإعلام الجديد، فضلاً عن وقوفها عند هذا الحد وعدم طرحها رؤى بديلة للتصورات الموضوعية التي ينبغي أن تخضع للدراسة انطلاقاً من خصوصيات أهل المنطقة وتاريخها. وقد نخرجنا هذا من ثنائية الكمّي والكيفي التي طالما حصرنا تفكيرنا في إطارها، ومن التوجه الأمبريقي إلى نمط آخر من المقاربات، وهو أمر ممكن، ويبقى تأطيره في التوجهات والمناقشات العلمية التي ينبغي أن تبادر إليها كليات الإعلام ومخابر البحث في منطقتنا.

5. الكفاية المنهجية الكلاسيكية لمقاربة الإعلام الجديد

إن المتمعن في طبيعة ووظائف الإعلام الجديد، قد يلاحظ أنه يؤدي الأدوار نفسها التي يؤديها الإعلام التقليدي، مثل الإخبار، والبحث عن المعلومة، والترفيه، والتسلية، وتمضية الوقت... وعلى هذا الأساس فهو امتداد له وليس بديلاً عنه.

إن القول بموت المنظومة النظرية والمنهجية الكلاسيكية لدراسة وتحليل الإعلام الجديد قول مبالغ فيه، في وقت لا يزال فيه الكثير من الدراسات الخاصة بهذا النوع من الإعلام يستند إلى التراث المتعارف عليه في دراسة وسائل الإعلام التقليدية، مع الاعتراف بوجود

خصوصيات وصعوبات تفرضها مكونات العملية الاتصالية للإعلام الجديد. فهذا أمر منطقي؛ إذ من غير المجدي محاولة تطبيق المناهج وأدوات التحليل التقليدية بحذافيرها على الإعلام الجديد، خاصة إذا تعلق الأمر بدراسة المجتمعات الافتراضية، فوجب تكييفها مطلب ضروري لفهم تلك الخصوصيات ومنه تكييف تلك المناهج والأدوات معها، وعلى حدّ تعبير الأكاديمية، لبنى رحوني، فإننا بحاجة إلى تكييف الأبعاد النظرية والمنهجية حسب متطلبات الجدة في الظاهرة، وهو ما عمل عليه العديد من الباحثين الذين أسهموا في تطوير النظريات المستخدمة في دراسة ظواهر الإعلام التقليدي وتطويرها لتناسب مع طبيعة الإعلام الجديد، من بينها: نظرية المجال العام، ومدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، ونموذج التلقي، ونموذج الاستخدامات والإشباع. وتضيف الباحثة: "إن البعض يرى أن استخدام فيسبوك لا ينفصل عن الاستخدامات المألوفة، مثل تضييع الوقت، والترفيه، والتقليل من الضغط اليومي والبحث عن المعلومة، وهو ما يجعل استخدامه يشبه استخدام الوسائط التقليدية، وخاصة التلفزيون".¹

ويقول المثل الجزائري: "الجديد تمسك به، والقديم لا تفرط فيه". لذلك، فإن العجز لا يكمن في استحداث آليات ومناهج وأدوات جديدة لدراسة ظاهرة الإعلام الجديد، فسوف يأتي ذلك عاجلاً أم آجلاً، وسوف تُطرح براديجمات متنوعة تحاول مقارنة وتفسير مختلف أركان الإعلام الجديد، لكن الإشكالية في الوقت الراهن هي مواصلة حضور المناهج والأدوات المنهجية "الكلاسيكية" في محاولات مقارنة الإعلام الجديد. وللتدليل على ذلك، نشير باختصار إلى بعض ما حدث من تطورات على مستوى بعض المناهج

¹ - الصادق الحمامي، "كيف نفكر في مواقع التواصل الاجتماعي؟ إحدى عشرة مسألة أساسية"، المجلة الأكاديمية الشهرية (جامعة منوبة، تونس، 2012)، ص 2.

والتقنيات المنهجية الأكثر استعمالاً في بحوث الإعلام والاتصال، بالتوازي مع ما تعرضه الإنترنت من إمكانيات.

- المنهج التاريخي: نجح المنهج التاريخي منذ ظهوره أداة بحثية في التكيف مع مختلف أنواع الظواهر ومستجدات المعارف العلمية، بما فيها الظواهر الإعلامية الاتصالية، التي تحتاج إشكالياتها العودة إلى ماضي الظاهرة وتحليلها. فقد وفرت الإنترنت لهذا المنهج الكثير من التسهيلات عبر مميزاتها الكثيرة، مثل: تخزين البيانات، وسرعة العودة إليها في أي وقت، وضخامة المعلومات المعروضة عبر البوابات الرسمية المعروفة، علاوة على ثبوت الوقائع التاريخية عبر أشكال ونماذج كثيرة، منها الصور والتسجيلات الفيلمية والصوتية والكثير من الأشياء الأخرى التي تصلح لأن تكون محلّ بحث باستعمال المنهج التاريخي الذي ما زال قادراً على التكيف مع مستجدات الفضاءات الافتراضية التي توفرها الإنترنت حتى أصبح المنهج التاريخي يُعرف عبر استعانه بهذه المميزات بـ "التاريخ الإلكتروني" (E-History).

- المنهج المسحي: لعل المنهج المسحي وبمختلف أنواعه من أكثر المناهج استفادة من تسهيلات الإنترنت، لذلك فهو يُعد من أكثر المناهج استعمالاً في مقارنة ظاهرة الإعلام الجديد؛ إذ إن أكثر من 82٪ من البحوث التي شملتها الدراسة استعمل فيها المنهج المسحي وبمختلف أوجهه؛ حيث إن دراسة مستخدمي الإعلام الجديد، وتحليل مختلف أشكال المضامين وطبيعة التفاعلات فيه... كلها ظواهر تحتاج وبدرجة أو بأخرى إلى المنهج المسحي. وقد استُخدم هذا المنهج بهذه الكثافة، ذلك لأنه وجد تسهيلات تقنية، تسمح للباحث بأن يجمع ويصنّف ويرتب المعلومات بكميات كبيرة وبأقصى سرعة، كما

سمحت له أيضًا بتحليل دقيق للبيانات يصعب القيام به عن طريق الأساليب والطرق البحثية القديمة.

- المنهج الإثنوغرافي: نظرًا لما أصبحت تشكّله الإنترنت في حياة الأفراد، فإن مقارنة أفكارهم ومواقفهم وسلوكياتهم -وفي بيئات مختلفة مقارنة كيفية- يمر عبر "النت-نوغرافيا"، وهو المصطلح الذي أُطلق على الدراسات التي تستعمل المنهج الإثنوغرافي في دراسة سياقات الإعلام الجديد عن طريق مجموعة واسعة من الأدوات، مثل المشاركة الكامنة أو النشطة، أو المشاركة في المحادثات الإلكترونية... فالمشاركة في النشاط الاتصالي عبر مجموعة على فيسبوك تمثّل السبيل لفهم المصالح الاجتماعية والثقافية والأهداف ووجهات النظر والقيم والمعاني التي ينطوي عليها هذا النشاط الاتصالي.

لقد تعاظم استعمال المنهج الإثنوغرافي في مقارنة الإعلام الجديد بشكل ملحوظ في عصرنا الحالي؛ حيث خلقت الإنترنت مجتمعات أخرى غير واقعية، أي مجتمعات افتراضية، وهي بحسب وصف سيرج برولكس (Proulx Serge) عبارة عن مجموعة من الأفراد يستخدمون منتديات المحادثة وحلقات النقاش أو مجموعات الحوار، حيث تنشأ بينهم علاقات انتماء إلى جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق والقيم والاهتمامات ولهم أهداف مشتركة، الأمر الذي يساعد الباحث الكيفي على اعتبارها مجتمعات قابلة للملاحظة والمقابلة والتفاعلية خلال أي محاولة للبحث فيها¹.

- الاستبيان: أداة تعمل تحت عُرف المنهج المسحي، ويُعد الاستبيان من أكثر أدوات البحث استفادة من مميزات الإنترنت وما توفره من قدرة على جمع ومعالجة واستخراج

¹- Serge Proulx, Francis Jauréguiberry, Usages et enjeux des technologies de communication, (Toulouse: éditions érès, 2011), 35.

النتائج بأقل تكلفة أولاً وبأقصى سرعة ثانياً، وبأقل نسبة خطأ ثالثاً، علاوة على أنها وفرت الكثير من البرمجيات والمواقع والمدونات تساعد الباحث على إنجاز وعرض أدوات الاستبيان على مجموعة كبيرة من الأفراد، واسترجاعها بطريقة سريعة ودون عناء كبير.

- تحليل المضمون: إلى جانب أداة الاستبيان، يُعد تحليل المضمون أيضاً من أكثر الأدوات استعمالاً في مقارنة مضامين الإعلام الجديد. فقد تكيّفت خطواته بطبيعة مضمون هذا الإعلام، لكنها ما زالت قائمة على مبدأ تحليل الفئات والعمل بالوحدات وبناء استمارة تحليل المضمون... ولأن محتويات الإعلام الجديد مختلفة من حيث الحوامل التي تحملها الرسائل، نجد الكثير من أشكال استعمال تحليل المضمون في دراسة تلك المضامين، من تحليل الصورة، واللغة، والخطاب... فكانت استفادة تقنية تحليل المضمون من خصائص الإعلام الجديد كبيرة، خاصة في ظل وجود برمجيات تساعد الباحث في تصنيف البيانات وتحليلها. وفي هذا الصدد نذكر برنامج محل سجل الواب (Analyser Web)، وهو عبارة عن تطبيق ذكي يقدم خلاصة إحصائية حول المحتويات الجرافيكية للمواقع التي تستخدم ملفات من نوع (HTML).

- التحليل السيميولوجي: حتى ولو كان قليل الاستعمال، فإن التحليل السيميولوجي ما زال حاضراً في دراسة الإعلام الجديد. فقد وجد الباحثون أن التحليل السيميولوجي أكثر أنواع المقاربات قابلية للاستعمال في مضامين الإعلام الجديد، ذلك أنه لا يولي أهمية كبيرة للفاعلين بقدر ما يركز على الرسالة في حد ذاتها، من حيث بنيتها والعلاقات الدلالية الترابطية الكامنة داخلها... كما يعمل التحليل السيميولوجي على فهم أنساقها الدلالية المختلفة واللسانية السيميائية (الأيقونة البصرية) وتحليلها وتأويلها بعد ذلك. وباعتبار أن هذه الأخيرة قد تأخذ الكثير من أشكال التعبير كما قلنا سابقاً، فقد نجد هذا التحليل في

دراسة الصورة، واللغة، والأفلام، وأشكال التعبير الصوتية... ويقول الباحث نبيل شايب: "تعد المقاربة السيميولوجية من أهم المقاربات وأنسبها لتحليل الإعلام الرقمي إلى جانب المقاربة التداولية، لأنها تجمع بين تحليل الصوت والصورة والموسيقى والحركة والأداة واللون والإشارة والدلائل وأنظمة عمل العلامات والأيقونة واللغة والديكور والرموز"¹.

ما يمكن أن نلاحظه على الدراسات التي استعانت بأدوات منهجية جديدة في مقارنة الإعلام الجديد أنها مقاربات تقنية نابعة من علم الإعلام الآلي والبرمجيات أو كما يسميها الأكاديمي، نصر الدين لعياضي، المناهج الحاسوبية أو الكبرى (Big methods) ليس كتقنيات مساعدة كما عهدناها عندما كان علم الاتصال والإعلام يبحث عن بناء منهجي يتلاءم وطبيعة الظواهر التي تخصه، بل كأدوات منهجية أساسية في دراسة الإعلام الجديد. وهذا ما يفقدها الطابع الإنساني والاجتماعي في تفاعل عناصرها الاتصالية في الكثير من نتائجها، مثل برنامج (XL Node) الذي يسمح باستقراء البيانات من منصات مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة برمجية آلية، أو برنامج (Storify) الذي يسمح هو الآخر بالتعرف على كيفية انتشار رسائل معينة حول قصة جرى نشرها... ومن وراء "نظرية النقرة" التي يستعين بها الكثير، هناك إنسان بمختلف توجهاته النفسية من جهة، والاجتماعية من جهة أخرى. ومن وراء "جماعات المحادثة"، هناك شبكة من العلاقات من الصعب تحديدها فقط من خلال عدد الزوار، أو من خلال عدد المشاركين والحديث فيما بينهم. فالتكّيم في بعض الحالات لا يفي بالغرض، مثل تكّيم "الإيموجيات"

¹- نبيل شايب، "آليات التحليل السيميولوجي للخطاب الإشهاري التلفزيوني: من التمثيل إلى التأويل"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، العدد 30، سبتمبر/أيلول 2017)، ص 102.

(Emoji) التي تتسم بشدة التصاقها بثقافة المجتمع، أضيف إلى ذلك أن هذه التقنيات لا تدرس العلاقات السببية بين المتغيرات، بل إن العلاقات بين المتغيرات تُحددها قوانين رياضية وإحصائية بلغة الأرقام والنسب كمعامل ارتباط بيرسون، ومعامل التصنيف الداخلي، ومعامل ارتباط سبيرمان للرتب، ومعامل ارتباط كندال تاو للرتب، ومعامل ارتباط فاي وغيرها.

ورغم كل ما سبق ذكره، يعتقد الباحث أن التقارب بين المناهج الحاسوبية والتقنيات والمناهج "الكلاسيكية" ممكن، بل ومفيد أيضًا، فلطالما كانت العلوم الإنسانية والاجتماعية، تبحث عن صيغ منهجية جديدة تضيء الطابع الموضوع لأبحاثها. فقد نجد في مثل هذه التقنيات ما يجعل علوم الاتصال والإعلام على سبيل المثال علومًا أكثر صلابة من طابعها التأويلي التفسيري الذي تتصف به.

وعلى هذا الأساس، نعتقد أن التزاوج بين التقنيات الجديدة لمقاربة الإعلام الجديد، ونظيرتها الكلاسيكية، مفيد جدًا في دراسة هذه الظاهرة، فالتكامل قد يوصل بحوث الاتصال والإعلام إلى تدارك النقص المنهجي الذي سادها لعقود طويلة.

خاتمة

إن الإرث العلمي العربي جدير بأن يشكّل القاعدة الأساسية لانطلاق التفكير في مقاربات أصيلة لدراسة الإعلام الجديد وفهمه، سواء أكان هذا الإرث في علم الاجتماع (عبد الرحمن بن خلدون)، أم في علم النفس (ابن إسحاق الكندي وابن الصائغ المعروف بابن باجة)، أو علم السياسة (عبد القادر بن عمر البغدادي، والمرتضى الزبيدي)، أو حتى في أنثروبولوجيا المنطقة العربية (أبو عثمان عمرو بن بحر الجاحظ، وأحمد بن مسكويه)

وغيرهم كثير جدًا سواء من القدماء أم المحدثين، وسواء في هذه العلوم أم في العلوم التي يمكن أن نهل منها مبادئ نظرية ومنهجية لدراسة الإعلام الجديد.

إن وعي الباحثين والإعلاميين العرب، بالوضع السابق قائم بدليل أن الكثير منهم يصرّحون به في الكثير من مداخلاتهم، فهذا يوسف محمد السماسيري يقول في هذا الشأن: "إن البحث العلمي في حقل علوم الإعلام والاتصال في البلدان العربية سيظل قاصرًا، ما لم يتمكن من إنتاج نظرية خاصة به، ولم يحقق استقلاليته عن النظريات الغربية، وسيطور هذا البحث إذا وظّف الباحثون العرب نظريات الإعلام والاتصال عندما يتمكنون من تحقيق الاستقلالية¹. وإذا بقيت البحوث العربية في منزلة بين المنزلتين، فلا هي تملك النظريات لعلوم الإعلام والاتصال بشكل خلاق من خلال تجريبها وتعديلها وإثرائها وتجديدها، ولا هي بادرت إلى استنباط مرجعيات جديدة وأصيلة نابعة من واقع رحم الواقع العربي، فإن هذا الوضع يؤدي إلى نتائج خطيرة منها غلبة المقاربة الوصفية (وهو المستوى الأول من البحث)، وهيمنة الأسلوب الإنشائي الخطابي والانسحاق وراء التعميمات واختزال البحث في الإعلام في الدراسة الكمية التي لم تفض التراكمات المتواصلة إلى معارف نظرية تؤسس لشرعية العلم.

¹ - محمد يوسف السماسيري، فلسفات الإعلام المعاصر في ضوء المنظور الإسلامي، فرجينيا، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، 2008، (تاريخ الدخول: 11 ديسمبر/كانون الأول 2021)، <https://bit.ly/3rP9yAS>.

رؤية نقدية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال

مي العبد الله

مقدمة

ظهرت "علوم الإعلام والاتصال" علمًا مستقلًا من العلوم الإنسانية والاجتماعية مع التطور التكنولوجي وحاجة الباحثين إلى مساعدة مجتمعاتهم لتجنب الخضوع لمتاهة التكنولوجيا والاستراتيجيات الصناعية، وللتفكير بشكل ديمقراطي وخلّاق في كل التغيرات من أجل ابتكار المستقبل. وقد أظهرت تعقّد الظاهرة الاتصالية الضرورة الملحة لميلاد أطر معرفية تقوم على أدوات علمية جديدة، تجعل من أبحاث الإعلام والاتصال حقلاً معرفيًا مستقلًا؛ إذ أحدثت الرقمنة الاجتماعية انقلابًا حقيقيًا في هذا الحقل العلمي، وباتت الدراسات من خلال العيّنة، وأدوات المسح التقليدية مثل الاستبيان، غير كافية أو صالحة لزمن الرقمنة؛ حيث يفرض عالم الشبكات تجديدًا كليًا في الأساليب والدراسات النوعية، ويُقدّم عوالم جديدة كثيرة للاستكشاف، وموارد وحقوقًا غير مستهلكة، تحتاج لجهد فكري كبير والمزيد من الاجتهادات والابتكارات المنهجية الإبداعية.

ويطرح تطور دراسات الاتصال تساؤلات عديدة، أهمها: هل يمكننا الحديث عن المنهج الإثنوغرافي إن كان مجتمع الدراسة يتمثّل في مستخدمي الإنترنت، وأحيانًا من دون علمهم؟ وهل يمكن تطبيق التحليل الاجتماعي على أفراد لا يكشفون هويتهم الحقيقية أو

يختبئون خلف شخصية مستعارة؟ وكيف يمكن التعميم بخصوص تفاعلات يسيطر عليها عدد قليل من المتحدثين المهيمنين الذين يحتلون مساحة الاتصال؟ وكيف يمكن تحليل تبادلات وحوارات لا تخضع لثوابت أو قواعد معينة، أو الحديث عن علاقات اجتماعية بهذا التفاوت وهذا الاضطراب؟

من هنا، تسعى الورقة للإجابة على أسئلة إشكالية محددة: ما الأصول النظرية لدراسات الإعلام والاتصال؟ وما مسارات تطور البحوث والمناهج في علوم الإعلام والاتصال؟ ما أهم الأسئلة الجديدة في الاتصال الرقمي؟ وكيف يمكن معالجة إشكالية بحثية محددة ومتماسكة في عالم لا حدود له؟ ما الإشكاليات المنهجية للبحوث في المنطقة العربية؟ وما خصوصية البحث في الإعلام والاتصال؟

وتعتمد الورقة، في بحث هذا الحقل الاستفهامي، المقاربة النقدية لمناهج البحوث في علوم الإعلام والاتصال، وتركز على البعد الفكري ومقاربة السياق العام لإنتاج البحث العلمي، لا سيما في البحوث العربية في عالم متغير. ويقتضي هذا النوع من المقاربة تحليل عينة من الدراسات العربية والتعليق عليها، وبيان الاتجاهات الحديثة لبحوث الإعلام والاتصال، وأهم مناهج البحث الحديثة في سياق البيئة الرقمية وأبرز إشكالياتها.

1. الأصول النظرية لدراسات الإعلام والاتصال

تعود الدراسات والبحوث العلمية الإعلامية الأولى في العالم إلى فترة ما بين الحربين العالميتين، وقد أطلقها الانتشار القوي والمتسارع لوسائل الإعلام الجماهيرية لأغراض الدعاية. في هذا الإطار، ظهرت الدراسات الأمبريقية المعتمدة على نموذج الرصاصة

السحرية الذي يرى أن تأثير الوسائط على رأي الجمهور بمنزلة كرة موجهة نحو المتلقي السلبي، الذي لا يعارض أو يقاوم الأفكار المقدمة إليه¹.

لكن هذا النموذج انتقد سريعاً، ورأى الباحثون أن رسائل وسائل الإعلام والاتصال لها تأثير غير مباشر؛ حيث يدرك الجمهور الرسالة ويقبلها فقط إذا كانت تتفق مع الأفكار التي يشعر بانتمائه إليها. كما أن الفرد يضع ثقته في قائد فكري يكون جزءاً من مجموعته، ويعدّه قادراً على تلقي الرسائل من وسائل الإعلام وكشف الحقيقة من الخطأ، ويمر التأثير الشخصي للقائد عبر المحادثة النشطة التفاعلية. علاوة على ذلك، بما أن الفرد يشعر بالتواطؤ مع زعيمه، فهناك رابط عاطفي يعطي أهمية لفكرته².

لذلك، بُذلت لاحقاً محاولات علمية عديدة لتحليل عملية الاتصال ووصف أبعادها وعناصرها، وأكدت الدراسات أهمية وسيلة الاتصال، ودورها المؤثر في المجتمع. ومن أهم نماذج الاتصال التي أسست لعلوم الإعلام والاتصال نموذج إليهو كاتز (Elihu Katz) وبول لازرسفيلد (Paul Lazarsfeld)، وهو يبحث في تأثير الأفراد في عملية الإعلام الجماهيري على أساس أن الإعلام لا يؤثر في الناس مباشرة، بل من خلال قادة الرأي العام، كذلك نموذج تشارلز رايت (Charles Wright)، وهو يهتم بالوظيفة والدور الذي تقوم به وسائل الإعلام، ثم نموذج ملفين ديفلور (Melvin DeFleur) الذي يتناول المؤسسات الإعلامية من خلال أسلوب عملها، وكيفية فهمها وسبب وجودها وحجم تأثيرها في المحيط الاجتماعي.

¹ - مي العبد الله، البحث في علوم الإعلام والاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية، (بيروت، دار النهضة العربية، 2011)، ص 36.

² - Pierre Bourdieu, "Penser la politique," Actes de la recherche en sciences sociales, Vol. 71-72, (March 1988).

وبناء على نموذج تيودور نيوكومب (Theodore Newcomb)، يجب أن تكون لنا مواقف حيال الأشخاص والأحداث المحيطة بنا. ويتناول أيضًا نموذج ديفيد بيرلو (David Berlo) العمليات التي تصاحب المواقف الاتصالية، ويحدد العوامل المسؤولة عن نجاح وفشل العمل الاتصالي وعلاقة العناصر ببعضها؛ إذ يرى أن مكونات عملية الاتصال تشمل أربعة عناصر تشمل: المرسل، والرسالة، والوسيلة، والمتلقي¹.

وأضاف ويلبر شرام (Wilbur Schramm) إلى المعرفة نموذج النظام الوظيفي لعملية الاتصال، وقدم من خلال هذا النموذج مفاهيم مهمة، مثل: الإطار الدلالي، والخبرة المشتركة وأهميتها في عملية الاتصال. أما نموذج معاملات الاتصال (Transactional model of Communication) فهو نموذج علمي مستمد من النهج النظامي، وقد طوّره إيريك بيرن (Eric Berne) وحقق نجاحًا هائلًا في الولايات المتحدة وأوروبا، ويمثل الطريقة الأكثر شيوعًا اليوم للتواصل الاجتماعي. فالتفاعلات العادية والأحداث تُعد أيضًا شكلاً فعالًا للتفاعل أو التواصل، وهي أكثر فعالية وتنظيمًا للمستخدمين الذين لديهم قواسم ثقافية مشتركة، وأيضًا لأولئك الذين يعرفون بعضهم البعض. وتعتمد موثوقية وكفاءة الرسائل المترابطة أيضًا على الطريقة المستخدمة، فالعديد من العوامل يمكن أن تؤثر على إجراء التفاعل أو التواصل، مثل الخلفية والضوضاء غير المرغوب فيها².

2. تطور بحوث الإعلام والاتصال

¹ - مي العبد الله، نظريات الاتصال، (بيروت، دار النهضة العربية، 2005)، ص 78.

² - Ian Stewart, Eric Berne, Key Figures in Counselling and Psychotherapy (London: Sage Publications, 1992), 127.

تطورت علوم الإعلام والاتصال بسرعة قياسًا إلى تاريخ ظهور الدراسات الإعلامية الأولى، وأصبح لها نشاط بحثي خاص يضم مئات المتخصصين حول العالم، وباتت مجالًا علميًا مستقلًا من مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية. ويُسهّم اليوم هذا المجال العلمي الجديد في إعداد الطلاب لكل مَهَن الإعلام والاتصال، من الصحافة المكتوبة إلى الاعلام المرئي والمسموع، إلى الاتصال التنظيمي والسياسي، وعلم المعلومات وتقنيات الشبكات... إلخ، وتُناقش مئات الأطروحات الجامعية في هذه المجالات المختلفة سنويًا. ويرتبط تطوير هذا النشاط بالابتكار والتغيرات التي تؤثر في أنظمة المعلومات، والصناعات الثقافية والإعلامية، لاسيما الابتكارات السمعية البصرية، وتطبيقات الإنترنت، وتقنيات الترويج وصناعة العلامة التجارية¹.

ولكن، في مقابل التخصصات الأخرى في العلوم الإنسانية والاجتماعية التي تهتم أيضًا بهذه الابتكارات، تكمن المساهمة الأساسية للباحثين في علوم الإعلام والاتصال في البُعد النظري، أي في حقيقة أن العلاقة بين المعلومات والتواصل تمثل في نظرهم مفهومًا متكاملًا له بعده الفلسفي، وليست مجرد مجموعة بسيطة من التقنيات أو السلوكيات أو العمليات الاتصالية. فهم ينظرون إلى عملية التواصل برمتها دون فصل أساسها التقني والاقتصادي عن بعدها اللغوي، وعن خصائصها باعتبارها عملية اجتماعية. على هذا النحو، يحافظون على علاقات مهمة مع التخصصات الأخرى، مثل الفنون والآداب، والتاريخ والأنثروبولوجيا، وعلوم اللغة وعلوم الكمبيوتر².

¹ - Dominique Boullier, "Les sciences sociales face aux traces du big data," Revue française de science politique, Vol. 65, no. 5, (2015): 805-828.

² - Mike Ananny, Kate Crawford, "Seeing without knowing: Limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability," New Media & Society, Vol. 20, no. 3, (2016): 973-989.

إن دور علوم الإعلام والاتصال في الجامعة هو قبل كل شيء لمساعدة مجتمعنا على تجنب الخضوع للابتكارات التقنية والاستراتيجيات الصناعية، ولمنح أنفسنا الوسائل للتفكير بشكل ديمقراطي وخلاق في هذه التغييرات من أجل ابتكار المستقبل. ويستخدم البحث مجموعة متنوعة من الأساليب، بما في ذلك دراسة تداول الخطاب، مع مراعاة عدم الفصل بين التقنيات والعلامات والممارسات. وعلى الصعيد الدولي، تتفاعل علوم الإعلام والاتصال بشكل خاص مع الدراسات الإعلامية، والمعلومات وعلوم المكتبات، والسياسية والدراسات الثقافية¹.

وإذا كانت الأصول التاريخية للاتصال تعود للعصور القديمة من خلال الأدب والخطابة والبلاغة، فإنها لم تشتهر في الخطاب الحديث العادي إلا منذ أواخر القرن التاسع عشر؛ حيث بدأت الدراسات الأكاديمية في مجال الفنون والآداب تهتم بمواضيع متفرقة، مثل سلوكيات الجماهير واستخداماتهم لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية². لكن تحديث علوم الإعلام والاتصال، بإضفاء الطابع المهني عليها وتعليم مستلزماتها المهنية على غرار القانون والتشريعات، بدأ فعلياً مع اقتراح الباحث الأميركي، روبرت لي (Robert Lee)، الذي دعا إلى تكوين جامعي لمهن الإعلاميين في عام 1869. وبدأت هذه الفكرة تنتشر بين المؤتمرات الدوليين حول الإعلام اللذين عُقدتا في بوردو وبرلين؛ حيث وُضع أول برنامج دراسي في ميدان الإعلام عام 1901، ثم نشأت جامعات أخرى، وكانت أول كلية صحافة جامعية مكتملة العضوية في جامعة ميسوري عام 1908، تلاها فتح أول تخصص جامعي للاتصال في أوروبا في ألمانيا عام 1916. من جهتها، تُعتبر المدرسة العليا للصحافة التي تأسست في باريس، في نوفمبر/ تشرين الثاني 1899، أول مدرسة غير جامعية خاصة

¹- يوسف أزروال، "الإعلام الجديد وموجة التغير العربي"، صحيفة الرؤية، العدد 647، 2014.

²- العبد الله، البحث في علوم الاعلام والاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية، مرجع سابق، ص 28.

لصحافة في العالم، تلاها في أوروبا في أوائل العشرينات المعهد الألماني للصحافة، والمدرسة الحرة للصحافة التابعة لليومية الكاثوليكية في إسبانيا، عام 1926 وأول مدرسة في إيطاليا عام 1929.

وكانت محتويات المواد الدراسية في كل هذه الهيئات ذات طابع مهني يرتكز أساسًا على التقنيات الخاصة بممارسة مهنة الصحافة، ثم أصبحت ابتداءً من العشرينات تتضمن كذلك وحدات نظرية، مثل التاريخ وأخلاقيات الصحافة والرأي العام وإدارة الصحيفة والإشهار، وذلك بفعل عدة عوامل منها التفاعل بين تعليم الإعلام والعلوم الاجتماعية التي تمثل المحيط الثقافي لمثل هذا التخصص. بالإضافة طبعًا إلى ظهور وسائل الاتصال الحديثة، مثل الهاتف والإذاعة والتلفزيون، التي أصبحت تأثيرها يتزايد في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية.

وبدأت، بين عامي 1934 و1935، دراسات ما بعد التدرج في بعض الجامعات الأميركية، ثم اتسع مجال البرامج الإعلامية كماً وكيفًا بعد الحرب العالمية الثانية لِيُسهم في تأصيل تعليم الإعلام باعتباره علمًا قائمًا بذاته في أميركا، ثم في أوروبا وبقية أنحاء العالم، ومنها في مصر عام 1939 والجزائر في الستينات وتونس والمغرب في السبعينات. وبحلول فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية بدأ الاعتراف بالتدريس في الإعلام والاتصال كمجال أكاديمي متميز، كما أن المفهوم العادي للاتصال قد طوّر دلالات غنية متعلقة بالسياسية وعلم الدلالات والعلاقات الإنسانية والتفاعل والتأثير الاجتماعي والاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات¹.

¹ - مي العبد الله، علوم الاعلام والاتصال، (بيروت، دار النهضة العربية 2009)، ص 50.

3. تطور مناهج بحوث الإعلام والاتصال

يُعرّف المنهج (Method) بالطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة، ويُعرّف البحث بمجموعة من القواعد العلمية المستعملة من أجل الوصول إلى الحقيقة في العلم. أما منهج البحث فهو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة¹.

ويتم اختيار منهج البحث عن طريق مشكلة البحث، التي يُحدّد من خلالها اتجاهات البحث إن كان تاريخياً أو وصفيّاً أو مسحياً أو تجريبياً. ويعني منهج البحث العلمي استخدام طريقة علمية منظمة في مواجهة مشكلاتنا اليومية والعامة، وهو ما يسمح برفع وتعزيز قدرتنا على حلّها عبر تناوّلها بطرق علمية مما يسهل علينا مواجهتها.

وقد اختلف علماء المنهجية في تصنيف مناهج البحث العلمي، كما اختلفوا مع تطور علوم الإعلام والاتصال حول المصطلحات العلمية نفسها، مثل المنهج والمنهجية والأسلوب والطريقة، وحتى حول أهمية المنهج وأدواته وأنواعه ووظيفته في البحث. هذه المسائل تحتاج لنقاشات علمية جادة واتفاق بين الباحثين بشأنها، أو الالتزام بما يقرره المرجع الأكاديمي أو البحثي لإنجاز ونشر البحوث. وتُعدّ كتب المنهجيات أنواع المناهج، إلا أننا نميز ثلاثة منها أساسية، مع اعتبار البقية أدوات وأساليب، وهي: المنهج التاريخي الذي يُستخدم لدراسة حصلت في الماضي، والمنهج الوصفي الذي يُطبّق لدراسة ظاهرة معاصرة، والمنهج التجريبي الذي يستخدم بهدف التوقع المستقبلي للظاهرة المدروسة.

¹ - العبد الله، البحث في علوم الاعلام والاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية، مرجع سابق، ص 159.

كانت بعض البحوث والدراسات الإعلامية في البدايات تقف بأهدافها عند حدود الوصف المجرد للظاهرة للإجابة عن التساؤل: ماذا وكيف؟ أي التعريف بالظاهرة والتغير فيها، أو كيف تتحرك هذه الظاهرة أو كيف يحدث التغير فيها. ويقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمّية أو نوعية في مدة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.

وفي ظل تعقّد الإشكاليات البحثية وتطور الفكر الاتصالي، اتجه البحث في علوم الإعلام والاتصال نحو الاهتمام بتحليل النتائج ومناقشتها وربطها بالسياق العام وبيئة الاتصال، بحيث تصبح وحدة متكاملة. فأصبح المنهج الأول هو منهج المسح الميداني بأدواته المختلفة، والأهم ما يسفر عنه من نتائج وقدراته التفسيرية لتحقيق الإضافة العلمية. فالمنهج المسحي هو أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويُعرّف هذا المنهج بمجموعة الظواهر موضوع البحث، التي تضم عددًا من المفردات المكوّنة لمجتمع البحث خلال مدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها، ويفيد الأسلوب الارتباطي لكشف العلاقة بين متغيرين أو أكثر في دراسات الإعلام والاتصال. وتكمن أهمية استخدام المنهج التاريخي في أنه يسمح -من خلال دراسة الأحداث الراهنة والاتجاهات المستقبلية في ضوء ما حدث في الماضي- بتقويم ديناميكية التغير أو التقدم أو تحقيق المزيد من الفهم للمشكلات الإعلامية المعاصرة، وإمكانية التنبؤ بالمشكلات التي قد تنجم مستقبلاً. ويتجه الباحثون اليوم في الدول الغربية، وخصوصاً في بحوث البيئة الرقمية، إلى اعتماد المنهج التجريبي الذي يُستخدم

لدراسات الجمهور والاستخدامات والإشباعات والسلوكيات والتأثير، وتحتاج الدول العربية إلى اعتماده أكثر وإدخاله ضمن مناهجها، لأنه يساعد على التحقق من أمور لا تتوضح من خلال الأدوات الأخرى¹.

4. الاتجاهات الحديثة لبحوث الإعلام والاتصال

بالرغم من الصعوبات المشار إليها، فإن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والاتصال داخل المجتمعات في كل المجالات الحياتية منذ ظهورها حتى الآن قد أدى إلى ميلاد وعي متزايد بمشاكل وقضايا الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام والاتصال. وقد تجلّى هذا الوعي في اهتمام سلطات الدول بوسائل الاتصال الجماهيري بفعل الدور الكبير الذي أدّته، خاصة على مستوى تكوين الرأي العام وأيضاً الترويج السلعي والخدمات، خلال الخمسينات من القرن الماضي، ولذلك تم تأسيس العديد من المعاهد والكليات ومراكز التدريس والتدريب والبحث المتخصصة في الإعلام والاتصال، إلى جانب الجهود البحثية التي بُذلت على مستوى تخصصات علمية، مثل العلوم السياسية².

حتى الآن، جرى توجيه الأولوية المنهجية السائدة نحو تطوير نماذج السببية وتفسير الواقع الاجتماعي. كما نلاحظ اليوم إحياء للمناهج التي تركز إما على الوصف الدقيق للحالات، أو على إجراءات تصنيف البيانات من أجل تسليط الضوء عليها من خلال التفكير في المجال الاجتماعي وقراءة مؤشرات الواقع البشري التي يمكن أن تتفاعل مع بعضها البعض. هذا التعدد والتنوع في الأساليب يؤدي إلى اعتماد المنهجيات الهجينة والتوافقية، وفي نفس الوقت، لا نستطيع تجاهل حقيقة أن انتقاد اختيار الأساليب أمر

¹ - مي العبد الله، متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام، (بيروت، دار النهضة العربية، 2020)، ص 17.

² - فضيل دليو، مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم والنماذج والأنظمة، ط 1 (الجزائر، منشورات ألفا للوثائق)، 2018، ص 13-14.

ضروري ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بطبيعة الإشكاليات والأسئلة البحثية. فالمنهجية الصحيحة تسمح ببناء البيانات التي تتوافق على أفضل وجه مع أسئلة البحث التي نريد الإجابة عليها. ولا يمكن أن يحدث التفكير في المنهجية في الفراغ؛ إذ هي مرتبطة بالضرورة بمشكلة وسؤال بحثي.

من هنا، فالتحدي المنهجي المعاصر مركّز على القدرة على الصمود، بعيداً بما فيه الكفاية عن الشركات التي تمتلك الأدوات والبنية التحتية والمنصات الرقمية من أجل الحفاظ على الاستقلال لإنتاج علمي مجاني تماماً، في مواجهة القيود التي يمكن أن يفرضها اقتصاد السوق والرأسمالية المعلوماتية. لذلك، فمن الطبيعي أن تتحوّل الطرق والأساليب الكميّة البحثية بعمق لتصبح للمنهجية أهمية مزدوجة، فهي تعني أساليب البحث والتحليل، ومجموع القرارات والعمليات التي يجري إجراؤها لتحديد وشرح ظاهرة، وفي نفس الوقت تشير إلى الموقف الفكري للعلماء والباحثين، وإلى الطرق التي تتشكّل بها المعرفة في مختلف التخصصات العلمية¹.

وتفتح التكنولوجيا الرقمية آفاقاً جديدة للوصول إلى مجالات البحث، والمزيد من مجموعات البيانات للمؤسسات الصناعية العامة والخاصة. من ناحية أخرى، تسمح بمراقبة تجارب الأفراد وآثارهم الرقمية على "الويب"، خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ولا تثير هذه الوعود المتعلقة بالبيانات الضخمة حماس علماء المعلومات وعلماء الاتصال وحدهم، ولكنها تثير أيضاً اهتمام العلوم الاجتماعية المعنية بالآثار التي خلّفتها الإجراءات والاستخدامات اليومية على الشبكة. ومن هنا، تُطرح إشكاليات منهجية

1- Stéphane Orivesi, Sciences de l'information et de la communication savoirs, discipline, (Grenoble: PUG, 2014), 18.

كثيرة جديدة، مثل مكانة النظرية، والإطار المعرفي في البحث، وعلاقته بالبيانات، ودور الباحث وأهمية السياق، وكل شروط إجراء البحث في المجتمعات الرقمية. وقد يميل الباحثون إلى التفكير في تجديد أساليب البحث في السياق الرقمي باعتباره حديثاً، وإلى خرق وتجاوز الأساليب الحالية. لذلك، فإن إعادة تشكيل المشهد المنهجي الحالي هو أقرب إلى "إعادة توزيع" الأساليب، بحيث تتكيف مع خصائص التكنولوجيا الرقمية. وتُسهم إعادة التوزيع هذه، في إعادة تشكيل العلاقات بين الأشخاص المشاركين في الأنشطة البحثية؛ مما يؤدي إلى إعادة توزيع المهارات والقوة والشرعية. وتطرح عمليات إعادة التشكيل تحديات معرفية مهمة، وفي نفس الوقت تتيح الفرصة لإعادة النظر في المقاربات البحثية وأهميتها للبحث. فمن المهم إعادة توزيع كل من الأساليب والجهات الفاعلة في البحث، لنبداً من الاحتمالات التي يفتحها هذا الاقتراح للتفكير في البناء الاجتماعي للمعرفة في عصر التحول الرقمي¹.

لقد أدت ممارسات التحقيق الإثنولوجي والإثنوغرافي الجديدة مثلاً إلى زعزعة الانضباط المنهجي، مع أن مجال البحث الإثنوغرافي على الإنترنت قد أسهم في إظهار الحاجة إلى إلقاء نظرة على القضايا الأخلاقية، على وجه الخصوص، لأنها تخص علم الأعراق البشرية إلى جانب اعتماد أداة الملاحظة، خاصة في الحالات القصوى من التصوير الذاتي في السياق الرقمي؛ حيث يتم الآن إجراء الكثير من الأبحاث من دون علم الناس².

5. الأسئلة البحثية والإشكاليات المنهجية (دراسة تحليلية)

1- Mélanie Millette et al., Méthodes de recherche en contexte numérique: une orientation qualitative (Québec: Les Presses de l'Université de Montréal, 2020), 28.

²- بلقي فطوم وسيفون بابة، "الإثنوغرافيا منهج حديث في الفضاء الاتصالي الجديد"، مجلة الخلدونية (جامعة ابن خلدون، المجلد 13، العدد 1، 2021)، ص 39-52.

في هذا المحور نحلل نتائج البحوث والدراسات الميدانية التي أنجزها فريقنا البحثي ضمن "الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال"، والتي قادتنا إلى تحديد فرضياتنا وبلورة عناصر وشروط نظرية "متاهة التواصل الاجتماعي في المجال العام"، بعد قيامنا بمراجعة الرسائل التي أشرفنا عليها أو قرأناها أو ناقشناها خلال 2015-2018، وقد أنجزها طلاب من مختلف الدول العربية، وقمنا برصد النقاط المشتركة في النتائج المرتبطة بالبحوث حول وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، وتوقفنا عند أهم النتائج الخاصة بأهداف الدراسة.

وقد اعتمدت البحوث والدراسات منهج المسح الميداني عن طريق أداة الاستبيان ومناقشة نتائجه. ففي رسالة جامعية حول استخدامات وسائل الإعلام والاتصال والإشباع المتحققة منها، بيّنت النتائج أن متابعة الإنترنت استحوذت على نسبة أعلى من متابعة وسائل الإعلام التقليدية، ولمدة تتجاوز ثلاث ساعات يومياً (تغريد عبد الله، 2016-2017). وفي دراسة أخرى، تناولت استخدامات الصحافة الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، تمكّنت الباحثة -من خلال أداتي الاستبيان والمقابلة، وتحليل المضمون- من بيان العلاقة بين الإشباع المتحققة من الموقع الإخباري وبين مجموعة من المتغيرات، مثل الجنس والعمر ووقت وعدد مرات استخدام الموقع في الأسبوع. وأظهرت النتائج أيضاً أن الخبر احتلّ المساحة الأبرز، بينما كان الاهتمام بالتقارير والمقالات والمقابلات محدوداً مع غياب تام للتحقيقات خلال فترة الدراسة. ولم تهتم المواقع المدروسة بالمواضيع الثقافية والاجتماعية بالدرجة المطلوبة، ما يعكس "قصوراً واضحاً في الكوادر البشرية

المدرّبة والمؤهلة للعمل في البيئة الإلكترونية. ويُعد هذا ضعفاً مهنيّاً لدى العاملين في المواقع التي تناولها البحث" (سيرين تيماني، 2015-2016)¹.

وبخصوص عوامل تأثير الصحافة الإلكترونية في الصحافة الورقية، توصل أحد البحوث من خلال أداة الاستبيان إلى أن العامل المادي هو الأكثر حضوراً على مستوى تأثير الصحافة الإلكترونية في الصحافة الورقية. ويؤدي عامل القراءة دوراً في جعل الصحافة الإلكترونية ذات تأثير في الصحافة الورقية. فعملية القراءة تمر بأزمة واضحة، حيث تبين أن عدد الكتب التي يقرأها أقل من نصف العينة لا يتجاوز ثلاثة كتب كحدٍّ أقصى في السنة الواحدة. كما استخدمت الدراسة أداة تحليل المحتوى وأوضحت ضعف توظيف الوسائط المتعددة في صناعة المحتوى، وبيّنت أن الصور تُعد الشكل الأكثر استخداماً من قِبَل المواقع الإخبارية اللبنانية (أمل حمزة، 2017-2018)².

وأظهرت دراسة تناولت دور استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الخبر السياسي في قناتي الجزيرة والعربية أن التغييرات التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال، وعالم التواصل عبر شبكة الإنترنت، شكّلت علامة فارقة في استخدامات وسائل الإعلام وأساليب عملها. وقد تأثرت بذلك الفضائيات الإخبارية، ومنها قناتا الجزيرة والعربية باعتبارهما وسيلتي اتصال جماهيري (أنور الزوبعي، 2017-2018). وفي دراسة رصدت دور مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات الطلابية في جامعة الكويت (2014-2015)، أوضحت الباحثة الدور الذي تلعبه المضامين الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي في استشارة اهتمام طلاب الجامعات للمشاركة في الانتخابات

¹- العبد الله، متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام، مرجع سابق، ص 140.

²- المرجع السابق، ص 142.

الطلابية. وأكدت أن هذه المنصات أولت اهتمامًا خاصًا بالتفاعلات والأحداث التي ارتبطت بالانتخابات الطلابية في جامعة الكويت. وأظهر الطلاب قدرًا عاليًا من التفاعل مع المضامين، خصوصًا على مستوى التدوين في موقعي تويتر وفيسبوك؛ ما يعني أن هناك اتجاهًا من جانب الفاعلين في الانتخابات الطلابية للتوظيف السياسي لهذين الموقعين، في إطار الانتخابات (هاجر شبكوه، 2016-2017).

وفي رسالة حول دور المجتمع المدني في بناء فضاء عمومي فاعل في لبنان، قامت الباحثة بدراسة تحليلية للنشاط الاتصالي الرقمي لمنظمات الحراك المدني في الفترة الممتدة من مايو/أيار 2017 إلى مايو/أيار 2018. وتوصلت الدراسة من خلال أداتي تحليل المضمون والمقابلة إلى تأكيد وجود دوافع اقتصادية وسياسية، وتشريعية، واجتماعية وتكنولوجية ذاتية حثّت على منظمات المجتمع المدني في لبنان إنشاء وتفعيل صفحات خاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي. ويقتصر الخطاب في فضاء الإنترنت على القضايا المحلية، وخاصة ما يتعلق بكشف الفساد وانتقاد أداء الطبقة الحاكمة في مقاربة المشاكل الأساسية للمواطن اللبناني، كما أن المشاركين الأساسيين في هذا الخطاب هم محليون، حتى لو لم يكونوا موجودين في لبنان، مثل المغتربين والمسافرين، وهم في الغالب يوجدون فيه بهوياتهم وانتماءاتهم الحقيقية، ولذلك فالنقاش فيه غالبًا ما يكون بين أطراف معلومة (زينب حسن سليم، 2017-2018).¹

بعد تحليل الاتجاهات البحثية لأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال في الجامعة اللبنانية، والتي نوقشت بين عامي 2019-2021، تبين أن الاهتمام الأول كان لبحوث "الإعلام الجديد"، أما المنهج المستخدم فهو المسح من خلال تحليل المضمون

¹ - المرجع السابق، ص 144.

مدعوماً بالمقابلات. فمن أصل 26 أطروحة جامعية تناول 10 منها "الإعلام الجديد"، وركزت 5 أطروحات على الصحافة الورقية، و5 أخرى على التلفزيون، وتناولت 6 أطروحات وسائل الإعلام عامة، هذا يدل على الاهتمام باستخدامات وسائل الاتصال الحديثة وتحليل مضامينها (انظر الملحق 1).¹

وفي دراسة أخرى، قامت إحدى الباحثات بتحليل أطروحات الدكتوراه الجامعية العربية في علوم الإعلام والاتصال، وبدأت مسارها البحثي بدراسة استطلاعية استكشافية، شملت 32 أطروحة دكتوراه باللغة العربية في علوم الإعلام والاتصال من جامعات لبنانية مختلفة، وصلت إليها من خلال زيارات متكررة لمكاتبها. وشكّل هذا العمل مرحلة مهمة في سياق البحث؛ إذ تمكّنت الباحثة من التعرف على طرق بناء الإشكاليات، وماهية النظريات، وأنواع بحوث الدكتوراه، وطبيعة موضوعاتها. وفيما يخص الأطروحات التي تعود لجامعات عربية، فإن الباحثة اتبعت أسلوب المسح الشامل لكل أطروحات الدكتوراه العربية في علوم الإعلام والاتصال المنشورة بشكل كامل، وبصيغة "بي دي إف" (PDF) على شبكة الإنترنت، حتى انتهت كل عمليات المسح عبر استخدام محركات البحث، وجرى تحميل وتحليل كل مخرجاتها، وتكوّنت العينة النهائية من 12 أطروحة دكتوراه.²

وقد اعتمدت جميع البحوث المنهج "الوصفي"، ورأت الباحثة أن هذه النتيجة متوقعة ومنطقية، لأن معظم الباحثين الذين قابلتهم يعتبرون أن المنهج الوصفي هو الأنسب

¹ - مي العبد الله، لين محمودي، الاتجاهات البحثية لأطاريح الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال (بيروت، الجامعة اللبنانية، 2021)، ص 5.

² - نسب نضوح مرعب، المقاربات النظرية المستخدمة في بحوث الإعلام والاتصال الأكاديمية الجامعية وملاءمتها لمنهجية البحث، نموذج دراسي لأطروحات دكتوراه عربية: دراسة وصفية تحليلية، (الجامعة اللبنانية، المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية)، (بيروت، الجامعة اللبنانية، 2021)، ص 220.

للدراستات الإعلامية ويستندون إليه. وكان توزيع النظريات التي استعان بها الباحثون في فهم الموضوعات والإشكاليات على هذا النحو: نظرية الاستخدامات والإشبعات (5)، ونظرية الأطر الإعلامية (4)، ونظرية الأجندة (3)، ونظرية الاعتماد (3)، ونظرية حارس البوابة (2)، ونظرية الغرس الثقافي (2)، ونظريات العنف الإعلامية (1)، ونظرية التصميم (1)، ونظرية التأثير (1)، ونظرية الأنظمة التمثيلية (1)، ونظرية الانعكاس الشرطي (1)، ونظرية ثراء الوسيلة (1)، ونظرية السلام الديمقراطي (1)، ونظرية الاتصال الحوارية عبر الإنترنت (1). (انظر الجدول رقم 1)

وأكدت نتائج الدراسة أهمية ونجاعة وقدرة النظريات ذات الخصوصية والأصول الإعلامية على الاستجابة لمتطلبات أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال أكثر من سواها. ويبقى لجوء بعض الباحثين لنظريات من مجالات وحقول معرفية أخرى من أجل إضفاء المزيد من الأبعاد المعرفية والتفسيرات العلمية لموضوعات أبحاثهم.

جدول (1): توزيع النظريات المستخدمة في الأطروحات المدروسة

م	النظريات المستخدمة في الأطروحات المدروسة	التكرارات
1	نظرية الاستخدامات والإشبعات	5
2	نظرية الأطر الإعلامية	4
3	نظرية الأجندة	3
4	نظرية الاعتماد	3
5	نظرية حارس البوابة	2
6	نظرية الغرس الثقافي	1

1	نظريات العنف الإعلامية	7
1	نظرية التصميم	8
1	نظرية التأثير	9
1	نظرية الأنظمة التمثيلية	10
1	نظرية الانعكاس الشرطي	11
1	نظرية ثراء الوسيلة	12
1	نظرية السلام الديمقراطي	13
1	نظرية الاتصال الحوارية عبر الإنترنت	14

ووجدت الباحثة أن نصف الأطروحات المدروسة فقط تمتاز بملاءمة تامة بين النظريات المستخدمة فيها وبين إشكالياتها البحثية؛ مما يشير بوضوح إلى مشكلة تواجه بعض الباحثين في تحقيق تناغم وتكامل بين الإشكالية البحثية وبين استخدام النظرية في أطروحاتهم، وهذا ما يخلق شرخاً بنيوياً في دراساتهم. (انظر الجدول رقم 2)

جدول (2): توزيع مستوى تطبيق النظرية المستخدمة في نتائج الأطروحة

م	مستوى تطبيق النظرية المستخدمة في مناقشة نتائج الأطروحة	التكرارات
1	تطبيق تام	2
2	تطبيق جزئي	6
3	عدم تطبيق	4
	المجموع	12

وتمكنت أطروحتان فقط من مجموع عينة الدراسة (12 أطروحة) من تطبيق النظرية المستخدمة بشكل كامل في تفسير النتائج البحثية. وهذا يؤكد أن النظريات المستخدمة من قبل بعض الباحثين ما زالت إلى حد كبير بعيدة عن التوظيف المناسب للوصول إلى مناقشة هادفة للنتائج تركز بقوة إلى مقاربات نظرية. ويتباعد المساران، المنهجي والنظري، في عدد من الأطروحات، في حين يجب أن يتلازما في كل أطروحة دكتوراه، ويلتقيا في تفسير الحصاد التطبيقي لكل دراسة¹.

6. خصوصية البحث في المنطقة العربية

يطرح انتشار وسائل التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية أسئلة إشكالية عديدة اجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية تستحق البحث. والدراسات الوصفية حول عدد المستخدمين، أو حول الخصائص الديمغرافية والاجتماعية غير كافية؛ فأبعاد هذه المعلومات وتفسيراتها هي التي تهم الباحثين وتمكّنهم من معرفة كيفية التأثير، أو المساهمة في التغيير الاجتماعي، أو ماذا تعني هذه الأدوات للمستخدم، وكيف تؤثر على تفكيره وشخصيته وعلاقاته بالآخرين، وبالتالي ما دورها في المجتمعات. وهذا يتطلب الغوص في عمق الممارسة الإعلامية والاتصالية في المجتمعات العربية. ودور علماء الإعلام والاتصال اليوم هو السعي إلى بعث النقاش العلمي حول المنطلقات الفلسفية لبحوث الإعلام والاتصال، وتشجيع الإنتاج البحثي الهادف، بتطبيق النهج الفلسفي. عليهم أن يسعوا لبلورة الإشكاليات المرتبطة باستخدامات وسائل الإعلام والاتصال، خاصة

¹- المرجع نفسه، ص 221.

الجديدة منها، في البيئة الثقافية العربية، وإخراج المؤشرات التي تكشف عن خصوصية الاتصال في البيئة العربية¹.

نحن متفقون على أن البحث العلمي هو عملية عقلية معقدة تقوم على الوصف والتفسير والتنبؤ، وهو أيضاً التقصي المنظم للحقائق العلمية بهدف التأكد من صحتها أو تعديلها أو إضافة الجديد إليها، وذلك باتباع أساليب ومناهج علمية محددة تهدف لإيجاد حلول لمشاكل مطروحة. ولم يتفق الباحثون على تقسيم واحد لأبحاث الإعلام والاتصال لاعتماد كل باحث على أسس خاصة به في القيام بهذا التقسيم. من هنا، نسجل وجود العديد من التقسيمات، منها ما كان أساسها المجال الذي تناولته هذه الأبحاث، مثل: أبحاث اجتماعية، أو أبحاث طبيعية، أو أبحاث إنسانية. ومنها ما كان أساسها الوسائل المستخدمة في إنجازها، مثل: أبحاث كمية وأبحاث نوعية. ومنها ما كان أساسها المنهج المطبق في إجراءاتها، وبالتالي توزعت هذه الأبحاث إلى تاريخية، وتجريبية، وإحصائية، ومسحية... إلخ².

ويرتكز مفهومنا للبحث العلمي على أهمية الإضافة العلمية، والوصول إلى نتائج يجري تحليلها وتفسيرها وتوضيح أبعادها من خلال مقارنة نظرية محددة تشكّل منذ البداية إطار البحث. وينطلق تحليل النتائج ومناقشتها من الإطار الفلسفي الذي تفرضه الإشكالية وأهداف البحث، وتكون المنهجية البحثية في خدمة الأهداف، ودائماً ضمن الإطار الفكري الفلسفي العام. وما نراه مهماً اليوم في علوم الإعلام والاتصال هو التفكير في النهج الذي يوجّه الرؤية، ويفرض أدواته المنهجية وطرقه، وليس المطلوب نكران أو

¹ - بسبوني حمادة، اتجاهات علمية حديثة في بحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، (دي، مطابع البيان، 2003)، ص 152.

² - العبد الله، علوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 46.

رفض أو تجاهل كل التيارات الغربية الفلسفية والمعرفية التي أسست لعلوم الإعلام والاتصال، ولكن لابد لنا كباحثين في علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي من المشاركة في إنتاج المعرفة العلمية في مجالنا، انطلاقاً من خصوصيتنا الثقافية ودراساتنا الميدانية الخاصة، والخروج عن الموروث النظري الذي أطر تفكيرنا¹.

خاتمة

إن العائق الأساسي للمشاركة في الإنتاج المعرفي في المنطقة العربية هو غياب السياسات والرؤى البحثية، والمختبرات والفرق البحثية التي تحتضن الأعمال البحثية وتستثمر نتائج الدراسات التي تذهب سدى وتبقى من غير فائدة عملية. والجهود البحثية موجودة في عالمنا العربي، لكنها لم تثمر بسبب غياب سياسات البحث العلمي وضعفها. من هنا، يضيع مفهوم البحث العلمي لدى الباحثين أنفسهم، فيركزون على المناهج الثقيلة والأفكار الشائعة والنظريات الموروثة، دون محاولة تقديم المختلف والجديد؛ فالبحث هو إما للترقية أو واجب مفروض، أو وسيلة للتكوين الأكاديمي للتخرج لممارسة مهنة التعليم في الجامعة، ولا فائدة منه أكثر من ذلك في نظر الباحثين. أما الخروج بنظريات علمية فهذا ليس من شأنهم، أو أكثر من ذلك، ما لا قدرة لهم عليه.

لقد اكتفى إلى الآن معظم الباحثين العرب بإجراء البحوث الكمية، فالطلب الاجتماعي على بحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية ما زال محدوداً، ومرتبهاً بمنطقتي السوق والأيدولوجيا. وإذا عدّنا السوق قوة ناشئة في المنطقة العربية تحرك الاستهلاك الإعلامي

¹ - المرجع السابق، ص 48.

والثقافي، فإنها تحتاج إلى الدراسات الكيفية التي تركز على تحليل حاجات الجمهور وكيفية تليتها.

ملحق 1

عناوين أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال في الجامعة اللبنانية (2019-

2021)

م	عنوان الأطروحة	اسم الطالب	سنة المناقشة
1	اتجاهات الصحافة اليومية الأردنية في تغطية المشاركة السياسية للمرأة	مارسيل جوينات	2019
2	وسائل الإعلام الأردنية وأثرها على التنوع في المجتمع الأردني: التنوع السياسي والديني والثقافي نموذجاً	أحمد عطيات	2019
3	دور وسائل الإعلام اللبنانية في إنتاج العنف الإعلامي: نموذج في الصحافة السياسية	كلوفيس البويز	2019
4	دور الإعلام في بناء صورة رئيس الجمهورية اللبناني لدى الرأي العام بعد الطائف	شربل مارون	2019
5	دور وسائل الاتصال الحديثة في تطوير الاستراتيجيات التسويقية: نموذج الاستراتيجيات التسويقية لشركات تشغيل قطاع الاتصالات في لبنان عام 2017 - تاتش، ألفاء، أوجيرو	لانا عبد الله	2019
6	قضايا الفساد المثارة في البرامج الحوارية ومنصتها الاتصالية (الفيديو) وموقف الحكومة العراقية إزاءها: دراسة تحليلية لقناتي البغدادية والتغيير من 1 يناير/ كانون الثاني 2015 إلى 31 يناير/ كانون الثاني 2015	رأفت عبد الرزاق	2019
7	دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الكويتي	بدر العنزي	2019
8	دور الإعلام اللبناني في صناعة القرار التنموي: معالجة الفقر نموذجاً	فيرونك أبو غزالة	2019
9	دور وسائل الإعلام الأردنية في نشر الوعي البيئي لدى الجمهور	عصمت ثلجي حداد	2019

2019	خالد العنزي	الصحافة الخليجية ومعالجتها الإعلامية لقضايا مجلس التعاون الخليجي (القبس، الرياض، الأيام، الاتحاد، الراية، عمان): 2011-2014	10
2019	ماري بونار	الرسائل الثقافية الموجهة للأطفال في الإعلانات عبر المحطات التليفزيونية اللبنانية	11
2019	موسى الديراني	تطور مناهج تدريس علوم المكتبات والمعلومات العربية وتقييمها لنواحي الكفاءات ومتطلبات المهنة	12
2019	خالد زعرور	صناعة الحرب في مواقع التواصل الاجتماعي: الأزمة السورية نموذجاً	13
2019	حبيب خلف	الإعلام الجديد وأثره في تشكيل مظاهر العنف لدى الشباب العراقي: دراسة مسحية تحليلية	14
2019	محمد أبو طربوش	صناعة النشرات الإخبارية في الفضائيات العربية وتأثيرها على الشباب الفلسطيني: قضية القدس نموذجاً، دراسة تحليلية ميدانية	15
2019	مبارك الدسمة	تعميم الصورة في التليفزيون الرسمي وتأثيرها على المتلقي الكويتي: دراسة تطبيقية	16
2020	فاطمة بري	اللغة العربية في الفضائيات اللبنانية: الواقع والتحويلات والسياسات	17
2020	زينب سليم	دور النشاط الاتصالي الرقمي لمنظمات الحراك المدني في بناء فضاء عمومي فاعل: نموذج الحملات الاتصالية الرقمية لحزب "سبعة" وحملتي "طلعت ريحتكم" و"بنا نحاسب" في الفترة الممتدة من مايو/ أيار 2017 إلى مايو/ أيار 2018	18
2020	وفاء حطيط	الشخصية الفردية بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي: طلاب نهاية المرحلة الثانوية في بيروت أنموذجاً	19
2020	فيفيان أغويان	Uses and impacts of Interactivity and User Generated Content on The Lebanese Television Websites Facebook And UTube: local News and Political Programs	20
2020	زياد عجاج	المؤسسات الإعلامية والصحافيون ومدى التزامهم بالضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية في محطات التلفزة اللبنانية	21

2020	ليندا محمودي	استخدام الشبكات الدلالية في استرجاع المعلومات من قواعد البيانات العربية وتصنيفها	22
2020	منى عكنان	المسؤولية الاجتماعية لدى المكتبات الجامعية الخاصة في لبنان	23
2020	عبد الكريم محمد الطيب شين	استخدامات الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي: دراسة على موقعي فيسبوك وتويتر	24
2021	أسعد صدقة	محددات صناعة الخبر السياسي في الصحافة اللبنانية: المفاوضات النووية الإيرانية الغربية أنموذجاً	25
2021	فاضل البجاري	معالجة الصحافة العراقية للحراك السياسي في العراق واتجاهات النخبة نحوها	26

مشكلات الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال:

مقرر منهجية البحث الإعلامي في الجامعات العراقية أنموذجاً

سعد سلمان المشهداني

مقدمة

تقوم إشكالية هذا البحث على دراسة المعوقات التي تحول دون فهم وتطوير الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال فيما يتعلق بمنهجية البحث الإعلامي. وترتبط هذه الإشكالية بصعوبة التكميم واستخدام ألفاظ كيفية، ومن ثمَّ صعوبة صياغة قوانين دقيقة، وإضفاء الإسقاطات التقييمية أو الأحكام على مادة الدرس الأكاديمي. ويرمي هذا البحث إلى تناول بعض القضايا المرتبطة بالأستاذ الجامعي والمنهج التعليمي والطالب الجامعي وممارستها في الفصول الدراسية. ويمكن اعتبار الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال نسقاً متكاملاً من المعارف والقدرات والمهارات التي تتيح للطالب القيام بإنتاجه المعرفي في مجال البحث الإعلامي من خلال ما يتركه الدرس الأكاديمي عبر طرائق التدريس الحديثة باتباع علم البيداغوجيا المعني بأصول وأساليب التدريس،

معتمداً على العديد من نظريات الإعلام والاتصال الحديثة، بالإضافة إلى احتوائه على فلسفة التعليم التي تركز على أهداف التعليم ومدى أهميته وقيّمته من منظور فلسفي. ولا يزال الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال يركز على دراسات الجمهور وتأثير وسائل الإعلام في الجمهور، ويهمل إلى حدّ كبير دراسة مضمون وشكل الرسالة الإعلامية التي يفترض أنها تُحدث التأثير المطلوب أو المرغوب من وجهة نظر المُرسِل أو القائم بالاتصال سواء كان شخصاً أو مؤسسة إعلامية، فضلاً عن اعتماد التحليل الكمي في الدراسات الإعلامية، واستبعاد الدراسات الكيفية بذريعة التحيز والبعد عن الموضوعية.

وقد سعت أقسام وكليات الإعلام في الجامعات العربية منذ أوائل التسعينات من القرن العشرين لتطوير طرائق التدريس الخاصة في مجال البحوث والدراسات الإعلامية والدرس الأكاديمي العربي لإيجاد حلول متعلقة بالمشكلات المنهجية التي تواجه تطور الدرس الأكاديمي وتطور المحتوى العلمي الخاص بعرض ومعالجة أسباب ونتائج الظواهر الإعلامية وأدواتها وتوظيفها، وما يحيط بها من تداخلات وتفاعلات تلائم التطور الحاصل في مجالات الإعلام بعد الثورة الاتصالية وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وظاهرة الدمج بين وسائل الإعلام الجديد والإعلام التقليدي.

1. اعتبارات منهجية

أ- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

تبحث الدراسة مشكلات الدرس الأكاديمي المرتبطة بمادة منهجية البحث الإعلامي في أقسام وكليات الإعلام في الجامعات العراقية، وترصد أهم الصعوبات التي تعترضه وتعيق تطوره على الوجه الأفضل، وترفع الازدواجية في منهجية البحث العلمي بين العلوم الاجتماعية والإنسانية، ومنها البحوث والدراسات الإعلامية، وبين العلوم الأخرى في الجامعات العربية.

وفي هذا الإطار، تحاول الدراسة الإجابة على الحقل الاستفهامي الآتي:

1. ما المشكلات التي يواجهها الأستاذ الجامعي في الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال؟

2. ما أهم المعوقات التي تعترض مسيرة البحث الإعلامي في الجامعات العراقية؟

3. ما الصعوبات والمعوقات التي يراها الطالب الجامعي تحول دون فهم الدرس الأكاديمي من وجهة نظر الأستاذ الجامعي؟

4. ما انعكاسات الدرس الأكاديمي على مخرجات التعليم في علوم الإعلام والاتصال لتحقيق الجودة والكفاءة في التدريس لدى الأستاذ والتحصيل الجيد لدى الطالب؟

5. ما أهمية الاستقلالية المنهجية في بناء المعرفة الإعلامية؟

ب- أهمية الدراسة

يمكن تحديد أهمية البحث في مجالين، هما:

1. الأهمية العلمية: تنطلق أهمية هذا البحث من أهمية إشكالية وضع حلول لمشكلات الدرس الأكاديمي فيما يتعلق بمنهجية البحث الإعلامي وتنمية شخصية الباحث

لارتباطها ارتباطاً مباشراً بالبحث، وهي تعني طريقة تفكيره وأسلوبه في الاستنتاج. ولهذا قدم الباحث عن طريق استمارة الاستبانة مجموعة من معايير الاستدلال التي من شأنها أن تسهم في الكشف عن مشكلات الدرس الأكاديمي فيما يتعلق بالأستاذ الجامعي أو البحث العلمي أو الطالب في التخصص الإعلامي من وجهة نظر تدريسي (أعضاء هيئة التدريس الأكاديمية) مقرر مناهج البحث الإعلامي في كليات وأقسام الاعلام في الجامعات العراقية. وتأتي أهمية هذا البحث كذلك لإثراء الدرس الأكاديمي وتطوير التعليم الجامعي وفتح مجال لإجراء دراسات أكثر توسعاً وعمقاً.

2. الأهمية المجتمعية: تبرز أهمية البحث بالنسبة للأستاذ أو الطالب في التخصص الإعلامي من حاجتهم للكشف عن مشكلات الدرس الأكاديمي لتطوير طرق القراءة وبناء المعلومة في البحث وأساليب مناقشتها وفق رؤية علمية، وإفادة المهتمين بتطوير الجامعات ببعض الصعوبات والمشكلات في التعليم الجامعي التي قد تحول دون تحقيق الأهداف المنشودة.

ج- أهداف الدراسة

تركز أهداف البحث على:

- تحديد المعوقات والصعوبات التي تعترض الدرس الأكاديمي في محور الأستاذ الجامعي والمنهج العلمي والطالب الجامعي من وجهة نظر النخبة الأكاديمية لمقرر مناهج البحث الإعلامي في الجامعات العراقية.

- تحديد مشكلات البحث العلمي في كليات وأقسام الاعلام في الجامعات العراقية.

- التعرف على المعوقات التي تحول دون فهم الطالب الجامعي للدرس الأكاديمي من وجهة نظر الأستاذ الجامعي.

- استعراض انعكاسات مادة منهجية البحث الإعلامي على مخرجات برامج الدراسات الأولية والعليا في مرحلتي الماجستير والدكتوراه.

- اقتراح الحلول الممكنة التي قد تفيد في تذليل وإزالة أهم المشكلات ولتعزيز مسيرة البحث العلمي في الدراسات الإعلامية بأقسام الإعلام في الجامعات العراقية بالشكل الذي يجمع لها بين الالتزام بالثوابت والمسلمات والأخذ بأساليب ووسائل العصر، وعلاج الظواهر الإعلامية في إطار فلسفة المجتمعات العربية.

د- منهج الدراسة ونوعه

اعتمد الباحث المنهج المسحي الذي يهدف إلى مسح الظاهرة المستهدفة لتحديد لها والوقوف على واقعها بصورة موضوعية تُمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها، والمقارنة فيما بينها. ومن أهم أهداف هذا المنهج وصف ما يجري والحصول على حقائق ذات علاقات بشيء ما، وتشخيص المجالات التي حدثت فيها المشاكل، والتي تحتاج إلى إدخال التحسينات المطلوبة¹.

- أداة الدراسة

اعتمد الباحث في مقارنة المشكلة البحثية وأبعادها استمارة استبيان لمعرفة الصعوبات التي تواجه الدرس الأكاديمي من وجهة نظر أساتذة مقرر منهجية البحث الإعلامي في

¹- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2019)، ص 242.

الجامعات العراقية على سلم مقياس (ليكرت) الثلاثي¹، وللتحقق من صدق الأداة قام الباحث بعرضها على مجموعة من المحكمين.

أعد الباحث استبانة تتضمن ثلاثة محاور لتحقيق أهداف البحث؛ أولها: محور الأستاذ الجامعي ويتناول مجموعة من الفقرات، من أهمها: ضعف اهتمام الأستاذ الجامعي بتحديد مستوى الطلبة وما لديهم من معارف ومهارات، وإهماله للفروق الفردية بين الطلاب، واعتماد التدريسي على الإلقاء والتلقين فقط في محاضراته، وقلة تنوع التدريسي في أساليب التعليم والتعلم أثناء المحاضرة، وعدم التواصل مع الطلبة خارج وقت المحاضرات، فضلاً عن عدم تمكن الأستاذ الجامعي من المادة التعليمية وضعفه في الإجابة عن أسئلة واستفسارات الطلبة، وعدم شرح أهداف ومفردات ومتطلبات الموضوع في بداية المحاضرة، وتأخر غياب التدريسي عن المحاضرات دون إشعار الطالب بوقت كاف، وضعف قدرة التدريسي على ضبط السلوكيات غير المرغوب فيها من الطلبة.

ويركز المحور الثاني، الذي يعالج قضايا المنهج الدراسي، على ضعف مشاركة الطالب في اختيار مفردات المادة الدراسية التي تلبي حاجاته وتوقعاته، وندرة الأنشطة التعليمية المصاحبة للمقررات الدراسية، وكذلك التركيز على المناهج المقررة فقط مصدراً أساسياً للتعلم في المقررات الدراسية، فضلاً عن الاقتصار على الاختبارات كمعايير للتقييم لتحصيل الطلبة في أغلب المقررات الدراسية، وعدم وجود نشاطات تعليمية إثرائية لتحسين أداء الطلاب، وصعوبة وعدم استيعاب الطالب للمحتوى المكثف للمقررات الدراسية، واعتماد مستوى الحفظ والتذكر فقط كأساليب للتقييم، وعدم توافر معايير

¹ - سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي: دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية، (الإمارات، دار الكتاب الجامعي، 2020)، ص 242.

واضحة ومعلنة للطلبة بكيفية تصحيح الواجبات والاختبارات، وعدم استخدام الخدمات الإلكترونية الحديثة في تدريس المقررات الدراسية، وعدم كفاية الوقت أثناء المحاضرات لفهم المحتوى التعليمي للمقررات الدراسية.

ويركز المحور الثالث، الذي يتناول شؤون الطالب الجامعي، على ضعف التحصيل الدراسي للطالب في مراحل التعليم العام، ودافعية الطالب للتفوق العلمي ضعيفة، وإهمال الطالب للاستعداد والتحضير لحضور المحاضرات التعليمية، فضلاً عن ضعف تمكن الطالب من مهارات تدوين المذكرات أثناء حضور المحاضرات وشعوره بعدم الثقة في النفس والقلق والتوتر باستمرار ومعاناته من نقص الإمكانيات المادية لتحمل مستلزمات الدراسة. كذلك عدم تمكن الطالب من مهارات التعلم الأساسية، مثل: مهارات القراءة والكتابة، واعتماد الطالب على غيره في إنجاز الواجبات والتقارير، وشعور الطالب بعدم التوافق النفسي والاجتماعي مع الحياة الجامعية.

وتحتوي صحيفة الاستبيان على 30 فقرة يمكن الإجابة عنها بالمدى الثلاثي لمقياس ليكرت وبالعبارات الآتية: "صعوبة بدرجة كبيرة، وصعوبة بدرجة قليلة، وصعوبة بدرجة نادرة"، حددت فيها مجموعة من المؤشرات الأدائية التي تهدف لقياس المشكلات والمعوقات التي تواجه الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال بالنسبة للأستاذ الجامعي والبحث العلمي والطالب الجامعي من وجهة نظر النخبة الأكاديمية في تخصص البحث الإعلامي ضمن ثلاثة محاور، يتناول أولها مشكلات التدريس التي يواجهها الأستاذ الجامعي وتضم 10 عبارات، والمحور الثاني يناقش مشكلات المنهج الدراسي

ويضم 11 عبارة، والمحور الثالث ويتناول المشكلات التي يواجهها الطالب الجامعي ويضم 9 عبارات. وتم تصميم الاستبانة بصيغة "غوغل فورمز" (Google Forms) ليسهل توزيعها إلكترونياً على أساتذة مقرر منهجية البحث الإعلامي في الجامعات العراقية وترميز الإجابات وجمعها.

- الصدق والثبات

اعتمد الباحث على التحقق من الصدق الظاهري لاستبانة المقياس عن طريق عرضها على مجموعة من المحكمين¹، والأخذ بملاحظاتهم. وأسفر التحكيم عن حصول الأداة على درجة اتفاق بلغت 85٪، وتم إجراء التحليل الإحصائي للفقرات عن طريق اختبار الاتساق الداخلي للأسئلة، ومدى تمثيلها لكل أسلوب تنتمي إليه من محتويات الاستبانة عن طريق إجراء الارتباط البسيط ما بين كل عبارة والأسلوب الخاص بها، وقد تبين أن جميع الأسئلة تميزت باتساق ذي مقبولة من الناحية الإحصائية؛ إذ تراوحت قيم معامل الارتباط البسيط بينها ما بين (0.428-0.764)، وتعد نسبة الارتباط هذه مقبولة في إعداد الاستبانات.

أما الثبات الخاص بنتائج الاستبانة فقد تم التحقق منه بوساطة معامل "ألفا كرونباخ"، وهي طريقة يعتبرها مختصون في إعداد المقاييس أدق الطرق المستعملة وأصدقها في احتساب الثبات باعتبار أن طريقة "ألفا كرونباخ" تشير إلى مدى الانسجام بين فقرات المقياس الواحد أو المجال نفسه وتماسكها الداخلي في تعرف الإجابات لعينة الدراسة

¹- تألفت لجنة المحكمين من أ.د. فريد صالح فياض، جامعة تكريت كلية الآداب، أ.د. محسن عبود كشكول، الجامعة العراقية كلية الإعلام، أ.د. حسين علي الفلاح، الجامعة العراقية كلية الإعلام، أ.د. شكرية كوكز السراج، جامعة بغداد كلية الإعلام، أ.د. سهام حسن الشجيري، جامعة بغداد كلية الإعلام، أ.د. هادي حسن فليح، جامعة ذي قار كلية الإعلام، أ.د. مؤيد خلف الدليمي، جامعة الأنبار كلية الآداب.

العمدية، وبلغت قيمة الثبات للاستبانة (0.842)، وهي قيمة جيدة ومقبولة في إعداد الاستبانات.

2. مشكلات الدرس الأكاديمي في مقرر منهجية البحث الإعلامي

شهدت مدخلات الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال مشكلات كبيرة بعد التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وظاهرة الدمج بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة؛ الأمر الذي تطلب تطوير مدخلات الدرس الأكاديمي فيما يتعلق بمنهجية البحث الإعلامي. وقد لاحظ الباحث، من خلال الدراسة التطبيقية على عينة من النخبة الأكاديمية في أقسام وكرليات الإعلام في الجامعات العراقية، أن أساتذة الدرس الأكاديمي لم يطوروا من الأطر النظرية للدرس الأكاديمي التي استخدموها في دراسة وسائل الإعلام التقليدية، ولم يحاولوا تطوير الدرس الأكاديمي بما يتناسب مع البيئة الإعلامية الجديدة. ويرى الباحثون في مجال التكنولوجيا وأزمة النظرية والمنهج في الدراسات الإعلامية أن إحدى أهم القضايا المثارة تتمثل في "مدى كفاءة نظريات الاتصال الحالية ونماذجها في استيعاب تكنولوجيا الاتصال الحديثة وفهمها وتفسيرها، وعدم وجود نماذج أو نظريات جديدة للاتصال بسبب السرعة المتلاحقة التي تتطور بها التكنولوجيا الرقمية".¹

ولاحظ الباحث أيضاً من خلال اطلاعه على البحوث والدراسات والرسائل والأطروحات الجامعية فيما يخص البحوث والدراسات الإعلامية أن دراسات تحليل

¹- محمود عبد القوي، سلوى أبو العلا، "اتجاهات بحوث الإعلام في جامعة المنيا: دراسة تحليلية ورؤية مستقبلية"، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية (المجلد 75، العدد 1، صيف 2012)، ص 249.

الخطاب الصحفي في المدرستين الإعلامية واللغوية لا تزال تحتاج إلى تطوير. فعلى الرغم من البدايات المبكرة لتحليل الخطاب في المدرسة العربية في أواخر الثمانينات وبداية التسعينات من القرن العشرين؛ حيث قُدمت اجتهادات متميزة في تحليل مسار البرهنة، والتحليل الدلالي والأسلوبي للغة الصحافة، وتحليل الأطر المرجعية والقوى الفاعلة، إلا أن أغلب الدراسات التي جاءت بعد ذلك لم تخرج عن نطاق تلك الاجتهادات في إطار تحليل الخطاب¹. وهناك ملاحظة أخرى تتعلق بتجاهل البحوث الإعلامية الكيفية وحصرتها في البحوث الكمية، وعدم اعتماد البحوث والدراسات الإعلامية على المنهج السيميولوجي (التأويلي) الذي يعنى بتحليل الرسائل الإعلامية من خلال "التركيز على الآليات المنتجة للمعاني من جهة، كما يعنى من جهة أخرى بتشكيل نظام دلالي مرّن يتيح فهمًا لوظيفة الرسالة الإعلامية داخل النسق الاتصالي"². ويرجع سبب عدم اعتماد بعض الباحثين على المناهج الكيفية منهجًا للتحليل النقدي، والتي تستخدم التحليل الأسلوبي والدلالي، باعتبارها تتسم بالتعقيد المرتبط بقلّة الدراسات العربية في هذا المجال؛ إذ تختص أساسًا بالبحوث اللغوية واللغويات النقدية والحجاجية ذات الجوهر الكيفي.

ومن بين الإشكاليات المنهجية في البحوث العربية الغموض الذي تتسم به عملية تحليل الصورة الصحفية والتلفزيونية؛ إذ نجد نقصًا معرفيًا في الدراسات الإعلامية المتعلقة بالصورة، حيث تتسم عملية تحليل الصورة - صحفية ثابتة أم تلفزيونية متحركة -

¹ - محمود حمدي عبد القوي، "اتجاهات بحوث تحليل الخطاب الصحفي: دراسة تحليلية مقارنة بين المدرستين الإعلامية واللغوية"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية (المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، المجلد 5، العدد 5، صيف 2018)، ص 152.

² - نجاة بوثلجة وشهيناز زياد، "استخدام المنهج السيميولوجي في البحوث الإعلامية المعاصرة: الصورة الإعلامية الثابتة أم نموذجًا"، مجلة المعيار لبحوث الاقتصاد والإدارة (الجزائر، المجلد 4، العدد 35، 2014)، ص 395.

بصعوبة التأويل الضمني للصورة البصرية نظرًا لتعدد معانيها ودلالاتها ولارتباط هذا التأويل بالعلامة أو النص المرافق للصورة. فالصورة عبارة عن "نسق سيميائي غير دال بنفسه، بل تشتغل وفق علامة خاصة بين مجموعة من العناصر التي تحدد خصوصيتها وتمايزها، فإذا كانت العلامة داخل النسق اللساني تتميز بالطابع الاعتباري في علاقة الدال بالمدلول، فإن العلامة الأيقونة على عكس ذلك تتميز بخاصية تعليلية، لتطور بذلك مناهج تحليل الصورة استنادًا إلى لسانيات العالم السويسري، فرديناند دي سوسير (Ferdinand Saussure)، وأبحاث العالم الفرنسي، رونالد بارت (Ronald Barthes)، السيميولوجية التي عملت على ربط خصائص النصوص الإعلامية بالأيديولوجيات الصريحة والضمنية".¹

ومن هنا، يؤكد الباحث محمد شومان أن السيميولوجيا (العلاماتية) قادت في الستينات وأوائل السبعينات من القرن العشرين حقل تحليل النصوص الإعلامية، ووفرت للباحثين أسلوبًا لتحليل المعنى، بينما هيمن التحليل الأيديولوجي على هذا الحقل في أواخر السبعينات وبداية الثمانينات من القرن الماضي، وقد زود الباحثين بمنهج للتفكير في العلاقات بين المعنى والبنية الاجتماعية. ومنذ منتصف الثمانينات من القرن العشرين وحتى الوقت الحاضر، أصبحت نظرية الخطاب تقود عمليات تحليل النصوص الإعلامية. وقد دفعت نظرية الخطاب الباحثين إلى إعادة التفكير في العلاقة بين المعنى والبنية الاجتماعية من خلال التركيز على السلطة من داخل نظام المعنى وليس من خارجه، فنظم المعنى نفسها تعتبر سلطة، وهي لا تظهر بسهولة كنظم، مثل بنية اللغة بل من خلال

¹ - المرجع السابق، ص 405.

ممارسات ذات دلالة. إنها ليست ببساطة المعاني المرتبطة بالممارسات الاجتماعية، كما يقول فرديناند دي سوسير في نظرية الأيديولوجية، بل إن المعنى والممارسة لا يمكن التمييز بينهما فهما مترابطان، أي إن المعنى هو الممارسة في نظرية الخطاب¹.

ومن خلال مسح التراث العلمي اتضح أن هناك العديد من الدراسات السابقة العربية التي تناولت مشكلات الدرس الأكاديمي في مجال منهجية البحث الإعلامي يمكننا إيجاز أهم نتائجها فيما يلي:

1. أغلب مشكلات البحث الإعلامي والأطر النظرية مستقاة من علوم إنسانية أخرى كالعلوم الاجتماعية والنفسية، ومن الواجب على الباحثين في مجال الإعلام أن يجدوا طرقاً لبناء أطر نظرية خاصة تتلاءم مع تطورات البيئة الاتصالية الجديدة².

2. تركز أغلب الدروس الأكاديمية في البحث الإعلامي على نظم اتصالية أحادية الاتجاه لمستقبلين سلبين للمعلومات، في حين تتطلب تلك الدروس في منهجية البحث الإعلامي التركيز على النموذج الجديد للاتصال الذي وفرته الطبيعة التفاعلية للإنترنت وتأثيراتها في دمج العناصر الجديدة للاتصال مع الطبيعة التقليدية.

3. من بين أهم مشكلات الدرس الأكاديمي عدم استطاعة الباحث ضبط المصطلح عند كتابة البحث الإعلامي، حيث أفرزت ثورة المعلومات طوفاناً من المصطلحات الجديدة التي تتطلب إيجاد مقابل لها في الثقافة العربية؛ إذ يتعين على الباحث ضبط المصطلحات

¹ - محمد شومان، "إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية: الدراسات المصرية أنموذجاً"، المجلة العلمية لكلية الآداب (مصر، جامعة المنيا، أبريل/نيسان 2004)، ص 229 - 230.

² - محمد حمدي عبد القوي، سلوى أحمد أبو العلا، "اتجاهات بحوث الإعلام في جامعة المنيا: دراسة تحليلية ورؤية مستقبلية"، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية (مصر، كلية الآداب جامعة المنيا، العدد 76، 2013)، ص 247.

والتحكم في استعمالها وفهم سياقاتها وطرق توليدها وظروف نشأتها في لسانها الأصلي. ومن هنا، "صار لزاماً على الباحث الجاد أن يتحكم في المصطلح باعتباره أداة تواصلية على الباحث امتلاكها لكي يفهم موضوعه الفهم السليم".¹

4. يعاني الدرس الأكاديمي العربي في مجال البحوث والدراسات الإعلامية سيادة التحليل الكمي لشكل ومضمون الرسالة الإعلامية منذ أن نشر برنارد بيرلسون (Bernard Berelson) مقاله، عام 1952، بعنوان "التحليل الكمي للمحتوى في أبحاث الاتصال"، بينما اختفى أو غُيِبَ التحليل الكيفي الذي اتُّهم بالتحيز والبعد عن الموضوعية بسبب شكلية وعدم موضوعية فئات تحليل المضمون الكمي التي تدَّعي بدون أساس علمي الدقة والموضوعية، ويُتهم التحليل الكمي أيضاً بتفتيت النص وتحويله إلى مجرد أرقام وبيانات إحصائية لا تكشف عن معاني النص أو المعاني الضمنية أو غير الظاهرة في النص.²

5. يعاني الدرس الأكاديمي في منهجية البحث الإعلامي من مشكلات التعقيد في تقديم المعلومات المتعلقة بالبحث الإعلامي، وعدم تبسيط وحل المشكلات المنهجية التي تعترض البحث الإعلامي انطلاقاً من اختيار موضوع البحث وضبط متغيراته، إضافة إلى صعوبة ضبط المجال التطبيقي للدراسة، وصعوبات أخرى مرتبطة بعدم القدرة على

¹ - صورة دحماني وسليمان بوراس، "إشكالية ضبط المصطلح في البحوث العلمية"، مجلة التنوير (الجزائر، العدد 8، ديسمبر/كانون الأول 2018)، ص 229-230.

² - صورة دحماني وسليمان بوراس، "إشكالية ضبط المصطلح في البحوث العلمية"، مجلة التنوير (الجزائر، العدد 8، ديسمبر/كانون الأول 2018)، ص 229-230.

التحديد الدقيق للإجراءات المنهجية الخاصة بالبحث، ثم عدم القدرة على إسقاط المعارف النظرية الخاصة بالبحث تطبيقاً من خلال الأدوات البحثية المستخدمة¹.

6. من بين المشكلات التي يعاني منها الدرس الأكاديمي عدم وضوح العلاقة بين التوجه النظري في البحث والجانب العملي أو التطبيقي للبحث. وعليه، فإن الدرس الأكاديمي يجب أن يحدد مدى استفادة الباحث من التوجه النظري للبحث في استجلاء الأهمية النظرية لموضوع الدراسة، وتحديد المفاهيم الأساسية أو صياغة التساؤلات والفرضيات والأهداف للبحث².

7. قصور الدرس الأكاديمي عن الارتباط الوثيق بمدى فعاليته وقدرته على الاستجابة لاحتياجات المجتمع بشكل عام، ومتطلبات واحتياجات سوق العمل من تقديم تكوين وتدريب جيد يتكيف مع تلك الاحتياجات.

8. لا يزال الدرس الأكاديمي في مجال منهجية البحث الإعلامي قاصراً عن استيعاب الاتجاهات الحديثة في مجال محتوى الدراسات الصحفية والمعرفة الإعلامية ومن بين أهم تلك الاتجاهات: الدراسات الصحفية الدولية المقارنة، والتوجهات الجديدة في بحوث وضع الأجندة وفي مجال حارس البوابة، ودراسات متعلقة بصحافة المشاركة وصحافة المواطن، ودراسات متعلقة بتحويلات الإنتاج الصحفي، وبالتأطير في الدراسات الإعلامية³.

¹ - ليندة ضيف، "المشكلات المنهجية في البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال"، مجلة الإعلام والمجتمع (المجلد 3، العدد 1، يونيو/حزيران 2019)، ص 40.

² - هبة زكري خليفة، الاتجاهات النظرية في البحوث السكانية: دراسة تحليلية لعينة من الأطروحات خلال الفترة الزمنية من 1990 إلى 2014، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الآداب جامعة المنيا، ص 197-198.

³ - المشهداني، منهجية البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص 68-71.

9. ومن المشكلات الأخرى التي يعاني منها الدرس الأكاديمي صعوبة قياس تأثير الإعلام في الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها نظرًا لتأثر البحث والوضع التجريبي بالمراقبة والملاحظة التي يقوم بها الباحث الإعلامي، مما يؤدي في أحيان كثيرة إلى تغيير في السلوك لدى الأفراد والمجتمعات موضوع الدراسة والبحث، ومن ثم صعوبة الملاحظة أحيانًا، وصعوبة إجراء الضبط التجريبي إذا ما لجأ الباحث الإعلامي إلى البحث التجريبي وعزل المتغيرات المتداخلة للظاهرة الاجتماعية والإنسانية موضع الدراسة، والصعوبات التي تصل إلى حد الاستحالة في بعض الحالات في ضبط هذه المتغيرات والتحكم في أكبر عدد منها.

10. ومن الصعوبات المنهجية التي يواجهها الدرس الأكاديمي عدم استخدام الباحث المناهج المختلفة في دراسة الظواهر والمشكلات الاجتماعية، والاقتصار على استخدام منهج واحد، مما يؤدي إلى احتمال عدم إمكانية التوصل إلى المعلومات الصحيحة، وصعوبة التثبت من صحتها وصدقها ودالاتها. كذلك فإن من الصعوبات المنهجية الأخرى في الدرس الأكاديمي عدم توافر مقاييس دقيقة يمكن استخدامها في البحوث الإعلامية بصفة خاصة¹.

¹ - المرجع السابق، ص 55.

3. تقويم واقع الدرس الأكاديمي من وجهة نظر أساتذة المنهجية في الجامعات العراقية

تُعد الدراسة محاولة علمية لإيجاد البدائل والحلول لمعالجة مشكلات الدرس الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال بالتطبيق على مقرر منهجية البحث الإعلامي في الجامعات العراقية؛ إذ شملت عينة البحث 20 شخصًا من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات العراقية للمقرر المذكور. وقام الباحث بتوزيع استمارة استبيان إلكترونية على أساتذة المقرر في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العراقية، وكانت نتائج البحث بحسب محاور الاستبانة:

3.1. عرض وتحليل ومناقشة فقرات محور الأستاذ الجامعي

من أجل التحقق والتعرف على واقع مشكلات الدرس الأكاديمي في محور الأستاذ الجامعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العراقية من القائمين على تدريس مقرر مناهج البحث الإعلامي، قام الباحث بعرض استمارة استبيان إلكترونية على أفراد عينة البحث والإجابة على مجموعة الفقرات التي تحتويها وعند إدخال البيانات ومعالجتها إحصائيًا ظهرت النتائج كما مبين في الجدول رقم (1).

جدول (1) يوضح مشكلات الدرس الأكاديمي في محور الأستاذ الجامعي من وجهة نظر

أساتذة منهجية البحث الإعلامي في الجامعات العراقية

م	محور الأستاذ الجامعي	صعوبة بدرجة			الوسط المرجح	النسبة المئوية
		كبيرة	قليلة	نادرة		
1	ضعف اهتمام التدريسي بتحديد مستوى الطلبة وما لديهم من معارف ومهارات في بداية الفصل الدراسي	5	11	4	2.05	68%
2	إهمال التدريسي للفروق الفردية بين الطلاب	5	10	5	2.0	67%
3	اعتماد التدريسي على الإلقاء والتلقين فقط في محاضراته	4	11	5	1.95	65%
4	قلة تنوع التدريسي في أساليب التعليم والتعلم أثناء المحاضرة	7	4	9	1.9	63%
5	عدم التواصل مع الطلبة خارج وقت المحاضرات	4	9	7	1.85	62%
6	عدم تمكن التدريسي من المادة التعليمية في المحاضرة	6	4	10	1.8	60%
7	ضعف قدرة التدريسي على الإجابة عن أسئلة واستفسارات الطلبة	3	9	8	1.75	58%
8	عدم شرح أهداف ومفردات ومتطلبات الموضوع في بداية المحاضرة	3	7	10	1.65	55%
9	تأخر وغياب التدريسي عن المحاضرات دون إشعار الطالب بوقت كاف	3	4	14	1.5	50%
10	ضعف قدرة التدريسي على ضبط السلوكيات غير المرغوب فيها من الطلبة	1	7	12	1.45	48%

استخدم الباحث العُدَّة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة البيانات¹، ومن خلال ملاحظة الجدول رقم (1) نجد في محور "الأستاذ الجامعي" أن هناك فقرتين متحققتين هما: "ضعف اهتمام التدريسي بتحديد مستوى الطلبة وما لديهم من معارف ومهارات في بداية الفصل الدراسي"، والتي حصلت على المرتبة الأولى بوسط مرجح (2.05) ووزن مئوي قدره (68٪)، وفقرة "إهمال التدريسي للفروق الفردية بين الطلاب"، والتي حصلت على المرتبة الثانية بوسط مرجح قدره (2.00) ووزن مئوي قدره (67٪).

ويفسر الباحث هذه النتيجة كالآتي:

1. حصلت الفقرة (1)، "ضعف اهتمام التدريسي بتحديد مستوى الطلبة وما لديهم من معارف ومهارات في بداية الفصل الدراسي" على المرتبة الأولى، ويعزى ذلك إلى غياب الاختبارات والمقاييس القبليّة، أي التي تطبق في بداية العام الدراسي، كما أن مدرسي مقرر مناهج البحث الإعلامي يرون أن الطلبة يتميزون بالتقارب في قضية المعلومات والمهارات السابقة.

2. فيما يخص الفقرة (2)، "إهمال التدريسي للفروق الفردية بين الطلاب"، والتي حصلت على المرتبة الثانية، نجد أن مدرسي هذا المقرر وغيره من المقررات الدراسية يعتمدون على طرائق وإستراتيجيات تدريسية اعتيادية تعتمد على المدرس بشكل كبير وإهمال دور المتعلم. وبهذا يجري إهمال الفروق الفردية بين الطلبة في أساليب التدريس والتقويم.

¹ - محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS، (عمان، دار وائل للنشر، 2008)، ص 274-298.

3. حصلت الفقرة (3)، "اعتماد التدريسي على الإلقاء والتلقين فقط في محاضراته"، على المرتبة الثالثة. وهذا يعني أن الدرس الأكاديمي يعاني من طرائق تدريس قديمة في التعليم الجامعي، وينبغي على الأستاذ الجامعي أن يتخلى عنها من أجل تطوير العملية التعليمية وتحسين مخرجات التعليم الجامعي ليوكب حاجات سوق العمل. وتتطابق نتيجة هذه الفقرة مع الفقرة (6) التي تشخص إحدى مشكلات الدرس الأكاديمي في عدم تمكن التدريسي من المادة التعليمية في المحاضرة. وترتبط هذه الفقرة أيضاً مع أهم المعوقات التي تعترض مسيرة البحث الإعلامي في الجامعات العراقية في أن بعض التدريسيين في هذا المجال لا يمتلكون الكفاءة المعرفية لتوصيل مفاهيم ومبادئ وشروط البحث الإعلامي وتطبيقاته العلمية، ولم يواكبوا المستجدات والتطورات البحثية. وتتطابق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات الميدانية السابقة؛ إذ إن الكفاءة والقدرة على توصيل المعلومات التي يرغب التدريسي في إيصالها إلى طلابه لا تأتي إلا من خلال المطالعة والتعرف على طرق التدريس والتي يمكن من خلالها توصيل كل المفاهيم والتغيرات التي تطرأ في مجال البحث العلمي.¹

¹- ظافر هاشم الكاظمي وآخرون، "تقوم واقع البحث العلمي من وجهة نظر الأستاذ الدكتور في كليات التربية الرياضية في الجامعات العراقية، مجلة القادسية لعلوم التربية الرياضية (المجلد 14، العدد 2، الجزء الثاني، أيلول/سبتمبر 2014)، ص 173.

3.2. عرض وتحليل ومناقشة فقرات محور المنهج الدراسي

بيّنت نتائج هذا المحور في استمارة الاستبيان أن 10 فقرات من مجموع 11 فقرة كانت متحققة؛ إذ تراوحت قيم الوسط المرجح ما بين (2.05-2.55) بوزن مئوي قدره (68-85%).

جدول (2) يبرز مشكلات الدرس الأكاديمي بشأن محور المنهج الدراسي من وجهة نظر أساتذة مقرر منهجية البحث الإعلامي في الجامعات العراقية

م	محور المنهج الدراسي	صعوبة بدرجة			الوسط المرجح	النسبة المئوية
		كبيرة	قليلة	نادرة		
1	ضعف مشاركة الطالب في اختيار مفردات المادة الدراسية التي تلبي حاجاته وتوقعاته	13	5	2	2.55	85%
2	ندرة الأنشطة التعليمية المصاحبة للمقررات الدراسية	10	8	2	2.4	80%
3	التركيز على المناهج المقررة فقط مصدرًا أساسيًا للتعلم في المقررات الدراسية	11	6	3	2.4	80%
4	الاقتصار على الاختبارات كمعايير لتقييم تحصيل الطلبة في أغلب المقررات الدراسية	10	8	2	2.4	80%
5	عدم وجود نشاطات تعليمية إثرائية لتحسين أداء الطلاب	9	8	3	2.3	77%
6	عدم استيعاب الطالب محتوى المقررات الدراسية المكثف	7	11	2	2.25	75%
7	صعوبة استيعاب الطالب لمحتوى المقررات الدراسية	7	10	3	2.2	73%
8	اعتماد مستوى الحفظ والتذكر فقط كأساليب التقويم	9	6	5	2.2	73%
9	عدم توافر معايير واضحة ومعلنة للطلبة بكيفية تصحيح الواجبات والاختبارات	6	9	5	2.05	68%

10	عدم استخدام الخدمات الإلكترونية الحديثة في تدريس المقررات الدراسية	5	11	4	2.05	٪68
11	عدم كفاية الوقت أثناء المحاضرات لفهم المحتوى التعليمي للمقررات الدراسية	4	10	6	1.90	٪63

ويظهر من خلال الجدول (2) أن المشكلات في محور المنهج الدراسي في معظم فقراته تعود إلى ضعف مشاركة الطالب في اختيار مفردات المادة الدراسية التي تلبي حاجاته وتوقعاته، وندرة الأنشطة التعليمية المصاحبة للمقررات الدراسية، والتركيز على المناهج المقررة فقط مصدرًا أساسيًا للتعليم في المقررات الدراسية، والاقتصار على الاختبارات معايير لتقييم تحصيل الطلبة في أغلب المقررات الدراسية، مع غياب واضح لمنهج أو كتاب منهجي موحد في مقرر منهجية البحث الإعلامي، وإنما هناك مفردات مقررة من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، أما تفاصيل هذه المفردات فتكون من صلاحية التدريسي. ويمكن للباحث تفسير هذه النتيجة حول وجود مشكلات في محور المنهج الدراسي بأن "غالبية الجامعات في الوطن العربي حديثة النشأة، وهي مؤسسات معنية بإنجاز المهام الوظيفية والمهنية بالدرجة الأولى ومنها التدريس، والتي تستنفد الكثير من الوقت، وخاصة من التحق بالوظيفة حديثاً ولا يبقى من الوقت المخصص للبحث وتطوير المنهج الدراسي إلا القليل".¹ كذلك، فإن من أكثر المعوقات الأخرى كما تشير إليها بعض الدراسات الحديثة

¹ - محمد عودة عليوي، قحطان حميد يوسف، "مشكلات البحث العلمي في الوطن العربي"، مجلة آداب البصرة (العدد 42، 2007)، ص 305.

تلك المتعلقة بظروف العمل والإمكانات المادية والأمور المتعلقة بالإدارة والتشريعات الجامعية.¹

3.3. عرض وتحليل ومناقشة فقرات محور الطالب الجامعي

بيّنت نتائج هذا المحور أن جميع فقرات هذا المحور والبالغ عددها (9) فقرات كانت متحققة؛ إذ تراوحت قيم الوسط المرجح ما بين (2.01 – 2.50) بوزن مؤوي قدره (67%-83%).

جدول (3) يبيّن مشكلات الدرس الأكاديمي في محور الطالب الجامعي من وجهة نظر أساتذة مقرر منهجية البحث الإعلامي في الجامعات العراقية

م	محور الطالب	صعوبة بدرجة			الوسط المرجح	النسبة المئوية
		كبيرة	قليلة	نادرة		
1	ضعف التحصيل الدراسي للطالب في مراحل التعليم العام	13	4	3	2.5	83%
2	دافعية الطالب للتفوق العلمي ضعيفة	8	10	2	2.3	77%
3	إهمال الطالب للاستعداد والتحضير لحضور المحاضرات التعليمية	7	11	2	2.25	75%
4	ضعف تمكّن الطالب من مهارات تدوين المذكرات أثناء حضور المحاضرات	5	15	0	2.25	75%
5	شعور الطالب بعدم الثقة في النفس والقلق والتوتر باستمرار	7	10	3	2.2	73%
6	معاناة الطالب من نقص الإمكانات المادية لتحمل مستلزمات الدراسة	7	10	3	2.2	73%
7	عدم تمكّن الطالب من مهارات التعلم الأساسية، مثل: مهارات القراءة والكتابة	6	11	3	2.15	72%

¹ - أوان عبد الله محمود الفيضي، "مشكلات البحث العلمي واستراتيجية الحلول"، مجلة اشراقات تنمية (العدد 21، ديسمبر/كانون الأول 2019)، ص 255.

8	اعتماد الطالب على غيره في إنجاز الواجبات والتقارير	5	12	3	2.1	70٪
9	شعور الطالب بعدم التوافق النفسي والاجتماعي مع الحياة الجامعية	4	13	3	2.01	67٪

ويمكن للباحث أن يفسر هذه النتيجة، التي بينت تحقق كافة فقرات هذا المحور بأن معظم الطلبة هم من خريجي الأعوام الدراسية المتأخرة؛ إذ تم اعتماد التعليم الإلكتروني في الأعوام الثلاثة الماضية بسبب جائحة كورونا، وهذا أدى إلى ظهور خلل معرفي ومهاري لدى الطلبة بسبب المشكلات التي ترافق اعتماد التعليم الإلكتروني في تعليم المواد الدراسية بشكل عام ومادة منهج البحث بشكل خاص، على الرغم من أن "تكنولوجيا المعلومات أحد المكونات الرئيسية في منظومة التعليم الحديث من خلال تطبيقات الوسائط المتعددة وشبكات الاتصال في العملية التعليمية، وتشجع الاستمرار في التواصل لفترات طويلة، لذا يمكنها الارتقاء بالعملية التعليمية كونها قنوات فعالة للتعلم الجيد".¹

ويظهر من خلال الجدول (3) أن مشكلات الدرس الأكاديمي فيما يتعلق بالطالب الجامعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس تعود بدرجة كبيرة إلى ضعف التحصيل الدراسي للطالب في مراحل التعليم العام، ذلك لأن التحصيل الدراسي الجيد في المراحل التعليمية السابقة يؤدي إلى النمو المضاعف للمعرفة، وزيادة حجم المعلومات. ومن بين أهم مشكلات الدرس الأكاديمي الأخرى فيما يتعلق بالطالب الجامعي ضعف دافعية الطالب للتفوق العلمي، وإهماله الاستعداد والتحضير لحضور المحاضرات التعليمية، وشعوره بعدم الثقة في النفس والقلق والتوتر باستمرار، ويعود سبب ذلك إلى تأثر الطالب

¹- فاطمة عبد مالح المالكي، "قياس الوعي بتكنولوجيا المعلومات وأثره في التحصيل المعرفي لحل مشكلات مادة البحث العلمي لطلابات المرحلة الرابعة في كلية التربية الرياضية للبنات"، مجلة كلية التربية الأساسية جامعة بابل (العدد 7، مارس/آذار 2012)، ص 391-392.

الجامعي كغيره من شرائح المجتمع العراقي بما يمر به العراق من أحداث أثرت عليه، خاصة الحروب وما تبعها من أعمال إرهابية والتي تسببت في ظهور مشكلات نفسية واجتماعية للطلاب الجامعي كالعنف والعزلة والحقد والانحرافات الجنسية والتعصب، ومشكلات انفعالية كالقلق والاكتئاب والتوتر والتبدل واللامبالاة، ومشكلات الانتباه كقلة الانتباه والسرحان وتشتت الانتباه وغيرها¹.

ويظهر من خلال الجدول رقم (3) أن مشكلات الدرس الأكاديمي فيما يتعلق بالطلاب الجامعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس تعود بدرجة قليلة إلى عدم تمكن الطالب من مهارات التعلم الأساسية، مثل: مهارات القراءة والكتابة، واعتماده على غيره في إنجاز الواجبات والتقارير، وشعوره بعدم التوافق النفسي والاجتماعي مع الحياة الجامعية، ويعود سبب ذلك إلى "غياب الموهبة التي تساعد على الخلق والابتكار، وضعف الميل إلى القراءة والكتابة التي تساعد على الفهم والتمحيص والنقد، وعدم التحلي بالصبر والمثابرة وتحمل المشاق"².

¹- خائل شاكر غانم، "المشكلات التي تواجه طلبة الدراسات العليا لأقسام اللغة العربية في البحث العلمي 2018-2019"، مجلة الأستاذ للعلوم الإنسانية والاجتماعية (المجلد 59، العدد 1، مارس/آذار 2020)، ص 81.

²- عبد الرزاق جدوع محمد وداليا حسين يحيى، "البحث العلمي بين نفعية الباحث ومصلحة المجتمع"، مجلة نسق، الجمعية العراقية للدراسات التربوية والنفسية (العدد 21، 2019)، ص 71.

4. الفروق بين المحاور

بيّنت نتائج المحاور أن محور الطالب حصل على أعلى مرتبة بوسط مرجح قدره (2.50) ووزن مئوي قدره (83٪)، أما محور الأستاذ الجامعي فقد حصل على أقل مرتبة بوسط مرجح قدره (1.79) ووزن مئوي قدره (60٪) كما هو مبين في الجدول رقم (4).

جدول (4): الوسط المرجح والوزن المئوي لمحاور الاستبيان

م	المحور	الوسط المرجح	النسبة المئوية
1	الطالب	2.50	83٪
2	المنهج الدراسي	2.03	68٪
3	الأستاذ الجامعي	1.79	60٪

وقد جاءت نتائج هذه الدراسة متفقة مع نتائج الدراسات الآتية:

1. دراسة (الياسري، 2007)، التي ذكرت أن مشكلات التدريس والمرتبطة بالطلبة قد حصلت على المرتبة الأولى، يليها مجال طرائق التدريس، وجاء مجال الكتاب المنهجي في المرتبة الثالثة¹.

¹- متمم جمال غني الياسري، مشكلات تدريس تاريخ العرب قبل الإسلام في أقسام التاريخ بكليات التربية في جامعات الفرات الأوسط من وجهة نظر التدريسيين والطلبة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية، جامعة بابل.

2. دراسة (عبد الكاظم وجواد، 2012)، التي بيّنت أن مجال الطلبة حصل على المرتبة الأولى من بين مجالات استبانة مشكلات التدريس، يليها مجال الوسائل وطرق التدريس ومن ثم مجال النظام، وأخيرًا يأتي مجال المعلم بالمرتبة الأخيرة¹.

3. دراسة (المطيري، 2016)، التي بيّنت أن مشكلات التدريس المتعلقة بالطالب حصلت على المرتبة الأولى من بين المجالات الأخرى (المدرس، الكتاب المدرسي، طرائق التدريس)².

4. دراسة (الدوغجي، 2022)، التي أوضحت مشكلة معايير جودة أساليب الاستدلال العلمية المعتمدة من قِبَل الباحثين في كتابة البحوث الإعلامية، وبحوث الصحافة تحديدًا، بتحليل الفقرات التي تتعلق بشخصية الباحث عند الحكم على المعلومة ومناقشتها ووضع مجموعة من المعايير العلمية التي تبين جودة بناء شخصية الباحث في كتابة البحث وبيان مستوى جودتها³.

استنتاجات

على الرغم من النتائج التي توصل إليها الباحث بشأن محور الأستاذ الجامعي الذي يُعد أقل المحاور إثارة للإشكاليات في تدريس مادة منهج البحث الإعلامي، إلا أن المعوقات التي يعاني منها الأستاذ الجامعي في الدرس الأكاديمي بسبب ضعف التحصيل الدراسي

¹ - محمود حمزة عبد الكاظم، مسلم كاظم جواد، "المشكلات التي تواجه طلاب معهد إعداد المعلمين في كربلاء أثناء مدة التطبيق"، مجلة أهل البيت (جامعة كربلاء، العدد 14، 2014)، ص 263.

² - بدر غازي سحيمي المطيري، "فاعلية التعليم الإلكتروني في ظل انتشار جائحة كورونا من وجهة نظر طلبة المرحلة الثانوية في منطقة الفروانية بدولة الكويت"، مجلة كلية التربية جامعة أسيوط (المجلد 37، العدد 2، فبراير/شباط 2021)، ص 302.

³ - وداد نجم عبود الدوغجي، "معايير جودة أساليب الاستدلال العلمية في البحوث الإعلامية: دراسة في بحوث الصحافة ومحكماتها أنموذجًا"، مجلة آداب الفراهيدي (كلية الآداب جامعة تكريت، المجلد 14، العدد 49، مارس/آذار 2022)، ص 302.

للطالب في مراحل التعليم العام، وعدم تمكُّنه من مهارات التعلم الأساسية، مثل: مهارات القراءة والكتابة، فضلاً عن إهمال الطالب للاستعداد والتحضير لحضور المحاضرات التعليمية، تؤثر بشكل سلبي على استراتيجية الأستاذ الجامعي وتجبّط رغبته في تطوير الدرس الأكاديمي.

1. أكدت نتائج الاستبانة أن الأستاذ الجامعي مثقل بأعباء الدرس الأكاديمي وأعمال إدارية وبحثية ونشاطات علمية تتعلق بوجوب مشاركته بحضور الندوات والمؤتمرات وتقديم أبحاثه، فضلاً عن تكليفه بمحاضرات إضافية بسبب قلة أعضاء هيئة التدريس في الأقسام العلمية للكلية، وهذا ما يؤثر سلباً على تطويره للمنهج الدراسي للمقررات التي يدرسها بسبب تشتيت جهد الأستاذ الجامعي وحالة الارتباك الناتجة عن تكليفه بأكثر من مهمة ونشاط إداري في الكلية.

2. وجود مشكلات عدة في تدريس مقرر منهجية البحث في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العراقية، بسبب عدم التزام التدريسي بمفردات المقرر الدراسي، والتركيز على المناهج المقررة فقط مصدراً أساسياً للتعلم في المقررات الدراسية، وافتقار أغلب التدريسيين لمهارات استخدام تقنيات التعليم الإلكتروني.

3. حصل محور الطالب على المرتبة الأولى من بين محاور الاستبيان، وهذا يعني أن أهم مشكلات الدرس الأكاديمي مرتبطة ارتباطاً فعلياً بأداء وفاعلية الطالب وتنفيذه لواجباته في تحضير ومتابعة الدرس الأكاديمي، وتنمية دافعيته للتفوق العلمي.

4. إن حصول محور المنهج الدراسي على المرتبة الثانية من بين محاور الاستبيان يعني أن ترتيب أولويات معالجة مشكلات الدرس الأكاديمي تبدأ بالطالب أولاً مروراً بالمنهج الدراسي وانتهاء بالأستاذ الجامعي.

مقترحات

في ضوء نتائج البحث الحالي يمكن للباحث اقتراح ما يأتي:

1. اهتمام مدرّسي مقرر منهجية البحث الإعلامي بإضافة محاور إلى الدرس الأكاديمي توضح آلية تقديم الرأي العلمي عند إعداد بحوث أو أوراق عمل بحثية تخص الدرس الأكاديمي.

2. عقد ندوات ومؤتمرات تشمل أساتذة ومدرسي مقرر منهجية البحث الإعلامي من أجل تفعيل منهج دراسي موحد ومفردات موحدة لتدريس هذه المادة الأساسية.

3. الاهتمام بقضية تعلم الطلبة من خلال تكليفهم بأنشطة وواجبات ومهام تعليمية معينة من أجل تسهيل عملية التعلم وجعل الطالب محوراً للعملية التعليمية.

4. يكون لزاماً على الأستاذ الجامعي لتجويد المعلومات والأفكار الخاصة بالدرس الأكاديمي في مجال منهجية البحث الإعلامي أن يتمتع بالقدرة على الاستفادة من اتساع مجالات التناول العلمي في مجال اختصاصه لتقديم دراسات وأفكار متجددة، وفق ضوابط العلم وسياقاته.

الفصل الثاني

مناهج البحث الإعلامي في البيئة الرقمية

مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف

نصر الدين لعياضي

مقدمة

ظل السؤال ذاته يتكرّر منذ ثلاثة عقود: هل يمكن دراسة الميديا الرقمية بالمناهج وأدوات البحث التقليدية التي اعتُمدت في عصر التكنولوجيا التماثلية؟ على الرغم من أن البحوث العديدة والمتراكمة قدّمت ولا تزال تُقدّم الإجابة العملية عن هذا السؤال إلا أن الجدل حوله ما زال قائماً ويشي بأن هامش الخلاف أوسع من الاختلاف. لقد أفرز هذا الجدل اتجاهين أساسيين: اتجاهاً نظرياً ذا طابع عام، يتعلق بدور التكنولوجيا والآليات الرقمية في جمع البيانات وتحليلها، وتأثيرها على البحث العلمي؛ حيث يعتقد أصحاب هذا الاتجاه أن التكنولوجيا الرقمية لم تُحدث تغييراً في المجتمع فقط، بل غيّرت أيضاً ممارسة البحث العلمي وستغيّر طبيعة العلوم الاجتماعية والإنسانية ككل. ومن المنتظر أن تُسهّم في تحقيق طموح الكثير من الباحثين الوضعيين الذين سعوا، وما زالوا يسعون، إلى تقريب العلوم الإنسانية والاجتماعية التي توصف بالرخوة من العلوم الطبيعية التي توسم بالصلابة،

فتكسبها المزيد من الشرعية¹. فعالم الاجتماع الفرنسي، ريمون بودون (Raymond Boudon)، على سبيل المثال، كان يعتقد بأن اعتماد العلوم الاجتماعية على لغة الرياضيات يمنحها النضج العلمي². لكن بالتدريج حلت كلمة الإحصائيات محل كلمة الرياضيات. وها نحن اليوم، نشهد استبدال مصطلح الغرافيك (Graphic) الذي يطبع المناهج الحاسوبية بهما، ويجرُّ علوم الإعلام والاتصال إلى الانزياح من كونها علومًا تأويلية تسعى لاستخلاص المعنى إلى الالتحاق بالعلوم التجريبية التي تروم استخلاص القواعد وتقديم التنبؤات.

والاتجاه الثاني ذو طابع عملي، ويتعلق بالسؤال عن الجديد في مناهج البحث في مجال علوم الإعلام والاتصال، وعن مكانة قديمها في السياق الرقمي. فعلى الرغم من التغيير الكبير الذي أحدثته التكنولوجيا الرقمية في الحقول المعرفية إلى درجة أن بعض الجامعات أنشأت تخصصًا جديدًا قائمًا بذاته أسمته دراسات الإنترنت (Studies Internet)، إلا أن بعض الباحثين ما زال يعتقد بأن المناهج التقليدية ستظل فاعلة في دراسة الميديا الرقمية طالما أن الملاحظة العلمية بشتى أنواعها ما زالت هي ذاتها، والمقابلات المعمقة لم تتغير كثيرًا عما كانت عليه قبل ميلاد شبكة الإنترنت، وإن بدأ تحليل محتواها يستفيد من عدة تقنية أكثر تطورًا خلال السنوات الأخيرة³، وأن الطرائق المختلفة لقياس البيانات النصية وتحليلها (Textometrics)، التي استُخدمت في تحليل الخطابات السياسية والصحفية في عصر التكنولوجيا التماثلية، ما زالت قائمة، و"تتجدد" باستعانتها بالبرمجيات ذات السرعة

¹ Hélène Bourdelloie, "Ce que le numérique fait aux sciences humaines et sociales: Épistémologie, méthodes et outils en question," Revue tic& société, Vol. 7, no. 2, (2ème semestre 2013): 7-38.

² Raymond Boudon, Les mathématiques en sociologie, (Paris: PUF, 1971), 7.

³ Ramón Salaverría, "Digital journalism: 25 years of research," El profesional de la información, Vol. 28, no. 1, (2019), "accessed October 20, 2021". <https://bit.ly/3rGRxVo>.

العالية في التحليل والقادرة على تمثيل هذه الخطابات في شكل كلمات وجمل سحابية ورسوم بيانية¹.

ويظل جزء كبير من استطلاعات الرأي يُصمَّم وفق الأسس ذاتها وإن كان توزيع الاستمارة يجري عبر شبكة الإنترنت وبياناتها ويُحلَّل بطريقة آلية. لذا لا يمكن لتغيير سياق البحث العلمي من بيئة التكنولوجيا التناظرية إلى البيئة الرقمية أن يعطي مشروعية للقول بأن مدة صلاحية المناهج التقليدية في البحث قد انتهت، بدليل أنه لا يوجد سياق نمطي موحد للكثير من البحوث الإعلامية، فسياق قراءة الصحف غير سياق الاستماع إلى الإذاعة، ويختلف عن سياق المشاهدة التلفزيونية في التلفزيون "التقليدي" التي تحدث عنها ديفيد مورلي (David Morley)، وسياق هذه الأخيرة يختلف عن سياق مشاهدة شرائط الفيديو والأفلام عبر الخط، مثلما تراه الباحثتان، كاترين دوسنج (Catherine Dessinges) ولوسيان برتكوز (Lucien Perticoz)². وسياق البحوث الإثنوغرافية، هو الآخر، ليس واحدًا، فلكل بحث إثنوغرافي سياقه المخصوص³. لذا، ظلت البحوث الإثنوغرافية تتكيف مع سياق كل موضوع من موضوعاتها، ويمكن أن نسمي هذا التكيف ابتكارًا.

¹ - يمكن أن نذكر على سبيل المثال طريقة (Alceste)، التي ظهرت في 1979 على يد ماكس رينيرت (Reinert Max)، واستُعملت في العلوم السياسية وعلوم الاتصال والإعلام والتسويق وإدارة الأعمال واللسانيات. وتتمثل هذه الطريقة في التحليل المفصل لمعجم عينة من النصوص المختارة، ومنه يتم تشكيل قاموس الكلمات وجذورها اللغوية، ثم يجري تقطيع النص إلى مقاطع منسجمة تحتوي على عدد كاف من الكلمات، وتصنف هذه المقاطع بتعيين تعارضها القوي. وتسمح هذه الطريقة باستخراج طبقات المعنى التي تشكلها الكلمات والجمل الأكثر دلالة، وتمثل هذه الطبقات الأفكار والقيم المسيطرة في عينة النصوص المدروسة التي تبرز في شكل رسوم بيانية وخطية. للتوسع، انظر:

Maryse Marpsat, "La méthode Alceste," *Sociologie*, Vol. 1, no. 1, (2010), "accessed November, 12, 2021". <https://bit.ly/3KCoif3>.

² - Catherine Dessinges, Lucien Perticoz, "Les consommations de séries télévisées des publics étudiants face à Netflix: une autonomie en question," *Revue Les Enjeux de l'information et de la communication*, no1, (2019): 5-20.

³ - Madeleine Pastinelli, "Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel! Des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne," *Anthropologie et Sociétés*, 35(1-2), (2011): 35-52.

تُعزّز الباحثة، كريستين هين (Christine Hine)، مؤسّسة "الأنثروبولوجيا الافتراضية"، هذا الاستنتاج بالقول: إن الابتكار كان دائماً مطروحاً في جدول نشاط البحوث الاجتماعية الأمبريقية، مستشهداً في ذلك بتاريخ العلوم الاجتماعية والإنسانية، وبالمقابلات المعمقة التي أضافها بول لازرسفيلد (Paul Lazarsfeld) وروبرت ميرتون (Robert Merton) إلى بحوثهما المسحية¹.

ويصف الباحثان، سيرج برولكس (Serge Proulx) وجوليان روييف (Julien Rueff)، الابتكار الذي ميّز المنجز المنهجي في البيئة الرقمية المعقدة بـ "الترميّق المنهجي"²، ولا يعتبران هذا المفهوم استفزازياً مقارنة بصرامة العلم ودقته، أو تبخيساً للاستراتيجيات البحثية المعتمدة لحد اليوم.

يدل الترميّق المنهجي على شيئين في الوقت ذاته: عدم تجانس المنهجيات، وتكييفها مع خصوصية ميدان البحث وأسئلته، ووسيلة لخصر موضوع البحث والقبض عليه في نقطة تقاطع الرؤى المتعددة ومضاعفة زوايا تحليله³. فالترميّق في اعتقادنا هو دفع البحث للتجريب عبر السير في طريق غير معبّد، بالقدر الكافي، في البيئة الرقمية.

¹ -Christine Hine, Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet, (New York: Berg Publishers, 2005), 200.

² - لم نعر على عبارة في اللغة العربية تتطابق مع (DO-it- yourself) الإنجليزية و(Bricolage) الفرنسية. لذا اضطررنا إلى استعمال كلمة "الترميّق"، رغم قناعتنا بأنها لا تتطابق مع الكلمة الأجنبية؛ إذ يقال في اللغة العربية: "رَمَقَ العمل أو رَمَقَ فيه أي بالغ فيه ولم يُحسِّنه"، لقد فكرنا في استعمال مصطلح "الاستنّاج" كبديل لـ "الترميّق المنهجي"، لكننا تراجعنا حين أدركنا أنه يعني أن ما قام به الباحث من "تدبير" منهجي تحوّل إلى منهج. وهذا الأمر لا يتطابق مع ما نحن بصدد شرحه، لأن الترميّق لم يبلغ درجة المنهج الذي يُعتد به ويرسخ في الممارسة، ويصبح ضمن المناهج التوافقية. ونجيبنا كلمة "الترقيع" لعلنا المسبق بالتضمن السلي الذي التصق بها في اللغة العربية والثقافة الشعبية.

³ - Louis-Claude Paquin, "La question de la méthode de la méthodologie en recherche et en recherche-création," academia.edu, December 2020, "accessed October 21, 2021". <https://bit.ly/3HJuuQM>.

إذن، على الرغم من مرور أكثر من عقدين على البحوث الأولى التي أُنجزت في الفضاء الافتراضي¹، ما زالت مناهج البحث في السياق الرقمي توصف بالترميقي، أي إنها موضع اجتهد مستأنف، فلم ترسخ وتتجذر بعد لتصبح مناهج توافقية (Conventional).

1. الإطار النظري والمنهجي

يتطلب رسم خريطة لأبرز الاتجاهات البحثية في السياق الرقمي الإجابة عن الأسئلة التالية: كيف تجسّد "الترميقي المنهجي" في الاستراتيجيات البحثية في علوم الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية؟ وما أوجه التشابه والاختلاف بين الاستراتيجيات المنهجية التي تستند إلى العُدّة الرقمية أو تستعين بها؟ وما التداعيات الإبستمولوجية والأخلاقية للمناهج البحثية "المعاصرة" على علوم الإعلام والاتصال؟ نعتقد أن هذا "الترميقي" لا يُفهم إلا بالنظر إلى المناهج السابقة ومكتسباتها، وما جرت إضافته إليها، وما يختلف عنها، وإلى تنوع الاجتهادات المنهجية.

للإجابة عن هذه الأسئلة نستأنس بالنظرية التفكيكية، التي نعتقد أنها لا تعبّر عن اتجاه فكري عديمي، بل تروم التفكيك وإعادة التركيب: تفكيك الأفكار والبنى الفكرية والتجارب البحثية قصد بلوغ حقيقتها وإعادة تركيبها بتشغيل مفاهيم أساسيين في التفكير الدريدي (نسبة إلى جاك دريدا)، وهما: الإرجاء (Différance) والاختلاف (Différence)². يساعدنا المفهوم الأول (الإرجاء) في مناقشة المناهج البحثية انطلاقاً مما

¹ انظر على سبيل المثال إلى البحوث الأولى التي أنجزتها الباحثة مادلين بستينيلي على غرف الدردشة في شبكة الإنترنت.

Madeleine Pastinelli, "Ethnographie d'une délocalisation virtuelle: le rapport à l'espace des internautes dans les canaux de chat," Terminal: technologies de l'information, culture et sociétés, Vol. 79, (1999): 41-60.

² لفهم الفرق بين المفهومين اللذين اعتمدنا عليهما في هذا البحث: الإرجاء والاختلاف، في فلسفة جاك دريدا، يمكن العودة إلى:

Charles Ramond, Le vocabulaire de Derrida (France: Ellipses, 2001), 25-28

غاب فيها أو عنها أو بناءً على ما لم تفصح عنه. ويدفعنا إلى الالتزام بالحدز وإرجاء تقييم المناهج البحثية في السياق الرقمي وعدم الحكم عليها بطريقة حاسمة لا رجعة فيها، لأنها ترتبط بعدة رقمية لا تكفُّ عن التنوع والتطور والتغير وتدرس ممارسات اتصالية وإعلامية متجددة ومتغيرة باستمرار. ويعيننا المفهوم الثاني (الاختلاف) في الكشف عن المشترك والمتباين في الاتجاهات المنهجية التي درست الميديا في البيئة الرقمية، والاقتراب أكثر من مستويات الرهانات المعرفية لكل اتجاه منهجي تتضمنه خريطة المناهج المعاصرة. واعتمدنا على ميتا التحليل النوعي (Qualitative Meta-analysis)، المنهج الذي يُعد حديثاً جداً وانبثق عن ميتا دراسة (Study-Meta)، والذي يشرحه الباحث تشانينج زهو (Zhao Shanyang) بالقول: "إنه يدرس نتائج وصيرورة الدراسات السابقة، فهناك ظاهرة ما نقوم بدراستها وتحليلها، ثم نُنجزُ دراسة عن الدراسة الأولى. فهدف "ميتا دراسة" لا يقف عند تلخيص نتائج الدراسات السابقة، بل التفكير في دراسة ثانية لتُحلَّل صيرورتها، ودليلها في ذلك السؤالان التاليان: "أين وصلنا في هذه الدراسات؟ وإلى أين نريد أن نمضي؟".² بعبارة أخرى: إن ميتا التحليل النوعي يهتم بالبحث في الدراسات السابقة لموضوع ما من زاوية خلفياتها النظرية والسياقات التي أُنجزت فيها. وهو بمنزلة جسر العبور من المنهج إلى المنهجية، إن سايرنا ما ذهب إليه الباحثان، ميا كونسالفو (Mia Consalvo) وتشارلز إس (Charles Ess)، في تمييزهما بين المنهج والمنهجية. لقد اعتقدا

¹- Shanyang Zhao, "Metatheory, Metamethod, Meta-Data-Analysis: What, Why, and How?," Sociological Perspectives 34(3), (1991): 377-390, "accessed September 5, 2021". <https://bit.ly/3tRslhs>

²- نقلاً عن تشانينج زهو (Shanyang Zhao)، المرجع السابق.

بأن منهج البحث هو جملة من التقنيات الملموسة، بينما المنهجية هي تصورات تنقل أطر التأويل النظري إلى الميدان الأمبريقي¹.

أمام غزارة البحوث والدراسات ذات الصلة بالمنهج البحثية في السياق الرقمي اعتمدنا على عينة ميسرة (Convenience sampling) قوامها 100 دراسة وبحث منشور في مجلات علمية دولية محكمة صادرة عن مراكز وهيئات بحثية أجنبية -انظر الجدول رقم 1- وتتضمن بحوثاً ذات طابع نظري تناقش تأثير التكنولوجيا الرقمية على مناهج البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية. وتُقيّم وتُصنّف التجارب البحثية في حقل الإعلام والاتصال في السياق الرقمي. وبعد مَحْصِ مفردات هذه العينة فضّلنا الوقوف على خريطين أساسيتين رسمتا التوجهات المنهجية الكبرى لدراسة الميديا في البيئة الرقمية، وهما مستمدتان، بالطبع، من مناهج العلوم الاجتماعية والإنسانية. الخريطة الأولى وضعتها نورتيجي مارييس (Noortje Marres)²، الباحثة في علم الاجتماع في 2012، والثانية صاغها كل من الباحثين، سيرج برولكس وجوليان رويف³ في 2018. إن مبرر تفضيلنا لهاتين الخريطين يعود لكونهما شاملتين وتلخصان أبرز الاتجاهات البحثية المعاصرة في حقل الإعلام والاتصال، وتتقاطعان في أكثر من مفصل، إضافة إلى أنها تحوّلنا إلى مرجع أساسي من فرط تواترهما في البحوث التي تعالج مسألة مناهج البحوث. وبعد مناقشة الخريطين على ضوء بحوث العينة المدروسة نقترح خريطة ثالثة -انظر الجدول

¹- Klaus Bruhn Jensen, "New Media, Old Methods: Internet Methodologies and the Online/Offline Divide," in Mia Consalvo, Charles Ess, The Handbook of Internet Studies (Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2011), 49

²- Noortje Marres, "The redistribution of methods: on intervention in digital social research, broadly conceived," The Sociological Review, (December 17, 2012): 139-165, "accessed September 5, 2021". <https://bit.ly/343Y2Jv>.

³- Serge Proulx, Julien Rueff, Actualité des méthodes de recherche en sciences sociales sur les pratiques informationnelles (Québec: Centre des études sur les médias, Université Laval, 2018), 132.

رقم 2- نعرض فيها بعض الجوانب والأبعاد التي نعتقد أنها لم تبرز في الخريطين المذكورين.

وتضمنت العينة المدروسة أيضًا بحوثًا ودراسات تشمل مختلف موضوعات الإعلام والاتصال التي تبنت استراتيجيات بحثية متنوعة لدراسة الميديا في البيئة الرقمية. وحاولنا أن نستخرج منها القسّمات المشتركة التي تجمع بعضها وأدرجناها في إحدى الاتجاهات البحثية الكبرى كمثال نموذجي (انظر الجدول رقم 3).

جدول 1: موضوعات عينة البحوث والدراسات

م	الموضوعات	العدد
1	بحوث ودراسات عن المناهج في عصر البيانات الضخمة	29
2	تحولات الصحافة والميديا في البيئة الرقمية	11
3	الصحافة الرقمية	18
4	شبكة الإنترنت	10
5	مواقع التواصل الاجتماعي	8
6	الأخبار عبر الخط	13
7	العبر ميديا والمواءمة	5
8	الصحافيون في بيئة الويب	3
9	دراسة الجمهور ومستخدمي الويب	3
	المجموع	100

من نافلة القول: إن هناك جملة من العوامل والمتغيرات التي شكّلت الإطار الذي برزت فيه مناهج البحوث الإعلامية في البيئة الرقمية وتطورت، نوردّها كما يلي:

1. العُدَّة التقنية وتفكير التضاد¹

تتسم شبكة الإنترنت، التي تعتبر العنصر المؤسس للبيئة الإعلامية، بقدرتها على جمع التصورات والممارسات التي تبدو أنها متناقضة أو تتسم بالتضاد (Oxymoron)، كالقول مثلاً: إن هذه الشبكة خاصة وعامة في آن واحد، ومنفتحة ومنغلقة، ومحلية وكونية، وتتيح الاتصال التزامني وغير المتزامن أو المؤجل، وحررة ومقيدة، وتجمع الأفراد لإنشاء جماعات وتفكيك الجماعات، وتشجع الفرد على الإقامة "وحيداً وسط الناس"، وتُعزز نرجسية الفرد على الإقامة "في ذاته وخارجها في الوقت ذاته"²، بمعنى أن هذه الممارسات التي تبدو متناقضة تشكّل معنى جديداً يميز شبكة الإنترنت. لذا، فإن التفكير في هذه الممارسات الإعلامية والاتصالية التي تجري في هذه الشبكة وعبرها يتطلب تطبيق الخطاطة الذهنية الموروثة من الماضي وتبني استراتيجية تروم الفهم وفق منطق تفكير التضاد. وهذا يشكّل تحدياً منهجياً للوقوف على تنوع الممارسات الإعلامية التي تجري في شبكة الإنترنت وعبرها، واستخراج معانيها مع منتجي المحتويات ومستخدميها في آن واحد.

2. المنطق المتداخل في ظل هجانة البيئة الإعلامية

تعيش وسائل الإعلام مساراً مستأنفاً من التغيير منذ نهاية القرن الماضي ومطلع الألفية الحالية سواء على صعيد جمع الأخبار، وتحريرها وإنتاجها، وتوزيعها، و"استهلاكها". والأمور لا يقتصر على الصحافة التي وصفها الباحثون كريس أندرسون (Chris Anderson) وإيميلي بيل (Emily Bell) وكلاي شيركي (Clay Shirky) بأنها "تمر من

¹ - ترجم البلاغيون (Oxymore - Oxymoron) بالعديد من المراتفات، منها: التضاد، والضديد، والضادة، والإرداف الخلفي، أو التناقض اللفظي، والتناقض الظاهري، والاختلاف الامتناعي، وبضمّ عبارتين متناقضتين في الظاهر يتحدان ليشكّلا معنى جديداً. وقد استعملناه في البحث للتأكيد على التفكير المعقد في العُدَّة التكنولوجية في الاتصال.

² - العياشي الفرار، "المجتمع الافتراضي والتصور الدوركامي: قراءة في طبيعة التحولات الاجتماعية"، الحوار المتمدن، 16 يونيو/حزيران 2019، (تاريخ الدخول: 15 أكتوبر/تشرين الأول 2021)، <https://bit.ly/3qUJzZF>.

صناعة منسجمة، إلى حدٍّ ما، إلى طائفة من الممارسات المختلفة والمتنوعة (...) فالصناعة الصحفية ماتت بَيَدَ أن الصحافة توجد في أماكن عديدة"¹. لقد شمل هذا المسار من التحوُّل كل وسائل الإعلام فأصبح من الصعب فصل قديمها عن جديدها؛ إذ ذابا في مفهوم "هجانة الميديا" الذي لا يتعلق بوسيلة إعلامية بعينها، بل يرتبط بالمنظومة الإعلامية بأسرها التي أضحت هجينة على حدِّ قول الباحث في مجال التواصل السياسي، أندرو تشادويك (Andrew Chadwick)². وتختفي وراء هذه الهجانة هجانة أخرى نادرًا ما نتحدث عنها، وهي "هجانة الاستخدامات"³.

من المفترض أن منطق الميديا الاجتماعية يختلف عن منطق وسائل الإعلام التقليدية، لأنها ولدا في مسارين تكنولوجيين واقتصاديين مختلفين، لكن هجانة البيئة الإعلامية دفعت بهما إلى التقارب، بل إلى التداخل والاندماج من خلال اشتراكهما في العناصر التالية: قابلية البرمجة (Programmability)، والنزعة الشعبية (Popularity)، والارتباط الاتصالي (Connectivity)، والنزعة البياناتية، أي التحويل إلى بيانات، (Datafication)⁴.

تَشكِّل منطق وسائل الإعلام التقليدية تدريجيًّا في الممارسة من خلال دكَّ الجدار الفاصل بين الإعلام والإعلان، وبين الأحداث والرأي، وبين تقديم خدمة عمومية وبيع سلعة. وتطور منطق الميديا الاجتماعية بالاستفادة مما دكَّته وسائل الإعلام التقليدية إضافة إلى

¹- Chris Anderson et al., Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present (New York: Tow Center for Digital Journalism, 2012), 76.

²- Andrew Chadwick, The Hybrid Media System, Politics and Power, (Oxford University Press, 2013), 23

³- Virginie Sonet, "Enjeux méthodologiques de l'hybridation des pratiques: le cas de L'audiovisuel sur smartphone," Les Enjeux de l'Information et de la Communication, no. 17/3A, (2016): 213-224, "accessed September 30, 2021". <https://bit.ly/3Ap01Vb>.

⁴- José van Dijck, Thomas Poell, "Understanding Social Media Logic," Media and Communication, Vol. 1, Issue 1, (2013): 2-14. "accessed November, 23, 2021". <https://bit.ly/3H1jEF9>.

الممارسات المتضادة، التي تحدثنا عنها آنفاً، مثل الجمع بين الخاص والعام، والفردية والجماعية، والمحلي ودولي. لقد فرضت تداعيات اندماج المنطقين في الممارسات الإعلامية والاتصالية على الباحثين الالتزام بتعددية المقاربات النظرية والمنهجية من أجل استجلائها وفهمها، مثلما سنوضح لاحقاً.

3. من الإعلام إلى "ميتا اتصال"

لم يوسع التطور التكنولوجي السريع في قائمة مواضيع الأخبار الصحفية فقط، بل أسهم أيضاً وبقوة في تغيير جوهرها. فالأخبار لم تعد مقتصرة على نقل ما جرى، بل امتدت إلى نقل التعليقات، والتعليقات على التعليقات على ما جرى؛ مما يحفز فضول المرء على معرفة مَنْ علّق على مَنْ؟ لذا، يمكن القول: إن الأخبار في الميديا المعاصرة سلكت عدة اتجاهات، منها تحويل القضايا العامة إلى قضايا شخصية من خلال تَذْوِيَّتِها (Subjectivisation)، وتحويل الأمور الشخصية إلى قضايا عامة عبر تغليفها بغلاف الموضوعية. قد يقول قائل: إن هذه الظاهرة ليست بنت اليوم، لقد شرعت صحافة المشاهير، وتلفزيون الواقع، في تجسيدها منذ انطلاقاتهما. بالفعل، لقد وُجِدَت هذه الظاهرة قبل ظهور شبكة الإنترنت، لكن ما يبدو جديداً في هذه الظاهرة هو السياق الذي تجري فيه والمتسم بانفتاح المجالات على بعضها؛ حيث يتداخل المجال الخاص والاجتماعي والعمومي.

ويمكن اختزال هذه الظاهرة فيما أسماه أحد مؤسسي مدرسة "بالو ألتو" (Palo Alto)، غريغوري بيتسون (Gregory Bateson)، بـ "الميتا اتصال والميتا إعلام"¹، الذي يُفكّك عناصر مادة الاتصال وي طرحها للتداول، لتحوّل الإعلام ذاته إلى موضوع للاتصال والتواصل. لعل هذا التحوّل هو الذي دفع بعض المهنيين² إلى التفكير فيما يمارسون؛ إذ

¹- Gregory Bateson, Steps to an Ecology of Mind (London: Granada, 1972), 150.

²- أنظر إلى ما قاله آرون بيلهوف (Aron Pilhofe)، مسؤول القسم الرقمي في صحيفة الغارديان البريطانية:

لاحظوا أن قالب التقرير والسرد للأخبار يتراجع أمام قالب الحوار، خاصة بعد أن توافرت الإمكانيات للجمهور/ المستخدم ليشترك في إنتاج المادة الإعلامية¹. إذن، لقد تغير الحامض النووي للأخبار فأصبحت غير مستقرة، ومرنة، وقابلة للتعديل والتحويل². فوصفت بالعديد من الأوصاف، مثل الأخبار الجديدة (New News)، كما أشار إلى ذلك الباحث جون كاتز (John Katz) للدلالة على أن مضامينها أصبحت تمزج الإعلام عن الأحداث السياسية بالترفيه والتسلية³، والأخبار الديناميكية، أو المائعة أو السائلة⁴. وصفة السائلة لا تعود لكون الأخبار لم تستقر بعد على شكل تعبري محدد وثابت فحسب، بل أيضاً لأنها متواصلة التشكل نتيجة ارتباطها بتطور الأحداث وامتدادها الزمني وتعدد المساهمين فيها. وتطرح هذه التحولات جملة من الصعوبات والتحديات على البحث الأمبريقي، يمكن تشخيصها كالتالي:

Jérémie Mani, "le journalisme doit être une conversation," strategies.fr, April 30, 2015, "accessed November 2, 2021". <https://bit.ly/3rKkFuP>.

¹- يمكن أن نذكر على سبيل المثال، وليس الحصر، منصة (CoveritLive)، التي ظهرت في 2007 وانتشرت في قاعات تحرير الصحف الرقمية في كندا، وبريطانيا، وأميركا، وتسمح بإنشاء واجهة يشارك عبرها الجمهور/المستخدمون في المادة الصحفية لإنتاج نص صحفي يتسم بالتفاعلية والآنية. لمزيد من التفاصيل، انظر: Steen Steensen, "Cozy Journalism: The rise of social cohesion as an ideal in online, participatory journalism," Journalism Practice, Vol. 5, no 6, (2011): 687-703. "accessed October 27, 2021". <https://bit.ly/3qUdOj8>.

²- Javier Díaz Noce, Why to Study the Internet and Online Journalism, in Ainara Larrondo et al., (Coords.) Shaping the news online: A comparative research on international quality media, (Livros LabCom, 2014), 20.

³- نقلاً عن:

Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr, Communication Theories: Origins, Methods and Uses in Mass Media, 5 ed. (Pearson Education Limited, 2014), 18.

⁴- انظر على سبيل المثال:

Mark Deuze, "Liquid Journalism," Political Communication Report 16 (1), (2016), "accessed November, 2021". <https://bit.ly/3GWRhYR>

3.1. لم تعد الطريقة الكلاسيكية لتحليل صحيفة ورقية ذات فائدة كبرى في تحليل صحيفة رقمية تتكئ ممارستها على مصطلحات ومفاهيم إجرائية متعددة ومتنوعة، مثل: التفاعلية، والتناص، والنص المتشعب، والكتابة غير الخطية، وتعددية الوسائط، والمواءمة والنشر العبر ميديا (Cross Media Publishing)¹، والمحتويات المشخصة، وذاكرة الصحيفة (الأرشفة)، وزمنية المادة الإخبارية². مع العلم بأن السعي من أجل وضع بروتوكول لتحليل موقع الصحيفة الرقمية أو الموقع الإخباري ما زال قائماً، وما أنجز لم يتوطد بعد ليصبح مرجعاً عملياً³.

3.2. لا تنطبق أسس تصنيف الأنواع التعبيرية في الصحيفة الورقية على خصوصية الويب. فالنص الذي كان يُعرّف في السابق بطابعه المستقر وإمكانية "القبض" عليه في شموليته، لم يعد كذلك؛ إذ اتسم بطابعه المفتوح والمتحوّل في الويب، مما يصعب بلوغ شموليته دفعة واحدة. لذا اقترح اللساني الفرنسي، دومنيك مانغونو (Dominique Maingueneau)، ترسانة مفهومية لشرح خصوصية الويب في تحليل الخطاب، نذكر منها ثنائية: النوع المتشعب (Hypergenre) والسينوغرافيا (Scenography)⁴.

¹ - للاطلاع على النموذج الذي اعتمد عليه أندرياس فغليس لدراسة النشر العبر ميديا، انظر:

Andreas Veglis, "Journalism and Cross-media Publishing: The Case of Greece," in Eugenia Siaperas, Andreas Veglis, Global Online Journalism, (Wiley & Sons, Ltd, 2012), 209-230.

² - يقصد بالزمنية الوقت الذي تظل فيه المادة الصحفية مرئية في موقع الصحيفة أو واجهته دون أن تتقدم وتفقد قيمتها الإعلامية الآنية وتختفي أو تُؤرشف في الموقع. انظر:

Javier Díaz Noci, "Why to Study the Internet (and Online Journalism)," in Ainara Larrondo et al., Shaping the news online, 40.

³ - من بين الاجتهادات، نذكر على سبيل المثال التحليل الذي قام به الباحث جيرمان لوركا عباد لأبرز 25 موقعاً إعلامياً في البلدان التالية: فرنسا، بريطانيا، الأرجنتين، أميركا، البرازيل. انظر:

Germán Llorca Abad, "Quality News Websites: International Online Media Evaluation Quality News Websites: International Online Media Evaluation," in Ainara Larrondo et al., Shaping the news online, 63-77.

⁴ - Dominique Maingueneau, "Genres de discours et web: existe-t-il des genres web?," in Christine Barats (dir), Manuel d'analyse du Web en Sciences Humaines et Sociales (Paris: Armand Colin, 2013), 84.

3.3. لا تخضع الأخبار السائلة لمعايير القياس الكلاسيكي نظراً لطابعها المتحوّل¹ وتجدرُها المستمر، وانفتاحها على مشاركة المستخدمين مما يتطلب التفكير في طرق جديدة بديلة لقياس أبعاد سيولتها عبر الخط وإخضاعها لمتطلبات البحث الأبريقي حتى يتمكن من تجاوز الحدود المنهجية التي تفصل مُنتج المادة الإعلامية والثقافية عن متلقيها/ جمهورها/ مستخدميها، خاصة في ظل رسوخ مفهومي المحتوى الذي ينتجه المستخدم (User-Generated Content) و"الانتخدام" (Produsage)²، فالكمل يعلم أن المُنتج بالمعنى التقليدي قد زال في الميديا الاجتماعية، مثل: تويتر، وفيسبوك، ويوتيوب، لأنها لا تنتج مواد سمعية-بصرية على غرار التلفزيون، بل تبث إنتاج مشتركها ومستخدميها. كما أن مفهوم سيولة الأخبار يقتضي التفكير في برتوكول لتحليل النص الإخباري المتشعب يختلف عن تحليل المضمون التقليدي للصحف الورقية³.

3.4. على الرغم من لجوء وسائل الإعلام التقليدية (صحف، محطات إذاعية، قنوات تلفزيونية) إلى استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وإدراجها ضمن استراتيجياتها الإعلامية، إلا أن تحليل مضامينها يختلف عن دراسة المحتويات المتداولة في المنصات الرقمية التي تتماهى مع "الميتا إعلام"، مثلما ذكرنا أعلاه، مما يطرح صعوبات منهجية في

¹ انظر على سبيل المثال إلى تحليل مضمون الأخبار السائلة في الصحف السويدية عبر الخط الذي قام به ميكائيل كارلسون.

Michael Karlsson, "Charting the liquidity of online news: Moving towards a method for content: analysis of online news," the International Communication Gazette 74(4), (2012): 385-402, "accessed October 27, 2021. <https://bit.ly/35jt2Gg>.

² مفهوم نخته الكاتب أكسل برونز من إدغام كلمتين: الإنتاج والاستخدام للدلالة على بروز ممارسة إعلامية يتبادل فيها المنتج والمستخدم الأدوار ويتناوبان عليها واتخذ منه عنواناً فرعياً لكتابه:

Axel Bruns, Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage (Peter Lang, 2008), 418.

³ للاطلاع على النموذج المقترح لتحليل النص المتشعب الإخباري في شبكة الإنترنت، انظر:

Ainara Larrondo Ureta, Javier Díaz Noci, hypertextual Structure of online News: A Comparative Research on Quality Media," in in Ainara Larrondo et al., Shaping the news online, 249-299.

دراستها. فهل يمكن التغلب عليها من خلال الاستعانة بتحليل الخطاب الشفهي والمحادثة في الاتصال الشخصي وجهًا لوجه وفق منظور إرفينغ غوفمان (Erving Goffman)، خاصة بعد أن ظهرت الدعوة إلى تجديد نموذج الدرامي للحياة الاجتماعية قصد الكشف عن مسرحية الذات وسردها في هذه المنصات؟¹.

4. تعاضد الأطر النظرية

تستند كل معرفة علمية إلى ركيزتين: منطقية وأمبريقية. فالأطر النظرية تزود هذه المعرفة بالركيزة الأولى، بينما يزودها البحث العلمي بالركيزة الثانية². وعلى هذا الأساس تبدو النظرية ومنهج البحث وجهين لعملة واحدة. إن الأطر النظرية تعطي معنى لما توصل إليه البحث الأمبريقي: تشرحه، وتُقدِّم قراءة لآفاق تطوره بعد توظيف آليات تأويله أو تسن قواعد لتعميمه. ويمنح المنهج المادة التي تمكّن البحث من الارتقاء ببياناته الأمبريقية إلى "الفضاء المفهومي"³.

وتُشكّل الميديا الاجتماعية ملتقى العديد من التخصصات العلمية؛ إذ تتقاطع العديد من العلوم في دراستها. لذا يبدو أن البحث عن إطار تأويلي لمختلف جوانب نشاطاتها صعب إن لم يكن مستحيلًا. فالعُدّة النظرية التي يُشغّلها الباحث لدراسة هذه الميديا تختلف باختلاف نظراته إليها: هل يعتبرها نظامًا اجتماعيًا؟ ممارسةً تقنو-اجتماعية؟ هل هي قوة تغيير الممارسة السياسية؟ هل يعتبرها رافدًا ثقافيًا منتجًا للتمثيلات الاجتماعية؟ وهل تُعد

¹- انظر على سبيل المثال:

Nguyen Trung Kienn, "Contemporary social interaction: How communication technologies alter Goffman's dramaturgical model?," Ho Chi Minh City Open University Journal of Science, no.5 (1), (2015): 54-65. "accessed November 1, 2021". <https://bit.ly/3nSwfTM>.

²- Rejoice seleman, Theories of mass communication, academia.edu, "accessed October 31, 2021". <https://urlz.fr/gJoN>.

³- Bruhn Jensen, "New Media, Old Methods," 49.

مخبّرًا لتطور الممارسات اللسانية والخطابية أو تشكّل مرحلة متقدمة من الإنتاج ما بعد الصناعي للصحافة؟

بصرف النظر عن الإجابة التفصيلية عن هذه الأسئلة، يمكن القول: إن حقل الإعلام والاتصال شهد الكثير من المحاولات لمراجعة نظريات الإعلام المعيارية التقليدية في البيئة الرقمية، مثل: نظرية حارس البوابة الإعلامية¹، ونظرية وضع الأجندة²، ونظرية التأطير الإعلامي، ونظرية الاستخدامات والإشباع³، ولولب الصمت⁴، ونظريات انتشار المبتكرات وتطبيقها على وسائل الإعلام⁵، ونظرية التلقي الإعلامي⁶، وغيرها. ويبدو أن تشغيل هذه النظريات كإطار لفهم تطور الممارسات الإعلامية في البيئة الرقمية لم يحظ بإجماع الجماعة العلمية. لذا سعى الباحثون إلى فهم هذه الممارسات انطلاقًا من أطر نظرية مختلفة، نذكر منها: نظرية الحقل (The field) لبير بورديو (Pierre Bourdieu)⁷، التي

¹ - انظر على سبيل المثال:

Joshua M. Scacco et al., "Digital divisions: Organizational gatekeeping practices in the context of online news," The Official Research Journal of the International Symposium on Online Journalism, Vol. 5, no. 1, (spring 2015): 106-123. "accessed October 30, 2021". <https://bit.ly/3GVS0cM>.

² - انظر على سبيل المثال:

Danka Ninkovic-Slavnic, "Agenda setting in the world of online news: New questions for new environment," Communication and Media 11(36), (2016), "accessed November 17, 2021". <https://bit.ly/3rKnmmMZ>.

³ - انظر على سبيل المثال: نصر الدين لعباضي، "التفكير في عدة التفكير، مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية"، مركز الجزيرة للدراسات، 24 ديسمبر/كانون الأول 2020، (تاريخ الدخول: 25 أكتوبر/تشرين الأول 2021)، <https://bit.ly/3KDQ6iZ>.

⁴ - انظر على سبيل المثال، كمال حميدو: "التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي في الحراك الجزائري: من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير"، مجلة لباب (مركز الجزيرة للدراسات، العدد 3، 2019)، ص 49-99.

⁵ - انظر على سبيل المثال:

Pablo Boczkowski, Understanding the development of online newspapers: Using Computer-Mediated Communication Theorizing to Study Internet Publishing," New Media & Society. Vol. 1, Issue 1, (1999): 101-126. "accessed October 30, 2021". <https://bit.ly/3GX6hWF>.

⁶ - نصر الدين لعباضي، "ماذا بقي من نظرية التلقي لدراسة الميديا الرقمية؟"، مركز الجزيرة للدراسات، 23 يوليو/تموز 2021، (تاريخ الدخول: 15 سبتمبر/أيلول 2021)، <https://bit.ly/33J3Rwc>.

⁷ - انظر على سبيل المثال:

تزايد استخدامهما في البحث بعد تطور ممارسات الصحافة وتنوعها، وإلحاح السؤال عمّن هو الصحافي في نهاية العقد الأول من الألفية الحالية. ونظرية المجال العام لـيورغن هابرماس (Jürgen Habermas)، وأكسيل هونيث (Axel Honneth)، وحنّا أرندت (Hannah Arendt)، وأوسكار نيغت (Oskar Negt)، بعد أن تراجعت الديمقراطية التمثيلية وبدأت تعيش أزمتهما، وتزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في "تجديد" الفعل السياسي، ونظرية الوساطة الميديا تيكية (Mediatization) التي تُعد ضرباً من "ميتا مسار" الذي يروم توطيد العلاقة بين الطرفين: المرسل والمنظومة الاقتصادية والسياسية والقانونية التي يشتغل فيها، والوسيط التقني (الميديا) الذي يضطلع بأدوار اجتماعية وسياسية (التمثيلات والاندماج). ويمكن تحديد هذه الوساطة انطلاقاً من الخصائص الثلاث التالية:² أ) المحتويات الإعلامية وما تحمله من تمثيلات. ب) الاهتمام المتزايد بما هو اجتماعي باعتباره رافداً للفعل الإعلامي ومجالاً لتأثير الميديا. ج) إمكانيات تأويل علاقة الميديا بما هو اجتماعي.³

Eugenia Siapera, Lia-Paschalia Spyridou, "The Field of Online Journalism: A Bourdieusian Analysis," in Eugenia Siapera, Andreas Veglis, The handbook of global Online Journalism (John Wiley & Sons, 2012), 77-98.

¹ - انظر على سبيل المثال:

Maria Francesca Murru, "New media – new public spheres? An analysis of online shared spaces becoming public agoras," in Nico Carpentier et al., Communicative approaches to politics: The Intellectual work of 2009 ECREA European Media and communication doctoral summer School, (Tartu University Press, 2009), 141-156.

² - Nick Couldry, "Mediatization: What is It?" in Nico Carpentier et al., Media Practice and Everyday Agency in Europe, (lumièr, 2014), 35.

³ - للاطلاع على تشغيل الوساطة الميديا تيكية في البيئة الرقمية، يمكن الرجوع إلى:

Eliane Fernandes Azzari, "Endangered languages, social subjects and mediatization: the case of Wikitongue," International Journal of Innovation Education and Research, Vol. 7, no. 8, (2019), "accessed November 18, 2021". <https://bit.ly/3fPPcSz>

لقد اتسمت البحوث التي اعتمدت على هذه الأطر النظرية، التي تُعد تقليدية وتُصنّف في خانة البحوث التوافقية، بانزياحها عن الأمبريقية المحضة وتوجهها نحو المعالجة النظرية لموضوعات الميديا¹.

وتضاف إلى هذه البحوث تلك التي حاولت استخدام النظريات "المعاصرة" وتطبيقها على الميديا في بيئة الويب، مثل: البراغمية الثقافية²، التي تعتمد على الدراسات النصية لتحديد معايير الاتصال بغرض تشخيص القيم الثقافية والكلمات المفتاحية الكاشفة عنها، ونظرية السيولة لعالم الاجتماع زيجمونت بومان (Bauman Zygmunt) لدراسة سمات سيولة الأخبار عبر الخط³، ونظرية المواءمة والعبر ميديا (Transmedia) للباحث هنري جنكينز (Henry Jenkins)، والتي تنص على التوجه إلى إنتاج المحتويات واستهلاكها بطريقة متكاملة عبر مختلف الحوامل⁴، ونظرية الفعل والشبكة (Actor-Network Theory)⁵، التي تأخذ بعين الاعتبار العناصر المادية والبشرية في دراسة الميديا علاوة على الخطابات، والتي قال عنها الباحث رودني بينسون (Rodney Benson): "إنها جعلتنا نعي الأدوات التي توجد بيننا، والدور الذي تقوم به في تشحيم علاقاتنا الاجتماعية

¹- Salaverriá, "Digital journalism," op, cit.

²- Gabriel Barbulet, "Social Media: A pragmatic Approach: Contexts & Implicatures, 2nd World Conference on Educational Technology Researches," Procedia, Social and Behavioral Sciences, no. 83, (July 2013): 422-426.

³- انظر على سبيل المثال:

Karlsson, "Charting the liquidity of online news," op, cit.

⁴- Salaverriá, "Digital journalism," op, cit.

⁵- انظر على سبيل المثال:

Ursula Plesner, "An actor-network perspective on changing work practices: Communication technologies as actants in newswork," Journalism 10 (5), (2009): 604-626, "accessed October 5, 2021". <https://bit.ly/32qPITO>.

والحفاظ عليها"¹، ونظرية ميديا التحول (Mediamorphosis)، التي تستند إلى أطروحة أن "الميديا بصيغة الجمع هي أنظمة معقدة وقابلة للتكيف استجابة للضغوطات الخارجية من خلال مسار تلقائي من التنظيم الذاتي"². وقد حصر منظرها، روجر فيدلر (Roger Fidler)³، مبادئ هذا التحول وآفاقه في: التطور والتعايش المشتركين، وتحوّل الميديا التقليدية لتتكيف مع تغيير البيئة الإعلامية، والبقاء والانتشار، والفرصة والاحتياج، والتبني المؤجل. هذا إضافة إلى نظريات الاستخدام الاجتماعي للعدة السوسيو-تقنية ذات التوجه البنائي والتفهمي التي دفعت علم الاجتماع إلى دراسة العدة المذكورة وهي في حالة عدم الاستقرار، بعد أن دأب على دراسة الظواهر الاجتماعية المستقرة وذات الحدود الواضحة والثابتة⁴.

وتكشف هذه النظريات المختلفة عن تعدّد نظرة الباحثين للمواضيع التي طرحها ويطرحها تطور الميديا، وتؤطر التفكير فيها. لكن ما يلفت النظر أكثر في دراستها في السياق الرقمي، هو ما يلي:

4.1. تزايد عدد البحوث الإعلامية التي اتجهت إلى الاستعانة بالنظرية المتجذرة (Grounded Theory) لدراسة الميديا، والتي لا تقرأ ما يجري جمعه من بيانات على ضوء نظرية قائمة، بل تحاول استقراءه من أجل صياغة نظرية⁵. بالطبع، إن هذا التوجه قديم،

¹ - Rodney Benson, "From Heterogeneity to Differentiation: Searching for a Good Explanation in a New Descriptivist Era," researchgate.net, (2017), "accessed November 2, 2021". <https://urlz.fr/gJoR>.

² - Severin, Tankard, Communication Theories, 38.

³ - Roger Fidler, Mediamorphosis: understanding new media, (Sage Publications, 1997), 29.

⁴ - للاطلاع على مختلف التوجهات النظرية في سوسيولوجيا الاستخدام للعدة السوسيو-تقنية، انظر:

Alexandre Coutant Jean-Claude Domenget, "Un cadre épistémologique pour enquêter sur les dispositifs sociotechniques d'information et de communication," in Hélène Bourdelloie, David Douyère, Méthodes de recherche sur l'information et la communication, (France: Mare & Martin, 2014), 270.

⁵ - Anshelm Strauss, Quantitative Analysis for Social Scientifics (New York: Cambridge University Press, 1993), 12.

ولم يفرضه السياق الرقمي، لكن التحولات التي تعيشها الميديا المعاصرة عززته. هذا ما يؤكدّه الباحث الإسباني، رامون سالافيريا (Ramón Salaverría)، في تقييمه للبحوث عن الصحافة الرقمية التي جرت في العديد من بلدان العالم ما بين 1994 و2009¹. وتحاول هذه النظرية أن تستوعب هجانة الممارسات الإعلامية غير المستقرة وما تطرحه من مواضيع مستجدة، مثل: دراسة مدى تأثير السرعة في نقل الأخبار على المعايير المهنية، وروتين العمل الصحفي في قاعة التحرير²، وأشكال استبطان التطور التقني في العمل الصحفي أو مقاومته، والتحولات في مصادر الأخبار ورهانات مصداقيتها... إلخ. وميزة هذه النظرية أنها تمكّن الباحثين من تسليط الضوء على خصوصية تطور الممارسة الصحفية في هذا البلد أو ذاك. هذا إضافة إلى أنها لم تنشأ لمواجهة صعوبات منهجية فحسب، بل لتجسّد تصوّرًا فلسفيًا في دراسة الميديا يرى أن المشاكل الإستمولوجية لا تُطرح في صيغتها المكتملة والجاهزة قبل الشروع في البحث، بل تتشكّل تدريجيًا عند الشروع فيه وأثناءه³.

4.2. إن كان البراديغم التقنو-اقتصادي قد طبع الكثير من البحوث، خاصة تلك التي تعتمد على المناهج الحاسوبية، لاحظنا في عينة البحث توجهًا متزايدًا إلى مزج النظريات المتناسلة من براديغمات مختلفة ومتباينة لدراسة الميديا في السياق الرقمي لم يكن التقاؤها ممكنًا في الماضي، بل لم تخطر ببال الباحثين في السابق. وهذا من أجل النظر إلى الممارسات الإعلامية الرقمية من مختلف الزوايا، وتسليط الضوء على الفاعلين فيها على المستويات

¹- Salaverría, "Digital journalism," op, cit.

²- لدراسة هذا الموضوع، استعانت الطالبة أنجيلا مين-شيا لي بالنظرية المنحدرة في أطروحتها لنيل شهادة الدكتوراه.

Angela Min-Chia Lee, How Fast is Too Fast? Examining the Impact of Speed-Driven Journalism on News Production and Audience Reception, (Ph.D. of Philosophy Faculty of the Graduate School, The University of Texas at Austin, 2014), 119.

³- Hervé Dumez, "Les trois risques épistémologiques de la recherche qualitative (Réponse à Marie-José Avenier et Catherine Thomas)," Le Libellio d'AEGIS, Vol. 8, no. 4, (Hiver 2012): 29-33.

الاجتماعية الثلاثة: الأصغر (Micro)، والوسيط (Meso)، والأكبر (Macro). ومن أشكال هذا المزج نذكر، على سبيل المثال وليس الحصر، أن الباحثة ماري كارولين هيد (Marie-Caroline Heïd) جمعت في الإطار النظري لبحثها، المتعلق بظهور الممارسات المعاصرة في الصحافة التشاركية، المقاربتين البنائية والنسقية - وهذه الأخيرة تتعارض في جوهرها مع البنائية - ونظرية التعقد لكونها سببية¹. وتوجه باحثو المدرسة النقدية، الذين يركزون في دراستهم للميديا على نظرية الاقتصاد السياسي، إلى الاستعانة بالمقاربات السوسيولوجية التي تركز على المستخدمين². والكل يعلم أن رواد هذه المدرسة يهتمون الجمهور في دراسة الميديا؛ إذ ظلوا يتحدثون باسمه ردحًا من الزمن. وفي دفاعه عن نظرية البراغمية الثقافية في دراسة الميديا، يؤكد جيفري ألكسندر (Jeffrey Alexander) أنها تجمع في آن واحد النموذجين، التأويلي والسببي³ علمًا بأن النموذج الأول ينتمي إلى البراديغم البنائي، وينتمي النموذج الثاني إلى البراديغم الوضعي. وأكد الباحث ديفيد ميليز (David Myles) على الأهمية المتبادلة للإثنوغرافيا وتحليل الخطاب إن اجتماعا في دراسة الميديا في السياق الرقمي⁴.

¹- Marie-Caroline Heïd, "Modèle qualitatif pour l'analyse de pratiques émergentes contemporaines: le cas du journalisme participatif," Recherches qualitatives, Hors Série, no. 15, (2013): 270-289.

²- انظر:

Eric George, L'analyse des mutations médiatiques: Une ouverture nécessaire des perspectives de recherche? XVIIe Congrès de la Société des Sciences de l'Information et de la Communication: "Au cœur et aux lisières des SIC", (Dijon, 23-25 juin 2010): 48-53

³- Jeffrey C. Alexander, Performance and Power, (UK: Polity Press, 2011), 32

⁴- انظر: ديفيد ميليز، "الفوائد المتبادلة بين الإثنوغرافيا وتحليل الخطاب في السياق الرقمي"، في ميلاني ميليت وآخرون، ترجمة نصر الدين لعياضي، مناهج البحث في السياق الرقمي: توجه رقمي، قيد الطبع، ص 103-118.

5. الآمال والمخاوف من الجيل الثالث في العلوم الاجتماعية

يرى دومينيك بويي (Dominique Bouillier)، المختص في علم الاجتماع الرقمي، ورئيس تحرير مجلة "كوسموبوليتيك"، أن العلوم الاجتماعية والإنسانية مرّت بثلاثة أجيال: الجيل الأول ظهر في أواخر القرن التاسع عشر، وكان يعتمد على البيانات الناجمة عن التعدادات السنوية التي تقوم بها الحكومات، ومؤسساتها المختلفة لمسح شامل للسكان أو شريحة منهم قصد رصد السلوك الفردي في المجتمع. بالطبع، إن هذه البيانات تلبّي بدرجة أساسية حاجة الدولة ومؤسساتها خدمة لسياساتها. وظهر الجيل الثاني في ثلاثينات القرن الماضي مع إنشاء مؤسسة "غالوب" لاستطلاع الآراء، وانطلاق عالم الاجتماع، بول لازرسفيلد، في إنجاز بحوثه الميدانية التي تعتمد على استطلاع الآراء بالاستناد إلى عينة تمثيلية لدراسة المجتمع. وكانت الحاجة إلى هذه البيانات ولادة السوق والحياة السياسية الديمقراطية. أما الجيل الثالث فقد بدأ في الظهور منذ ثمانينات القرن الماضي ومطلع الألفية الحالية مستنداً إلى البيانات الكبرى أو الضخمة (Data Big)، وتعزّز بزيادة الاستخدام الاجتماعي للإنترنت نتيجة قيامه بدراسة ما يخلفه مستخدمو الإنترنت من آثار في إبحارهم عبر شبكة الإنترنت، وما تحتفظ به المواقع والمنصات الرقمية عن زوارها ومقدمي خدمة الإنترنت¹.

على الرغم من المآخذ التي أُخِذَت على هذا التصنيف لتطور العلوم الإنسانية والاجتماعية، مثل الاعتماد على طبيعة البيانات وطريقة جمعها بدل التركيز على الغايات المنشودة من جمعها وتحليلها²، إلا أن نورتيجي استندت عليها في إعداد خريطة مناهج البحث في السياق

¹ Dominique Bouillier, sociologie du numérique, 2^{ème} éd. (Armand Colin, 2014), 229.

² فلورنس ميليراند وآخرون، "إعادة توزيع المناهج في سياق رقمي: نقد خريطة المناهج"، في ميلاني ميليت وآخرون، مناهج البحث في السياق الرقمي، مرجع سابق، ص 39.

الرقمي -كما سنرى لاحقاً- وعلى أساسها فتحت باب الحوار بين المقاربات البحثية (المقاربة بواسطة البنى التي اعتمدها علم الاجتماع الدوركايمي -المجتمع-، والمقاربة عبر السوق -استطلاعات الرأي التي تنجزها المؤسسة، مثل غالوب- والمقاربة عبر العدوى المباشرة للميمات (Memes) الرقمية والمحاكاة استناداً إلى أطروحة عالم الاجتماع غبريال تارد (Gabriel Tarde)).

أمام دفع العُدّة الرقمية إلى تحويل المجتمع إلى كمية رهيبية من الآثار الرقمية (Digital Traces) تزايدت الخشية من أن تجر الخوارزميات إلى الاستغناء عن طرق التحليل العلمي التي كرستها العلوم الإنسانية منذ نشأتها فأصبحت من المكتسبات المنهجية. فالعدد الهائل من الآثار الرقمية أصبح يشمل مجتمعات البحث بأسرها التي يزيد عدد مفرداتها عن عشرات الآلاف (الكلمات المفتاحية، الروابط الرقمية، التعليقات، الرسائل الإلكترونية، التفاعلات عبر أيقونة الإعجاب والرموز التعبيرية أو "الإيموجات" (Emoji)، والتغريدات، وشرائط الفيديو، والصور، والبودكاست، ... إلخ) والتي يتعذر تحليلها دون الاستعانة بالذكاء الاصطناعي، ناهيك عن البيانات التي تجمعها تطبيقات الحاسوبية لأغراض أمنية وتجارية، والميتا بيانات التي يتعذر جمعها يدوياً. لذا يتخوف بعض الباحثين من "ذوبان دراسة الميديا في المعلوماتية والفيزياء"¹، وتستغني بالتالي عن الأدبيات النظرية التي تؤطرها. هذا ما يبشّر به الباحث أندرسون في قوله: "إن

¹ - كلمة يابانية مركبة من (e) وتعني صورة، و(moji) التي تعني رمزاً أو حرفاً. استُخدمت في المراسلات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفي صفحات الويب للتعبير عن موقف أو حالة شعورية. وقد ساد استخدامها في كل لغات العالم رغم الحمولات الثقافية التي تتضمنها الرسوم والصور والتي لا يتطابق بعضها مع بعض الثقافات واللغات.

² - انظر:

Franck Rebillard, "L'étude des médias est-elle soluble dans l'informatique et la physique? À propos du recours aux digital methods dans l'analyse de l'information en ligne," Question de communication, no. 20, (2011): 353-376.

زمن نظريات السلوك البشري، من علم اللغة إلى علم الاجتماع مرورًا بعلم النفس، قد وُلّي، ولا حاجة إلى معرفة لماذا يفعل الناس ما يفعلونه، فالمهم أنهم يفعلون ذلك وكفى، ويمكننا متابعة ما يقومون به وقياسه بدقة وأمانة غير مسبوقه. فالبيانات موجودة وكافية، والأرقام تتحدث عن نفسها".¹

تأسيسًا على ما سبق، يمكن أن نتساءل: هل البيانات الكبرى تعمل على "قرصنة" ممارسات البحث في حقل علوم الإعلام والاتصال على غرار ما تفعله بالعلوم الاجتماعية والإنسانية وفق ما ذهب إليه البعض²، أم إنها ستنقذ البحوث الإعلامية من أزمتها؟ ما زالت الإجابة عن هذا السؤال محل خلاف، فالبعض يعتقد أن التكنولوجيا الرقمية دفعت العلوم الاجتماعية والإنسانية إلى استئناف "الثورة الكمية" التي عاشتها في ستينات القرن الماضي وسبعيناته³. ويرى البعض الآخر أن البيانات الكبرى ستفعل بالبحوث الاجتماعية ما فعلته "الفوردية" -نسبة إلى جون فورد مالك شركة صناعة السيارات- في عالم الصناعة، نتيجة تنظيم العمل وإعادة تقسيمه أفقيًا وعموديًا وزيادة الإنتاج⁴؛ مما يعني أن هذه التكنولوجيا لا تُغيّر في طرائق الحصول على المعرفة فحسب، بل ستُغيّر حتى طبيعة هذه المعرفة.

¹ -Chris Anderson, "The End of Theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete," Wired, June 23, 2008, "accessed November 2, 2021". <https://bit.ly/3GYSILv>.

² -Simon Lindgren, "Hacking social science for the age of the datafication," Journal of Digital Social Research, Vol. 1, no. 1, (2019): 1-9, "accessed September 3, 2021". <https://bit.ly/3FY99RJ>.

³ - Danah Boyd, Kate Crawford, Six provocations à propos des big data, Trad. Laurence Allard et al., Symposium, "Une décennie avec internet," Oxford Internet Institute, September 21, 2011, "accessed November 2, 2021". <https://urlz.fr/gJoS>.

⁴ - Ibid.

وتستدعي البيانات الكبرى أيضًا فهم الاختلاف بين استراتيجيات البحث التقليدية وتلك التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية، والخلاف الذي تثيره مختلف البحوث التي تعتمد على هذه التكنولوجيا، والسؤال عن مفعول العُدّة التقنية التي أنتجتها في توجيه البحث. ما يُبرّر هذا السؤال أن البيانات التي يعتمد عليها الجيل الثالث من العلوم الاجتماعية والإنسانية هي وليدة شركات المعلوماتية العملاقة¹ التي تضيف الطابع الميركنتلي (Mercantilization) على الاتصال. لتوضيح هذه الفكرة، يمكن القول: إن وسائل الإعلام، خاصة الصحف العالمية الكبرى، قد تزوّدت، منذ أزيد من عشرين سنة، بـ"أدوات القياس أثناء العمل" (Metrics at Work)، أي محركات البحث لقياس تفاعل الإنترنتين مع المواد الصحفية المنشورة عبر الخط، مثل "غوغل أناليتيكس" (Google Analytics) و"شارتبيت" (Chartbeat)، والتي أدت إلى ميلاد وظائف جديدة في قاعة التحرير، مثل: "مدير الجماعات الافتراضية" (Community Manager)، ومسؤول فهرسة المحتويات (SEO Manager) وترقيتها في شبكة الإنترنت، والتعامل مع منظومة الوساطة الإعلامية (Infomediary)، مثل محرك "غوغل نيوز"، و"ويكيو" (Wikio)، والتي أضحت عبارة عن مؤشر دال عن العلاقة بين ما تعرضه وسائل الإعلام وما يطلبه الجمهور/ المستخدم. والنتيجة أن هاته المحركات كلها تتدخل في توجيه محتويات الصحف².

¹ - نذكر منهم على وجه الخصوص تلك التي تحتكر أضخم قدر من البيانات المختلفة وتشكّل مصدر دخلها الأساسي، وهي: فيسبوك ومنصاته واتساب وإنستغرام، وأمازون، وأيرناب، وعلي بابا غروب، وآبل، وبوكينغ. كوم، ولينكدن، وميكروسوفت، وتويتر، وإيبر، وياهو...

² - لتوضيح هذا التأثير، يمكن الإشارة إلى أن مسؤولي التحرير في صحيفة "سلايت" (Slate) الإلكترونية، التي تصدر في نيويورك، يأخذون بعين الاعتبار نتائج القياس التي يكشف عنها محرك "شارتبيت"؛ إذ تدخل على سبيل المثال إلى توجيه الصفحات الثقافية إلى الكتابة عن المسلسلات التليفزيونية التي تحظى بعدد أكبر من النقرات من المواد التي تنشر عن حفلات "الأوبرا". بينما يوجه مسؤولو صحيفة (Rue 89)، التي تصدر في باريس، نحو الكتابة عن متابعة الرئيس الفرنسي الأسبق، نيكولا ساركوزي، من طرف العدالة وفضائح رجال السياسة الفرنسيين بناء على نتائج قياس المتابعة التي يقدمها محرك غوغل أنالتيكس. انظر:

Gilles Bastin, "Le public et ses algorithmes," laviedesidees.fr, November 22, 2021, "accessed November 25, 2021". <https://bit.ly/3s6Nnqb>.

إذا كانت البيانات التي تُقدّمها هذه المحركات مفيدة لوسائل الإعلام على الرغم من الخلاف الذي أثارته وتثيره وسط الصحفيين؛ حيث يعتقد الكثير منهم أنها تسهم في تسليعهم -تحوّلهم إلى سلعة- فإنها تظل غير كاملة بالنسبة للبحث العلمي لكونها تكتفي بالتعبير عن ذاتها دون أن ترتقي لتصبح علامة أو قرينة بالمعنى السيميائي¹. وهنا، تكمن إحدى الإشكاليات المعرفية التي تطرحها العُدّة التقنية على البحث الإعلامي والمتمثلة في استجلاء معاني الآثار التي يهتم بها الباحثون في علوم الإعلام أكثر مثل النقر على المواقع والنصوص والصور والفيديوهات والبودكاستات، والمواقف منها المعبر عنها بأيقونات الإعجاب أو علامة "الإيموجي" والتعليقات والمشاركات، والروابط الرقمية، وغيرها. إنها الآثار التي تنشئ بها وحدات تشكّل الظاهرة الإعلامية والاتصالية المدروسة، والتي يبدو أن عائدها العلمي متواضع ما لم تُؤوّل وتُسْتَظَق سيميائيًا حتى وإن ارتبطت بالمتغيرات المعهودة في البحوث الاجتماعية التقليدية.

2. اتجاهات البحوث الإعلامية في السياق الرقمي

في مناقشتها لتداعيات التكنولوجيا الرقمية على البحث الاجتماعي، والذي يشمل بالطبع بحوث الإعلام والاتصال، ومن أجل رسم خريطة لمناهج البحث، وظّفت الباحثة نورتيجي مارييس² مفهوم إعادة التوزيع (Redistribution) مؤكدة أن "الأدوار في ممارسة البحث العلمي وفق هذا المفهوم موزعة على طائفة متنوعة من الفاعلين: الباحثين، والمبحوثين (موضوع البحث، المستخدمين)، والوسيط أو العُدّة التكنولوجية، وممولي البحوث. وبمفهومها هذا سعت إلى تحديد المهارات، ومنح السلطة والشرعية في البحث

¹ - Dominique Boullier, "Les sciences sociales face aux traces du big data," *Revue française de science politique*, Vol. 65, no. 5-6, (2015): 805-828

² - Marres, "The redistribution of methods," *op. cit.*

للفاعلين المذكورين. وعلى الرغم من إقرارها أن إعادة التوزيع هذه مسألة "لزجة" لصعوبة حصر مساهمة أي فاعل من الأطراف المذكورة في تجسيد مناهج البحث إلا أنها أدرجت الاستراتيجيات البحثية المستخدمة في البيئة الرقمية كما يلي¹: المناهج التقليدية أو المألوفة (Methods-as-usual)، والمناهج الحاسوبية أو الكبرى (Big Methods)، والمناهج الافتراضية (Virtual Methods)، والمناهج الرقمية (Digital Methods). تعرّض هذا التصنيف إلى العديد من الانتقادات، لعل أبرزها تلك التي تتقاطع مع النقد الموجه لتصنيف أجيال العلوم الاجتماعية والإنسانية المذكورة أعلاه، بمعنى أن هذا التصنيف يرتّب مناهج البحث في السياق الرقمي استناداً إلى مستوى قدرات الأطراف الفاعلة في البحث: من الحد الأدنى (المناهج التقليدية) إلى الحد الأقصى، والتي تكشف ضمناً عن التطور في عُدّة جمع البيانات وتحليلها متجاهلة أهداف البحث التي تشكّل قاعدة الفرز بين المناهج². ولو أخذنا بعين الاعتبار النقد الموجه إلى المناهج الافتراضية، والذي مفاده أنها ضرب من ممارسة الإثنوغرافيا عبر الإنترنت، بمعنى أنها ترحّل أدوات جمع البيانات وطرق التحليل الممارسة في البحث الإثنوغرافي التقليدي إلى البيئة الرقمية، فإننا نمحو الفرق بين ما تسميه الباحثة، نورتهجي مارييس، بالبحوث التقليدية والبحوث الافتراضية.

لقد أقرّ الباحثان، سيرج برولكس وجوليان رويّف³، بأن التكنولوجيا أثّرت تأثيراً كبيراً على البحث العلمي، لكنهما لم يعتمدا على مفهوم "إعادة التوزيع" المذكور أعلاه لوضع خريطة لمناهج البحث في البيئة الرقمية، بل وظّفا مفهوم "النموذج المثالي" (Ideal-type)

¹ - ميلاني ميليت وآخرون، مناهج البحث في السياق الرقمي، مرجع سابق، ص 26.

² - المرجع السابق، ص 33.

³ - Proulx, Rueff, Actualité des méthodes de recherche en sciences sociales sur les pratiques informationnelles, 7.

بالمعنى الفيبري (نسبة إلى ماكس فيبر (Max Weber))، وهذا بناء على المقابلات المعمقة التي أجريها مع 24 باحثًا متمرسًا في البحث الميداني في البيئة الرقمية في العديد من البلدان الغربية. ولا يقصدان بهذا النموذج أنه كامل أو الأفضل أو المرغوب أو الأكثر وفاء في تمثيله للواقع، بل يعني أنه يتضمن خصائص يمكن ملاحظتها أكثر من غيرها، ويجري التعبير عنها من خلال إنشاء تركيبي مجرد يكشف عن القواسم المشتركة للعناصر التي تشكّل الظاهرة المدروسة¹. وعلى هذا الأساس أعدّا خريطتهما لمناهج البحث في البيئة الرقمية، وتضمنت أربعة نماذج مثالية للمقاربات البحثية الكبرى، وهي: مناهج توافقية، وليست كلاسيكية مثلما ذكرت نورتيجي مارييس، ويُقسّمان هذه الأخيرة إلى صنفين: كمية وكيفية، والمناهج الإثنوغرافية عبر الخط، والمناهج الحاسوبية المطبقة على البيانات الكبرى، والمناهج الرقمية الكمية-الكيفية، أي مناهج مختلطة؛ وهو (الاختلاط) ما يُجنّبها الاقتراب من المناهج الحاسوبية أو التطابق معها. كما أن صفة التوافقية التي أُطلقت على المناهج التقليدية يمكن أن تثير بعض الإشكالات، وذلك لأنه يمكن أن تتضمن المناهج الحاسوبية التي أضحت هي الأخرى مناهج توافقية، بمعنى أنها حققت نوعًا من الإجماع على توظيفها في جل أصناف البحوث العلمية وليس الاجتماعية والإعلامية فقط، وهذا على الرغم من أن بروتوكولات تطبيقها لم توحّد بعد، وربما لن تتوحد أصلًا نظرًا لتنوع المواضيع، وتطور العُدّة الرقمية، وتجدد الممارسات وتشدّد المستخدمين، وتعدّد الغايات الجزئية من إجراءاتها.

¹ محمد سبيلا، نوح الهرموزي، موسوعة المفاهيم الأساسية في العلوم الإنسانية والفلسفة، (المغرب، المركز العلمي العربي للأبحاث والدراسات الإنسانية، 2017)، ص 528.

² نتجت هذه الخريطة عن إجراء مقابلات مع 24 باحثًا ناطقًا باللغة الفرنسية من علم الاجتماع والاتصال وعلم الإدارة والذين مارسوا البحث في السياق الرقمي، فما أدلوا به يمثل تجاربهم.

2.1. المناهج التقليدية أو "التوافقية"

تُدْرَس الظواهر الإعلامية والاتصالية في بيئة الويب بترسانة التقنيات التقليدية (الملاحظة، دفتر التدوين، المقابلة، المجموعة البورية، صحيفة الاستبيان..). ويعتقد أصحابها أن التكنولوجيا الرقمية لم تغيّر أساليب البحث بل ما زالت مستمرة في البيئة الرقمية وتستمد شرعيتها من ماضيها، وإن لم يطعن الكثير من الباحثين في إجراءاتها المنهجية فبعضهم يشير إلى أنها لم تأخذ بعين الاعتبار مكانة الوسيط التقني في البحث، أي لم تول الاهتمام للفرص التي يتيحها هذا الوسيط في مجال الاتصال والإعلام والإكراهات التي يفرضها على المستخدم. فتعاملت مع الموضوعات عبر الخط وكأنها تجري خارج شبكة الإنترنت تمامًا. وتصف نورتيجي مارييس هذه البحوث بالمحافظة ربما لعدم استخدامها للعدة التكنولوجية الرقمية في البحث أو استخدامها في الحدود الدنيا¹. بالطبع، إن الانفتاح على دراسة "الميديا الاجتماعية" لا يتحقق بقطيعة منهجية مع الممارسات السابقة، بل يتأسس بناء عليها. لذا فالكثير من البحوث التي درست المدونات الإلكترونية في بدايتها، سواء لفهم دوافع التدوين واهتماماته أو للكشف عن التباين في أسلوبه والأسلوب الصحفي المعروف والمعتمد، استعانت بالمناهج التقليدية مستخدمة أداتي تحليل المضمون والمقابلة². وهذا لا

¹ -Marres, "The redistribution of methods," op, cit.

² - انظر على سبيل المثال، البحث التالي الذي اكتفي باستخدام صفحة فيسبوك للوصول إلى مجتمع البحث، ثم أجرى مقابلات معهم عبر المسنجر: Nabila Bestandji, "Analyse discursive des représentations de 'l'Algérie', du 'nous' de 'l'autre' et de 'l'ailleurs' dans les discours des haragas," Revue Aleh (langue, médias et société), no. March 8, 2021, "accessed November 13, 2021". <https://bit.ly/3AsAkTq>.

³ - انظر على سبيل المثال:

Wilson Lowrey et al., "Predictors of Convergence Curricula in Journalism and Mass Communication Programs," Journalism and Mass Communication Educator, Vol. 60, no. 1, (Spring 2005): 32-46.

ينفي القول: إن البحوث التقليدية شرعت في التحول والتكيف تدريجياً مع البيئة الرقمية منذ نهاية تسعينات القرن الماضي¹.

2.2. المناهج الحاسوبية

تسمى أيضاً المناهج المألوفة أو الكبرى، وتستمد وجودها من العُدة التكنولوجية (الكمبيوتر وبرامجه، وتطبيقات الإنترنت، ومحركات البحث)، وتُستخدم في مختلف المجالات المعرفية. تقوم بالجمع الآلي للآثار التي يخلّفها مستخدمو شبكة الإنترنت والمنصات الرقمية وتُظهرها في رسوم بيانية، وخرائط توضيحية وخرائط، وخرائط سحابية للكلمات. وتكشف عن العلاقات والآراء والمواقف والاتجاهات، وتستعين بالرياضيات من أجل نمذجة النشاط والسلوك البشري.

نشأت هذه المناهج في مخابر شركات المعلوماتية الكبرى لتلبية حاجة السوق، مثل: دراسة الأسواق، وعادات الاستهلاك، والإعلان. لذا، فإنها تُستخدم في مختلف قطاعات النشاط الإنساني، ولا يمكن اختزالها في عملية الجمع الآلي للآثار الرقمية فقط، بل تشمل أيضاً تقييمها وتحليلها والأهم التعلم منها، أي ما أصبح يُعرف بالتعلم الآلي (Machine Learning) الذي يهدف إلى "التطوير المتكرر لفهم مجموعة البيانات والتعلم التلقائي لإدراك أنماط معقدة وبناء نماذج توضيح وتوقع مثل هذه الأنماط"².

وظفت علوم الإعلام، والعلوم السياسية، هذه المناهج، وتُستخدم لمعرفة زوار المواقع الإلكترونية بشكل أكثر تفصيلاً، وأشكال تفاعلاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي،

¹ - للاطلاع على البحوث التي كوّنت المناهج التقليدية في البيئة الرقمية، انظر:

Steve Schneider, Kristen Foot, "The Web as an Object of Study," New Media & Society, 6(1): 114-122.

² - هان جياوي وآخرون، نقلاً عن روب كيتشن، ثورة البيانات المفتوحة والبيّنات التحية للبيانات والنتائج المترتبة عنها، ترجمة محمد بن أحمد الغوري، (السعودية، مركز البحوث والدراسات، 2018)، ص 183.

ومدى تعددية مصادر الأخبار في وسائل الإعلام، وآراء ومواقف واتجاهات الناهجين، ومدى شعبية المترشحين... إلخ.¹

لقد أثارت المناهج الحاسوبية الكثير من الجدل مقارنة ببقية أنواع المناهج المذكورة، خاصة في علوم الإعلام والاتصال، ولا شيء ينبئ بأنها ستتوقف في القريب العاجل. لقد رأى بعض الباحثين، ومنهم الباحث البريطاني، ديفيد غنتلت (David Gauntlett)، المناهج الحاسوبية بعيون متفائلة؛ إذ قدّر بأنها تُنقذ بحوث الميديا، خاصة دراسات الجمهور التي شهدت تراجعاً كبيراً². إن التفاؤل بارتفاع عدد البحوث التي تعتمد على المناهج الحاسوبية لدراسة الجمهور يعود، بدون شك، إلى انخفاض كلفتها مقارنة بالبحوث التقليدية وسرعة إنجازها، لكن أيضاً بسبب كبر حجم مجتمعات البحث التي تدرسها، والتي قد تتجاوز الآلاف، ولكمية البيانات الضخمة التي توفرها؛ حيث لا تبلغها التقنيات التقليدية لجمع البيانات.

ويعتقد البعض أن قوة المناهج الحاسوبية تكمن في عدم اعتمادها على نظام العينة في دراسة الموضوعات الإعلامية، وبالتالي لا تُطرح عليها مسألة تمثيل المجتمع المدروس. إنها تدرس

¹ - من بين التطبيقات وبرامج المعلوماتية ومحركات البحث التي تعتمد عليها المناهج الحاسوبية، نذكر على سبيل المثال والتوضيح فقط، لأنه يتعذر حصرها كلها: بوابة "ستاتيسا" (Statista)، وخدمة "غوغل أناليتيكس" (Google Analytics) المختصة في تعقب حركة زوار المواقع الرقمية في شبكة الإنترنت، و"أليكسا" (Alexa) التي تقدم معلومات عن شعبية المواقع في شبكة الإنترنت وزوارها، ومنصة (Yahoo Clues) التي تقدّم بيانات تكشف آتياً عما هو أكثر انتشاراً لدى الجماعات خلال اليوم والشهر والسنة الماضية مصنّفاً حسب السن والجنس. وبرنامج (ATLAS.ti) و(NVivo) لجمع البيانات وتحليلها، ومنصة (Ngram Viewer) التي ترصد تواتر كلمة أو كلمات في النصوص خلال فترة معينة، وتُبيّن تزايد شهرة بعض الأشخاص وتراجعها خلال فترة من الزمن. ومحرك (Search Engine Land) الذي يقدم إحصائيات عن تواتر الكلمات المفتاحية، و(Twitter Analytics) الذي يقوم بتحليل التغريدات وانتشارها، وأداة (NodeXL) التي تُعد إضافة لبرنامج (Microsoft Excel) لاستخراج البيانات الشبكية من مواقع التواصل الاجتماعي وإظهار تلك البيانات بشكل مرئي، وبرمجية بولتوسكوب (Politoscope) التي تمثّل أرضية رقمية مفتوحة بمناسبة الانتخابات الرئاسية الفرنسية التي جرت في 2017 لجمع التغريدات السياسية في موقع تويتر وتحليلها... إلخ.

² - نقلاً عن:

Karen Ross, Virginia Nightingale, Media and Audiences: New Perspectives (Maidenhead: Open University Press, 2003), 158.

كل الآثار الرقمية التي يحتاجها البحث، لذا تكون نتائجها صحيحة ودقيقة. لكن هذا الاعتقاد يجانب الصواب، لأن ما تدرسه قد يكون في الغالب غير محدود كما أن الآثار لا تتوقف عن التدفق كالسيل (ففي "غياب الكل" يختفي اكتمال مجتمع البحث ويختفي معه تمثيله)¹.

وتستفيد المناهج الحاسوبية من اعتقاد راسخ بأنها أكثر موضوعية، وذلك انطلاقاً من تصور مفاده أنه كلما زاد حجم الآثار المدروسة ارتفع منسوب دقة البحث ومصادقيته. وهذا خلافاً لدليل المقابلات البحثية الذي يقلص كثيراً شريحة الواقع الذي على أساسه تُستنبط البيانات². ويمنح الاعتماد على الذكاء الاصطناعي -في جمع البيانات وتحليلها- البحث مصداقية أكثر، ويعطيه مشروعية أفضل من البحث الذي يُنجز بالاعتماد على اللقاء المباشر مع المبحوثين سواء من خلال المقابلات الفردية أو المجموعات البؤرية أو صحيفة الاستبيان، والتي قد تشوبها الذاتية. هذا علاوة على الإيمان بأن كثرة الآثار "توفر أعلى مستوى من الفهم والمعرفة"³.

والحقيقة أن المناهج الحاسوبية تكشف عن أبعاد "جديدة" في الموضوعات الإعلامية والاتصالية لتيسير هذا الفهم، وهي الأبعاد الكامنة في خصائص البيانات الضخمة، وقد حصرها البعض في ثلاث خصائص تشترك في الحرف اللاتيني (V) في بداية اسمها، وهي: الحجم (Volume) الذي يعنى ضخامة البيانات المتزايدة، والتي تجاوزت حدود عينة

¹ - Dominique Boullier, "Vie et mort des sciences sociales avec le big data," La nouvelle revue des sciences sociales, no. 4, (2015): 19-37.

² - Bruhn Jensen, "New Media, Old Methods," 49.

³ - Danah Boyd, Kate Crawford, "Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon," Information, Communication & Society, Vol. 15, (2012): 662-679.

⁴ - Stefan Schmidt, "Les 3 V du Big Data: Volume, Vitesse et Variété," Le Journal du Net, May 31, 2015, "accessed November 10, 2021". <https://bit.ly/3AIZZHX>.

الدراسة، والتنوع (Variety)، أي تعدد أشكال الآثار والميمات القابلة للتحليل، والسرعة (Velocity)، التي تُعد خاصية مستحدثة حقًا ولا يوجد ما يعادلها في البحوث الكلاسيكية؛ إذ يُقصد بها إيقاع توليد البيانات وفترة ظهورها في الشاشات قبل أن تختفي¹، وسرعة التقاطها وتحليلها. وقد أضاف البعض لهذه الخصائص خاصيتين أخريين، وهما: الحقيقة (Veracity)، أي إمكانية التأكد من واقعيتها ومن كونها ليست وليدة عملية تزوير رقمي، كقيام الخوارزميات بإعادة التوزيع الآلي والتلقائي لبعض التغريدات، والقيمة (Value)، ويقصد بهذه الأخيرة البيانات التي تملك قيمة عملية في ظل تخمة الآثار الرقمية لتصبح خمس خصائص². وأضيفت لها خاصية الرؤئية (Visibility)³، أي القابلية للظهور ومشاهدتها، لتصبح ست خصائص.

لعل القول بأن المناهج الحاسوبية تقترح مقارنة جديدة للعلوم الاجتماعية وعلوم الإعلام يعود إلى توظيفها للخصائص المذكورة أعلاه، التي تعتبر متغيرات تختلف عن تلك المعتمدة في البحوث التقليدية، والتي تكفي بذاتها دون تقديم أي شرح يسلط الضوء على العلاقات الترابطية من أجل الكشف عن التوجهات العامة دون الاهتمام بالأسباب⁴. لاستيعاب هذه الفكرة بشكل جيد لابد من الإشارة إلى أن المناهج الحاسوبية تتعامل مع

¹ - يُستخدم مصطلح الختم الزمني (timestamping - horodatage)، انظر كيفية توظيفه في هذا البحث:

Anders Olof Larsson, "Tweeting the Viewer- Use of Twitter in a Talk Show Context," Journal of Broadcasting & Electronic Media 57(2), (2013): 135-152.

²- Bertrand Bathelot, "5V du big data definitions," marketing.com, December 1, 2016, "accessed November 10, 2021". <https://bit.ly/3AweRJt>.

³- "Lumière sur... les 6V du Big Data," September p, 2016, "accessed November 10, 2021". <https://bit.ly/3AweXAP>.

⁴- Proulx, Rueff, Actualité des méthodes de recherche en sciences sociales sur les pratiques informationnelles, 61.

الآثار الرقمية أكثر من البيانات. وهل هناك فرق بينهما؟ بالطبع، يجيب دومنيك بويي¹ قائلاً: إن البيانات تُسَقِّق وتُهيكل بطريقة تُنشئ للمعلومات علاقة بالخصائص الاجتماعية والاقتصادية والديمقراطية والسياسية لجماعة ما، بينما تُعد الآثار الرقمية، في تقديرنا، قرائن مَخْلَفَات التعامل مع العُدَّة الرقمية في حالتها الخام، لذا تُغطي الآثار واقعاً أكثر اتساعاً من البيانات.

تأسيساً على الخصائص المذكورة أعلاه، هل يمكن القول: إن هذه المناهج تقدّم نموذجاً من البحث الأمبريقي الذي لا يتبع أية طريقة مألوفة في البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية؟ بمعنى أنها لا تسعى إلى التفسير من خلال الكشف عن العلاقة بين الظواهر والمتغيرات، ولا تعتمد على الفهم واستجلاء المعاني من أفعال الفاعلين وتأويلها نظراً لأن الخوارزميات أصبحت تشكّل منهجاً قائماً بذاته يُغني عن كل منهج من المناهج المعروفة². إن الإشكال لا يتعلق بالخوارزميات في حدّ ذاتها، بل يتعلق بالمنطق الذي يتحكّم فيها، والآثار التي تشتغل عليها، والتي يمكن تشبيهها بالآراء في بعض الجوانب، فينسحب عليها ما قاله بيير بورديو³ عن الرأي العام. لقد نفى هذا الأخير وجود هذا الرأي كما تُفصح عنه استطلاعات الرأي انطلاقاً من اقتناعه بأن الآراء لا تتساوى، كذلك الأمر بالنسبة للآثار الرقمية فإنها لا تتساوى، لكن المناهج الحاسوبية تتعامل مع تفاعلات مستخدمي موقع ما على أنها متكافئة؛ إذ تساوي ضمناً بين كتابة تعليق على نص ما، أو منشور والنقر على أيقونة: أُحِبُّ. لذا، فإن السباق إلى تقديم أكبر عدد من البيانات يصبح عديم الجدوى

¹ Boullier, "Les sciences sociales," 805-828.

² Bruhn Jensen, "New Media, Old Methods," 52.

³ Pierre Bourdieu, "L'opinion publique n'existe pas", Les temps modernes, no. 318, (1973): 1292-1309.

دون تفكير ملائم فيما نجمع، ولماذا نقيس¹، هذا من ناحية. ومن ناحية أخرى، ليس كل شيء يقبل القياس الكمي، بل إن هذا القياس قد يُفقد بعض الأشياء قيمتها، وأبرز مثال على ذلك هو "الإيموجي"، فحمولتها الثقافية تؤدي الوظيفة ذاتها التي يقوم بها الاتصال غير اللفظي في الحياة اليومية. فلا معنى لإحصاء هذا الضرب من الاتصال، لأن قيمته في دلالاته وليس في كميته.

إذن، لتلخيص هذه الفكرة، يمكن القول: "هناك أشياء يمكن قياسها، وهناك أشياء تستحق القياس، لكن ما يمكن قياسه ليس دائماً ما يستحق القياس، وما يتم قياسه قد لا تكون له علاقة بما نريد معرفته حقاً"². ولإيجاد هذه العلاقة، يمارس محلّلو البيانات الكبرى الاستسقاط (Apophenia)³، وهو المفهوم الذي اتكأت عليه الباحثان، دانا بويد (Danah Boyd) وكيت كرافورد (Kate Crawford)، في نقدهما للبيانات الضخمة⁴. وهذا يعني أن المناهج الحاسوبية لا تنتج معارف بل تسهم في إنتاجها فقط. إنها تشكّل امتداداً متطوراً للعدّة التقنية التي كانت تعتمد عليها البحوث الكمية التقليدية مثل الآلة الحاسبة⁵.

¹- Emmanuel Marty et al., "A multifaceted study of online news diversity: issues and methods," in Ramón Salavería, Diversity of Journalisms, Proceedings of the ECREA Journalism Studies Section and 26th International Conference of Communication (CICOM) at University of Navarra, Pamplona, (4-5 July 2011), 228-242.

²- Jerry Muller, The tyranny of metrics (Princeton University Press, 2018), 3

³- مرض إدراكي يُعرّفه الطبيب السويسري المختص في مرض الأعصاب، بيتر بروغر (Peter Brugger)، بأنه نوع من الإدراك التلقائي الذي يستخرج الدلالة من ظواهر لا علاقة بينها، أي منح معنى مخصوص للأحداث العادية والمألوفة من خلال إقامة علاقة بين الأشياء دون مرر.

⁴- Danah Boyd, Crawford Kate, "Six Provocations for Big Data: A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society," papers.ssrn.com, September 21, 2011, "accessed November 10, 2021". <https://bit.ly/3r2iuDZ>.

⁵- Eglantine Schmitt, Explorer, visualiser, décider: un paradigme méthodologique pour la production de connaissances à partir des big data, (thèse de doctorat en épistémologie, L'Université de technologie de Compiègne, Paris, 2018), 289.

للتطور التكنولوجي تداعيات اقتصادية وتنظيمية على مستوى المؤسسات والعلاقات بين الأشخاص، والخوارزميات تعيد إنتاج هذه العلاقات والممارسات الإعلامية والثقافية وفق منطق السوق. إنها "علب سوداء"، على حدّ تعبير الكثير من الباحثين، تمنح مناهج البحث الحاسوبية ما تريد أن تعطيه، وتخفي ما تريد أن تخفيه. والتسليم بما تقدّمه كمادة خام دون قراءة وتأويل قد يضلّل البحث العلمي، بل قد يوجّهه وفق منطق البراديجم "التقني - الاقتصادي" الذي يرفع من القيمة التبادلية لعلاقة المؤسسة الإعلامية بجمهورها، وأبرز مثال على ذلك تُقدّمه خوارزميات موقع "تفليكس" التي لا تكتفي بتلبية الطلب على الأفلام والمسلسلات، بل تسعى إلى توجيه هذا الطلب وفق ترتيب مخصوص بناء على شعبيتها¹. وينتهي هذا التوجيه في آخر المطاف إلى صقل الذوق الفني لمستخدمي هذا الموقع.

بصرف النظر عن قدرة الذكاء الاصطناعي الذي تعتمد عليه المناهج الحاسوبية في جمع البيانات وتحليلها ومنحها بُعداً مرئياً عبر الخرائط والغرافيك، يمكن إدراجها في خانة الدراسات الكمية التي تقيس أولاً، ثم تفكّر فيما قاسته، وترى أن مواضيع البحث توجد جاهزة ولا تتطلب بناءها. وتجدر الإشارة إلى أن بناء موضوع البحث لا يُطرح في الأدبيات العلمية من باب الاستعارة، بل يملك أبعاداً إجرائية في البحث، منها الإحالة إلى التخصص المعرفي، أي إلى علوم الإعلام والاتصال، ألم يُقَل: إن لكل تخصص علمي موضوعاته ولغته؟، والتشكيك في المظاهر التي يكتسيها موضوع البحث كما تبرزها الممارسات المؤسسية والاجتماعية بصفة عامة، والإفصاح عن المقاربة المنهجية التي يتبناها

¹ - انظر على سبيل المثال: غريال سيلفا موتا درموند، "علبة تفليكس السوداء: تشكيل الاستخدامات بالواجهات والخوارزميات"، في ميلاني ميليت وآخرون، مناهج البحث في السياق الرقمي، مرجع سابق، ص 275 - 290.

الباحث في معالجة موضوعاته¹. كما أن بناء موضوع البحث يعني أيضًا تسييقه على الصعيد التاريخي. لكن يلاحظ أن المنصات الرقمية تكتفي، في الغالب، بتقديم البيانات الآنية، أو المرتبطة بأحداث راهنة معينة، ولا تقدّم تلك الموعلة في القدم، وبالتالي فإن المناهج الحاسوبية لا تزود البحث بالبيانات التي تسمح له بربط موضوعه بمسار تطور البيئة الاجتماعية والثقافية، أي بـ"التناس الاجتماعي"² وبالمكتسبات النظرية. إذن، إن كانت الرهانات الأخلاقية التي تطرحها المناهج الحاسوبية معلومة، وشكّلت موضع احتجاج وحتى تنديد المنظمات الحقوقية لكونها تتمثّل في استغلال الآثار الرقمية لمستخدمي شبكة الإنترنت التي تكشف عن خصوصيتهم دون موافقتهم، والأدهى من ذلك دون علمهم، فإن رهاناتها المعرفية ما زالت في طي المسكوت عنه الذي يُعمّق أزمة بحوث الإعلام والاتصال، والتي يقول عنها الباحث ألكس ميتشولي (Alex Mucchielli): "تبدو وكأنها تسبح في فراغ إبستمولوجي ونظري"³.

¹- Alvaro Pires, "De quelques enjeux épistémologiques d'une méthodologie générale pour les sciences sociales," classiques.uqac.c, (2007): 29. "accessed November, 20, 2021". <https://bit.ly/3AsIGKM>.

²- عبد الرحيم العطري، "العلم الاجتماعي ضدًا على" الكاست المعرفي": من التناس الاجتماعي إلى التداخل التخصصي، مجلة إضافات (العدد 17 و18، شتاء وريبع 2012)، ص 138-155.

³- Alex Mucchielli, "Pour des recherches en communication," Communication et organisation, no. 10, (1996), "accessed, November 6, 2021", <https://bit.ly/35nI2mz>.

2.3. المناهج الافتراضية أو "الإثنوغرافية"

تجمع هذه التسمية طائفة من الممارسات البحثية المختلفة، نذكر منها: الإثنوغرافيا عبر الخط¹، والإثنوغرافيا الرقمية²، والتغرافيا³، وإثنوغرافيا الشبكات، التي تزوج بين الإثنوغرافيا وتحليل الشبكات⁴. والقاسم المشترك لكل هذه المسميات هو الإثنوغرافيا التي تعددت تعاريفها، لكن تقتصر على التعريف المرجعي الذي يرى أنها "بحث -ترابطي استقرائي- يتطور تصوره من خلال الدراسة- بالاستناد إلى عائلة من الطرائق التي تستلزم لقاء مباشرًا مع الأشخاص في سياقهم وفي حياتهم اليومية و(في ثقافتهم) (...) تقرُّ بدور النظرية والباحث في عملية البحث وتعتبر البشر كموضوع البحث وكطرف فيه"⁵. ومن الصعب تقديم لوحة متكاملة للبحوث الإثنوغرافية الافتراضية، وإن كان البعض⁶ لخصها وفق غايات البحث فيما يلي: إثنوغرافيا الجماعات عبر الخط والعوالم الافتراضية ومواقع الميديا الاجتماعي، وإثنوغرافيا عبر الخط وخارج شبكة الإنترنت، وإثنوغرافيا الممارسات الإبداعية في الميديا الرقمية التي حاولت استجلاء بعض الجوانب في ممارسة العمل الصحفي وتطوره؛ إذ ركزت على روتين قاعة التحرير ودوره في ترسيخ معيارية

¹- التسمية التي أطلقها كل من كريستين هين، وسيرج بولكس، وجوليان رويغ، انظر:

كريستين هين، "إثنوغرافيا الجماعات في شبكة الإنترنت والميديا الاجتماعية: الإجراءات، والتنوع، والإمكانات"، في ميلاني ميليت وآخرون، *مناهج البحث في السياق الرقمي*، مرجع سابق، ص 77-102

²- Sarah Pink et al., *Digital Ethnography: Principles and Practice*, 1st ed. (SAGE Publications Ltd, 2015), 310.

³- Éric Vermette et al., "Identification d'un leader d'opinion: état des controverses," 28ème Congrès Afm (Association Française du Marketing, Brest -France, Vol. 28, (2012), "accessed September 30, 2021". <https://bit.ly/3tUhC64>

⁴- Matt Carlson et al., "Journalism Studies and its Core Commitments: The Making of a Communication Field," *Journal of Communication*, Vol. 68, Issue 1, (February 2018): 6-25.

⁵- Karen O'Reilly, *Ethnographic Methods* (London: Routledge, 2005), 3.

⁶- Elisenda Ardévol and Edgar Gómez-Cruz, "Digital Ethnography and Media Practices", in Angharad Valdivia, *The International Encyclopedia of Media Studies*, John Wiley & Sons, 2014), 4051-4071.

المهنة، وأشكال تقبل المبتكرات التكنولوجية أو مقاومتها في قاعات التحرير، وأشكال استنباط الصحفيين للسياسات التحريرية، وتصور الصحفيين لنتائج الوساطة الإعلامية التي ذكرناها أعلاه على أدائهم، واستخدام الجمهور للميديا الاجتماعية وتأويلهم لهذا الاستخدام... إلخ.

استحوذت المناهج الافتراضية على القسط الأكبر من النقاش والجدل حول مناهج البحث في السياق الرقمي. ففي هذا الإطار تنفي الباحثة مادلين بستينيلي (Madeleine Pastinelli) ضرورة استحداث مناهج إثنوغرافية جديدة ملائمة للسياق الرقمي، وترى أن مشكل هذه المناهج لا علاقة له بميدان البحث، بل يكمن في النظرة إلى الفضاء السيبري واعتباره موازياً لـ "الفضاء الواقعي والفعلي"، والتي تطالب بالتعامل معه كميدان مختلف جذرياً؛ وهذا ما حث الكثير من الباحثين على الدعوة إلى التجديد المنهجي لدراسته¹.

إذا كانت الإثنوغرافيا التقليدية تستمد وجودها من اللقاء المباشر مع المبحوثين ومعايشتهم خلال مدة قد تطول أو تقصر حسب طبيعة موضوع البحث وظروف إنجازه، فإن اللقاء في الفضاء الافتراضي يجري عبر وسيط تقني، وملاحظة المبحوثين تجري أيضاً عبر عُدّة تقنية؛ مما يطرح السؤال عن قدرتها على نقل كل ما يجري، والسياق الذي يجري فيه، خاصة عندما يحل الاستماع محل القراءة، ويتراجع الكلام لصالح الصورة، والفيديوهات، أو المدونات والأيقونات، أي أشكال التواصل التي تجري بطرق غير لفظية². لذا، تعد الإثنوغرافيا الافتراضية امتداداً لتلك التقليدية المحتفظة بطبيعتها الكيفية لكنها تتسم، في الوقت ذاته، بتعدّديتها وقابليتها للتكيف³.

¹- Pastinelli, "Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel!", op, cit.

²- Pink et al., Digital Ethnography, 17.

³-Proulx, Rueff, Actualité des méthodes de recherche en sciences sociales sur les pratiques informationnelles, 7.

إننا ندرك أن للسوق دورًا في دفع البحث الإثنوغرافي في البيئة الإعلامية الرقمية إلى مزيد من التفرع أو التخصص حسب الموضوع أو المنصات الرقمية التي يجري فيها¹؛ مما يدفع إلى التساؤل عن علاقتها بالنموذج الإثنوغرافي الأصلي.

وبصرف النظر عن التداعيات الأخلاقية التي تطرحها ممارسة الإثنوغرافيا في السياق الرقمي، مثل احتمال التعامل مع مستخدمي شبكة الإنترنت أو المنصات الرقمية مجهولي الهوية ومنتحلي المكانة الاجتماعية والمهنية، تعرضت الإثنوغرافيا الافتراضية إلى الكثير من الانتقادات، منها الفصل بين الممارسة الإعلامية والثقافية والاجتماعية في الواقع اليومي الفعلي، وتلك التي تجري في الفضاء الافتراضي، وتهميش مكانة العُدَّة الرقمية في الدراسة. وعلى الرغم من ذلك، نعتقد أن الإثنوغرافيا الافتراضية تجسد ما وصفه عالم الاجتماع، أنطوني غيدنز (Giddens Anthony)²، بـ"التأويل المزدوج للواقع". فالناس يتلقون العالم ما قبل التأويل، فيقومون بتأويله في حياتهم اليومية وفي الفضاء الافتراضي، ثم يقوم الباحث بتأويله معهم مرة ثانية، ويعرضه عليهم وعلى المهتمين. ولعل ازدواجية التأويل هذه تحدُّ مما أسماه بيير بورديو³ بـ"الإثنو مركزية" الطبقية، والتي يعتبرها مرضًا يصيب

¹ - نذكر على سبيل المثال التويتوغرافيا (Twitnography)، التي وضع جون فيليب غلان وألكسندرا فيلون أسسها كتخصص علمي في 2009 وتبناه العديد من الباحثين. يدرس هذا التخصص التدوين المصغر (microblogging)، ويتسم بكونه لا يبحث عن جماعة بعينها بل الأفراد من جماعات مختلفة تتقاطع عبر التغريدات التي يصل عددها إلى آلاف التغريدات في الثانية مما يجعل الباحث عاجزًا عن نسخها أو تحميلها دون الاستعانة بواجهة برمجة موقع تويتر (API) التي تمكنه من النفاذ إليها. لذا يقال: إن هذا النمط الإثنوغرافيا أبسط، وأسرع، وأقل كلفة وأقل تطفلًا من النموذج التقليدي. انظر:

Vernette et al., "Identification d'un leader d'opinion: état des controverses," op, cit.

² - نقلًا عن:

Bruhn Jensen, "New Media, Old Methods," op, cit, 53

³ - نقلًا عن:

Dominique Cardon, "Pourquoi l'internet n'a-t-il pas changé la politique?," tinyurl.com, October 7, 2010, "accessed October 25, 2021". <https://bit.ly/33Phyd1>.

المثقفين ويدفعهم إلى تعميم رؤيتهم الخاصة للعالم على الآخرين، ويعمّق الهوة بين مجتمع العلم وعامة الناس.

لقد عبّرت الباحثة كريستين هين (Christine Hine) عن القلق الذي يسود ممارسة البحث الإثنوغرافي الافتراضي بالقول: إن البحث في هذا المجال ما زال يحدوه الأمل في أن تقوم الميديا الجديدة بتمكين البحث من الوصول إلى مختلف المبحوثين بطرق جديدة. وهو الأمل الذي لا يخلو من التلهف؛ إذ لم يتضح لحد الآن كيف يمكن استثمار المناهج التقليدية في دراسة الميديا الجديدة، وما نقائص فهمنا للميديا التي يمكن أن نسلّط عليها الضوء¹.

2.4. المناهج الرقمية

تعاني هذه المناهج من بعض اللبس؛ إذ يعتقد بعض الباحثين، مثل أناه نغوك هونغ (Anh Hoang Ngoc)، وكليز ماهيو (Claire Mahéo)، وساندرا ميلو (Sandra Mellot)، أنها تشمل المناهج التقليدية التي تكيّفت مع الخصائص الجديدة للحوامل الرقمية، والمناهج الجديدة التي أنشئت خصيصًا لتحليل الموضوعات ذات المنشأ الرقمي². بمعنى آخر، إنها مسمى ينطبق على كل مناهج البحث المستعملة في البيئة الرقمية! بينما يرى الباحث الهولندي، روجرز ريتشارد (Rogers Richard)، الذي تُنسب إليه هذه المناهج، أنها "ممارسة بحثية تدرج في إطار المنعطف الرقمي الذي تعيشه العلوم الاجتماعية والإنسانية، وتختلف عن المناهج المذكورة انطلاقًا من نوعية البيانات التي تستخدمها

¹ -Hine, Virtual Methods, 1.

² - Anh Ngoc Hoang et al., "Explorer les méthodes en ligne pour des terrains hors ligne," Terminal, no. 129, (2021), "accessed November 8, 2021". <https://bit.ly/3KHuSAT>.

(رقمية المنشأ أو جرت رقميتها)، ومن كتابتها (كُتبت خصيصاً من أجل الحامل الرقمي أو رُحِلت إلى الفضاء الرقمي)¹.

إن المناهج الرقمية لا تعني رقمنة مناهج البحث التقليدية، بل إنها تصوّر قبل أن تكون تقنيةً يُجسّده شعار: "اتبع الوسيط" (follow the medium)، ويشرحه روجرز ريتشارد بالقول: إن المواضيع التي يدرسها في شبكة الإنترنت تتسم بعدم الثبات، ويواجه الباحث في الغالب سرعة زوالها. لذا يجب استعمال الوسيط "لتثبيتها" أو "تجميدها"، والحفاظ على "حيويتها" في آن واحد قصد دراستها بعناية²، والبحث عن قدرة هذا الوسيط (العلبة السوداء) وما يُقدّمه من توصيات وتعليمات للمستخدمين ومدى تطبيقهم لها. لذا، لا وجود للمناهج الرقمية بدون العُدّة الرقمية شأنها في ذلك شأن المناهج الحاسوبية، لكن، خلافاً لهذه الأخيرة لا تكتفي المناهج الرقمية بها، ولا تستغل البيانات ذات المنشأ الرقمي التي تستقيها من أجل وصف استخدامات الميديا الاجتماعية فحسب، بل تسعى أيضاً إلى تمكين العلوم الاجتماعية من رؤية الظواهر المدروسة بطريقة جديدة³، لذا فإنها تُكَمِّل غيرها من المناهج التي ذكرناها آنفاً، أي إنها تسد نقائص المناهج الحاسوبية من خلال الأخذ بعين الاعتبار سياق الممارسة الإعلامية، وتُكَمِّل المناهج الافتراضية ليس من خلال إعادة الاعتبار للعدّة التقنية فقط، بل بالتعامل معها كأداة وموضوع بحث في آن واحد. ويمكن تلخيص خصائص هذه المناهج فيما يلي:

¹- Richard Rogers, "Digital Methods for Web Research," ResearchGate, (May 2015): 1-22, "accessed October 26, 2021". <https://bit.ly/3nVFfHJ>.

²- Richard Rogers, Digital Methods (UK: The MIT Press, 2013), 24.

³- Proulx, Rueff, Actualité des méthodes de recherche en sciences sociales sur les pratiques informationnelles, 43.

⁴- Ibid, 68

- خلافاً للمناهج الحاسوبية التي تطبق في مختلف التخصصات العلمية، يقتصر تطبيق المناهج الرقمية -إضافة إلى الافتراضية- على العلوم الاجتماعية والإنسانية. وقد استفاد منها الباحثون في فهم موضوعات الإعلام والاتصال المعقدة في البيئة الرقمية، ولا يلجؤون في الغالب إلى اختراع أدوات رقمية مخصصة لكل موضوع بحث وأهدافه، بل يُسخرون ما هو متوافر منها في شبكة الإنترنت وفي العالم الرقمي لاستقاء البيانات والميتا بيانات وتحليلها وتصنيفها، والكشف عن ترابطاتها¹.

- تدرس هذه المناهج الخوارزميات والطرائق التي توفرها المنصات الرقمية لجمع البيانات والإجراءات التي تتيح للأدوات التقنية إنتاج آثار المستخدمين عبر الخط ونوعيتها، مثل الكشف عن الميتا بيانات (Meta Data) التي لا تظهر في الشاشة، ولا تُفصح عن ذاتها للمستخدمين العاديين لكونها "مدفونة" في الصور الرقمية وشرائط الفيديو. وتتضمن معلومات عن تاريخ ووقت أخذ الصور أو شريط الفيديو، ومكان التقاطها، وبأي آلة تصوير أو تسجيل، ومن أرسلها، ومن قام بتعديلها، وأين نُشرت أو بُثت. لذا، يمكن أن نعتبر هذه المناهج تطبيقاً لنظرية الوسيط (Medium Theory) لصاحبها جوشوا ميروفتز (Joshua Meyrowitz) المستلهمة من مقولة ماكلوهان: "الوسيلة هي الرسالة"، وتجسد أيضاً المنظومة (Device) التي استخدمها ميشال فوكو (Michel Foucault) من أجل إعطاء بُعد اجتماعي للعتاد التقني؛ إذ رآها أداة للرقابة الاجتماعية والاغتراب². وإن كان المعنى المعاصر لمفهوم المنظومة التقنية لا يخفي ما رآه فوكو، فإنه

¹- نذكر منها على سبيل المثال: برامج العنكب (Web crawler) أو زاحف الويب، وبرامج تقشير البيانات (scraping)، أي استخراجها من شبكة الإنترنت وتحليلها، ومرتب محتويات المواقع بطريقة تعاونية مع المستخدمين "فولكسونومي" (Folksonomy)، والختم الزمني (timestamping) وسحابة الوسوم (Tag cloud) للتمثيل المرئي للبيانات، وخوارزميات ترتيب الصفحات والمواقع (PageRank).

²- Hugues Peeters et Philippe Charlier, "Contributions à une théorie du dispositif," Revue Hermès 25, (1999): 15-23.

يكشف عن أبعاد أخرى اتصالية وإعلامية واجتماعية يمكن للمناهج الرقمية أن تكشفها، وتخفيها أيضاً، وذلك لأنها تعتمد على الجزء المتاح فقط من الآثار والبيانات المستقاة التي تضعها برامج وتطبيقات وخوارزميات شركات المعلوماتية الكبرى ومالكو المنصات، والذي تضعه في متناول الغير بمن فيهم الباحثون¹. فالكثير من البيانات الرقمية لا تُتَج من أجل البحث العلمي، بل تُبنى لأغراض تسويقية؛ مما يدعو إلى التساؤل عن ظروف إنتاجها مثلما يوصي بذلك الباحثان، جون فيليب كونت (Jean Philippe Cointet)، وتوماسو فنتوريني (Venturini Tommaso)². وما يثبت هذه الأغراض أن المنصات الرقمية تعمل على تجديد خوارزمياتها باستمرار لعدة أسباب منها التجارية، فصاحب شركة فيسبوك، على سبيل المثال، أجرى تحديثاً على خوارزميات موقعه في 2018 من أجل منح الأولوية للبيانات في المبادلات الشخصية في شريطه الإخباري على حساب نشر وإعادة نشر محتويات وسائل الإعلام.

¹ - Bonnie S. Brennen, *Qualitative Research Methods for Media Studies*, 2 ed. (Routledge, 2017), 23.

² - Tommaso Venturini, Jean-philippe cointet, "Méthodes Digitales approches quali/quantitative des données numériques," *Réseaux*, no. 188, (2014): 9-21, "accessed November 5, 2021". <https://bit.ly/3tV5FNx>.

جدول 2: خريطة مناهج البحث في السياق الرقمي

المقاربات	البرادينغ	المرتكزات البحثية	توقع الباحث	موقع موضوع البحث	أدوات جمع البيانات	الهدف
التقليدية الكمية	وضعي	ربط التمثيل بالكم	مستقل عن موضوع البحث.	خاضع للبحث	صحيفة الاستبيان، وتحليل المضمون.	الوصف من خلال القياس الكمي التعميم / التنبؤ
التقليدية الكيفية	بنائي - تفهيمي	فهم الظواهر الإعلامية بدراسة كيف تنتج عن دوافع وتصرفات فردية.	الباحث جزء من عُدّة البحث.	المبحوثون شركاء في البحث.	الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة، والمجموعة البؤرية، والسيرة الذاتية.	الفهم + التأويل استجلاء المعنى
	نقدي	عدم فصل الميديا عن البناء الاقتصادي والاجتماعي. التحليل الكلياني (Holism).	الباحث مستقل عن موضوع البحث.	مجتمع البحث كلي مستقل عن الباحث.	الملاحظة المواد الوثائقية	الكشف عن البُعد الأيديولوجي في الخطاب. الكشف عن العقل الميدياتيكي الأداة.
الحاسوبية	وضعي تقنو - اقتصادي	ربط التمثيل بالكم. أتمتة البيانات كقرينة عن الموضوعية وتشخيصها	الباحث مستقل عن موضوع البحث.	مستقل عن موضوع البحث.	الجمع الآلي للبيانات بأدوات تنشئها في الغالب ¹ .	الوصف من خلال القياس.

¹ - من باب التوضيح، نشير إلى أن الباحثين، نووي غومنت ومازيار باناهي وديفيد شافالارياس، اخترعوا برمجية (Politoscope) لرسم الحياة السياسية الفرنسية، وتوجهات الناخبين الفرنسيين عشية الانتخابات الرئاسية في 2017. انظر:

Noé Gaumont, Mazyar Panahi, David Chavalarias, "Reconstruction of the socio-semantic dynamics of political activist Twitter networks-Method and application to the 2017 French presidential election," PLoS ONE 13(9): e0201879. "accessed November 3, 2021". <https://bit.ly/3tTNjMR>.

				مرئياً لاخترالها وتبسيطها. إلغاء السياق في التحليل.		
الافتراضية	بنائي - تفهيمي	فهم الظواهر الإعلامية من خلال دراسة كيف تنتج عن دوافع وتصرفات فردية. التثليث مسار للتأكد من مصدقية وصحة نتائج البحث.	الباحث جزء من عُدّة البحث	المبحوثون شركاء في البحث.	الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة عبر الخط، والتعليق على زيارة المواقع الرقمية، والمجموعة البؤرية، وتحليل الخطاب: تحليل المحادثات والتفكير الانعكاسي.	الفهم - التأويل من خلال التوصيف المكثف والتفصيلي استجلاء المعنى
الرقمية	وضعي - تفهيمي - بنائي	المرج بين الكمّ والكيف. عدم فصل السياق في التحليل. التثليث مسار للتأكد من مصدقية وصحة نتائج البحث.	الباحث مستقل عن موضوع البحث.	موضوع الباحث خاضع، والمبحوثون شركاء في البحث.	الجمع الآلي للبينات، تتملك في الغالب البرمجيات الموجودة. الملاحظة، والمقابلات عبر الخط وفي الواقع العملي.	الوصف من خلال القياس التأويل + الفهم

بيّنت عيّنة البحوث التي درسناها أن الحدود الفاصلة بين مناهج البحث المدرجة في هذه الخريطة مفتوحة، مما يسمح بإعادة النظر فيها في المستقبل، خاصة بعد بروز ممارسات بحثية

تستند إلى تعددية البراديجمات والمنهجيات والنظريات، مثلما أسلفنا الذكر، وبحوث تحاول الجمع بين المناهج التقليدية، والافتراضية والرقمية¹. ناهيك عن إشادة الباحثين بأهمية توظيف البحوث الحاسوبية مقرونة بالبحوث الكيفية لدراسة سبل الحصول على الأخبار أو الاستعلام عبر الخط من خلال المنصات الرقمية، وذلك لأن ارتباطهما يتيح وصف هذه السبل وقياسها في الوقت ذاته².

جدول 3: نماذج من البحوث المنجزة وفق المقاربات الكبرى لمناهج البحث في السياق

الرقمي

النموذج	سؤال البحث	عينة البحث	أدوات جمع البيانات
المناهج التقليدية ³	ما استخدامات الأطفال لشبكة الإنترنت والهاتف المتحرك؟ ما سلوك الأطفال عبر الخط؟ ما تصورهم للمخاطر التي تشكّلها الإنترنت عليهم؟ وكيف تصرفوا إزاء المخاطر الحقيقية التي واجهتهم؟	البحث شمل 29 بلدًا من بلدان الاتحاد الأوروبي وضمّ ما بين 26 إلى 36 طفلًا من كل بلد يستخدم الإنترنت - استعمال الكمبيوتر أو الهاتف المتحرك أو الاثنين معًا. أطفال منحدرين من أسر مختلفة تمثّل: مالكي مصانع، وأصحاب مهن حرة، وكوادر سامية، وكوادر متوسطة، وموظفين، وعمال يدويين.	مراجعة الأدبيات عن الإنترنت والأطفال. استخدام 4 مجموعات بؤرية من كل بلد. يتراوح عدد كل مجموعة ما بين 6 و10، وُزعت كالتالي: مجموعتان من الذين تتراوح سنّهم ما بين 9 إلى 10 سنوات (الأولى خاصة بالذكور والثانية بالإناث). ومجموعتان من تتراوح سنّهم ما بين 11 و14 سنة (الأولى خاصة بالذكور والثانية بالإناث). دليل النقاش: شمل 5 محاور، وهي: - كيفية تعلم استخدام الإنترنت وطرق استخدامها.

¹ - يمكن أن نذكر على سبيل المثال البحث الذي أنجزته كل من كريستين توير، وفلورنس ميليراند، ونينا ديوك، عن مشاهدة الشباب للمواد السمعية البصرية عبر الخط واستعانت بالمنهج التقليدي والافتراضي والرقمي، في ميلاني ميليت وآخرون، مناهج البحث في السياق الرقمي، مرجع سابق، ص 137-152.

² - هذا ما أشار إليه الباحثون الذين شملهم العمل الذي أنجزه كل من سيرج بولكس وجوليان روفيف، "إثنوغرافيا الجماعات في شبكة الإنترنت والميديا الاجتماعية"، مرجع سابق، ص 39.

³ - Commission Européenne, OPTeM, "Internet plus sur pour les enfants, étude qualitative dans 29 pays européens," Rapport de synthèse, (May 2007), 76, "accessed November 3, 2021".
<https://bit.ly/3qZ4aMs>.

			<p>- الهواتف المحمول واستخداماته.</p> <p>- تصور الأطفال لمشاكل ومخاطر استخدام الإنترنت.</p> <p>- ردود الفعل في حالة التعرض إلى هذه المخاطر.</p> <p>- معلومات عن نوع المخاطر التي تعرض لها الطفل وكيفية إشعار الغير بها.</p>
<p>المناهج الحاسوبية¹</p>	<p>يتناول البحث استخدام موقع تويتر في سياق برنامج "الحديث الاستعراضي" (Talkshow) من خلال السؤال عن نوع العلاقات التي تقام بين الصحفيين والجمهور في هذا البرنامج عبر الموقع المذكور.</p>	<p>جمع 2314 رسالة - تغريدة وإعادة التغريدة - التي جرى تبادلها مع صحفيي برنامج "الحديث الاستعراضي" الذي يبثه التلفزيون السويدي من خلال "هاشتاغ" البرنامج، وهاشتاغ مذيعة البرنامج خلال الفترة الممتدة من 29 أغسطس/ آب إلى 26 أكتوبر/ تشرين الأول 2011.</p>	<p>جمع الرسائل وأخذ لقطات مصورة عنها وأرشفتها بواسطة أداة (YourTwapperKeeper) التي تستقي الهاشتاغات والتغريدات بواسطة الكلمات المفتاحية، وتقدم ميتا بيانات عما جمعت.</p> <p>استخدام برمجية "جيفي" (Gephi) التي تسمح بالاستعراض المرئي الغرافي لرسم شبكة المغردين وتعيين المغردين الأساسيين، وزيارة صفحاتهم.</p> <p>استخدام برنامج (SPSS) لإحصاء التفاعل عبر التغريدات.</p> <p>استخدام الختم الزمني (Timestamping) لكل تغريدة، أي الربط بين تاريخ ووقت إرسال التغريدة وعلاقتها بحدث أو موضوع أو معلومة.</p>
<p>De-) (converging) في</p>	<p>اهتم البحث بظاهرة التراجع عن المواءمة التقنية والإعلامية</p>	<p>الملاحظة في قاعتي تحرير الصحيفة الهولندية "دي فولكس كرانت" (deVolkskrant)</p>	<p>معايشة قاعة التحرير: حضور اجتماعات التحرير، والملاحظة، والمقابلة الحرة مع الصحفيين، والمقابلة نصف المقتنة، ومراجعة المراسلات الإدارية ومختلف</p>

¹- Olof Larsson, "Tweeting the Viewer," 135-152.

<p>قاعات تحرير الصحف من خلال السؤال التالي: كيف استبقت الصحف عملية الرقمنة؟ وكيف أثرت هذه الأخيرة على إنتاج الأخبار؟ وكيف أدرك الصحفيون التغيرات التي أحدثتها؟</p>	<p>في أمستردام ولاهاي لمدة ثلاثة أشهر، أي ما يعادل 400 ساعة. مقابلة معمقة - نصف موجهة - مع 37 صحافياً في مختلف مسؤوليات التحرير والإدارة.</p>	<p>الوثائق المتعلقة باستراتيجية الصحيفة، ومراجعة المناشير والتعميمات الإدارية.</p>
<p>الأنثوغرافيا الافتراضية¹</p>	<p>المناهج الرقمية²</p>	<p>ملاحظة منظومات اقتسام الأخبار عبر الخط وتطورها التقني من خلال مراجعة الأدبيات. إجراء مقابلات معمقة، وتشكيل مجموعات بؤرية، واستبيان للاستطلاع الرأي. استخدام برمجية (ALGOFAL) لجمع أكبر عدد من البيانات عن نشاطات الشباب في شبكة الإنترنت: المدونات الإلكترونية، وموقع فيسبوك، وتويتر من عناوين حساباتهم وحسابات أصدقائهم، وتقديمها في شكل مرئي عبر خرائط تفاعلية.</p>
<p>اهتم البحث بمسألة التشارك في الأخبار كشكل من أشكال التفاعل التي تثيرها الأخبار، وتساءل: لماذا ننشر مادة صحفية على جدار فيسبوك؟ وماذا يعني هذا التصرف مقارنة بأشكال أخرى من التفاعل؟</p>	<p>تحليل التعليقات المشورة في موقعي (Rue89)، و (lemonde.fr) عن أحداث الانتخابات الرئاسية الفرنسية في 2012، و 18 ألف مادة صحفية سجلها موقع فيسبوك عن هذه الانتخابات. إجراء مقابلات مع 240 شاباً تتراوح أعمارهم ما بين 30-35 سنة من مختلف الأوساط الاجتماعية ومن مختلف المناطق السكنية من أجل استطلاع آرائهم.</p>	<p>ملاحظة منظومات اقتسام الأخبار عبر الخط وتطورها التقني من خلال مراجعة الأدبيات. إجراء مقابلات معمقة، وتشكيل مجموعات بؤرية، واستبيان للاستطلاع الرأي. استخدام برمجية (ALGOFAL) لجمع أكبر عدد من البيانات عن نشاطات الشباب في شبكة الإنترنت: المدونات الإلكترونية، وموقع فيسبوك، وتويتر من عناوين حساباتهم وحسابات أصدقائهم، وتقديمها في شكل مرئي عبر خرائط تفاعلية.</p>

¹- Klaske Tameling, Marcel Broersma, De-converging the newsroom Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice,” The International Communication Gazette 75(1): 19-34.

²- أخذنا النموذج الذي قدمه الباحثان، سيرج بولكس وجوليان رويغ، "إنثوغرافيا الجماعات في شبكة الإنترنت والميديا الاجتماعية"، مرجع سابق، ص 114-126، والممثل في أطروحة الدكتوراه التالية بعد أن قمنا بمراجعتها:

Irène Bastard, De proches en pages, de pages en proches: Exploration et réception des informations en ligne (Thèse de doctorat, Paris, Télécom Paris Tech, 2015), 444.

خلاصة

على الرغم من الإرجاء يمكن أن نستخلص مما سبق بعض الدروس الأولية، سنقتصر على أبرزها، وهي كالتالي:

1. لقد وضعت البحوث الإعلامية في السياق الرقمي حدًا للجدل العقيم والمتمثل في أيهما أفضل: الدراسات الكمية أم الكيفية؟ لقد تكاملا فعلاً في الميدان بدليل أن المناهج الرقمية أصبحت تسمى المناهج الكيفو-كمية (Quali-Quantitative). فمحاولة تبسيط الممارسات الإعلامية المعقدة وغير المستقرة في البيئة الرقمية عبر الأرقام والنسب والرسوم البيانية تحلُّ بالمعنى ما لم تستكمل بالسؤال عن الأطراف الفاعلة في هذه الممارسات واستجلاء دلالة ما يقومون به من خلال المقابلات المعمقة، ومقابلات المواجهة، وزيارة المواقع الرقمية المعلق عليها، والتوصيف المكثف، والسير ذاتية، وغيرها، وبهذا قلّصت الفجوة التي كانت قائمة في بحوث الميديا بين القياس والفهم. ويُنتظر أن تقوم البحوث المعاصرة بالقضاء عليها.

2. يبيّن تحليل العينة أن البحث في السياق الرقمي وظّف المفاهيم والأدوات البحثية القائمة لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية الجديدة من جهة، واستغل الظواهر والاتصالية المعقدة لاقتراح مفاهيم وأدوات جديدة لدراساتها مثل: المواجهة الذاتية (self-confrontation)، والزيارة المعلق عليها (commented visit)، والاستسقاط¹، والسرنديبية (Serendipity)²، والقدارة (Affordance)، والقدرة على

¹- الاستسقاط: مصطلح في علم النفس يدل على الربط التعسفي بين بعض الأحداث أو الأشياء المنفصلة عن بعضها، ولا تملك أي قاسم مشترك، لتحميلها معنى جديداً غير كامن فيها.

²- "السرنديبية"، تعني "الحادث السعيد" أو "المفاجأة السارة"، التي تحدث أثناء العثور بالصدفة على شيء طيب أو مفيد دون نية البحث عنه.

الفعل والتأثير (Agency)، والمواءمة (Convergence)، وغيرها من المفاهيم التي فتحت مسالك جديدة لفهم الميديا الاجتماعية.

3. كانت البحوث العلمية في بداية ظهور شبكة الإنترنت تفصل العالم الافتراضي عن العالم الواقعي الفعلي، أي تفصل بين الممارسات في شبكة الإنترنت وعبرها وتلك التي تجري خارجها. لكن هذا الفصل أصبح اليوم غير منتج على الصعيد المنهجي¹، وأضحى مضرًا على الصعيد المعرفي، خاصة بعد أن تغلغت الميديا الرقمية في حياتنا اليومية، وفي مختلف قطاعات النشاط الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والثقافي، وأصبحت تشكّل جزءًا أساسيًا منها. ومن أضرار هذا الفصل يمكن أن نشير إلى انصراف بعض البحوث على سبيل المثال إلى التبرير الضمني لممارسات الأشخاص في الميديا الاجتماعية وتحميل العُدّة التقنية وحدها المسؤولية عن كل الانحرافات التي تلاحظ في البيئة الافتراضية. هذا دون أن تتكبد مشقة البحث عن قدرة الميديا الاجتماعية، أي ما تتيحه من إمكانيات وفرص الاستخدام وما تفرض من إكراهات، مثلما تقتضي ذلك المناهج الرقمية.

وكشفت البيانات الضخمة درجة تعقد الظواهر الإعلامية والاتصالية في البيئة الرقمية؛ مما يتطلب تعدد النظريات لشرحها وتأويلها وفهمها، وهذا عملاً بمقولة: البيانات الضخمة (Big Data) تقابلها النظرية الضخمة (Theory Big)²، ويتطلب هذا التقابل تعددية منهجية، لأنه في ظل التحولات التي تعيشها الميديا والصناعات الإعلامية التي ذكرناها آنفًا أصبح الاعتماد على أحادية المنهج لدراستها دلالة على الانغلاق الذهني والدوغمائية. فمن أجل دراسة مشاهدة الشباب للمواد السمعية-البصرية عبر الخط، على

¹- Bruhn Jensen, "New Media, Old Methods," 44.

²- James P. Crutchfield, "The dream of theory," Wires Wiley Interdisciplinary review, Vol. 6, Issue 2, (March/April 2014): 75-79. "accessed November 15, 2021". <https://bit.ly/3fXvYdQ>.

سبيل المثال، جرى توليف مجموعة من المناهج التقليدية والرقمية من أجل الإلمام بهذه المشاهدة والتطرق لمختلف جوانبها والتغلب على حدود كل منهج على حدة¹.

4. يملك الكثير من المناهج المذكورة أعلاه قدرًا كبيرًا من المرونة والقدرة على التكيف مع سياقات البحث مما يسمح لها بالكشف عن خصوصية موضوعاته، ويدفعها إلى تطبيق طموح أصحاب الدراسات الكمية في علوم الإعلام والاتصال والذين كانوا يسعون إلى تعميم نتائج بحوثهم من أجل صياغة قاعدة أو قانون يسمح بالتنبؤ بمستقبل الظاهرة الإعلامية أو الصحفية المدروسة.

إننا نزعم أن كل بحث من البحوث التي شملتها عينة دراستنا يعالج حالة خاصة. فعلى الرغم من النقائص التي قد تشوب الترسانة المنهجية التي استخدمتها إلا أنها تكشف، بهذا القدر أو ذاك، عن خصوصية هذه الحالة. فلا يمكن على سبيل المثال اقتراح وصفة جاهزة لحل أزمة انتقال الصحافة الورقية إلى بيئة الويب بناءً على نتائج البحث الذي يستخدم المناهج التقليدية أو المناهج الحاسوبية وتعميمه على كل الصحف. فتجربة صحيفة "نيويورك تايمز"، على سبيل المثال، للخروج من الأزمة تختلف عن تجربة صحيفة "لوموند" الفرنسية، وتختلف أيضًا عن تجربة صحيفة الغارديان البريطانية².

5. بعد أن ألغت الفصل بين العالمين: الافتراضي والواقعي الفعلي الملموس، أدرجت مناهج البحث المعاصرة الممارسات الإعلامية في بيئة أوسع، ووضعتها في قلب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية. وبهذا، ستسهم بفاعلية في تطوير

¹- انظر: كريستين توير وآخرون، "ممارسات المشاهدة عبر الخط لدى الشباب: مناهج تقليدية وافتراضية ورقمية"، في ميلاني ميليت وآخرون، مناهج البحث في السياق الرقمي، مرجع سابق، ص 137-152.

²- للنظر إلى اختلاف تجارب الصحف الثلاث، راجع:

David-Julien Rahmil, Moins d'articles, plus de journalistes et plus d'audience: la formule gagnante du journal, Le Monde, April 5, 2020, "accessed November 15, 2021". <https://urlz.fr/cl9t>.

إبستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال، بعد أن زودتها بأنظمة معرفية ومفاهيم مستحدثة¹. فالإثنوغرافيا الرقمية أثَّرتْها بآليات استبصار أنماط التلقي في متخيل المستخدمين والكشف عن أبعاده السيماية، وزودتها المناهج الحاسوبية بأدوات تحليل مسار تشكُّل النص الصحفي وتطوره، ولعلها تساعدها كذلك على الخروج من الامتثال الذي أسقطتها فيه المدرسة الوضعية.

أخيرًا، إن مناهج البحث في السياق الرقمي أثَّرت في ممارسة البحث العلمي الإعلامي؛ إذ أضحى من الصعوبة بمكان القيام ببحث عن مستخدمي الميديا الاجتماعية وانتشارهم الجغرافي، وأشكال استخداماتهم، على سبيل المثال، أو تفاعلاتهم مع مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقة الصحفي بمستخدمي صفحاته في موقع التواصل الاجتماعي، وأشكال التواصل السياسي عبر الميديا الاجتماعية، ومصادر المعلومات، والتعددية الإعلامية في شبكة الإنترنت وتطور المعجم اللغوي في النص الصحفي المعاصر، وغيرها من الموضوعات، دون الاستعانة بخدمات المختصين في المعلوماتية؛ فجُلُّ البحوث التي درسناها في عيِّتنا تُستَهْلُ أو تُذَيَّلُ بتوجيه الشكر إلى الفني أو المهندس في المعلوماتية الذي ساعد الباحثين على جمع البيانات الرقمية وجسّد خاصية رؤيتها عبر الرسوم البيانية والخرائط السحابية للكلمات، والأسماء، والمصادر، والصحافيين،... إلخ.

لعل ما سبق ذكره يحفز مراكز البحث في البلدان العربية على استدراك التأخر الملحوظ في تطبيق المناهج "الحديثة" في دراسة الميديا؛ فباستثناء بعض الدراسات التعريفية بها²,

¹ نذكر منها على سبيل المثال: التناص (Intertextuality)، وما بين الميديا (Intermediality)، والعبر ميديا (Trans media)، والتفاعلية (Interactivity)، والوجود في كل مكان (ubiquity)، والآنية الإعلامية (Immediacy)، والقدارة (The Affordance)، والسرنديبية (Sérendipité) وتعني الحصول على شيء دون البحث عليه، وغيرها.

² انظر على سبيل المثال: محجوبة قاقو، "المجتمع الافتراضي وإشكالية تحديد منهج البحث السوسيولوجي: نحو بناء نموذج لدراسة التفاعلات الإلكترونية بواسطة الحاسوب"، مجلة عمران للعلوم الاجتماعية، (الأكاديمية العربية، المجلد الثامن، العدد 29، صيف 2019)، ص 89-113.

والمحاولات القليلة للاستعانة بها لفهم ممارسات الاتصال في البيئة الافتراضية¹، لم يفتح البحث الإعلامي في هذه البلدان على المناهج الحاسوبية والرقمية². وبصرف النظر عن كل الانتقادات التي وُجّهت إلى هذه المناهج مثل، تعزيز ظاهرة "فقاعة التصفية" (Filter Bubble)، و"غرفة الصدى" (Echo Chamber) إلا أنها يمكن لها أن تُقدّم، على الأقل، بعض المؤشرات عن آراء مستخدمي الميديا الاجتماعية في المنطقة العربية في هذه القضية أو تلك المسألة انطلاقاً من آثارهم الرقمية في شبكة الإنترنت، بعيداً عن مراكز استطلاعات الرأي المطعون في استقلاليتها، وتُعرّي حدود التعددية الإعلامية، وتكشف عن "أوهام" الحديث عن التفاعلية في الصحافة العربية في شبكة الإنترنت، وتنقذ بحوث الجمهور ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية من سطحياتها الامتثالية³.

¹- انظر على سبيل المثال:

- Nadia Hachemi Kemouche, Bahia Laradi Alliouche, "La stratégie de contenu digital pour susciter la participation d'une communauté de marque en ligne: "Exploration netnographique", "Revue des sciences Sociale et Humaines, Vol. 21, no. 2, (December 2020): 785-802.

- Sara Berrached, Mohamed Cherchem, "Impact du Bouche à Oreille électronique Sur L'intention D'achat: Cas du Consommateur Algérien: Exploration Netnographique" Revue algérienne d'économie et gestion, Vol. 14, no. 2, (2020): 408-426.

²- توجد بعض الاستثناءات القليلة جداً التي حاولت الاقتراب من هذه المناهج، نذكر منها دراسة عبد الوهاب بوخنفوق، والتي استعمل فيها برنامج (MAXQDA2020) لتحليل النصوص الخاصة بمحتوى مساق: أخلاقيات الإعلام في الجامعات العربية والوقوف على مفرداته ومخرجاته. انظر: "واقع تدريس أخلاقيات الإعلام في الجامعات العربية، مناهج قديمة لبيئة إعلامية جديدة"، بحث غير منشور.

³- بُنيت الدراسة التي قامت بتحليل موقع الصحف الجزائرية في شبكة الإنترنت أنه لا يمكن إسقاط خاصية التفاعلية بمختلف أبعادها على هذه الصحف، وكشف استخداماً لمحرك "أليكسا" (Alexa.com) عن حقائق مذهلة حول متصفحها/قارئها، مثل أن سنّ المستخدمين يتراوح بين 34-64 سنة! وهذا خلافاً للأفكار المسبقة عن عزوف كبار السن عن قراءة الصحف الرقمية لتمسكهم بالطبعة الورقية، بل يثبت عزوف أغلب الشباب عن قراءة هذه الصحف على الويب، وأن قسماً كبيراً من متصفحها يقيم خارج الجزائر، وأن معدل ما يتصفحونه لا يزيد عن أربع صفحات من الصحيفة، والوقت الذي يخصصونه لكل صفحة يتراوح بين دقيقتين و46 ثانية للصفحة!، وأن عدد متصفح موقع صحيفة الوطن، أكبر الصحف الجزائرية الصادرة باللغة الفرنسية، من الإناث أكثر قليلاً من الذكور رغم أن محتواها ذكوري! إلخ...

انظر: نصر الدين لعباضي، "الصحافة الجزائرية في بيئة الويب: إرغاصات التغيير"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، (جامعة الجزائر 3، العدد 6، يونيو/حزيران 2016)، ص 171-193.

منهج تحليل الشبكات الاجتماعية والبحث العلمي

أسماء حسين ملكاوي

عن أبي موسى رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

"المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضاً" وشبك بين أصابعه. (متفق عليه)¹

مقدمة

مرت مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ومنها علوم الاتصال والإعلام، بمراحل عديدة من التطور منذ ظهور تلك العلوم كردّ فعل على التحديات التي أفرزتها الحداثة وحتى هذه اللحظة. وقد أسهم في ذلك مرونتها العالية وقدرتها على التفاعل مع ما يحدث من تحولات على مستوى الفكر والواقع والتأثر به. ويظهر ذلك إذا تتبعنا سلسلة التحولات المنهجية المرتبطة بالنماذج الفكرية التي تلت النموذج الوضعي الذي استندت إليه العلوم الاجتماعية والإعلامية لحظة نشوئها في القرن التاسع عشر، وصولاً إلى الأشكال الحديثة التي انتهت إليها مع ظهور نموذج ما بعد الحداثة، وما بعد الحقيقة، اللذين يُمثّلان عنواناً فكرياً للحظة التي نعيشها، وتعبيراً عن طغيان الرقمنة على مجالات

¹ - البخاري (ت 256 هـ)، صحيح البخاري، الرقم 481.

الحياة كافة، وظهور مستويات معقدة من التواصل الآني والتشبيك على مدار الثانية، لم تشهد البشرية مثلها من قبل.

تركز المناهج التقليدية على دراسة الخصائص الفردية والاجتماعية للفاعلين الاجتماعيين من خلال جمع بيانات أولية بأدوات بحثية، مثل الاستبانة والمقابلة وغيرهما. ومع التحولات الرقمية ظهرت أشكال جديدة من البيانات أُطلق عليها "البيانات الضخمة" التي وضعت الباحثين أمام تحدٍّ لم يعهدوه. ورغم أهمية هذا النوع من البيانات فإن الطرق التقليدية في التحليل والتفسير لا يمكنها أن تتعامل معه، الأمر الذي يتطلب إيجاد طرق وأدوات جديدة، أو تطوير الأدوات التقليدية. وتتضمن البيانات الرقمية الضخمة التي تُنشئها مواقع الإعلام الاجتماعي كثيرًا من الكنوز التي كانت مجرد حلم للباحثين، ففيها معلومات حول المستخدمين ونشاطاتهم، وأفكارهم، وتوجهاتهم، ومنها يمكن استخراج أنماط سلوكياتهم، وتفكيرهم، بما يعين على دراسة المجتمعات وما يدور فيها من أحداث وظواهر اجتماعية وسياسية واقتصادية، وغير ذلك الكثير مما يمكن أن يفيد في كافة أشكال العلوم الاجتماعية والإعلامية وغيرها. لقد قدّم هذا الأمر للعلوم المختلفة فرصًا غاية في الأهمية لتطوير موضوعاتها ومناهجها ومجالاتها البحثية، خصوصًا المجالات المتعددة التخصصات التي أنتج التعاون بين بعضها مبادرات علمية مهمة، أسهمت في تطور العلوم، ومنها تلك الجهود المشتركة بين علماء الاجتماع وعلماء الحاسب الإلكتروني وبرمجياته، التي عملت على تطوير نظرية الشبكات الاجتماعية في شكلها التقليدي ودخولها مجال الشبكات الرقمية، وما رافق ذلك من إبداع برامج خاصة بتحليل الشبكات الاجتماعية لا تتطلب من الباحثين أن يكونوا متخصصين في علوم الحاسب لاستخدامها.

وأصبحت دراسة مواقع الإعلام الاجتماعي هدفًا يسعى إليه الباحثون في المجالات كافة، حتى أولئك الباحثون المتمرسون بالبحث العلمي لفترات طويلة.

وقد جاء التجاوب المنهجي مع التحولات الرقمية الأخيرة وما أفرزته من أشكال حديثة من الظواهر والتفاعلات، سريعًا نوعًا ما في الأكاديميا الغربية، وانصبت الجهود على تطوير المناهج القديمة، أو ابتكار مناهج وأدوات جديدة أفرزها الواقع الجديد، وحولت البيئة الرقمية من موضوع للبحث إلى أداة له، وحققت تلك الأدوات نجاحات كبيرة في فهم الظواهر المرتبطة بالعالم الرقمي، ومراجعة النظريات القديمة، وبناء نظريات لها قدرات تفسيرية أكثر نضجًا مما سبقها. وبدأت تتسرب ببطء شديد إلى عالم الأكاديميا العربية، وببطء أشد إلى قاعات الدرس والمقررات الدراسية لطلبة الجامعات من التخصصات المعنية، وصفحات الدوريات العربية، على حد سواء.

وتهدف هذه الورقة إلى معرفة أهم التحولات الفكرية والواقعية التي استدعت تطوير مناهج جديدة، لاسيما مناهج تحليل الشبكات الاجتماعية، والتعرف على الأسس الإبستمولوجية التي استندت إليها مناهج تحليل الشبكات الاجتماعية، وأدواتها، وتطبيقاتها في مجال العلوم الاجتماعية، ودراسات الاتصال والإعلام على وجه الخصوص، وأساليب نقلها وترويجها في العالم العربي، وعوائق ذلك.

وتعتمد الورقة في مادتها النظرية إلى أهم الأدبيات العلمية وما نُشر في هذا المجال من دراسات ومصادر علمية، فضلًا عن خبرة الباحثة في تطبيق هذه الأدوات الحديثة لإنتاج دراسات علمية في موضوعات الحركات الرقمية في العالم العربي.

وسعيًا لتحقيق هدفها، تناقش الورقة المحاور التالية:

- المستوى الفلسفي: التحولات في الواقع وفي النماذج الفلسفية.

- المستوى النظري: النظريات الاجتماعية والإعلامية ذات العلاقة.

- المستوى المنهجي: المناهج الرقمية ومناهج تحليل الشبكات.

- المستوى التطبيقي: تحليل الشبكات الاجتماعية باستخدام (NodeXL).

1. الأسس الفلسفية للتحول المنهجي في دراسة الشبكات: جدلية الواقع والفكر والمنهج

التشبيك الرقمي: الإنسان شبكي بطبعه

تتمحور فكرة هذه الجزئية من الورقة حول ضرورة الانسجام بين رؤيتنا للواقع (أو الوجود بالمعنى الفلسفي) وما يطاله من تحولات تستدعي طرح سؤال حول الكيفية التي يبدو عليها، وبين رؤيتنا الإستمولوجية لآليات إدراكه، وطرقنا المنهجية العملية لإدراكه بالطرق المنتظمة الرصينة علميًا.

نعيش في واقع تتدفق فيه البيانات الهائلة على مدار الثانية عبر مواقع عدة، منها مواقع الإعلام الاجتماعي المختلفة، وهذا ما تفصح عنه الإحصائيات التي وجدت أن الدقيقة الواحدة يُغرّد فيها نحو 200 ألف مغرد على تويتر، وتُنشر نحو 700 ألف قصة على إنستغرام، وتُرفع 500 ساعة من المحتوى على يوتيوب، وتُرسل أكثر من 21 مليون رسالة نصية، وأكثر من 69 مليون رسالة عبر واتساب وفيسبوك مسنجر، لا بل ربما أكثر من ذلك بكثير وعبر منصات متعددة.

ويتجه سكان المعمورة إلى الشكل الجديد من التشبيك بوتيرة عالية، فمع أن عددهم بلغ 7.89 مليارات نسمة في أكتوبر/ تشرين الأول 2021، فإن منهم 4.88 مليارات مستخدم

للإنترنت، و4.55 مليارات مستخدم نشط على مواقع الإعلام الاجتماعي، أي ما نسبته 58٪ من سكان العالم، هم سكان متشابكون رقمياً بعضهم مع بعض.

وتشير إحصائيات عام 2021 إلى أن مجموع مستخدمي الهواتف النقالة حول العالم بلغ 5.29 مليارات، وأن مستخدمي الإنترنت بلغ 4.88 مليارات، أي ما يقارب 62٪ من إجمالي عدد سكان العالم، أما مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي النشطون فقد تجاوز نصف السكان وبلغ أكثر من 4.55 مليارات مستخدم¹.

لا يمكن تصور أن ينتج البشر هذا الكم الهائل من البيانات دون أن يتأثروا بها، ويؤثروا فيها، وأن يكون لها تبعات على المستويات الإدراكية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها. فمن البديهي القول إن كل ذلك وغيره أدى إلى تغير في طبيعة إدراكنا للعالم من حولنا، وفي طبيعة المفاهيم التي نستخدمها لوصف عوالمنا وتجاربنا المختلفة، وفي طبيعة تواصلنا وتفاعلنا وتشابكنا في سلاسل لانهاية من العلاقات الرقمية.

ورغم أن التشابك والتشبيك وتكوين الشبكات الاجتماعية ليس أمراً حديثاً، فإن مفهوم الشبكة الاجتماعية يعود إلى بدايات القرن العشرين، إلا أن التمازج الاجتماعي للشبكة النابع من حقيقة أن الإنسان كائن اجتماعي لا يمكنه العيش بمفرده؛ يعود إلى بدء الخليقة، وطالما أن الأمر كذلك فإنه لا محالة كائن تفاعلي تربطه بمن حوله سلاسل لانهاية من العلاقات الاجتماعية، وهذا كله يجعله كائناً شبكياً من جهة إنتاجه لشبكات مختلفة الأشكال من العلاقات الاجتماعية بكافة أنواعها ومصادرها ومضامينها وغاياتها.

¹ - "Digital 2021 October Global Statshot Report," Datareportal, October 21, 2021, "accessed December 10, 2021". <https://bit.ly/3hIybOB>.

نحن، إذن، أمام مفهوم جديد للمجتمع، ومفهوم جديد للتشبيك، وللتواصل، والتفاعل، والعلاقات الاجتماعية. وسواء أعجبنا ذلك أم لا، فإن الواقع يفرض نفسه في نهاية المطاف. ورغم هذا التحول المبهر لشكل العلاقات الاجتماعية التي تَحْدُث على الإنترنت، فإن علينا ألا نغفل عما تتلبسه من مخاوف وقلق. ولئن كانت الجاذبية المعيارية التي تتميز بها هذه العلاقات طوعية وسلسلة وعابرة، فإنها لا تعين وفق بعضهم على تثبيت الترابط البشري المتجسد بعمق في مفهوم المجتمع التقليدي. وهذا النقاش أكثر ما يكون في المجتمعات الغربية التي أسهمت فيها المجتمعات التقليدية في بناء المجتمع المدني والدولة الحديثة¹.

وينظر الباحثون في العلوم الاجتماعية عمومًا إلى الأمر من زاوية أنهم ملكوا القدرة على دراسة المجتمع بطريقة جديدة، فها هم البشر أمام إمكانيات غير مسبوقة للتواصل والتفاعل، وها هم الباحثون يرقبون بفرح غامر وجود هذه الأعداد الهائلة من الأفراد المتواصلين فيما بينهم، ويكوّنون جماعات نقاشية، ويتحدثون في نقاشات يومية حول جميع قضاياهم الحياتية، ويتأثرون بعضهم ببعض.

هذا النقاش الجاري على مواقع التواصل الاجتماعي هو الصفقة الرابحة لجميع الأطراف، وخاصة لمواقع الإعلام الاجتماعي التي تتعامل بعقلية تجارية خالصة مع الأمر، فكلما زاد التفاعل بين الناس على مواقعهم زادت قدرتهم على تطويع خوارزمياتهم وفقًا لرغبات المحتوى الذي يستهلكه المتفاعلون، ووفقًا لخصائصهم الاجتماعية التي أمكن رصدها بسهولة من خلال تقنيات فائقة الذكاء.

¹ - Elaine J. Yuan, "A culturalist critique of 'online community' in new media studies," New Media & Society, Vol. 15, Issue. 5, (2012): 665-679.

وهكذا، فإن التفاعلات والعلاقات الاجتماعية تمثل جوهر نجاح مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن الخصائص السوسولوجية لوسائل الإعلام الاجتماعي تعتبر سبباً مهماً في نجاحها. وعلى ضوء كل ما سبق، أصبح المختصون المهتمون بالمجتمعات يُعَيرون اهتمامهم إلى جوانب أكثر انسجاماً مع هذه التغيرات، ويعتبرون أن قوة العلاقة وطبيعتها بين الأفراد، أو المشاعر المكثفة من التعاطف، والصداقة الحميمة، والدعم الذي لاحظوه بين الناس على الإنترنت، أهم من عامل القرب المادي¹.

ومن جانب آخر، أدى هذا الفيض اللانهائي من البيانات على مدار الثانية إلى إغراق البشرية بحمل زائد من البيانات التي لا يمكن للعقل البشري استيعابها والتعامل معها، كما أن الخوارزميات أصبحت تتحكم في جزء كبير من هذه البيانات؛ تخفيها أو تروّجها وفقاً لأجندات أيديولوجية يفرضها أصحاب المواقع، وأكثر من تأثر بهذا الشكل من الاستبداد الرقمي الحديث نحن العرب عندما نتحدث عن قضايانا السياسية والأخلاقية. وبسبب الجدالات اللانهائية على تلك المواقع، وتبني كل مستخدم لموقفه الخاص، والقدرة على فبركة الوقائع والأحداث والمواقف، دخلت الحقيقة باعتبارها قيمة عليا في نفق مظلم، جعل البعض يتحدث عن مرحلة فكرية جديدة أُطلقت عليها "ما بعد الحقيقة". فكيف نفهم ذلك وندركه على المستوى الإبستمولوجي، ولهذه المواقع قدرة على خلق واقع مغاير في كثير من الأحيان؟ إذا كان الأمر كذلك، فإنه يلزم فهم هذه الظاهرة من داخلها، ولا نكتفي بالوصف والنقد السطحي. ولذلك فإن رصد الظاهرة وتحليلها ونقدها يحتاج إلى أدوات بحثية جديدة على المستوى المنهجي.

¹ - Jenny Preece, Diane Maloney-Krichmar, "Online communities: Design, theory, and practice," Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 10, Issue. 4, (2005): 2.

يؤكد تتبُّع تاريخ تطور المعرفة العلمية أن المناهج العلمية، لاسيما في مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية، تتطور وفقاً للتحويلات التي تحدث في مجالات الفكر والواقع، أي مع التحويلات النماذجية التي تحدث في إطار الفكر والفلسفة، وكذلك التحويلات في الواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي الذي تعيشه المجتمعات. ولا يخفى أن التحويلات النماذجية من الوضعية إلى البنائية التأويلية، إلى النقدية والنفعية، وإلى النقدية وما بعد الحداثة؛ أسهمت بشكل كبير في تطوير مناهج وأدوات بحثية جعلت دراسة الظاهرة الاجتماعية والإحاطة بها من أبعاد ومستويات تحليلية عديدة أمراً ممكناً. وهذا يحسب للجهود العظيمة التي بذلها العلماء في سبيل تمكين الباحثين من فهم عالمهم الاجتماعي. وإذا كان بعض الباحثين قد توقف عند مناهج تعكس مرحلة تاريخية ما، فإن هذا لا يعني قصوراً في العلم، وإنما قصوراً في المؤسسات العلمية والباحثين. ولطالما لعبت تلك التحويلات في الواقع على ظهور نماذج فكرية جديدة تحمل دوراً في تحفيز العمل على تطوير نظريات ومناهج وأدوات بحثية جديدة، ولا يسع المجال هنا للتوسع في ذلك، وكل ما يمكن قوله الآن، أن هناك تحولات واقعية وفكرية تستدعي تحولات منهجية، وقد تكون تلك المناهج تطويراً لمناهج قديمة أو اختراعاً لمناهج جديدة كلياً. ورغم كونها إفرازاً لنموذج فكري استدعته الطرق المختلفة لفهم الواقع، فإنه يمكن الاستفادة منها في سياقات ثقافية مغايرة، ذلك أن الأدوات البحثية تختلف عن النظريات التي تفسر الظواهر الاجتماعية والإعلامية، وهذه النظريات خاضعة للنقد والتجريب والتطوير والتعديل بأي أدوات بحثية كانت.

تعد مناهج تحليل الشبكات الاجتماعية منهجاً قديماً تم تطويره ليتلاءم مع الواقع الجديد، فلم تكن الرقمنة سبباً في ظهور الشبكات الاجتماعية، فتلك الأخيرة سمة لصيقة بالإنسان

في طبعه، فإذا صحت مقولة أن الإنسان مدني بطبعه، فهو شبكي بطبعه كذلك. وهذه الميزة البشرية في التشبيك التي ينشأ عنها بنى وهياكل ظاهرة وخفية؛ كانت مثار اهتمام الكثير من العلماء والمختصين من مشارب علمية مختلفة، فهناك ثلاثة من التقاليد العلمية على الأقل، كانت أساسًا لظهور نظرية الشبكات الاجتماعية في علم الاجتماع لاحقًا. وهي تقاليد علم النفس الاجتماعي الذي اهتم بدراسة القياسات الاجتماعية (sociometrics)، والأنثروبولوجيا التي اهتمت بدراسة شبكات علاقات القرابة في المجتمعات التقليدية، والرياضيات التي اهتمت بدراسة نظرية الرسوم (Graph Theory). وقد طور علماء الاجتماع نظرية الشبكات الاجتماعية عن تلك التقاليد ودرسوها من منظورين: استنباطيًا من خلال المنظور الشكلي، معتبرين أن للشبكات هياكل ثابتة وهادفين إلى دراسة طبيعة تشكّلها، واستقرائيًا من خلال المنظور العلائقي، معتبرين أن الشبكة ما هي إلا مجموع ما يتشكّل فيها من علاقات وما ينشأ عنها من محتوى. ومع الرقمنة، وفي عصر شيوع فلسفات ما بعد الحداثة والحداثة السائلة، وما بعد الحقيقة، ظهرت الشبكات الاجتماعية كواقع جديد اعتبر فتحًا جديدًا يبشر بإمكانيات هائلة في المجالات الاجتماعية والإعلامية. وقد تمكن تعاون علماء الاجتماع مع مطوري ومهندسي الحاسب الآلي من تقديم أدوات بحثية تقنية تتعامل مع بيانات الجيل الثالث (البيانات الضخمة التي تنشأ عن مواقع الشبكات الاجتماعية).

كان الباحثون يعتمدون في الجيل الأول من البيانات على ما تقدمه الحكومة والمؤسسات الرسمية من إحصائيات وتقارير ويكتفون بها، ثم مع تطور علوم الاجتماع والإنسان، تمكن الباحثون من جمع البيانات الأولية ميدانيًا من خلال أدوات البحث التقليدية، مثل الاستبانة والمقابلة والحلقات النقاشية، وهذا هو الجيل الثاني. أما الجيل الثالث الذي نحن

بصدده فهو شكل آخر من البيانات التي لا يمكن جمعها بالطرق التقليدية، ويقدم بيانات غزيرة وغنية في مختلف المجالات البحثية، بطريقة طوعية، ويمكن الآن للباحثين جمعها وتصنيفها وتحليلها وتصويرها وتوثيقها من خلال أدوات بحثية رقمية حديثة.

البيانات الضخمة وأبحاث العلوم الاجتماعية: الفرص والتحديات

يشير مصطلح البيانات الضخمة (Big Data) إلى البيانات الهائلة ذات البنية الكبيرة والمتنوعة والمعقدة، مع صعوبات في التخزين والتحليل والتصوير لمزيد من العمليات أو النتائج. وتسمى عملية البحث في كميات هائلة من البيانات للكشف عن الأنماط الخفية والارتباطات السرية؛ تحليل البيانات الضخمة، التي تتولد من التبادلات التي تحدث على الإنترنت، سواء من خلال البريد الإلكتروني أو الأفلام المسجلة، أو الصوتيات، أو الصور، أو دفع النقرات، والسجلات والمنشورات واستعلامات البحث، والسجلات الصحية، وتفاعلات الشبكات الاجتماعية، والبيانات العلمية، وأجهزة الاستشعار والهواتف المحمولة وتطبيقاتها. ويتم تخزينها في قواعد بيانات سريعة النمو، أصبح من الصعب التعامل معها بأدوات وبرامج قواعد البيانات التقليدية¹.

وتساعد هذه المعلومات الشركات والمنظمات على تحصيل رؤى أكثر ثراء وعمقاً، وميزات أكثر تقدماً. ولهذا تحتاج تطبيقات البيانات الضخمة إلى الدقة عند التحليل والتنفيذ، وتمثل فرصة كبيرة للباحثين في جميع المجالات، خاصة في العلوم الاجتماعية، ذلك أن مناهج البحث الاجتماعي التقليدية (الكمية والكيفية) تعتمد بشكل أساسي على جمع البيانات الأولية من المجتمعات المدروسة وأفرادها، وهذا يتطلب كثيراً من التخطيط المسبق لضمان

¹- Seref Sagiroglu, Duygu Sinanc, "Big data: A review," International Conference on Collaboration Technologies and Systems, (2013): 42-47.

الوصول إلى عينة ممثلة، ثم توزيع الاستبانات وتلقي الإجابات ثم تحليلها، وهذا يأخذ وقتاً طويلاً، وربما يستهلك الجزء الأكبر من وقت البحث وجهده وميزانيته، أو أن الباحث في البحث النوعي يحتاج للوصول إلى عينة قصدية ذات معلومات غنية توافق على مشاركته خبراتها وتجاربها في الموضوع مجال البحث، وهذا أيضاً يتطلب كثيراً من التواصل والانتظار والوقت والجهد. ثم بعد ذلك على الباحث أن يوضح محددات البحث وصعوباته التي واجهته أثناء مسيرته البحثية، وعادة ما تكون عسيرة الحل، كأن يبحث في مجتمعات بعيدة، أو مختلفة ثقافياً، أو لا يملك الميزانية الكافية لتوسيع حجم عينته، وغيرها.

وتتيح البيانات الضخمة للباحث الاجتماعي بيانات ذات حجم كبير وغني، يقدمها مستخدمو الإعلام الاجتماعي طوع إرادتهم، ودونما تكلف أو طلب من أحد، ويتحدثون في مختلف موضوعات الحياة، التي تهم شريحة واسعة من الباحثين في التخصصات العلمية المختلفة.

وتعتبر بيانات الإعلام الاجتماعي أحد أشكال البيانات الضخمة التي خضعت لكثير من العمل لتكون صالحة للبحث العلمي، وظهرت كثير من الجهود البينية والمتعددة التخصصات، لاسيما في مجالي الحاسوب والعلوم الاجتماعية، لتمكين الباحثين من جمع البيانات وتحليلها وعرضها، فأصبحت المجتمعات الرقمية تحتاج مناهج رقمية كذلك، فانتقلنا من رقمنة المجتمعات إلى رقمنة علوم المجتمعات.

وتهتم العلوم الحديثة اليوم بالبيانات الضخمة وتحليلها، وقد امتاز العقد الأخير بظهور استراتيجيتين بحثيتين مهمتين في هذا المجال: تصوير المعلومات (Information Visualization)، وتحليل الشبكات (Network analysis). ولهاتين الاستراتيجيتين

تاريخ طويل في العلوم الطبيعية، ولكن بدأت بالانتشار لخدمة أغراض البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وظهرت لتسهيلها مجموعة من التطبيقات والبرامج الحاسوبية التي يمكن استخدامها دون الحاجة إلى مهارات تقنية متعمقة، ليس لغايات جمع البيانات وتحليلها فحسب، وإنما لتوليد البيانات الضخمة من خلال إنشاء منصات يعيش من خلال الأشخاص العاديون حياة اجتماعية يمكن تتبعها، ومراقبة الأنماط السلوكية من خلال جمع أنشطتهم واتصالاتهم وحفظها، وتحليلها¹.

تتجه العلوم الاجتماعية والإعلامية إلى دراسة الإعلام الاجتماعي باعتباره موضوعاً يخضع للبحث والتحليل، مثل تأثيره على مجمل نواحي الحياة السياسية والاقتصادية والنفسية والإعلامية، ولكن أصبح هناك من يدرسه باعتباره أداة من أدوات البحث العلمي. وهنا، يتم التعامل مع مواقع الإعلام الاجتماعي كأدوات لجمع البيانات وتحليلها.

وتُعد مواقع الشبكات الاجتماعية (Social Network Sites) أحد أبرز مصادر البيانات الضخمة، ذلك أنها في جوهرها خدمات قائمة على الإنترنت تتيح للأفراد أولاً: إنشاء ملف تعريف عام أو شبه عام ضمن نظام محدود. ثانياً: تبيان قائمة بالمستخدمين الآخرين الذين يشاركونهم بعلاقة أو ارتباط. ثالثاً: عرض واجتياز قائمة الاتصالات الخاصة بهم، وتلك التي وضعه بها الآخرون داخل النظام. وقد تختلف طبيعة وتسميات هذه الاتصالات من موقع إلى آخر. وما يميز مواقع الشبكات الاجتماعية ليس تمكين المستخدمين من اللقاء بالغرباء، ولكن تمكينهم من تشكيل وإظهار شبكتهم الاجتماعية².

¹ - Almila Akdag Salah, et al., "Combining Cultural Analytics and Networks Analysis: Studying a Social Network Site with User-Generated Content," Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol. 57, Issue. 3, (2013): 411.

² - Danah M. Boyd, Nicole B. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 13, (2007): 210-230.

ويقترح باحثون لتجاوز تحديات معالجة أعداد هائلة من البيانات أن يجري التعاون بين علماء الاجتماع وعلماء الطبيعة. ذلك بأن هذا النوع من البيانات محط اهتمام العلماء في كافة التخصصات، إلا أن علماء الاجتماع يفتقرون إلى الأدوات والخبرة المطلوبة لإجراء بحث على بيانات ذات مدى واسع (large scale datasets)، بينما علماء الطبيعة يفتقرون إلى الأهداف البحثية لعلماء الاجتماع في استكشاف مواقع الشبكات الاجتماعية للبحث في الظواهر الاجتماعية. حالياً، عادة ما يكتفي علماء الاجتماع بأجزاء صغيرة من الشبكات (تتضمن عدة آلاف من المستخدمين)، أو يلجؤون إلى طرق البحث التقليدية، عوض تمكين أنفسهم من التعامل مع الأدوات التقنية المناسبة لدراسة البيئة الرقمية¹.

2. المستوى النظري: مراحل التطور النظري والمنهجي لتحليل الشبكات الاجتماعية

ظهرت أساليب تحليل الشبكات الاجتماعية قبل نحو ثمانين عاماً، واهتمت بالكيفية التي يتفاعل بها الفاعلون الاجتماعيون مع من حولهم ويتأثرون بعضهم ببعض، أي "بنية الفعل الاجتماعي"، وذلك بعد وقت طويل من اهتمام البحوث التقليدية بدراسة السلوك الفردي وخصائص الأفراد. وكانت هذه الأساليب سائدة في الثلاثينيات إلى منتصف ستينيات القرن الماضي، وكانت تهتم بجمع بيانات فردية من عينة عشوائية بعد نزع أفرادها من سياقهم الاجتماعي وإهمال دراسة ما يدور بينهم من أشكال مختلفة للتواصل والتفاعل. ولذلك أصبحت دراسات تحليل الشبكات الاجتماعية جزءاً أساسياً من الدراسات البنوية (structural approach)، التي تركز على دراسة التفاعلات الاجتماعية والروابط العلائقية أو البنية الاجتماعية للفاعلين، وانعكس ذلك على فهم أعمق للظاهرة

¹ - Almila Akdag Salah et al., "Combining Cultural Analytics and Networks Analysis: Studying a Social Network Site with User-Generated Content," Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol. 57, Issue. 3, (2013): 409-426.

الاجتماعية. ومن ثم، فإن البيانات التي تُجمَع بهدف دراسة سمات الأفراد وخصائصهم تختلف عن تلك البيانات التي تُجمَع بهدف دراسة البنية الاجتماعية للفاعلين في الظاهرة الاجتماعية (الشبكة الاجتماعية)، ففي الأولى نجمع بيانات خاصة بالسمات الفردية (Attribute data)، وفي الثانية نجمع بيانات خاصة بالعلاقات الاجتماعية (Relational data). كما أن بحوث الشبكات الاجتماعية تعتمد بشكل كبير على الرسومات (graph Imagery)، فنجد أن الفاعلين يتم تمثيلهم بنقاط، والروابط التي تظهر بينهم بخطوط قد تكون موجهة أو غير موجهة¹.

ومن ثم يمكن القول: إن منهج تحليل الشبكات الاجتماعية هو تحليل ودراسة البنية أو الهيكل انطلاقاً من حقيقة أن لنمط الروابط الاجتماعية التي يندمج فيها الفاعلون عواقب مهمة على الفاعلين، وأول من تحدث عن تلك البديهيّات البنيوية هم علماء الاجتماع، ومنهم أوغست كونت (Auguste Comte) وإميل دوركايم (Émile Durkheim) وهربرت سبنسر (Herbert Spencer)، عندما اهتم لينتون فريمان (Linton C. Freeman) بتتبع تاريخ الاهتمام بدراسة الشبكات الاجتماعية وطرق تحليلها في كتابه² "تطور تحليل الشبكات الاجتماعية: دراسة في علم اجتماع العلم". ولتسهيل استيعاب المسألة، سأعرض هذا التاريخ على شكل خط زمني:

جدول (1): الخط الزمني لتطور دراسة الشبكات الاجتماعية

السنوات بالعقود	أبرز التطورات
-----------------	---------------

¹- Mingxin Zhang, "Social Network Analysis: History, Concepts, and Research," in Borko Furht (ed.) Handbook of Social Network Technologies and Applications (Boston, MA: Springer, 2010), p 6.

²- Linton C. Freeman, The Development of Social Network Analysis: A Study in The Sociology of Science (Canada: Empirical Press, 2004).

نهاية 1800	رواد نظرية الشبكات الاجتماعية: إميل دوركايم، تنشأ الظاهرة الاجتماعية عندما يتفاعل الأفراد. فرديناند تونيز (Ferdinand Tönnies)، الجماعات الاجتماعية تربط الأفراد الذين يتشاركون القيم والمعتقدات.
1900	جورج سيميل (Georg Simmel)، أول من فكّر مباشرة في مفاهيم الشبكات الاجتماعية في كتابه (On Individuality and Social Forms) عام 1908.
1920	روجر براون (Roger Brown)، أول من استخدم مفهوم الشبكة الاجتماعية عندما قال إن البنية الاجتماعية شبيهة بالشبكة. جماعة هارفارد بقيادة لويد وارنر (Lloyd Warner) وإلتون مايو (Elton Mayo) قدمت دراسات حول البنية الاجتماعية.
	دراسات جاكوب ليفي مورينو (Jacob Levy Moreno) حول قياس العلاقات الاجتماعية (sociometry)، فقد مهدت هذه الطريقة للتحليل الكمي للشبكات الاجتماعية، وتمكن مورينو من التسجيل المنتظم وتحليل العلاقات الاجتماعية في المجموعات الصغيرة، مثل الصفوف الدراسية ومجموعات العمل، وهو أول من استخدم مفهوم "شبكة" بالمعنى المستخدم حاليًا، وذلك عام 1934. وفي 1938 تضمنت أعمال مورينو بمساعدة هيلين جينينغز (Helen Jennings) وبول لازرسفيلد (Paul Lazarsfeld) جميع السمات الأربع التي تحدد تحليل الشبكة الاجتماعية المعاصرة.
1940-1960	تعد الأربعينيات وبعض ستينيات القرن الماضي بمثابة العصور المظلمة في تحليل الشبكات الاجتماعية وفق ليتتون فريمان. فلم يكن هناك منهج معترف به للبحث الاجتماعي الذي يمثل النموذج البنوي، وكان تحليل الشبكات الاجتماعية منهجًا غير ممكن التحديد، سواء كمنظور نظري أو كمنهج في جمع وتحليل البيانات، إلا أن جهودًا نظيرية معتبرة في مجالات علم النفس والأنثروبولوجيا والرياضيات درست موضوعات ساهمت لاحقًا في تعزيز فهم ودراسة وتحليل الشبكات الاجتماعية على النحو الذي يظهر في العقود التالية.
1940	علماء النفس: تم تعريف الزمرة/ العصابة (clique) بشكل رسمي.
1950	الأنثروبولوجيا: جون بارنز (John Barnes) وهيلين بوت (Helen Bott) ومدرسة مانشستر (Manchester school).
1960	تعد الستينيات والسبعينيات بداية عصر النهضة في حقل الشبكات الاجتماعية وفق فريمان:

<p>- حسابات القرابة لكلايد ميتشل (Clyde Mitchell).</p> <p>- تأسيس فرانك هاراري (Frank Harary) لنظرية الخريطة (graph theory) وصدور الكتب والبحوث حولها.</p>	
<p>1970</p> <p>مجموعة هاريسون وايت (Harrison White) في جامعة هارفارد، وبروز علماء الاجتماع وتأسيسهم لحقل جديد في تحليل الشبكات (مجلات ومؤتمرات ومؤسسات...). في 1973 بحث مارك غرانوفيتز (Mark Granovetter) في قوة العلاقات الضعيفة (The strength of weak ties)، وما زال بحثه واحدًا من الأكثر البحوث استشهادًا بها في حقل العلوم الاجتماعية.</p> <p>في نهاية عقد السبعينيات أصبح تحليل الشبكات الاجتماعية حقلًا معترفًا به عالميًا بين علماء الاجتماع.</p>	
<p>1980</p> <p>في مجال الحوسبة: ظهور برامج الشبكات من شركة "آي بي أم" على الأجهزة الحاسوبية.</p> <p>وفي مجال العلوم الاجتماعية، اقترح مارك غرانوفيتز مفهوم التضمين (embeddedness)، وأن عملية الاقتصاد جزء لا يتجزأ من البنية الاجتماعية.</p>	
<p>1990</p> <p>- إصدار (UCINET IV) من قبل (Pajek) كأول حزمة برامج لتحليل الشبكات الاجتماعية.</p> <p>- انتشار الشبكات والتفكير الثنائي (Dyadic Thinking).</p> <p>- بروز نظرية رأس المال الاجتماعي (Social Capital)، مما جذب انتباه العلماء من مجالات أخرى كالسياسة والاقتصاد وعلوم الإعلام والاتصال وغيرها.</p> <p>- كتاب الثقوب البنوية لرولاندي بيرت (Roland Burt) حول قوة الروابط الاجتماعية.</p> <p>- نظرية الموارد الاجتماعية (social resources) لعالم الاجتماع لين نان (Lin Nan)، درس فيها تحليل الشبكات الاجتماعية من منظور رأس المال الاجتماعي.</p>	
<p>العلوم الحديثة:</p> <p>- نظرية الشبكات الخالية من المقاييس (Scale free).</p> <p>- نظرية العالم الصغير (Small World)، كل شخص لديه ارتباط غير مباشر من خلال مجموعة صغيرة من الوسطاء مع أي شخص آخر في العالم.</p>	<p>2000</p>

المصدر: الباحثة بالاستناد إلى Linton C. Freeman 2004

نظريات الشبكات الاجتماعية

يرى البعض أن الشبكات الاجتماعية ليست في جوهرها نظرية في العلوم الاجتماعية، وإنما طريقة/ منهج في تحليل البنى الاجتماعية، ولذلك عادة ما يُطلق عليها "التحليل البنيوي"¹، بينما يرى آخرون أن النظريات الخاصة بالشبكات الاجتماعية لم ترق إلى المستوى المطلوب، ذلك بأن تحليل الشبكات الاجتماعية ذاته لا يتطلب وجود نظرية، إلا أنه لا بد من تأطير العمل في الشبكات الاجتماعية بنظريات تعين على الفهم². ورغم أن التنظير للشبكات الاجتماعية كان ضعيفاً إلى حد كبير، فإن كثيراً من الكتابات النظرية تمحورت حول مفهوم الشبكة وعناصرها.

بعد أن حدد المستوى التحليلي للشبكات في المستوى المتوسط (الميزو)، أي الذي يقع بين المستوى الضيق (المايكرو) الذي يمثل الأفراد، والمستوى الواسع (الماكرو) الذي يمثل المؤسسات، وأكد أنه لا توجد نظرية واحدة للشبكات الاجتماعية وإنما نظريات عديدة، قدّم ماركوس غامبر (Markus Gamper) في مؤلفه "نظريات الشبكات الاجتماعية: نظرة عامة"³، مجموعة من النظريات التي تصلح للتحليل الشبكي، سنسردها بشكل مختصر بالاعتماد على هذا المصدر، ويمكن الرجوع إلى الكتاب للحصول على مزيد من التفصيل، وسأورد مراجع خاصة بكل نظرية في الهوامش للراغبين بالاستزادة من المراجع الأصلية.

¹- Zhang, "Social Network Analysis: History, Concepts, and Research, p 3.

²- John Scott, "Social network analysis: Developments, advances, and prospects," Social Network Analysis and Mining, Vol. 1, Issue. 1, (2011): 24

³- Markus Gamper, "Social Network Theories: An Overview," in Andreas Klärner et al., (eds) Social Networks and Health Inequalities: A New Perspective for Research (Switzerland: Springer, 2022).

صنف غامبر نظريات الشبكات الاجتماعية إلى صنفين: النظريات الكبرى (grand theories)، وهي التي تتضمن بيانات عامة وأدلة واسعة النطاق، والنظريات المتوسطة المدى (middle-range theories)، وهي التي تهتم بمجالات بحثية حصرية، ولا تعني بالحياة اليومية للأفراد، ووضع الشبكات في مستوى التحليل المتوسط، لكونها تقع بين العمل الفردي (المستوى الجزئي) وبنية المؤسسات (المستوى الكلي). لكن، أعتقد أن هذا المستوى ينطبق على الشبكات التقليدية البسيطة، أما شبكات البيانات الضخمة فإنه يمكن تحليلها على المستويات الثلاثة السابقة كلها، وذلك يرجع إلى الهدف الذي يريد الباحث التركيز عليه. وسيتم توضيح ذلك في الجزء الرابع من هذه الورقة عند الحديث عن منهج تحليل الشبكات الاجتماعية لبيانات الإعلام الاجتماعي.

أولاً: النظريات الكبرى لبحوث الشبكات

يُعد جورج سيميل (1858 - 1918) أول من تحدث عن الشبكات من خلال تناوله مفهوم الدوائر الاجتماعية، الذي يعني بها التكامل العلائقي في الشبكات الاجتماعية، حيث يجد الإنسان فيها نفسه منذ الولادة، كحلقات الأسرة والقبيلة. وتمتاز هذه الدوائر بقوتها وقربها وممراتها القصيرة والثقة العالية، في حين هناك الدوائر العقلانية التي تمثل الاتصالات التجارية والشراكة. وتشكّل فردانية كل شخص من خلال ارتباطه بالدوائر المختلفة، وهكذا فقد حدد سيميل السمات الهيكلية الأولى التي يمكن أن تستخدم في تحليل الشبكة.

ويُعد العالم الإثنولوجي النمساوي سيغفريد نادل (Sigfried Nadel) (1903 - 1956) منظرًا آخر للعلاقات الاجتماعية من خلال تمييزه بين الدور والعلاقة والبنية

الاجتماعية. ويدرس نادل في كتابه "نظرية البناء الاجتماعي"¹ الأدوار التي تنشأ من خلال التفاعل بين الفاعلين، وتعد إحدى نتائج الشبكة، ولأنها متعلقة بالأعراف الثقافية فإنها عادة ما تكون ثابتة، مثل الصداقة، والأمومة.

وقد لعبت الشبكات دورًا محوريًا في تحليل عالم الاجتماع الألماني نوبرت إلياس (Nobert Elias) (1897-1990) للأفراد الذين يعتمدون على بعضهم بعضًا ويؤثرون في التفاعل الاجتماعي وفي الفاعلين الاجتماعيين ذاتهم. ويذكر إلياس في كتابه² "أن تصرفات الناس وميولهم تدفعهم للتوجه نحو بعضهم بعضًا وللارتباط بطرق شديدة التنوع، وينشأ عن ذلك شبكات من الاعتماد المتبادل، أو أشكال متنوعة تتميز بتوازن قوى متنوعة. ويكون الفاعلون في هذه الحالة مستقلين نسبيًا، ولكنهم متشابكون مع الآخرين منذ الولادة في مجموعات من القوة والتبعية".

أما هاريسون وايت (Harrison White) (1992-2012) فيرى أن الهوية الاجتماعية للفرد ليست معطى مفروغًا منه، وإنما يتم بناؤها في الشبكات الاجتماعية، فهي لا تُمنح وإنما يتم التفاوض عليها مع بقية الفاعلين في شبكة ما. والهويات عنده لا تستقر إلا إذا اعترف بها الآخرون وتعرفوا عليها، ولذلك فإن الفاعلين الاجتماعيين يضعون أنفسهم في علاقات مع الآخرين لمحاولة بناء هوياتهم والحفاظ على استقرارها. وهذه البنى متحركة، وتتكون مما يسمى قصصًا يتم مشاركتها، ومن خلال تبادل الخبرات التي يرويها الفاعلون ويشاركونها مع الآخرين³.

¹ Siegfried Frederick Nadel, The theory of social structure (Routledge, 1957).

² Norbert Elias, The collected works of Norbert Elias (University College Dublin Press, 2014), 15.

³ Harrison White, Identity and control: How social formations emerge (Princeton University Press, 2012), p 20.

ثانيًا: النظريات متوسطة المدى

تقع هذه النظريات في مستوى تحليلي متوسط، أي بين بنية المجتمع الكبرى والعلاقات البين-شخصية، وهي نظريات تفسيرية قائمة على أساس تجريبي، ويمكن في بعض الحالات تصنيفها ضمن النظريات الكبرى، وقد تكون مفيدة في تطوير الفرضيات أو في تفسير نتائج البحث ووصفها. وسنشير في هذه الجزئية إلى بعض المفاهيم المرتبطة بالنظريات متوسطة المدى.

- نظرية قوة الروابط الضعيفة (The strength of weak ties): ميّز مارك غرانوفيتز في بحثه "قوة الروابط الضعيفة"¹ بين نوعين من العلاقات وفقا لشدتها: علاقات قوية، وعلاقات ضعيفة، والفرق بينهما يعود إلى مزيج من: مقدار الوقت، والشدة العاطفية، والألفة (الثقة المتبادلة)، والخدمات المتبادلة. وتمتاز العلاقات القوية بالتبادل بالمثل، وكثافة عالية بالاتصال، وقوة العاطفة والألفة، والثقة، بينما تمتاز العلاقات الضعيفة بأنها فضفاضة، ذات وتيرة اتصال منخفضة، وعاطفة منخفضة كذلك. ورغم أهمية العلاقات القوية فإن غرانوفيتز تمكّن من إظهار فوائد العلاقات الضعيفة؛ فهي تختزل المسافات في مسارات جديدة وتُمكن من الولوج إلى معلومات ومصادر خارج إطار البيئة الاجتماعية المتينة، ذلك بأن تلك العلاقات الضعيفة تمكن من بناء الجسور مع جماعات أخرى تحمل توجهات سياسية واجتماعية مغايرة.

وتُعد مقالة غرانوفيتز من أكثر المقالات استشهادًا بها في العلوم الاجتماعية، وقد أسهمت في تحفيز التفكير ودفعت للاهتمام بمؤشرات الشبكات الاجتماعية التي تعكس مركزية

¹ - Mark Granovetter, "The strength of weak ties," American Journal of Sociology, Vol. 78, Issue. 6, (1973):1360-1380.

الفرد في الشبكة، مثل مركزية الدرجة (Degree centrality)، والمركزية البينية (Betweenness centrality)، ومركزية القرب (closeness centrality)، ومركزية المتجه الذاتي (Eigenvector centrality) وهذه مقاييس يتم استخدامها لقياس خصائص الشبكة والمؤثرين فيها.

- نظرية الثقوب الهيكلية (Structural Holes): توجد الثقوب الهيكلية في الشبكات الاجتماعية وفق رولاند بيرت، عندما يغيب الاتصال أو الارتباط المباشر بين كيانين أو أكثر، أي أن هذه النظرية تهتم بالمساحة الفارغة بين جهات الاتصال في شبكات الأشخاص أو المنظمات أو الكيانات المختلفة. وتعني أن أصحاب جهات الاتصال هذه لا يتفاعلون عن قرب رغم معرفة بعضهم ببعض. ويتعرض الفاعلون على جانبي الثقب الهيكلية إلى تدفقات مختلفة من البيانات، وعليه فإن الثقوب الهيكلية تعكس فرصة للتوسط في تدفق المعلومات بين الناس، والتحكم في المشاريع التي تجمع الأشخاص من الجانبين المعاكسين للحفرة. فالهدف من هذه النظرية هو تفسير كيفية الاستفادة من المنافسة في الشبكات الاجتماعية والعلاقات المتقاطعة بينها¹.

- نظرية التماثل (Homophily): التماثل أو حب المثل، هي قاعدة في الشبكات الاجتماعية، ترى أن العقد في الشبكة تميل إلى الارتباط مع غيرها من العقد التي تحمل الخصائص ذاتها²، أي بعبارة أخرى "الطيور على أشكالها تقع". هذا المفهوم وضعه بول لازرسفيلد وروبرت ميرتون (Robert K. Merton) في العام 1954، وقد ميّز بين

¹ - للمزيد عن نظرية الثقوب الهيكلية:

Roland Burt, Structural holes: The social structure of competition (Boston, MA: Harvard Press, 1992).
Roland Burt, "Structural holes and good ideas," American Journal of Sociology, Vol 110, Issue 2, (2004): 349-399.

² - Anna Evtushenko, Jon Kleinberg, "The paradox of second-order homophily in networks. Scientific Reports 11, Article Number 13360 (2021). <https://doi.org/10.1038/s41598-021-92719-6>.

وضع التماثل (status homophily) وهو ما يتعلق بالسّمات كالعرق والجنس والدين والتعليم، وبين قيمة التماثل (value homophily)، وهي تمثل الأشخاص ذوي المواقف وطرق التفكير المتشابهة¹.

- نظرية الزمرة أو المجموعات الصغيرة (Small Groups: The Clique Theory):
عرّف جورج هومانز (George Homans) الجماعة (group) بأنها مجموعة أشخاص يتواصلون معاً على مدى فترة من الزمن، ويكونون قليلي العدد بما يمكن كل واحد منهم من التواصل مع جميع الآخرين وجهاً لوجه. واهتم بدراسة الجماعة الصغيرة التي تتشكل من عدد صغير من الفاعلين، باعتبارها أول خبرة اجتماعية يواجهها الفرد في حياته، بدءاً من الأسرة ومروراً بالأصدقاء وزملاء العمل وغيرهم. والزمرة (Clique) أحد مفاهيم المجموعات الصغيرة هذه، وتعني مجموعة أفراد تربطهم علاقات وثيقة ومباشرة وتبادل لأهداف مختلفة². وفي بحوث الشبكات أخذ ستانلي واسرمان (Stanley Wasserman) وكاثارين فوست (Katherine Faust) هذا المفهوم وجعلاه بمثابة مجموعة فرعية مكونة من ثلاثة فاعلين مترابطين بكثافة ومجاورين بعضهم لبعض، ويمكن تصويرها في الرسم البياني (الخارطة) كمجموعة فرعية صغيرة (subgroup)³.

ثالثاً: مفاهيم تنتمي إلى حقل الشبكات الاجتماعية

¹ - Paul Lazarsfeld, Robert K. Merton, "Friendship as a social process: A substantive and methodological analysis," in Morroe Berger, et al., Eds. Freedom and control in modern society (D. Van Nostrand Company, 1954), 18-66.

² - George Homans, The human group (Harcourt, Brace & World, 1950), P1.

³ - Stanley Wasserman, Katherine Faust, Social network analysis: Methods and applications, 8, (Cambridge University Press, 1997), p 254.

- مفهوم الشهرة (Popularity) في الشبكات الاجتماعية: يمتلك بعض الفاعلين في الشبكة علاقات أكثر من غيرهم، وذلك إما لأن لديهم سمات وخصائص تميزهم عن غيرهم من ناحية الجنس والعمر والصحة والمال والجمال وغيرها، أو أن الناس يميلون إلى بناء علاقات مع من لديهم أكبر عدد من العلاقات (المشهورين) فتزداد شهرتهم. وهذا المفهوم يشير بشكل غير مباشر إلى ظاهرة المؤثرين أو مشاهير الإعلام الاجتماعي.

- مفهوم التبادل أو المعاملة بالمثل (Reciprocity): عدّ مارسيل موس (Marcel Mauss) الهدية شكلاً من أشكال العلاقات الاجتماعية، وآلية من آليات التعامل بالمثل، إذ تتشكّل الشبكات الاجتماعية وفقاً لهذا المبدأ من خلال ميل الناس إلى التشبيك مع من يشبك معهم، فالناس يتوقعون إعادة الهدية أو المعاملة بالمثل، فتنشأ عن ذلك إمكانيات عديدة لتشكيل شبكات اجتماعية، وهذا مبدأ اجتماعي عام قدّمه سيميل² في نظريته التبادلية.

3. المستوى المنهجي: تحليل الشبكات الاجتماعية لبيانات الإعلام الاجتماعي

اتضح أن تحليل الشبكات الاجتماعية كمنهج ليس أمراً مستحدثاً أو مرتبطاً بظهور مواقع الإعلام الاجتماعي، وإنما هو منهج قديم استخدم منذ ثلاثينيات القرن الماضي في العلوم الاجتماعية والسلوكية، وفي دراسة بنى المؤسسات وهياكلها، فضلاً عن العلاقات في المجموعات الصغيرة كجماعات الأصدقاء وزملاء العمل والقراة وغيرها. وقد ازداد الاهتمام بتحليل الشبكات الاجتماعية على نطاق واسع خلال السنوات الأخيرة، وأُعيد إحياءه بقوة لدراسة بنى العلاقات التي تفرزها الشبكات الرقمية ومضامينها. ولاقى هذا

¹ - Marcel Mauss, The Gift: Forms and functions of exchange in archaic societies (Free Press, 1954).

² - Georg Simmel, The Sociology of Georg Simmel, translated by Kurt H Wolff, (The Free Press, 1950).

المنهج استحساناً كبيراً لدى عدد كبير من الباحثين في العلوم الاجتماعية والإعلامية، لأنه ساعدهم على التعامل مع بيانات ضخمة لا يمكن سبر أغوارها دون أدوات تقنية حديثة، ولذلك يمكنني القول بكل ثقة إن منهج تحليل الشبكات الاجتماعية هو المهارة اللازمة لباحثي العلوم الاجتماعية والإنسانية، وبالضرورة علوم الإعلام والاتصال في القرن الحادي والعشرين.

ترتبط وسائل الإعلام الاجتماعي بالعلوم الاجتماعية من جهتين، أولاً باعتبارها أدوات للحشد الجماهيري التي ساعدت في ثورة الشعوب وقدمت لهم مجالات رقمية بديلة عن المجالات الواقعية التي طالما تعرضت للقمع. وثانياً، باعتبار أن وسائل الإعلام الاجتماعي قادرة على تتبع الظواهر الاجتماعية الرقمية وتعقبها لحظة بلحظة. واستدعت هذه المزايا إعادة النظر في أساليب البحث القديمة في الظواهر الاجتماعية، فمن خلال تصوير وتحليل الجماعات الإلكترونية أصبح بإمكاننا اكتساب فهم أعمق للحياة الاجتماعية والحشود الرقمية.

كثيرة هي الدراسات التي ربطت بين مواقع الإعلام الاجتماعي والثورات والمجالات العامة الجديدة، أما على مستوى دراسة الظاهرة فإنها بمثابة تحقّق حلمٍ لطالما تمنّاه المختصون في العلوم الاجتماعية قبل نحو عشرين عاماً من الآن، وهو أن يصلوا إلى طريقة تُمكنهم من معرفة آراء الناس وتوجهاتهم إزاء مختلف القضايا التي تهمهم، ومعرفة أين يذهبون، وماذا يتحدثون، وكيف يعيشون ويتصرفون. وقد أصبح بمقدور المختصين الآن أن يعرفوا كل هذا وأكثر، فمواقع الإعلام الاجتماعي تقدّم معلومات هائلة عن مستخدميها، على مدار الساعة، وفي كل مكان حول العالم. وأغرقت الظواهر الاجتماعية بمعلومات وبيانات أكثر مما كنا نحلم به. ودخلت العلوم الاجتماعية في مرحلة ربما لم تكن

مستعدة لها، خصوصاً في البلاد العربية التي ما زالت دراسة مواقع الإعلام الاجتماعي تراوح مكانها باعتبارها موضوعاً للبحث لا غير، برغم أنها أصبحت أدوات للبحث العلمي الاجتماعي تمكّن من فهم كل ما يجري في العالم الافتراضي. لقد اختصرت البيانات الضخمة الطريق على الباحثين، وعوضاً عن جمع بياناتهم الأولية بالطرق التقليدية كالاستبانة والمقابلة وما فيها من عقبات وتحديات، تتوفر لهم اليوم بيانات يقدمها الناس طوعاً عبر حساباتهم الشخصية.

وتتضمن البيانات الضخمة التي تفرزها مواقع الإعلام الاجتماعي شقين أساسيين: المحتوى الذي ينتجه المستخدمون للشبكات الاجتماعية بكافة أشكاله، سواء أكان نصوياً مكتوبة، أو مصورة، أو مرئية، أو مسموعة. والبنية، وهي الأشكال المعبرة عن طوبولوجيا الشبكة وبنية الروابط داخل الشبكة. هذه البنية يعاد إنتاجها باستمرار وتؤثر مباشرة على نشر المحتوى الرقمي، وشكل إنتاجه واستهلاكه في الوقت ذاته¹. لذلك، فإن منهج تحليل الشبكات الاجتماعية قادر على الكشف عن بنية المجموعات التي تتشكّل على تلك المواقع، وعلى مضامينها كذلك.

وهكذا يمكن القول إن تحليل الشبكات الاجتماعية أحد أشكال التقنيات البحثية الجديدة المتعددة التخصصات، ويمكّن من قياس وتحليل وتصوير بنية العلاقات التي تتشكّل في منصات التواصل، مثل "تويتر" و"فيسبوك" وغيرهما، وتحديد تأثير هذه البنية على بقية الظواهر الأخرى. كما يمكن استخدام هذا المنهج في دراسة عدد واسع من الموضوعات

¹ - Almila Akdag Salah, et al., "Combining Cultural Analytics and Networks Analysis: Studying a Social Network Site with User-Generated Content," Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol. 57, Issue. 3, (2013): 409-426.

والحقول، مثل الإعلام الرقمي، واللغة، والاجتماع، والسياسة والاقتصاد، وعلم النفس، وغيرها.

وإذا كان منهج تحليل الشبكات متعدد التخصصات من حيث نشأته وتطبيقاته، فقد جاء في شكله الحديث نتيجة تعاون حثيث بين مختصين في العلوم الاجتماعية ونظرائهم في العلوم الطبيعية، وأوجدوا تطبيقات حاسوبية مكّنت الباحثين من دراسة الواقع الاجتماعي الرقمي دون حاجة إلى التخصص في علوم الحاسب وهندسته. ودعت ورقة بحثية مشتركة إلى روح جديدة من التعاون بين علماء الاجتماع وعلماء الطبيعة¹، وترى أن هذا لا يعني بالطبع أن تتوقف تقاليد نماذج العلوم الطبيعية عن كونها مناسبة لدراسة الحياة الجماعية، بل على العكس تمامًا! هذه التجربة حاسمة في تطوير المناهج الجديدة اللازمة للتعامل مع قواعد البيانات الأكبر والأكثر تنوعًا الموجودة اليوم.

وقد أسفر التعاون بين علم الاجتماع والبرمجة الحاسوبية حقًا في وضع برامج حاسوبية مختصة في تصوير وتحليل الحشود الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، تمكّن من جمع البيانات وتحليلها وتصويرها بصريًا. وأسهمت بشكل كبير في فهم الظواهر الاجتماعية التي تحتضنها مواقع الإعلام الاجتماعي، كالحشود الرقمية والحركات الاجتماعية الرقمية وغيرها.

تحليل الشبكات الاجتماعية لدراسة الحشود الرقمية

لا تقل الحشود الرقمية على الإنترنت أهمية عن الحشود التي تجري على أرض الواقع، فكل منهما مؤثر ومهم جدًا في فهم الحراك الاجتماعي داخل المجتمعات. فعندما تملأ الحشود

¹ - Tommaso Venturini, et al., "Fill in the Gap. A New Alliance for Social and Natural Sciences," Journal of Artificial Societies and Social Simulation, Vol. 18 Issue. 2, (2015): 11.

الشوارع فإنها بلا شك تغير التاريخ، وعلى ذلك شواهد عديدة، وما يجري على مواقع التواصل الاجتماعي من تجمعات حول قضايا ومواضيع محددة، لا يقل أهمية في قدرته على التأثير وإحداث التغيير.

وحيث يمكننا تصوير ما يجري في الشوارع من حشود وتجمعات، بالكاميرات التي نحملها، فإننا حتى وقت قريب جدًا لم نكن قادرين على تصوير التجمعات والحشود الإلكترونية، وخسرنا إمكانية تصوير ما كان يتم بين الناس من محادثات مهمة حول عدد كبير من القضايا. والآن، وبفضل تعاون علماء الاجتماع وتكنولوجيا المعلومات، أصبح بإمكاننا تصوير وتحليل الحشود الإلكترونية من خلال مجموعة من البرامج الحاسوبية. ولكن، كيف تبدو الحشود على مواقع التواصل الرقمي، مثل تويتر وفيسبوك ويوتيوب وغيرها؟

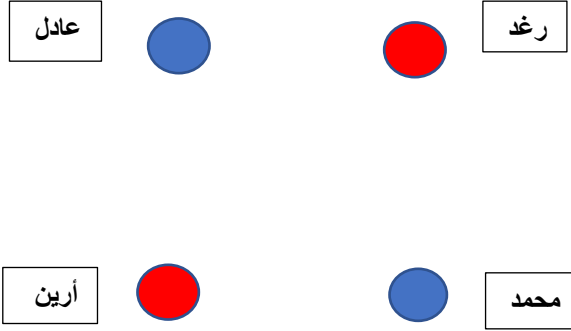
حاليًا بإمكاننا معرفة الأشخاص الذين يشاركون في موضوع ما من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ويبدو كل شخص في هذه الخارطة مثل نقطة، والعلاقة بينه وبين غيره ممن تواصل معه مثل خط، وهذا أساس تشكيل الشبكة الاجتماعية، سواء على مواقع التواصل الاجتماعي، أو في غيرها من المواقع. ذلك أن الشبكة الاجتماعية هي مجموعات تتكون من فاعلين وعلاقات تربط بينهم. ويمكن تمثيل الفاعلين بنقاط، والعلاقات بخطوط. ويسمى الفاعلون بالعُقد أو النقاط (Nodes\vertices or points)، وتسمى العلاقات بالروابط أو الخطوط (Edges\Arcs\Lines\Ties).

وقد استعار علماء الاجتماع بعض الأشياء التي وجدوها مفيدة في الرياضيات لوصف وتحليل أنماط العلاقات الاجتماعية. فتحليل الشبكات الاجتماعية يستخدم نوعين من

أدوات الرياضيات لعرض معلومات حول أنماط الروابط بين الفاعلين الاجتماعيين، وهما: الرسوم البيانية والمصفوفات (graphs and matrices). وهناك أشكال مختلفة من الرسوم البيانية التي درج استخدامها في عرض نتائج الأبحاث العلمية كالرسومات البيانية، ورسومات الكعكة، والرسومات الخطية وغيرها. ويستخدم تحليل الشبكات بشكل أساسي نوعًا واحدًا من الرسوم البيانية، وهي تلك التي تتكون من النقاط لتمثيل الفاعلين، وخطوطًا لتمثيل العلاقات بين الفاعلين. وقد استعار علماء الاجتماع هذه الطريقة من الرسم البياني في الرياضيات، وسمّوا رسوماتهم "سوسيو غرام" (socio-grams). ويمكن شرحها بالتمثيل التالي:

لنفترض وجود مجموعة من الأشخاص (رغد، محمد، أرين، عادل) بينهم علاقات صداقة، فيمكن تمثيل كل شخص منهم بعقدة (node).

الشكل (1): شبكة بسيطة تتكون من أربع عقد وأربع علاقات



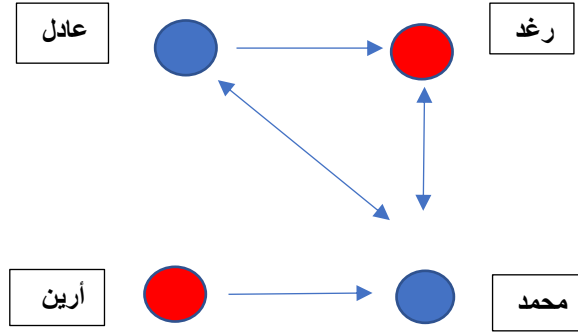
المصدر: رسم الباحثة

هذه الصورة تبين وجود أربعة أشخاص لا تربط بينهم أي علاقات، إلا أن سماتهم توضحت من خلال إعطائهم لوناً مميزاً حسب جنسهم.

ولكن لو سألناهم عن طبيعة العلاقات التي تربط بينهم فإنه يمكن تصويرها من خلال خطوط موجهة على النحو التالي: يبدو من الشكل (رقم 2) أن عادل ومحمد بينهما صداقة متبادلة، بينما تعتبر رغد وأرين أن محمد صديقهما، وعادل يعتبر نفسه صديقاً لرغد، بينما توجد علاقة صداقة متبادلة بين رغد ومحمد كذلك.

ويبدو من الرسم أن محمد يشكل عقدة (clique)، بينما أرين تشكل قلادة (pendant)، أي أنها مرتبطة بالمجموعة من خلال علاقة واحدة فقط.

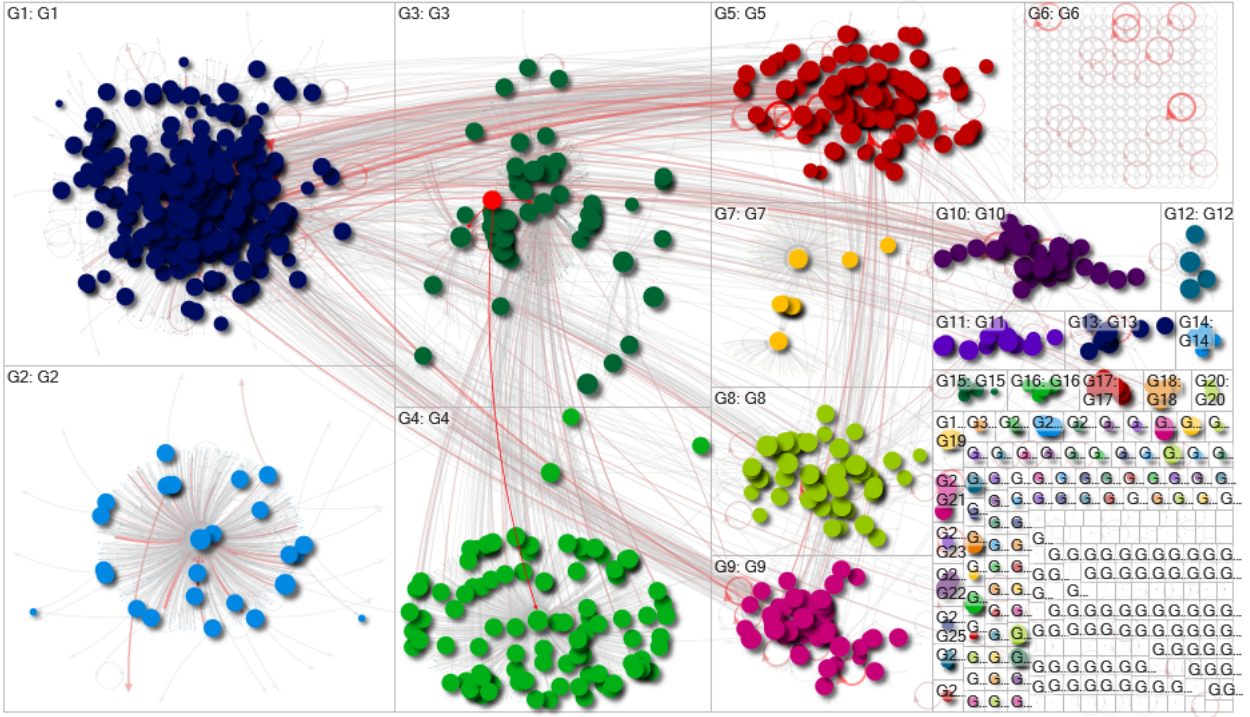
الشكل (2): نموذج شبكة بسيطة



المصدر: رسم الباحثة

هذه الأشكال البسيطة هي أساس رسم الشبكات الاجتماعية، عندما كانت تدرس موضوعات بسيطة كمجموعات الصداقة والعمل والجيرة وغيرها، إلا أنها في حقيقة الأمر تبدو أكثر تعقيداً، خاصة إذا رسمنا شبكة للتفاعلات التي تحدث على مواقع الإعلام الاجتماعي، مثل تويتر، والتي تبدو على هذا النحو:

الشكل (3): نموذج لشبكة اجتماعية لبيانات تويتر



المصدر: الباحثة من برنامج (NodeXL)

المثال أعلاه لشبكة مستخدمي تويتر وهم يتحدثون عن تطبيق "احتراز" القطري الذي فرضته الحكومة القطرية أثناء جائحة كوفيد-19.

والشبكة الاجتماعية في أبسط تعريفاتها تشير إلى مجموعة من الأفراد أو الكيانات المرتبطة بعضها ببعض في علاقات يمكن عرضها على شكل خارطة، ويُسمَّى كل مشارك في التفاعل فاعلاً ويصوّر كعقدة (node) في نظرية الرسم البياني (graph theory)، بينما تصوّر العلاقات بين الفاعلين كروابط (links / ties)، وقد تكون هذه الروابط موجهة أو غير موجهة، كما يمكن للفاعلين أن يكونوا أشخاصاً أو مؤسسات أو مجموعات¹. ومع ظهور الإنترنت، خاصة منصات الإعلام الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك وغيرهما،

¹ - Zhang "Social Network Analysis," : 4

أصبحت هناك أشكال جديدة للتشبيك الاجتماعي بين الأفراد، من خلال تواصلهم وتفاعلهم فيما بينهم على مدار الساعة، وبأشكال وخواص لم يكن تخيلها ممكناً في السابق. وقد فرضت الشبكات الرقمية نفسها بقوة على الواقع الرقمي، بسبب ما ينشأ عنها من بيانات ضخمة تتمظهر من خلالها أشكال النشاط البشري اليومي، وتعكس في محتواها مضامين الحياة ووقائع الأحداث وسيرورتها على مستوى العالم بطريقة لم تشهدها البشرية من قبل. والبيانات التي تنتجها الشبكات الاجتماعية هي أحد أشكال البيانات الضخمة التي باتت ماثراً لاهتمام الباحثين في المجالات العلمية المتنوعة.

إن أهم ما تقدمه الشبكات الاجتماعية لعلماء الاجتماع والإنسان هو بنية العلاقات الاجتماعية التي تنشأ عن التفاعل الرقمي، فهناك بناء اجتماعي يختلف في شكله ومضمونه عن البناء الاجتماعي للمجتمعات الواقعية. وعندما ندرس هذه الشبكة، فإننا نكشف عن قوى التأثير والحراك الاجتماعي الناتج عن التبادل المباشر وغير المباشر بين العناصر الفاعلة المكونة للشبكة الاجتماعية.

أما تحليل الشبكات الاجتماعية فهو ببساطة عملية التحقق من البنى الاجتماعية من خلال استخدام نظرية الشبكات والرسوم. ويمكن استخدامها في دراسة مدى واسع من الموضوعات كالأعلام الرقمي واللغة والاجتماع والسياسة والاقتصاد وعلم النفس وغيرها. وهو منهج مختلط ومتعدد التخصصات، يعمل على الكشف عن هيكل العلاقات بين الكيانات الاجتماعية، وتأثير تلك الهياكل على الظواهر الاجتماعية الأخرى، والتحقيق في نمط العلاقات الاجتماعية بين الفاعلين (المستخدمين). يقوم تحليل الشبكات الاجتماعية على رسم الخرائط، وقياس العلاقات، والتدفقات بين الأشخاص والمجموعات والمؤسسات وأجهزة الحاسوب ومواقع الويب وغيرها من كيانات معالجة

المعرفة، بحيث تكون هناك عقد / رؤوس (nodes / vertices) وهم الأشخاص، في حين تظهر الروابط (edges\links) وهي العلاقات أو التدفقات بين العقد.

وباختصار، يوفر تحليل الشبكات الاجتماعية تحليلاً بصرياً ورياضياً للعلاقات الإنسانية، ويقدم تحليلاً لمضمون بيانات الإعلام الاجتماعي وما فيها من مشاعر، كما يقدم صورة للشبكة الاجتماعية تمكن الباحث من تحديد نوع الشبكة وفقاً للشكل أو الهيكل الذي تبدو عليه محادثات المشاركين في الحديث حول موضوع ما، وأيضاً تحديد المجموعات التي تتمايز وفقاً للموضوعات التي تتحدث عنها، أو الروابط التي تشاركها، أو المواقف التي تتخذها، وتحديد المؤثرين وفقاً لقياسات مركزية الدرجة ومركزية البينية، ومركزية القرب وغيرها. وهذا المنهج في طبيعته منهج مختلط يستخدم طرق التحليل الكمية والنوعية.

4. تحليل الشبكات الاجتماعية باستخدام (NodeXL)

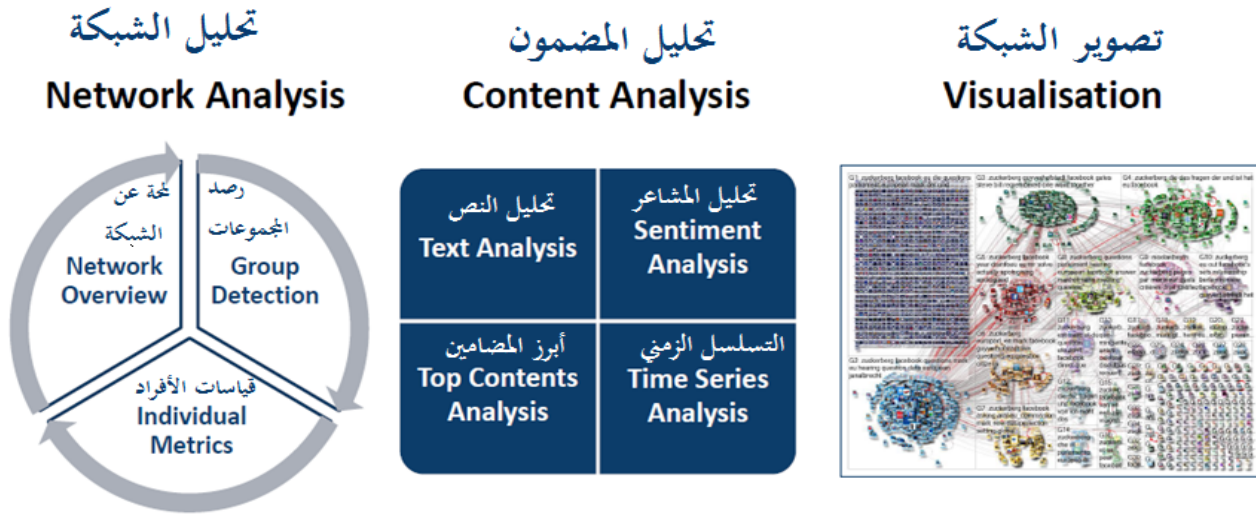
تقدم مواقع الشبكات الاجتماعية والإعلام الاجتماعي كمّاً هائلاً من البيانات يمكن تحليلها وفقاً لمنهج متعددة، كتحليل المضمون، والتحليل الموضوعاتي، ولكن يمكن تحليلها كذلك باستخدام منهج تحليل الشبكات الاجتماعية، والتعليم الآلي وتحليل المشاعر وغيرها. كما أن تحليل المحتوى والموضوعات يمكن إجراؤه من خلال الأدوات الرقمية بكفاءة عالية. وتهتم علوم الإعلام والاتصال بدراسة محتوى وتأثير الوسائط الإعلامية المختلفة، وهي في هذا ذات اهتمام متداخل من ناحية الموضوع والمنهج والنظريات مع مدى واسع من العلوم الأخرى، وهذه ميزة تحسب لها من ناحية القدرة

¹ - Wasserman, Faust, Social network analysis, p 94-95.

على الاستفادة منهجياً مما تطوره تلك العلوم من منهجيات ونظريات وموضوعات، بغية فهم العالم الجديد الذي أصبحت الرقمنة أحد أهم معالمه الأساسية.

سنقدّم عرضاً سريعاً للإمكانات التي يحملها برنامج (NodeXL) وقدرته على التعامل مع بيانات الإعلام الاجتماعي، وأفضلية هذا البرنامج على غيره.

الشكل (4): أبرز ميزات برنامج (NodeXL)



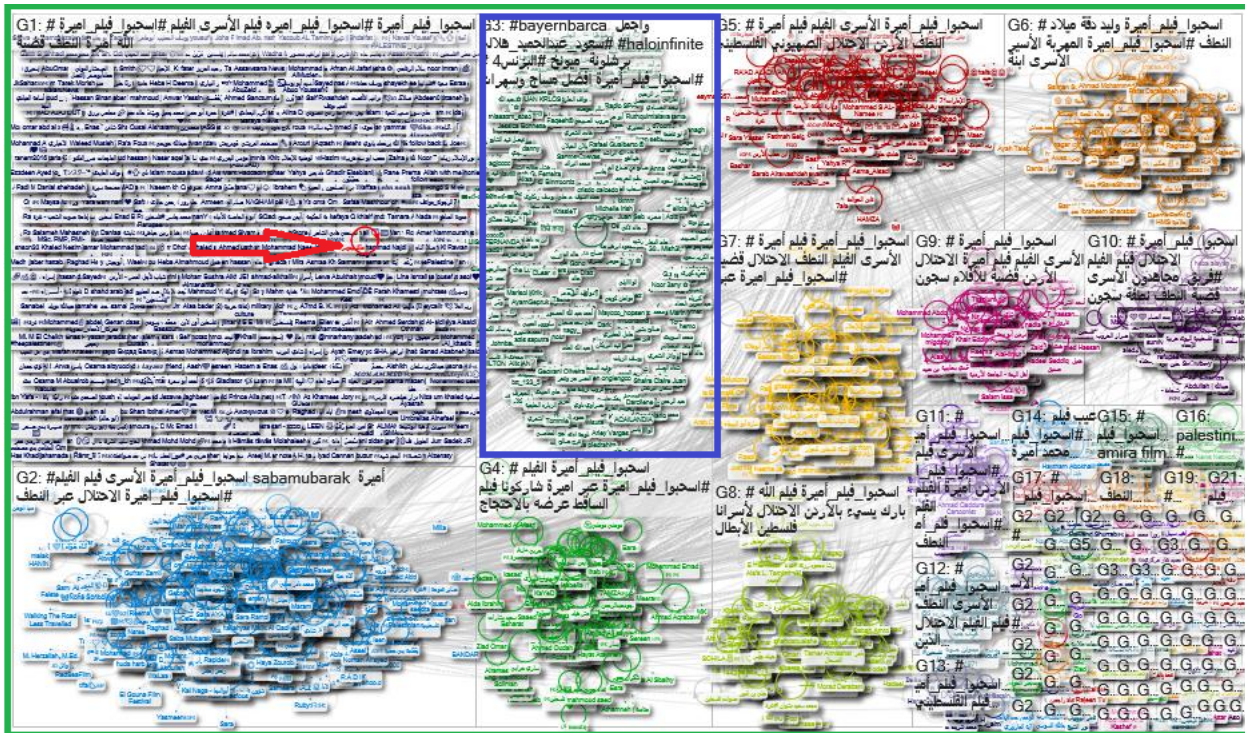
المصدر: مترجم من شرائح فريق (NodeXL)

يُعد هذا البرنامج نتاج جهود باحثين من تخصصات متعددة على رأسها علم الاجتماع، وقد أُعِدَّ ليتمكن من استخدامه أي باحث حتى لو لم يمتلك مهارات في البرمجة وعلوم الحاسب. ويقدم البرنامج للباحثين إمكانية تحليل الشبكة الاجتماعية التي تتشكّل حول الموضوعات مثار البحث والنقاش على مواقع الإعلام الاجتماعي، لاسيما "تويتر". كما يمكن الباحثين من إجراء تحليل المضمون، وتصوير الشبكة.

مستويات تحليل الشبكة

يُقدّم تحليل الشبكات الاجتماعية للباحثين إمكانيات تحليل على جميع المستويات الواسعة (macro) والمتوسطة (meso) والضيقة (micro). وكما يبدو في الصورة أعلاه، فإنه يمكن تحليل كامل الشبكة على المستوى الواسع، وهو المستوى الذي يشير إليه الإطار الأخضر، ويمكن تحليل الشبكة على مستوى المجموعات التي تشكلت داخلها، وهو المستوى المتوسط الذي يشير إليها الإطار الأزرق، كما يمكن تحليل الشبكة على المستوى الضيق/ الفردي الذي يشير إليه السهم الأحمر. ولكل مستوى من هذه المستويات قياسات وأرقام تحدد شكل الشبكة وبنيتها (Network metrics)، وطبيعة المجموعات وكيف تشكّلت ولماذا تشكّلت بهذه الطريقة (Group metrics). كما تُقدّم القياسات للباحث إمكانية تحديد المشاركين والمؤثرين منهم على المستوى الجمعي والرسائل التي يُقدّمونها، والفرادى منهم كذلك (Vertex metrics)، فلكل شخص شارك في الشبكة قياساتٌ خاصة به تشير إلى مدى تأثيره.

الشكل (5): مستويات تحليل الشبكات الاجتماعية



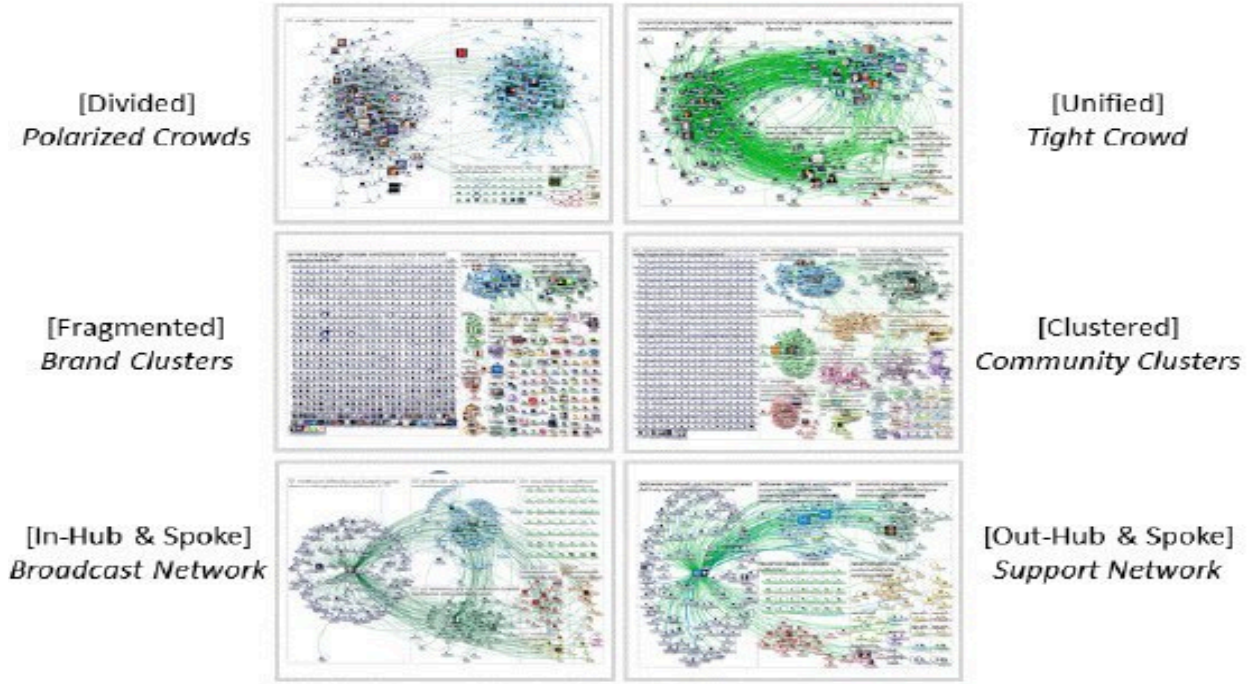
المصدر: الباحثة باستخدام (NodeXL)

تحليل بنية الشبكة

توصل الباحثون في مركز بيو للأبحاث (Pew Research Center) بالتعاون مع مؤسسة أبحاث وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Research Foundation) بعد تحليل الآلاف من الشبكات؛ إلى أن الحوارات الرقمية عبر تويتر تنقسم إلى ستة أشكال من الشبكات الاجتماعية، بناء على طبيعة الحوار المكوّن للمحتوى والأفراد المساهمين في هذا الحوار أو النقاش الرقمي¹.

¹ - Marc A. Smith, Lee Rainie, "Mapping Twitter Topic Networks: From Polarized Crowds to Community Clusters," pewresearch.org, February 20, 2014, "accessed October 2, 2022". <https://pewrsr.ch/3VjHnXn>.

الشكل (6): أشكال الشبكات الاجتماعية على تويتر



المصدر: (2014) Marc A. Smith

1. المنقسم (Polarized Crowd)، أو الحشود المستقطبة: تتشكل من مجموعتين كبيرتين متقاطعتين، يندر الترابط بين أفرادهما رغم تركيزهما على نفس الموضوع، وغالبًا ما تكون الموضوعات النقاشية المشكّلة لهذه الشبكة ذات أبعاد سياسية أو موضوعات خلافية.

2. الموحد (Tight Crowd)، أو الحشود المترابطة: تتشكل من قبل أشخاص يناقشون رقميًا موضوعات فيها جانب كبير من الاتفاق، مع عدد محدود جدًا من الأشخاص المعزولين، وعادة ما تتشكل هذه الشبكة في النقاشات المهنية والمؤتمرات ومجموعات الهوايات.

3. المجرأ (Brand Clusters)، أو مجموعات العلامات التجارية: تتشكل عندما يناقش الأشخاص عبر تويتر منتجات أو خدمات أو شخصيات معينة معروفة ومشهورة.

4. المجمع (Community Clusters)، أو المجموعات المجتمعية: تتشكل مجموعات شبكية صغيرة كل منها يناقش محورًا محددًا ضمن موضوع ما يخص المجتمع، ولكل مجموعة صغيرة جمهورها ومؤثروها ومصادر المعلومات الخاصة بها، ويوجد عدد من الأفراد المعزولين في الشبكة ممن أبدوا رأيهم، ولكن لم تجد تغريداتهم اهتمامًا من الآخرين، فلم يشكّلوا مجموعات أخرى.

5. المتجه إلى الداخل (Broadcast Network)، أو شبكة البث: تتشكل عندما يعيد الأشخاص تدوين ما تنشره حسابات المؤسسات الإعلامية أو الإخبارية البارزة، وغالبًا ما يجمع الأفراد في الشبكة هو الحساب الإخباري دون اتصال بعضهم ببعض، ونادرًا ما تتكوّن مجموعات فرعية صغيرة من الأشخاص المرتبطين والمتابعين بعضهم لبعض، والذين يناقشون الأخبار فيما بينهم.

6. المتجه إلى الخارج (Support Network)، أو شبكة الدعم: تتشكل عندما يرد حساب خدمة العملاء للشركات عبر تويتر على العديد من المستخدمين، ويحاول حل مشكلاتهم، وهي عكس شبكة البث.

لا يمكن تناول جميع خصائص هذا البرنامج في هذه الورقة، كما لا يمكن الإحاطة بمجال تحليل الشبكات الاجتماعية الحديث المهتم بالشبكات الرقمية، لكن نأمل أن تكون الورقة مدخلًا جيدًا لكل باحث مهتم بالكشف عن جوانب جديدة من الظواهر الاجتماعية الرقمية، وعدم الاكتفاء بوصفها أو معالجتها بالطرق التقليدية. فمنهج تحليل الشبكات الاجتماعية يمنح الباحثين بيانات من نوع مختلف لا يمكن تحصيله بالاستبانة أو المقابلة أو غيرهما.

لذلك، فإن من سمات وميزات منهج تحليل الشبكات الاجتماعية أنه:

1. يركز على العلاقات بدلاً من سمات الأفراد.
 2. يساهم في دفع حالة العلم إلى الأمام.
 3. عابر للتخصصات، متعدد مستويات التحليل، ومختلط المناهج، مما يجعله صالحاً لتوليد النظريات واختبارها كذلك.
 4. يصوّر الشبكة ويراقب تطورها، بما يعين على فهم الواقع الإعلامي الرقمي الجديد.
 5. يوثق الأحداث اليومية ويؤرشفها.
 6. يحلل المحتوى بطرق أكثر شمولية وإبداعاً.
- كما يعين المنهجُ الباحثين على الإجابة عن تساؤلات بحثية مختلفة، تقع في صلب الدراسات الإعلامية ذات الطابع المتداخل مع تخصصات وعلوم أخرى كالاجتماع والنفس والسياسة والاقتصاد وغيرها، وهذه الأسئلة من نوع:

1. كيف تناول الناس / المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي خبراً ما / حدثاً ما / قضية ما؟
2. ما شكل الشبكة التي تكوّنت أثناء تواصلهم: هل هي شبكة مجتمعية، أم مستقطبة، أو شبكة بث أم غيرها؟
3. ما المجموعات التي تكوّنت داخل الشبكة؟ وعلى أي أسس تمايزت فيما بينها؟
4. من هم الأشخاص المؤثرون في قضية البحث؟ وما توجهاتهم وطبيعة تأثيرهم؟

5. كيف يمكننا مقارنة التغطيات الإخبارية لقضية ما بين المؤسسات الإعلامية المختلفة؟
 6. ما دور صحافة المواطن في نشر الأخبار حول قضية ما؟
 7. كيف ساهمت الشبكات الاجتماعية في التأثير على الرأي العام المحلي والدولي/ العالمي في قضية ما؟
 8. ما طبيعة الشبكة الخاصة بشخصية ما، سواء أكانت سياسية أو دينية أو غيرها؟
 9. كيف يمكن توثيق اللحظات الآنية الهاربة التي تتكوّن على شبكات التواصل؟
 10. كيف يمكن المقارنة أثناء تناول قضية ما عبر الزمان والجغرافيا والثقافات؟
 11. ما الأخبار الزائفة التي تنشأ حول قضية ما؟ وما مصدرها؟
 12. كيف تتشكّل الشبكات الرقمية وتتطور وتنتهي حول حدث ما؟
 13. من يصنع الخبر، والحدث الواقعي أو التفاعل الرقمي.
 14. كيف أتُحقّق من صحة نظرية ما وإمكاناتها التفسيرية في إطار ثقافي/ زمني مختلف؟
- ونجد أن عوائق انتشار هذا المنهج تكمن في الفجوة بين العالم الأكاديمي والممارسة التطبيقية في المجال الإعلامي، وقلة الباحثين والمحكمين والدوريات العلمية المواكبة للتطورات الحديثة على مستوى المنهج، والركون إلى الأساليب التقليدية، وغياب الرغبة في الدراسات المتداخلة، لأسباب مؤسسية، وشخصية، وعدم مواكبة المؤسسات التعليمية والأقسام العلمية للمناهج الجديدة.

خاتمة وتوصيات

بعد استعراض تاريخ منهج تحليل الشبكات الاجتماعية، والتحول الواقعي والنماذج الذي تطلب وضع مناهج جديدة للتعامل مع الشكل الرقمي من البيانات التي تنتجها مواقع الإعلام الاجتماعي، وأهم النظريات المتعلقة بهذا المنهج، وأهم أدواته التقنية، وبالنظر إلى أهمية تشجيع الباحثين للتوجه نحو أدوات جديدة، فإننا نوصي لتجاوز هذه العوائق بما يلي:

1. التعاون بين المتخصصين في العلوم الاجتماعية وعلوم الحاسوب لتطوير مزيد من البرامج التي تفيد في التعامل مع البيانات الضخمة لغايات بحثية، خاصة باللغة العربية.
 2. القيام بترجمات لأهم المراجع والمصادر العلمية حول المناهج الرقمية الحديثة.
 3. العناية باللغة العربية في مستواها الرقمي، وبناء معجم رقمي عربي، يسهل للعربية الاندماج في مجتمع المعرفة الرقمية، وابتداع الحلول للمشاكل التي تواجه الباحثين في تحليل نصوص ومضامين الشبكات الاجتماعية العربية.
 4. تدريس مقررات خاصة بتحليل الشبكات الاجتماعية في الجامعات العربية.
- ويمكن للمهتمين الاطلاع على الدراسات العربية التي أعدتها الباحثة باستخدام منهجية تحليل الشبكات الاجتماعية والمنشورة في مجلة "لباب" وغيرها. كما يمكنهم البحث عن دراسات أخرى استخدمت برنامج (NodeXL) من خلال كتابة اسم البرنامج في موقع (google scholar).

إشكاليات البحوث الإعلامية العربية وأساليب تطويرها في ظل البيئة الرقمية الجديدة: رؤية نقدية تحليلية

منال هلال المزاهرة

مقدمة

أدت التطورات التكنولوجية والثورة الرقمية إلى تغيير جذري في علوم الاتصال والإعلام نظراً لخصوصية هذا العلم في مفاهيمه ومناهجه وأدواته التي تبحث في الظواهر الاجتماعية والإنسانية المعقدة والمتجددة عبر الزمان والمكان، لما توفره من معلومات تؤثر في الجماهير، والتي انعكست على تنوع المقاربات التي تبحث في الكشف عن الحقائق من خلال تحليلها وتصنيفها. فالبيئة الإعلامية الجديدة ليست ظاهرة عابرة بل كياناً فرض نفسه بقوة؛ أوجد العديد من التغيرات في الممارسات الإعلامية، وطرح إشكاليات منهجية ونظرية بدءاً بتعدد المصطلحات التي تعبّر عن هذه البيئة الجديدة، ومروراً بصعوبة تحديد موضوعاتها، وأدواتها البحثية، ووصولاً إلى كيفية معالجتها منهجياً ونظرياً، لأن عدم فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام يمنع من فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات¹. ويعود ذلك إلى أن علوم الإعلام والاتصال متشعبة

¹ - منال المزاهرة، نظريات الإعلام، ط 2 (عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2018)، ص 37.

تُخصّ العديد من المجالات على غرار العلوم الأخرى، مثل الفلسفة، وعلم الاجتماع، وعلم النفس وغيرها¹، لكن عددًا من الباحثين يرون أن هذا العلم يُعاني من قصور فيما يتعلق بالمستوى البحثي؛ إذ لم يتمكن المشتغلون في هذا الحقل من إحداث قطيعة إبستمولوجية مع أفكاره المسبقة أثناء معالجة القضايا المدروسة، ويؤدي ذلك إلى خلل في النتائج التي جرى التوصل إليها، خاصة في ظل البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة. وهو ما يقتضي إعادة النظر في استخدام الأساليب والأدوات المنهجية والنظرية التقليدية التي يتم توظيفها؛ إذ إن مضمون رسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه بمعزل عن تكنولوجيا وسائل الإعلام نفسها².

وتتمثّل إشكاليات وتحديات البحوث الإعلامية العربية في ظل البيئة الرقمية الجديدة فيما تكشف للباحثين بشأن البيئة الإعلامية الرقمية التي تمثّل كيانًا اتصاليًا يحتاج إلى قراءة جديدة سواء من حيث أدواته المنهجية أو النظرية³، لأنها بيئة متغيرة بشكل متسارع وغير ثابتة المعالم، ولها قدرة فائقة على جمع المعلومات وتوصيلها إلكترونيًا، مما أدى إلى وجود صعوبات في دراسة وتحليل هذه البيئة؛ فقد أصبحت وسيلة أيديولوجية تسعى إلى قولبة عقول الأفراد، وتحديد منحى سلوكياتهم، وتنظيم انفعالاتهم تجاه قضايا ومواضيع معينة لدفعهم للتفكير بطريقة محددة ومسايرة معايير وقيم ومعتقدات جديدة، كما برعت في التسويق لما لها من أسلوب مقنع وجذاب، يحجب وراءه نوايا تخدم مصالح القائمين على المؤسسات الإعلامية وغيرها⁴.

¹ - Dominique Wolton, Penser la communication (Paris: Ed Flammarion, 1997), 83-84.

² - المزاهرة، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 379

³ - سيد بخيت، "الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي"، المجلة العربية للإعلام والاتصال (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، المجلد 16، 2016)، ص 148.

⁴ - أحمد إسماعيل، "أيديولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع"، مجلة الدراسات الإعلامية (المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد 8، 2019)، ص 67.

وفي سياق ما عرفته وسائل الإعلام نتيجة التغيرات والتطورات الرقمية الحديثة التي انعكست بشكل جذري في إشكاليات تواجه الباحثين في استخدامهم للأدوات البحثية والمداخل النظرية التي كانت تُستخدم سابقاً في دراسة وسائل الإعلام التقليدية المختلفة من حيث البناء الفكري والفلسفي للاختيارات النظرية والمنهجية، مما انعكس على جودتها ومصداقيتها ودقتها وملاءمتها للبحوث الإعلامية في البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة، جاءت هذه الدراسة للتعرف على الإشكاليات التي تواجه البحوث العربية الإعلامية في ظل البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة.

1. الإطار المنهجي والنظري للدراسة

إشكالية الدراسة

تواجه البحوث والدراسات الإعلامية العربية حالياً عدداً من الإشكاليات المنهجية والنظرية فرضتها التغيرات الحديثة على الظاهرة الإعلامية في التعامل مع البيئة الرقمية الجديدة التي تختلف خصائصها عن البيئة الإعلامية التقليدية وما تتمتع به من قوة وتأثير على الجماهير ثقافياً وفكرياً وسلوكياً. وقد أدى ذلك إلى تغير في أسس إعداد هذه البحوث التي تُعد أحد روافد الدراسات العلمية لمقاربة الظواهر والمشكلات المجتمعية المختلفة التي تسهم بدور محوري في التنمية بكافة أشكالها، وفي حل بعض هذه المشكلات والظواهر التي يفترض أن تتم وفق أسس علمية دقيقة للخروج بنتائج دقيقة وموضوعية. لذلك، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن سؤال رئيسي: ما الإشكاليات التي تواجهها البحوث الإعلامية العربية في سياق البيئة الرقمية الجديدة؟

ويختزل هذا السؤال الإشكالي حقلاً استفهامياً يتشكّل من عدة أسئلة فرعية:

- ما الإشكاليات المنهجية التي تواجه البحوث الإعلامية العربية في ظل البيئة الرقمية الجديدة؟

- ما الإشكاليات النظرية التي تواجه الدراسات الإعلامية العربية في سياق البيئة الرقمية الجديدة؟

- ما أهم الصعوبات التي تواجه البحوث والدراسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية الجديدة؟

- ما الأساليب التي تساعد في تطوير البحوث الإعلامية العربية في سياق البيئة الرقمية الجديدة؟

أهمية الدراسة وأهدافها

تنبع أهمية الدراسة من الاهتمام بالمشكلات والتحديات التي تواجه البحوث الإعلامية العربية في سياق البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة التي أربكت الدراسات الإعلامية، وخلقت ضغوطاً عليها لتواكب هذا التطور الذي يتطلب العمل على دراستها من أجل إيجاد حلول لها حتى لا تؤثر في مسار البحوث الإعلامية العربية وقيمتها. كما تُعد هذه الدراسة من البحوث الأولى التي جمعت بين الإشكاليات المنهجية والنظرية في ضوء البيئة الرقمية، والصعوبات التي تواجهها الدراسات الإعلامية العربية وسبل تطويرها، وستكون استكمالاً لبحوث مستقبلية يستفيد منها الدارسون والباحثون. أما الهدف الرئيسي لهذه الدراسة فهو التعرف على إشكاليات البحوث الإعلامية العربية وأساليب تطويرها في سياق البيئة الرقمية الجديدة.

منهج الدراسة

تتتمي الدراسة إلى البحوث الاستطلاعية الوصفية التي تسعى لاستكشاف الإشكاليات النظرية والمنهجية في الدراسات والبحوث الإعلامية العربية في البيئة الرقمية الجديدة، وتقديم رؤية نقدية لأطروحاتها. ويهدف هذا النوع من البحوث إلى التعرف على الظواهر أو زيادة هذا التعرف وتعميقه، واستطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة وكشف جوانبها وأبعادها¹. واعتمدت الدراسة التحليل الكيفي لعينة من البحوث الإعلامية العربية لرصد الإشكاليات المنهجية والنظرية التي تواجهها في سياق البيئة الرقمية الجديدة، وسبل تطويرها.

مجتمع الدراسة وعيّنته

يتمثّل مجتمع الدراسة في البحوث الإعلامية العربية التي أُنجزت بين عامي 2015 و2022، أما عينة الدراسة فتتكوّن من 65 بحثاً جرى اختيارها بطريقة مقصودة من ضمن العينات غير العشوائية وفقاً لأسس وتقديرات ومعايير معينة يضعها الباحث، ويتدخل في اختيار العينة وتقدير ما يختار وما لا يختار من أفراد مجتمع البحث الأصلي². وقد تمكنت الباحثة من الوصول إلى مفردات العينة من خلال الدوريات العلمية والمجلات المحكمة بناء على عدة اعتبارات، أهمها: تحديد مدة الدراسة، وحرص الباحثة على تنوع المواضيع والقضايا التي تناولتها عينة الدراسة لمعرفة المناهج والأدوات والنظريات التي اعتمدتها في جمع البيانات، كما يوضح الجدول رقم (1).

¹- منال مزاهرة، بحوث الإعلام، ط 1 (عمان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2010)، ص 69.

²- منال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، ط 2 (عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2020)، ص 312.

جدول (1): توزيع مجالات اهتمام عينة الدراسات والبحوث الإعلامية العربية (2015 -

(2022)

المواضيع والقضايا	الدراسات والبحوث عينة التحليل
قضايا الشباب والمراهقين والأطفال	العريشي (2015) ¹ ، إبراهيم (2015) ² ، مصطفى (2016) ³ ، الحسين (2016) ⁴ ، غندر (2016) ⁵ ، عبد الوهاب، عبد الله (2017) ⁶ ، الزبون وآخرون (2017) ⁷ ، فالح (2018) ⁸ ، حسين (2018) ⁹ ، آل صقر (2019) ¹⁰ ، إبراهيم، الأحمد (2019) ¹¹ ، الهواري (2019) ¹² ،

- ¹ - جبريل حسن العريشي، "أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على القيم والأمن الفكري لديهم: دراسة ميدانية وصفية مطبقة على طلاب وطالبات الجامعات السعودية"، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية (المجلد 17، العدد 38، 2015)، ص 3273-3346.
- ² - خديجة إبراهيم، "واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر: دراسة ميدانية"، مجلة العلوم التربوية (جامعة القاهرة، مصر، المجلد 22، العدد 3، 2015)، ص 413-476.
- ³ - أسماء محمد مصطفى، "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة (جامعة القاهرة، مصر، العدد 8، 2016)، ص 275-321.
- ⁴ - أسعد بن سعيد الحسين، "أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية"، مجلة كلية التربية (جامعة الأزهر، مصر، المجلد 35، العدد 169، ج 3، 2016)، ص 325-359.
- ⁵ - سمر فاروق غندر، "استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية"، مجلة كلية التربية النوعية (جامعة بورسعيد، مصر، العدد 3، 2016)، ص 182-212.
- ⁶ - أماني عبد الوهاب، دعاء عبد الله، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاعترا ب الاجتماعي لدى عينة من المراهقين الصم"، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية (المجلد 4، العدد 10، ج 2، 2017)، ص 3-32.
- ⁷ - أحمد محمد الزبون وآخرون، "درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية"، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية (الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 10، العدد 3، 2017)، ص 258-331.
- ⁸ - فريدة عباس أحمد فالح، "الشباب الجزائري ومواقع التواصل الاجتماعي ثنائية الاستخدام والتفاعل: دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة خميس مليانة"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية (العدد 13، 2018)، ص 213-227.
- ⁹ - عزة جلال حسين، "تأثير فيديوهات الأطفال المقدمة عبر اليوتيوب على سلوك أطفال ما قبل المدرسة في إطار نظرية التعلم الاجتماعي"، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام (القاهرة، العدد 1، 2018)، ص 101-153.
- ¹⁰ - سعيد آل صقر، "اتجاهات الشباب العربي نحو تأثير الإعلام الجديد على دعم الأمن الفكري"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة، مصر، العدد 67، 2019)، ص 655-690.
- ¹¹ - عبد الله إبراهيم، أحمد الأحمد، "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مستوى اللغة العربية المستخدم لعينة من طلبة الجامعة الأردنية: دراسة ميدانية في اللغة العربية والتواصل"، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية (الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 14، العدد 1، 2019)، ص 73-84.
- ¹² - شيماء الهواري، "مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحتي قناة BBC عربي، وقناة DW الألمانية عربي، مجلة الدراسات الإعلامية (المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد 8، 2019)، ص 20-47.

المبارك (2020) ¹ ، الزهراني (2020) ² ، مصطفى (2020) ³ ، بسيوني وآخرون (2020) ⁴ ، شويحات (2021) ⁵ ، الهمران وآخرون (2021) ⁶ ، مرعي (2021) ⁷ ، عبد المنصف، شاهين (2021) ⁸ ، قطب، الطياري (2022) ⁹ ، المهيرة وآخرون (2022) ¹⁰ .	
المدني (2015) ¹¹ ، عبد الرزاق (2016) ¹² ، التوام (2016) ¹³ ، اللواتي (2017) ¹⁴ ، مصطفى، نوشي (2018) ¹⁵ ، عبد الله، فاضل (2018) ¹⁶ ، الدهراوي (2019) ¹⁷ ، زقاي، وزاني	

- 1- حسن الفاتح المبارك، "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة: فيسبوك أمودجًا"، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية (المجلد 4، العدد 16، 2020)، ص 37-67.
- 2- أحمد الزهراني، "دوافع استخدام طلبة الجامعات السعودية لوسائل الإعلام الرقمي وإشباعاتها: دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، القاهرة، العدد 31، 2020)، ص 291-348.
- 3- هبة مصطفى، "الأدوار الاتصالية للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا وعلاقتها بمستوى القلق لديهم في إطار نظرية التواء الإعلام"، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 31، 2020)، ص 223.
- 4- ناهد محمد بسيوني سالم وآخرون، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في القيم والهوية الاجتماعية لدى طلبة مرحلة التعليم ما بعد الأساسي في سلطنة عمان"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية (جامعة السلطان قابوس، سلطنة عُمان، المجلد 11، العدد 2، 2020)، ص 111-130.
- 5- صفاء شويحات، "الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعة الألمانية الأردنية"، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية (الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 48، العدد 3، 2021)، ص 68-84.
- 6- محمد الهمران وآخرون، "دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التطرف"، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية (الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 48، العدد 3، 2021)، ص 453-464.
- 7- حنان مرعي، "تأثير الإنفوجرافيك التفاعلي والثابت بمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي بأعراض فيروس كورونا المستجد وطرق الوقاية منه: دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، القاهرة، العدد 31، 2021)، ص 171-221.
- 8- آلآء عبد المنصف رمضان، هيام صابر شاهين، "استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي في تعلم اللغات الأجنبية والبرمجة وعلاقتها بتطوير الذات لديهم"، مجلة دراسات الطفولة (جامعة عين شمس، مصر، المجلد 24، العدد 93، 2021)، ص 1-21.
- 9- أمل قطب، فائق الطياري، "التحرش الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها ببعض الاضطرابات النفسية لدى المراهقين"، مجلة دراسات الطفولة (جامعة عين شمس، مصر، المجلد 25، العدد 1، 2022)، ص 27-33.
- 10- عبد الله المهيرة وآخرون، "درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمفهوم الذات والسعادة لدى الشباب الجامعي"، مجلة دراسات (الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 49، العدد 3، 2022)، ص 414-734.
- 11- أسامة غازي المدني، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية: جامعة أم القرى نموذجًا"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية (جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان، المجلد 6، العدد 1، 2015)، ص 395-425.
- 12- مي عبد الرزاق، "التماس الجمهور المصري للمعلومات عن الأحداث الجارية من حسابات وكالات الأنباء بمواقع التواصل الاجتماعي"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، مصر، المجلد 15، العدد 4، 2016)، ص 277-361.
- 13- إبراهيم حسن التوام، "مصادقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتناظر المعرفي"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، مصر، المجلد 15، العدد 4، 2016)، ص 409-452.
- 14- نشوى يوسف اللواتي، "الملفات التفاعلية في الصحف الإلكترونية وعلاقتها بقاء الوسيلة"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة، مصر، المجلد 16، العدد 4، 2017)، ص 339-382.
- 15- عادل مصطفى، زينة نوشي، "استخدامات وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور مدينة بغداد أمودجًا"، مجلة الباحث الإعلامي (جامعة بغداد، العراق، المجلد 10، العدد 42، 2018)، ص 47-72.
- 16- رؤى عبد الله، علي فاضل، "دور مواقع التواصل الاجتماعي للفضائيات العراقية في ترتيب أولويات الجمهور دراسة ميدانية على جمهور محافظة ذي قار"، مجلة الباحث الإعلامي (جامعة بغداد، العراق، المجلد 10، العدد 42، 2018)، ص 179-201.
- 17- محمد الدهراوي، "اتجاهات الشباب العربي نحو التسويق عبر مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الشرائي: دراسة ميدانية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، المجلد 19، العدد 27، 2019)، ص 158-225.

دراسات جمهور الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي	(2019)، سلامة (2020)، محسن (2020)، قازان، القرعان (2021)، سحاري، بوهدة (2021)، علي (2022)، أبو شعيشع (2022)، عزوز (2022).
---	--

- ¹- حميدي زقاي، وزاني محمد، "دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في التأثير على صورة السياحة الداخلية بالجزائر من وجهة نظر الجمهور الجزائري"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية (الجزائر، المجلد 8، العدد 3، 2019)، ص 163-178.
- ²- مي وليد سلامة، "إعلانات المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الشرائي لدى الشباب الجامعي السعودي"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان (جامعة القاهرة، مصر، العدد 19، 2020)، ص 605-649.
- ³- لمياء محسن، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري: دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، القاهرة، المجلد 55، ج 5، 2020)، ص 2984-3023.
- ⁴- عبد الله قازان، سارة القرعان، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في الوعي الصحي في المجتمع الأردني خلال جائحة كورونا"، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية (المجلد 14، العدد 3، 2021)، ص 285-309.
- ⁵- مصطفى سحاري، خير الدين بوهدة، "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية: دراسة ميدانية على عينة من الأسر في ولاية المدية"، مجلة البحوث والدراسات العلمية (المجلد 15، العدد 19، 2012)، ص 51-72.
- ⁶- نرمن علي، "شخصية العلامة التجارية كما تعكسها إعلانات المشاهير وعلاقتها بإدراك المصداقية لدى الجماهير"، المجلة العربية للإعلام والاتصال (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد 36، 2022)، ص 262-321.
- ⁷- السيد محمد أبو شعيشع، "آليات الخطاب الإعلامي الإسرائيلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتصوير العلاقات الإسرائيلية العربية بعد موجة العلاقات الدبلوماسية العربية الإسرائيلية الأخيرة"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون (العدد 23، 2022)، ص 173-210.
- ⁸- هويدا محمد عزوز، "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الجمهور المصري لتطبيقات الهواتف الذكية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة، المجلد 3، العدد 77، 2022)، ص 1601-1641.

<p>عبد الله (2015)¹، المزاهرة (2017)²، الشلهوب (2017)³، زهرة، السيادية (2017)⁴، المزاهرة (2018)⁵، مراد (2018)⁶، نصر (2018)⁷، محمد (2022)⁸، صيفي وآخرون (2022)⁹، عريقات، الخرابشة (2021)¹⁰، أحمد، باحمدان (2022)¹¹.</p>	<p>الإعلان، الدعاية، الشائعات، العلاقات العامة</p>
---	--

- ¹- داليا محمد عبد الله، "العوامل المؤثرة على تجنب الجمهور المصري لإعلانات الفيسبوك واتجاهاتهم نحوها: دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفيسبوك"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة، مصر، العدد 1، مارس/آذار 2015)، ص 645-693.
- ²- منال المزاهرة، "واقع استخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة في الشركات الأردنية من وجهة نظر العاملين في إدارات العلاقات العامة"، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات (جامعة مؤتة، الأردن، المجلد 32، العدد 6، 2017)، ص 267-310.
- ³- عبد الملك الشلهوب، "تأثير إعلانات الإنترنت على السلوك الشرائي لدى السعوديين: دراسة مسحية في مدينة الرياض"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (السعودية، المجلد 2، العدد 18، 2017)، ص 22-53.
- ⁴- إيمان محمد زهرة، نورا السيادية، "العلاقة التبادلية بين الصحفيين وممارسي العلاقات العامة في الشركات الحكومية العاملة في سلطنة عُمان"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان (العدد 12، 2017)، ص 205-240.
- ⁵- منال المزاهرة، "توظيف ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي: القطاع التجاري الأردني أنموذجاً"، مجلة العلوم الاجتماعية (الجامعة الأردنية، المجلد 11، العدد 3، 2018)، ص 381-412.
- ⁶- بنسنت مراد، "ترويج الشائعات والأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعوامل انتشارها"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، مصر، مجلد 17، العدد 4، 2018)، ص 103-173.
- ⁷- وسام نصر، "علاقة التعرض للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي باتجاهات الجمهور المصري نحو المشاركة بالتصويت"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، مصر، المجلد 17، العدد 4، 2018)، ص 1-4-70.
- ⁸- حياة بدر محمد، "تقييم تقنيات التسويق بالمحتوى الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية وكيفية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد 36، 2022)، ص 206-361.
- ⁹- فراس صيفي وآخرون، "مدى توظيف تقنيات الدعاية في صفحة الناطق باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي على تطبيق تيك توك خلال حرب قطاع غزة عام 2021"، المجلة العربية للنشر العلمي (العدد 40، 2022)، ص 677-735.
- ¹⁰- أحمد عريقات، محمد الخرابشة، "التأطير الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيسبوك: دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي"، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية (الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 14، العدد 2، 2021)، ص 139-150.
- ¹¹- هويدا محمد أحمد، نادرة باحمدان، "إدراك الشباب الجامعي السعودي لمخاطر محتملة من التسويق الإلكتروني للمنتجات الدوائية: دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (القاهرة، العدد 37، 2022)، ص 163.

<p>اليمني، اللبان (2016)¹، شهرزاد، بوعمامة (2016)²، علاونة (2017)³، الداخلي (2017)⁴، حسني (2019)⁵، الشباوي (2018)⁶، رضوان، محمد (2019)⁷، الجيلاني وآخرون (2019)⁸، العشري (2020)⁹، الحماد وآخرون (2020)¹⁰، عبد الغفار (2020)¹¹، مساوي (2020)¹²، رشاد (2021)¹³، صالح (2021)¹⁴، سعيدان، الحزامي (2022)¹⁵، مكّي (2022)¹⁶، الثنيان (2022)¹⁷.</p>	<p>دراسات المواقع الإلكترونية</p>
--	-----------------------------------

- ¹ - تالة اليمني، شريف اللبان، "تقييم مستخدمي مواقع الصحف الإلكترونية السورية وصفحاتها على الفيسبوك لثراء خدماتها الإخبارية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة (العدد 8، 2016)، ص 543-606.
- ² - بن عمار شهرزاد، العربي بوعمامة، "الأداء الصحفي وأخلاقيات الصحافة في ظل تطبيقات الويب الجديدة"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي (المجلد 3، العدد 1، 2016)، ص 6-33.
- ³ - حاتم علاونة، "صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين: دراسة مسحية"، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية (الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 10، العدد 2، 2017)، ص 227-251.
- ⁴ - رحاب الداخلي، "دلالات التغطية المصورة لأنشطة التنظيمات الإرهابية في المواقع الإلكترونية للصحف العربية: دراسة تحليلية سيميولوجية على موقع صحفيي الأهرام المصري والشرق الأوسط السعودية، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، مصر، المجلد 47، العدد 47، 2017)، ص 145-194.
- ⁵ - حسني رفعت حسني، "معايير جودة الصورة الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية"، مجلة الباحث الإعلامي (جامعة بغداد، المجلد 11، العدد 46، 2019)، ص 133-151.
- ⁶ - سماح الشباوي، "تجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي والتفاعل مع الجمهور"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة (جامعة القاهرة، العدد 13، 2018)، ص 167-230.
- ⁷ - أحمد رضوان، أحمد محمد، "عناصر بناء محتوى المواقع الإلكترونية الحكومية: دراسة تجريبية"، مجلة الباحث الإعلامي، (جامعة بغداد، المجلد 11، العدد 46، 2019)، ص 71-96.
- ⁸ - كرايس الجيلاني وآخرون، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في حراك 22 فبراير: الفيسبوك من التنظير والتأطير إلى المرافقة والاستشراف"، مجلة الدراسات الإعلامية (المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد 8، 2019)، ص 12-20.
- ⁹ - وائل العشري، "رؤية الصحفيين المصريين للضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وعلاقتها بأساليب الممارسة السائدة"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (العدد 28، 2020)، ص 86-205.
- ¹⁰ - خلف الحماد وآخرون، "استخدامات أساتذة الجامعات الأردنية لموقع (اليوتيوب) والإشباع المتحققة منه"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة، العدد 71، 2020)، ص 329-378.
- ¹¹ - وفاء عبد الغفار، "اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطور أساليب التحرير الصحفي بالمواقع الإخبارية الإلكترونية المصرية: دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية (العدد 54، ج 7، 2020)، ص 4838-4926.
- ¹² - محمد طلال مساوي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية تجاه قضية قيادة المرأة السعودية للسيارة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة، مصر، العدد 71، 2020)، ص 335-391.
- ¹³ - محمد رشاد، "علاقة محتوى إشعارات التطبيقات الإخبارية للهواتف الذكية بأنماط استهلاك المحتوى الإخباري"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة، مصر، المجلد 3، العدد 77، 2021)، ص 1267-1303.
- ¹⁴ - عادل صالح، "العوامل المؤثرة على أنماط التفاعل مع الأخبار السياسية في صفحتي فيسبوك لصحيفتي اليوم السابع والوطن"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون (العدد 22، 2021)، ص 1-67.
- ¹⁵ - هدى سعيدان، موف الحزامي، "سمات التغطية الإخبارية للأزمات لدى المواقع الإخبارية في أثناء أزمة كورونا: دراسة تحليل محتوى على عينة من الحسابات الإخبارية العالمية"، مجلة الباحث الإعلامي (جامعة بغداد، العراق، المجلد 1، العدد 55، 2022)، ص 7-22.
- ¹⁶ - علاء مكّي، "أساليب توظيف الوسائط الرقمية في الأفلام الوثائقية التفاعلية"، مجلة دراسات (الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 49، العدد 3، 2022)، ص 113-126.
- ¹⁷ - نوال الثنيان، "مظاهر الاتساع النحوي في الجملة الاسمية في اللغة الإعلامية على تويتر عن فيروس كورونا"، مجلة دراسات (الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 49، العدد 2، 2022)، ص 166-192.

المدخل النظري للدراسة

استندت الدراسة في إطارها النظري على النظرية النقدية، نظرًا لطابعها التحليلي النقدي لعينة من البحوث والدراسات الإعلامية العربية التي أُنجِزت في سياق البيئة الإعلامية الرقمية في محاولة لرصد المناهج المستخدمة، وأدوات جمع البيانات، والإسناد النظري، وتحديد اتساقها مع البيئة الجديدة التي أثّرت في جميع مناحي الحياة ومنها البحوث العلمية.

أولاً: النظرية النقدية

تُعد النظرية النقدية في بحوث الإعلام والاتصال المدخل النظري الملائم لهذا النوع من الدراسة؛ إذ إن روادها الأوائل ركزوا على منهجها النقدي واهتمامها بالاغتراب والتشيؤ أكثر مما ركزوا على ادعاءاتها التنظيمية، حيث شكّلت هذه المحاور جوهر النظرية النقدية كما نظر لها رائدا الماركسية الغربية، كارل كورش (Karl Korsch) وجورج لوكاتش (György Lukács)، اللذان قدّما إطار عمل المشروع النقدي الذي بات يُعرف لاحقاً بمعهد البحث الاجتماعي أو "مدرسة فرانكفورت" فيما بعد¹.

تستمد النظرية النقدية جذورها من النظريات النقدية في العلوم الاجتماعية التي بدأت في ثلاثينيات القرن العشرين، والتي طالبت بإذابة الفوارق بين طبقات المجتمع، وبحقوق المحرومين والمهمشين في المعرفة والسلطة، والثورة والتحرر من ظلم الطبقة الحاكمة، وسيطرة من يملكون التكنولوجيا ورأس المال. ويُعرّف النقد بأنه تطبيق القيم والمعايير

¹ - ستيفن إريك برونر، النظرية النقدية، ترجمة سارة عادل، (القاهرة، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، 2012)، ص 11.

للوصول إلى أحكام؛ إذ يقوم الباحثون النقادون بإجراء دراساتهم لتحليل القيم ونقدتها أو الحكم عليها¹. واستخدمت مدرسة فرانكفورت، التي تُعد من أبرز المدارس النقدية، مصطلح النظرية النقدية لوصف اتجاهات الحياة الاجتماعية، وقد أشار بعض باحثي الاتصال إلى أن الاتجاهات النقدية إما أن تكون مرتبطة بهذه المدرسة أو تطورت عنها، ويعود هذا الخلط للعلاقة التاريخية الفريدة بين دراسات الاتصال وهذه المدرسة². وتركز البحوث النقدية على الأنظمة، أو السلطات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، كقوى لقهر المواطنين، والتي تشمل دائماً الاتصال، ففي التطبيق العملي لا يفصل المنظرون النقادون الاتصال عن العوامل الأخرى في النظام العام لقوى القهر في المجتمع³. فالغرض الرئيسي للدراسات النقدية في الاتصال هو تحديد المصادر التاريخية والسياسية والاقتصادية للسلطة التي تكمن في الأيديولوجية⁴.

وفيما يتعلق بالتداخل بين النظرية النقدية والإعلام، يرى روادها أن الإعلام عبارة عن ممارسة تتبع أيديولوجيا معينة، وانبثقت عن الاتجاه النقدي "نظرية تحليل الثقافة" من خلال تحليل نمط استخدام الأفراد للوسائل الإعلامية، والكشف عن النتائج المترتبة عن استخدامها في الحياة اليومية⁵. وقد بدأ إسهام المنظرين النقادين في دراسة الاتصال الجماهيري، وأبرزهم تيودور أدورنو (Theodore Adorno) وهربرت ماركوز (Herbert Marcuse) ووالتر بنجامين (Walter Benjamin) وإيريك فروم (Erik Fromm)، من خلال نقد وسائل الإعلام التي حاولت إعادة إنتاج الفنون القديمة في

¹ -Gerianne Merrigan, Carole Huston, Communication Research Methods (USA: Thomson .L. Wadsworth, 2004), -268

² -عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، ط 1 (القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2002)، ص 98.

³ - Merrigan, Huston, Communication Research Methods, 268-269.

⁴ -Ibid.

⁵ -فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله، ط 1 (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003)، ص 77.

أشكال ملخصة تنقص من قيمتها، ويرون أنها صرفت الناس عن البحث وشراء المصادر الحقيقية للثقافة العالمية. كما قاموا بتحليل المضامين الثقافية، وقَدَّموا تحليلاً حول طبيعة المضامين الهابطة بالمحتوى الإعلامي الذي يُوزَّع على نطاق واسع وتشاهده جماهير عريضة ويكون مثيراً لاستياء النقاد بشكل مستمر¹، مثل برامج العنف والجنس، التي تسهم في خفض مستوى الذوق وإفساد الأخلاق والقيم².

وتعطي هذه المدرسة الأولوية في تحليلها للمحيط الثقافي والاجتماعي الذي تحدث فيه عملية الاتصال، ولذلك يُطلق عليها البعض اسم "المدخل الاجتماعي الثقافي"؛ إذ يركز أتباعها على المحيط الثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي للبلد الذي تتم فيه عملية الاتصال³. كما أن نقد المدرسة للمجتمع وتبنيها لمصطلح "التغيير الاجتماعي" يمثل إسهاماً مهماً في تاريخ البحث العلمي في العلوم الاجتماعية بصفة عامة، وفي مجال الثقافة والبحوث الإعلامية والاتصالية بشكل خاص. فالمدخل النقدي يُبَيِّن أهمية رؤية الاتصال الجماهيري من خلال منظور اجتماعي وتقييم شامل لظروف المجتمع الرأسمالي⁴.

استفادت الدراسة من أطر النظرية النقدية في الاتصال والإعلام، والتي ترى أن الإعلام يجب أن يُستخدم لتحقيق أهداف قيمة، وأن ينتقد الاستخدام السيء لوسائل الإعلام والعمل على تحسين استعمالها، وهو ما تسعى إليه هذه الدراسة في تحليل ونقد الدراسات والأبحاث الإعلامية العربية في سياق البيئة الرقمية الجديدة، وما طرأ عليها من تحولات في البنية الاتصالية، ومدى ملائمة المناهج والنظريات التقليدية للبيئة الرقمية باعتبارها بيئة جديدة ومتقلبة تتفاعل فيها الشبكات والعلاقات والأدوار، ومدى قدرتها على تأطير

¹- المرجع السابق.

²- بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، ط 1 (الجزائر، دار الخلدونية، 2007)، ص 11.

³- دليو، الاتصال، مرجع سابق، ص 79.

⁴- عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، مرجع سابق، 92-94.

الظواهر الجديدة وتحليلها، وحاجتها لتجديد الأسس المنهجية والنظرية التقليدية، نظرًا لأن دراسة الإعلام التقليدي كانت تركز على ثلاثة أبعاد تتمثل في الإنتاج والمضمون والجمهور، في حين تتطلب دراسة الإعلام الرقمي الجديد ثلاثية مختلفة تتكون من الأجهزة والنشاطات، والممارسات، والأشكال التنظيمية¹.

ثانيًا: خلفية معرفية عن البيئة الرقمية

تشكّلت البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة نتيجة اندماج ظاهرتين، هما: تَفَجُّر المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى ظهور بيئة اتصالية جديدة مختلفة عن بيئة الإعلام التقليدي يصعب تحديد تعريف دقيق لها. فهناك من يرى أن هذا المصطلح يخص أشكال الاتصال الإلكتروني باستخدام الكمبيوتر مقابل الإعلام التقليدي وغيره من الوسائل الساكنة²، وهناك من يرى أن البيئة الإعلامية الرقمية ظاهرة حقيقية اختزلت الزمان والمكان، وقلبت مفهوم الجمهور الذي أصبح مستقبلًا ومرسلًا في آن واحد.

ويشير مصطلح الإعلام الرقمي إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع أجهزة الحواسيب، والذي يطلق عليه الإعلام التفاعلي (Interactive Media)، وهو أيضًا مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت نتيجة التزاوج بين الكمبيوتر ووسائل الإعلام التقليدي، والطباعة والتصوير والصوت والفيديو³. ومهما اختلفت التسميات والتعريفات للبيئة الإعلامية الرقمية، فإن هناك اتفاقًا بشأن الإعلام الرقمي الذي يعتمد التقنيات الرقمية المبنية على نظام (0-1)، وقد ظهر نتيجة تحول وسائط الاتصال من

¹- Leah A. Lievrouw and Sonia Livingstone, Handbook of New Media: Social Sharing and Social Consequences of ICTs (London: SAGE Publications, 2006), "accessed April 4, 2022". <https://bit.ly/3bVdUCM>.

²- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1 (عمان، دار الشروق، 2008)، ص 32

³- Paul Martin Lester, "Digital literacy: Visual Communication and Computer Images," ACM SIGGRAPH Computer Graphics, 29(4): 25-27.

التناظري إلى الرقمي ومن الهرمي إلى الشبكي مما خلق بيئة جديدة لتبادل المعلومات والآراء اصطُح على تسميتها بالإيكوميديا أو البيئة الجديدة للإعلام والاتصال التي وفرت فرصاً لظهور مفهوم المواطن الرقمي وصحافة المواطن؛ إذ تغلبت الشبكات الرقمية على غيرها من الشبكات الأخرى، ونجح النظام العالمي للاتصال المتنقلة (GSM)، وهو نظام اتصالي رقمي خلوي، في جميع أنحاء العالم؛ إذ يوفر اتصالاً دون انقطاع عبر الحدود¹. فيما انصب اهتمام الباحثين من خارج حقل الاتصال الذي بدأ عام 1960 على بعض جوانب وسائل الاتصال التي ظهرت في هذه الفترة، والتي تركزت على أجهزة الحاسوب ليس باعتباره وسيلة اتصال، بل لكونه وسيلة لمعالجة المعلومات وأداة للعد تحاكي الذهن البشري²، وأما المكونات الأساسية التي يجب توافرها في البيئة الرقمية فهي³:

- المعلومات في قالبها الرقمي.

- التكنولوجيات الحديثة لنقل المعلومات والاتصال.

- الوسائل التقنية المستعملة من قِبَل المستخدم للوصول إلى المعلومة.

- الأدوات البحثية في البيئة الرقمية التي تقوم بتنظيم المواقع والصفحات المتاحة في البيئة الرقمية ويُسَر استرجاعها.

وفيما يتعلق بانعكاسات البيئة الجديدة على الظاهرة الإعلامية، فإن هذه البيئة المتطورة تعتبر ظاهرة ديناميكية أدت إلى التحول من الإعلام باتجاه واحد إلى إعلام ثنائي الاتجاه، وهو إعلام مشارك في إعداد ومعالجة ونشر واختيار المضامين الإعلامية. فقد فرضت هذه

¹- جمال الرزن، "البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن"، مجلة الباحث الإعلامي (جامعة بغداد، العدد 17، 2012)، ص 17.

²- Leah A. Lievrouw, What's changed about new media, Introduction to the fifth anniversary issue of new media and society, (London: SAGE Publications, 2004), 14.

³- Sylvie Tellier, "La bibliothèque virtuelle: l'information au bout des doigts," Direction informatique, Vol. 6, no.1, (14 novembre 1993): 46.

التحولات على وسائل الإعلام التقليدي التكيف مع التغيرات التكنولوجية من خلال الاندماج لتواكب التطورات الحديثة التي أثّرت على مكانتها ووجودها، ولتتواصل مع الجماهير من خلال إنشاء مواقع وصفحات خاصة بها عبر الشبكة المعلوماتية؛ إذ غدت الوسائط الرقمية الجديدة، وأهمها الشبكات الاجتماعية والتطبيقات الرقمية، وسائل لتحرير الجماهير من الإعلام التقليدي للتعبير عن الرأي والرأي الآخر، الذي أبقاهم لعقود عبارة عن متلقين ومتابعين ومشاهدين فقط، وأصبحوا متحكمين اجتماعيًا وإعلاميًا وسياسيًا، يصنعون الأخبار ويدخلون عليها ما يشاؤون ويحدثونها ويوجهونها عبر هذه التقنيات، لأن التفاعلية والترابط وإمكانية الوصول إلى المستخدمين كمرسلين ومستقبلين¹ باتت سمات تميز البيئة الجديدة عن الإعلام التقليدي، بالإضافة إلى الفجوة المعرفية التي جاءت لصالح هذه البيئة الإعلامية؛ إذ أصبحت منافسة لهذه الوسائل كونها منصة للنشر والمشاركة، والتفاعل، والتعليق، ولتحول إلى أداة للتأثير على مستخدميها. كما أنهت البيئة الرقمية الجديدة -مثلة في شبكات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك، وتويتر، والشبكات الاجتماعية المتخصصة مثل "أكاديميا" (Academia) و"لينكد إن" (Linkedin)، والمدونات، ومواقع الويكي، والمنتديات، ومجتمعات المحتوى وغيرها- مفهوم السيطرة الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدي. وخلخت هذه البيئة الجديدة المؤسسات الإعلامية بما فيها الإعلام الرسمي، مما أدى إلى تفكيك تعريف الاتصال الجماهيري الذي غيّر المشهد الإعلامي جوهريًا بأكمله وخاصة الصحافة كمهنة²، وسمحت للجماهير بالتحكم في المحتوى الإعلامي فيما يتعلق "بأين وكيف ومتى"³، ومن

¹- Denis McQuail, Mass Communication Theory, 6th ed. (London: Sage Publications Ltd, 2010), 323

²- Sunny E. Udeze, The New Media and Digital Divide: Knowledge Gap Exacerbated, walshmedicalmedia, 2018, "accessed April 4, 2022". <https://bit.ly/3bXiUqv>.

³- Ikechukwu S. Ndolo, Mass Media Systems and Society (Enugu: Rhyce Kerex Publishers, 2006), 25.

ثم التحول في إنتاج وتلقي المعلومات ومجريات الأحداث. فأصبحت البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة تمثل شكلاً جديداً من أشكال القوة والضغط والتعبئة والتأثير، خاصة أنها تحقق للإعلام مختلف شروط القيم الخبرية السبع (الآنية، القرب، الأهمية، الشهرة، والتأثير، والتداول، والصراع)، وبشكل خاص معيار الآنية والأهمية والصراع باعتبار أن شبكات الإعلام الاجتماعي لا تخضع في طبيعة عملها لنفس معايير التدقيق المهنية التي تتبعها وسائل الإعلام التقليدي، وتحرر من جميع قواعد الأخلاقيات ومواثيق الشرف التي تلتزم بها المؤسسات الإعلامية. كما أن هناك عدداً من العوامل الرئيسية التي أدت إلى تغيير بيئة الإعلام التقليدي إلى الرقمي وأهمها العامل التقني ممثلاً في تكنولوجيا الكمبيوتر من حيث تجهيزاته وبرمجياته وتكنولوجيا الاتصالات المتعلقة بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، واندماج هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة أفرزت شبكة الإنترنت التي تشكّل وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد وما تطلبه من تسريع حركة المال ومن ثم تدفق المعلومات، وأخيراً العامل السياسي ممثلاً في استخدام القوى السياسية لوسائل الإعلام من أجل السيطرة على موازين القوى في عالم زاهر بالاضطرابات والصراعات¹.

2. عرض ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية

2.1. الرؤية المنهجية لعينة الدراسة

على مستوى الإطار المنهجي المستخدم في الدراسات والبحوث عينة الدراسة التي تناولت قضايا الشباب والمراهقين والأطفال، وجمهور الإعلام الجديد وشبكات التواصل

¹- عيسى عيسى العسافين، المعلومات وصناعة النشر، (دمشق، دار الفكر، 2001)، ص 188-190.

الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، والأبحاث المتعلقة بالعمليات الاتصالية (الإعلان، الدعاية، الشائعات، العلاقات العامة) التي أجريت في سياق البيئة الرقمية الجديدة، كشف التحليل أن معظم هذه الدراسات ينتمي إلى البحوث الوصفية بشكل أساسي ولم يتجاوز الوصف. كما أن غالبية البحوث تشترك في اعتماد منهج المسح الإعلامي بالعينة، باستثناء دراسة كل من (مصطفى، 2020)، و(عريقات، الخرابشة، 2021)، و(محمد، 2022)، و(المهايرة وآخرون، 2022) التي جمعت بين المنهج الوصفي والارتباطي، ودراسة (الدهراوي، 2019) التي جمعت بين منهج المسح ومنهج العلاقات المتبادلة، فيما اعتمدت دراسة (الزبون وآخرون 2017) على منهج المسح الاجتماعي، ودراسة (اللواتي، 2017) على منهج الرصد الداخلي. كما تُعد جميع هذه الدراسات بحوثاً كمية تشترك في استخدام الاستبيان أداة رئيسية لجمع البيانات، وهذا ما يجعل نتائجها متشابهة. فيما جمعت دراسة (شهرزاد، بوعمامة، 2016) بين منهج المسح الإعلامي وتحليل المضمون والتحليل السيميولوجي، وكذلك جمعت دراسة (عبد الغفار، 2020) بين منهج المسح ومنهج العلاقات المتبادلة. واعتمدت كل من دراسة (الشباوي، 2018)، و(صالح، 2021)، و(سعيدان، الحزامي، 2022)، و(الثيان، 2022) تحليل المضمون لمقاربة المشكلة البحثية، واختلفت دراسة (رضوان، محمد، 2019) عن الدراسات السابقة كونها دراسة تجريبية.

أما فيما يتعلق بأدوات جمع البيانات التي استخدمتها عينة الدراسة فتبيّن أنها اعتمدت بشكل رئيسي على الاستبيان، سواء من خلال التوزيع المباشر أو الاستبيان الإلكتروني، باستثناء دراسة كل من (عريقات، الخرابشة، 2021)، و(محمد، 2022)، و(اللواتي، 2017)، ودراسة (عزوز 2022) التي استخدمت تحليل المضمون أداة لجمع البيانات،

فيما جمعت دراسة (عبد الله، فاضل، 2018) بين الاستبيان وتحليل المضمون أداتين لجمع البيانات.

2.2. الأطر النظرية لعينة الدراسة

على مستوى الأطر النظرية التي استندت إليها البحوث والدراسات عينة الدراسة، رصدت نتائج التحليل التفاوت بين الدراسات في الاستناد إلى أطر نظرية ما بين استخدام النظريات التقليدية وتطبيقها على البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة، ودراسات تناولت نظريات حديثة تتلاءم مع دراسات الإعلام الرقمي، ودراسات لم تستند قط إلى أطر نظرية واكتفت بالأطر المعرفية أو الأدبية للمواضيع التي تتناولها في هذه الدراسات. فقد استندت كل من دراسة (المدني، 2015)، و(مصطفى، 2016)، و(نصر، 2018)، و(آل صقر، 2019)، و(الحمد وآخرون، 2020)، و(مساوي، 2020)، و(الزهراني، 2020)، و(رشاد، 2021)، و(عزوز، 2022)، على نظرية الاستخدامات والإشباع. واستندت دراسة كل من (عبد الرزاق، 2016)، و(قازان، القرعان، 2021) على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، بينما اعتمدت دراسة (التوام، 2016)، و(صيفي وآخرون، 2022) على نظرية ترتيب الأولويات، ودراسة (عريقات، الخرابشة، 2018) على نظرية الأطر الإعلامية. أما دراسة (حسين، 2018) فاعتمدت على نظرية التعلم الاجتماعي ونظرية النموذج، واستعانت دراسة كل من (عبد الله، 2015)، و(الشلهوب، 2017)، و(الدهراوي، 2019) على نموذج "تشو وشيون" ونموذج "أيدا" ونموذج بناء قيمة العلامة التجارية، واعتمدت دراسة (عبد الغفار، 2020) على نظرية القائم بالاتصال، وحارس البوابة، واستعانت دراسة (العشري، 2020) بنظرية المسؤولية الاجتماعية، فيما جمعت كل من دراسة (مكي، 2022) بين نظرية الأطر ونظرية الحتمية التكنولوجية،

ودراسة (سعيدان، الحزامي، 2022) على نظرية الأطر الإخبارية ونظرية اتصالات الأزمة الموقفية.

أما الدراسات التي استندت إلى نظريات تتلاءم والبيئة الإعلامية الرقمية فتمثلت في دراسة (اليمني، اللبان، 2016) و(اللواتي، 2017)، و(مصطفى، 2020)، و(محمد، 2022) التي اعتمدت نظرية ثراء وسائل الإعلام، فيما استعانت دراسة (رضوان، محمد، 2019)، و(الجيلاني وآخرون، 2019)، و(مكناني، المزاهرة، 2021) بنظرية الحتمية التكنولوجية ونظرية الابتكارات. واستندت دراسة (عبد الله، فاضل، 2018)، و(محسن، 2020) على نظرية البيئة الإعلامية، أما دراسة (مرعي، 2021) فاعتمدت على نظرية التهيئة المعرفية، وكذلك اعتمدت دراسة (الوزان، 2022)، على نظرية التماس المعلومات، فيما استعانت دراسة (عزوز، 2022) على المدخل التكاملي لتحليل الصورة، كما استندت دراسة (سلامة، 2020)، و(مراد، 2018) على نموذج إعادة نشر الشائعات وآلية كشف الشائعات وتدققها، ونموذج مصداقية المصدر، ونموذج إطار التأثير، بينما استعان عدد من الدراسات بالنظريات التكنولوجية، مثل النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، ونظرية تقبل التكنولوجيا التي استندت إليها كل من دراسة (المزاهرة، 2017)، و(البطاينة، العفيف، 2018)، و(المزاهرة، 2018). واستعانت دراسة (حسني، 2019) بنظرية ماهية سهولة الاستخدام، ودراسة (صالح، 2021) بالنظرية التفاعلية.

وفي المقابل، كشفت نتائج التحليل أن هناك عددًا لا يستهان به من الدراسات لم يستند لأي إطار نظري واكتفى بخلفيات معرفية أو إطار أدبي كما نجد في دراسة (العريشي، 2015)، و(إبراهيم، 2015)، و(غندر، 2016)، و(الحسين، 2016)، و(الزبون وآخرون، 2017)، و(عبد الوهاب، عبد الله، 2017)، و(فالق، 2018)، و(مصطاف، نوشي،

2018)، و(الأحمد، 2019)، و(زقاي، محمد، 2019)، و(بسيوني وآخرون 2020)، و(الحواري، 2021)، و(سحاري، بوهدة، 2021)، و(قطب، الطياري، 2022)، و(المهايرة وآخرون، 2022)، و(أبو شعيشع، 2022)، و(باحمدان، 2022)، و(شهرزاد، بوعمامة، 2016)، و(الثنيان، 2022).

3. روية نقدية لعينة الدراسة

بناء على القراءات النقدية والتحليلية للدراسات والبحوث الإعلامية العربية التي أجريت في سياق البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة، توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج.

3.1. الإشكاليات المنهجية للبحوث الإعلامية العربية

- إشكالية عدم وجود مناهج علمية جديدة قادرة على التعاطي مع الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، فعلى الرغم من وجود بعض التراكم المعرفي الكمي في عينة الدراسة، إلا أنها لم تحقق النجاح في تطوير البناء النظري والفلسفي أو طرح مناهج بحثية جديدة¹. كما تقتصر معظم الدراسات على البحوث الوصفية والاستكشافية ولم تحاول تجاوز الوصف، وقد أكد غاستون باشلار (Gaston Bachelard) أن العلوم لا تحقق أهدافها التي لا نعثر عليها جاهزة، وهي ليست ما يجب وصفه، بل ما يجب بناؤه، فالأحداث والوقائع تجب ملاحظتها وبناءؤها، وليس مجرد وصفها².

- تعتمد معظم البحوث العربية في الإعلام الجديد على منهج المسح ضمن البحوث الوصفية، باعتباره المنهج الرئيسي لدراسات وسائل الإعلام وجمهورها، وهو ما يؤدي إلى

¹ - محمد بن طبه، فاطمة نغاف، "صلاحية البحوث الكيفية والبحوث الكمية في ظل الظاهرة الاتصالية الجديدة: قراءة نقدية"، مجلة الدراسات الإعلامية (المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد 8، 2019)، ص 262-276.

² - Gaston Bachelard, La Formation de L'esprit scientifique: Contribution a une psychanalyse de la connaissance objective (Paris: Vrin, 1986), 17.

توصلها لنتائج متشابهة، وقد تتسم بالعمومية. فالمناهج المسحية تعتبر من المقاربات التي تدقق في سطحيات الحقائق الكمية خلافاً للبحوث الكيفية التي تدرس الظاهرة بشكل متعمق وشامل¹، كما تقف المناهج المسحية عند حدود الوصف الإحصائي دون الاستدلال على الأسباب والمقدمات التي ترتبط بالسؤال "لماذا؟"²، إضافة إلى عدم اهتمام الباحثين بالدراسات المقارنة للتعرف على مدى قدرة الوسائل التقليدية على المحافظة على كينونتها، وقدرة الوسائل الجديدة على منافستها أو إلغاء بعض خصائصها³.

- تفتقد البحوث الإعلامية العربية في البيئة الرقمية الجديدة للتنوع في استخدام أدوات جمع البيانات، والتي اقتصر في المجمل على الأدوات الكمية (الاستبيان) المهيمنة على الحقل الأكاديمي الإعلامي، ويعود ذلك إلى أن أغلب المناهج التدريسية تركز على المداخل البنائية الوظيفية المتأثرة بالمدرسة الأميركية التي تعلي من شأن البحوث الأمبريقية مقابل البحوث الكيفية والنقدية. فنتائج البحوث الكمية لا تقدّم صورة متكاملة عن الظواهر المدروسة لضبط الممارسات الناجمة عن الاستخدام في البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة، ومعرفة خصائص مستخدميها بصفة عامة، وهو ما حال دون نجاعة استخدام أدوات القياس الكمية في بعض البحوث الرقمية.

- معظم بحوث عينة الدراسة تناول بشكل رئيسي تأثير البيئة الإعلامية الجديدة في فئة الشباب بشكل خاص، وصُنّفت في مجموعات، مثل طلبة المدارس وطلبة الجامعات،

¹- Alvaro Pires, "La méthode qualitative en Amérique du Nord: un débat manqué (1918-1960)," Sociologie et société, Vol.14, no.1, (1982): 19

²- عزة عثمان، "الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في العالم الجديد: دراسة من منظور تحليلي نقدي"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (جامعة الأهرام الكندية، القاهرة، المجلد 5، 2014)، ص 9.

³- سهام بوزيدي، سوسن لوانسة، "الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية (جامعة باتنة، الجزائر، المجلد 20، العدد 1، 2019)، ص 1.

⁴ - هيثم الحسيني، "المناهج والمنهجية: مقارنة تحليلية في مناهج البحث ومعالجتها"، alshirazi.com، يونيو/حزيران 2011، (تاريخ الدخول: 6 يوليو/تموز 2022). <https://bit.ly/3C7GA65>

والمراهقين، والشباب المتعلمين، أو تأثيرها في الأسرة. كما ركزت عينة الدراسة على موضوعات بناء علاقات اجتماعية، والصداقة والمشاركة التفاعلية بين المستخدمين، وكذلك الآثار السلبية لاستخدام الشباب بفئاتهم المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي¹، بينما اقتصرَت الدراسات على قضايا وظواهر أخرى تخص المستخدمين بشكل عام، مثل تقدير الذات أو الحالات النفسية أو الحالة المزاجية².

- إشكالية الابتعاد عن البحوث الكيفية والنقدية، ويرجع ذلك لعدم معرفة بعض الباحثين بالأصول النظرية والعملية لهذا النوع من البحوث، وهيمنة المنظور الأمبريقي على الدراسات العربية بصفة عامة أو عدم وجود وحدات للتحليل تلائم الظواهر الرقمية الحديثة، وإجراء المقاربات البحثية الكيفية في جمع البيانات وأهمها الملاحظة بالمشاركة، وتحليل النصوص والخطابات، ودراسة الحالة التي تحتاجها دراسات البيئة الإعلامية الجديدة للحصول على بيانات دقيقة وتفصيلية عن مستخدمي هذه البيئة، مقارنة بالدراسات الأجنبية التي تتنوع استخداماتها للأدوات البحثية الكيفية لجمع البيانات، وأهمها المقابلات المتعمقة والمجموعات المركزة ودراسة الحالة³. ولا يعني هذا أن البحوث

¹ - مختار مصطفى، "استخدام موقع التواصل الاجتماعي: الفيسبوك وعلاقته بالثقة بالنفس وتقدير الذات والأمن النفسي لدى عينة من طلاب المؤسسات الإيوائية"، مجلة التربية للبحوث التربوية والنفسية والاجتماعية (جامعة الأزهر، القاهرة، المجلد 167، العدد 2، 2016)، ص 253-279.

- جودة مؤيد، "إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي: دراسة مقارنة في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة (جامعة القاهرة، مصر، المجلد 6، 2016)، ص 233-244.

- رشيد لغبي، "شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك العدواني لدى طلاب المرحلة الثانوية على محافظة العارضة بمنطقة جازان"، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس (السعودية، المجلد 88، 2017)، ص 271-291.

² - إسلام عثمان، "الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري (جامعة بني سويف، مصر، المجلد 2، العدد 1، 2012)، ص 10-59.

³ - Mauricio Meschoulam et all., Mass Media, Violence, and Peacebuilding: A Qualitative Study in Mexico," International Journal of Peace Studies, Vol. 22, no.1, (2017): 1-20.

- Rexford Owusu et all., "Experience of Social Media, Training and Development on Work Proficiency: A Qualitative Study with Security Personnel," Journal of Education and Practice, Vol. 7, no.30, (2016): 112-127.

الإعلامية العربية لا تستخدم الأدوات الكيفية نهائياً، فهناك دراسات عربية عديدة اعتمدت الأدوات الكيفية¹.

- إشكالية مصداقية المعلومات والبيانات التي تتم دراستها ضمن البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة؛ ذلك أن ما يُعرض من بيانات ديمغرافية وآراء وأفكار لا تعبر بالضرورة عن معلومات صادقة؛ إذ إن المضمون الذي يتم تناقله عبر الوسائط الجديدة يمثل هاجساً كبيراً للباحثين بالنظر لارتباطه بأحد الأسس العلمية الرصينة؛ والذي يتمثل في المصداقية والموثوقية العلمية وهما شرطان أساسيان لا غنى عنهما لإنجاز بحوث سليمة ومقبولة منهجياً².

- إشكالية تحليل محتوى شبكات التواصل الاجتماعي أو حتى المواد الإعلامية المتداولة عبر هذه الشبكات والتطبيقات الذكية، والتي تُعد مواد غير خاضعة لأية رقابة كانت، سواء من السلطات السياسية أو من القيود الاجتماعية أو غيرها، فنجد الباحثين يتجنبون تحليل مضمونها تحليلاً معمقاً باعتبارها من الطابوهات التي قد تجر الباحث لتبعات تؤرقه فيما بعد³.

- صعوبة قياس ورصد الأثر والتأثير ومعرفة الاتجاهات المختلفة للرسالة الاتصالية في حالة الاتصال الجماهيري الواسع، فكيف يمكن قياس الأثر والتأثير في البيئة الإعلامية

- Jacob Nyarko, "Newspaper Review Show in the Broadcast Media Space in Ghana, An Exploratory Qualitative Study," Sage Journals, Vol. 6, Issue 2, (2016): 10.

¹ - عادل خليل، "استشراف مستقبل إعلام الخدمة العامة في مصر في ضوء حرية الإعلام وتنظيمه بالدستور الجديد"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (جامعة القاهرة، القاهرة، العدد 2، 2015)، ص 11-42.

- ثريا البدوي، "المعالجة النظرية والمنهجية لمشاركة المستخدم في المجال العام الرقمي: رؤية تحليلية للاتجاهات العلمية الحديثة"، ورقة قُدمت في: مؤتمر الإشكاليات المنهجية لشبكات التواصل الاجتماعي، (الرياض جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، أكتوبر/تشرين الأول 2016)، ص 2.

² - نور الدين هميسي، "الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة: قراءات نقدية"، ورقة قُدمت في المؤتمر الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر: الفرص والتحديات، الجزائر، جامعة محمد خيضر، 2014، ص 13.

³ - دليلة غروية، "صعوبات البحوث الاستطلاعية والاستكشافية في مجال الإعلام والاتصال بالجامعة الجزائرية: نماذج عن بحوث في مجال الشبكات الاجتماعية وأفلام الموبايل"، الملتقى الوطني الأول حول إشكالية العلوم الاجتماعية في الجزائر واقع وآفاق، 7-8 مارس/آذار 2012.

الرقمية للمستخدمين المنتشرين دون حدود للزمان والمكان؛ إذ من الصعب قياس رجع الصدى ومدى تأثير الجمهور بمضمون الرسالة إلا بعد إجراء استطلاعات الرأي العام حول القضايا محور الدراسات، بينما يذهب بعض الباحثين الغربيين للتشكيك فيها، مثل بيير بورديو (Pierre Bourdieu) الذي نفى وجود ما يسمى بالرأي العام الحقيقي؛ إذ لا يعدو أن تكون استطلاعات الرأي وسيلة من وسائل العمل السياسي التي يلجأ إليها أصحاب السلطات لإضفاء الشرعية على نظامهم السياسي القائم¹. كما أشار والتر ليبمان (Walter Lippmann) إلى أن الفرد بمفرده ليس لديه آراء بشأن جميع القضايا العامة، إضافة إلى اختلافاتهم الفكرية والعلمية بشأن ماذا يحدث؟ وكيف يحدث؟، لذلك كيف يمكن أن يكون هؤلاء قوة موجهة ومؤثرة ومستمرة في هذه القضايا. وإذا كانت هذه حال بحوث الرأي العام في الدول الغربية التي تتمتع بقدر من الحرية في التعبير عن الرأي والرأي الآخر، فهل يمكن أن تطبق على دول تفتقر إلى القدرة على التعبير عن حرية الرأي العام؛ حيث تسود فكرة مفادها أن الرأي العام في دول الجنوب، ومنها البلدان العربية، سطحي وفاعليته محدودة وفرص وجوده إزاء القضايا المهمة والحيوية ضئيلة للغاية، وبالتالي كيف يمكن قياس شيء لا وجود له أو كامن؟².

3.2. الإشكاليات النظرية للبحوث الإعلامية العربية

- إشكالية تطويع العديد من النظريات التي كانت تستخدم في بحوث الإعلام التقليدي لتطبيقها على الإعلام الجديد، مثل: نظريات الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وغيرها من النظريات، لتحديد أسباب استخدام شبكات التواصل

¹ - Henri Maler, "Au palmarès des détestations du Figaro : Pierre Bourdieu," acrimed.org, 23 Janvier 2012, "accessed 24 July 2022". <https://bit.ly/3T4Sgwi>.

² - محمد شومان، "إشكاليات قياس الرأي العام"، ط 1 (القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 1999)، ص 290.

الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية، والبحث عن المعلومات أو الاتصال لتكوين علاقات اجتماعية لتطبيقها على بحوث الإعلام الجديد¹، متجاوزين اعتماد البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة على التفاعلية التي انتفى خلالها النموذج الخطي الذي يقوم على أن الإعلام يسير باتجاه واحد.

- لم تخرج الكثير من البحوث الإعلامية العربية في البيئة الرقمية الجديدة عن توظيف الإطار التقليدي للنظريات المتعلقة بالتعرض ودوافعه، والتعرف على عادات وأنماط الاستخدام، إضافة إلى اهتمام هذه البحوث بمضمون الرسالة الذي ينطلق منه تحديد التأثيرات والأدوار، ومن ثم إغفال المستخدمين في البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة التي تتميز بالتفاعل بالدرجة الأولى. وتعظم هذه النظريات التقليدية في مجملها من دور الإنترنت كوسيلة كما تعظم من تأثيره على الجمهور².

- إشكالية تطبيق بعض نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، ومنها نظرية ترتيب الأولويات، على بحوث البيئة الرقمية الجديدة، والتي تركز على أن وسائل الإعلام تقوم باختيار مواضيع وقضايا محددة وإبرازها والتحكم فيها للتأثير في جماهيرها. ووفق هذه النظرية، فإن وسائل الإعلام ترتب أولويات الجمهور من حيث أولويات القضايا التي تطرحها³، وهذا يتنافى مع البيئة الجديدة؛ إذ لم تعد وسائل الإعلام بأحاديتها قادرة على وضع أولويات القضايا والمواضيع التي يهتم بها مستخدمو هذه البيئة، الذين أصبحوا طرفاً

¹- Tami Tomasello et all., "New media: research publication trends and outlets in communication, 1990-2006," Sage Journals, New Media & Society, Vol. 12, Issue 4, (2010): 531-548.

- عائدة السخاوي، "الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الإعلام في العالم"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (القاهرة، المجلد 6، العدد 75، 2021)، ص 252-163

²- عزة عثمان، "الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في العالم العربي: دراسة من منظور تحليلي نقدي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة، القاهرة، 2012)، ص 4-23.

³- المزاهرة، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 311-313.

مشاركًا مع وسائل الإعلام في إنتاج ونشر القضايا والمواضيع التي تهمهم. فظهور صحافة المواطن والمصور الصحفي الذين يكتبون ويصورون وينشرون يمكن أن يشكّلوا أجندة أسرع من وسائل الإعلام.

- إشكالية عدم توظيف مداخل نظرية في بحوث البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة؛ إذ لا يستند عدد كبير منها إلى قواعد ورؤى نظرية، أو يعتمد على مقولات ونماذج تقليدية قد لا تتناسب مع طبيعة الظواهر الاتصالية الجديدة بسبب تغير خصائصها وتداخل عوامل مغايرة في تشكيلها يصعب حصرها أو تعميمها¹. وقد تستخدم هذه البحوث بعض النظريات بشكل سطحي ولا تختبر فروضها، ويكتفي الباحث بعرض مطول في كثير من الأحيان للنظريات دون توضيح طريقة معالجته لمشكلة الدراسة.

- لا يخلو تطبيق نظرية حارس البوابة والقائم بالاتصال من إشكاليات في سياق البيئة الإعلامية الجديدة، نظرًا لما أسهمت به شبكة الإنترنت في الحد من احتكار المعلومات والبيانات من قِبل وسائل الإعلام التقليدي التي كانت المتحكم الوحيد في تدفق الأخبار والمعلومات للتأثير في الجماهير أو تأطير القضايا التي تخدم مصالحها وسياساتها². لذلك لم تعد هذه النظريات تطبق بشكل دقيق في بحوث الإعلام الجديد، لأن القائم بالاتصال وحارس البوابة لم يعودوا المتحكمين في غرفة الأخبار والمسيطرين على المعلومات التي تُبث للجمهور، كما أن مستخدمي الشبكات لم يعودوا بحاجة لحراس بوابة؛ إذ أصبحوا أصحاب القرار لما يتابعونه وفي أي وقت. ويقوم الاتجاه القديم على حجب المعلومات والأخبار، وحماية الأسرار لصالح القوى السياسية والاقتصادية وغيرها، أما الاتجاه الجديد فيهدف إلى تتبع ونشر المعلومات المتستر عليها لصالح الجمهور المتباين الذي يهدف إلى

¹- نجيت، "الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي"، مرجع سابق، ص 148.

²- ليا ليفرو، وسائل الإعلام الجديدة والبديلة والناشطة، ترجمة هبة ربيع، ط 1 (القاهرة، المركز القومي للترجمة، 2016)، ص 234.

التغيير في شتى مجالات الحياة، إلا أن هذه المعطيات لا تعني أن توظيف نظرية حارس البوابة في بحوث البيئة الإعلامية الجديدة لم يعد مفيداً، وإنما لم يعد مفهوم حارس البوابة كما كان سابقاً في عملية تداول الأخبار؛ إذ انعكس هذا المفهوم ليصبح مراقبة البوابة - بدل حارس البوابة - التي تُعد ممارسة اتصالية بدأت تحلُّ تدريجياً مكان العملية التقليدية؛ حيث يؤدي الصحفيون وحراس البوابات دوراً ثابتاً، بينما يقوم الجمهور بدور في عملية حراسة البوابة ويمثل حارس بوابة ثانوياً² ومشاركاً في إنتاج الرسالة الإعلامية. وفي المقابل، وضعت إدارات الشبكات الاجتماعية شروطاً عامة لاستخدام خدماتها وشروطاً أخلاقية وأخرى تتعلق بالملكية الفكرية، والتي تشكّل حارس بوابة يراقب ويتابع ما ينشر من نصوص وصور وفيديوهات.

3.3. صعوبات تواجه بحوث ودراسات البيئة الإعلامية الرقمية

على الرغم من الاجتهادات البحثية والنظرية التي بدأت بالاهتمام بالمواضيع والظواهر المتعلقة بالبيئة الإعلامية الرقمية من منظور الجمهور المستخدم، إلا أن غالبية البحوث لا تزال تتجه للتيار البحثي التقليدي الذي يتعاطى مع هذه البيئة باعتبارها وسائل مكملية وإضافة للبحوث التقليدية. لذلك هناك عدد من الصعوبات التي تواجه الباحثين، منها:

- صعوبة الوصول إلى بيانات التطبيقات والشبكات الاجتماعية التي تسيطر عليها الشركات التي تملك هذه البيانات، وتحكم هذه العملية أيضاً اتفاقيات الخصوصية مع مستخدمي التطبيقات والشبكات، فالعديد من الشركات لا يقوم بمشاركة كم كبير من

¹- Reuven Yaron, The Low of Eshnunna, Classical Word Journal, Vol. 84, no. 6, (1991): 52.

²- Kasper Welbers, Michaël Opgenhaffen, "Social Media Gatekeeping: An Analysis of the Gatekeeping Influence of Newspapers' Public Facebook Pages," Sage Journals, New Media & Society, Vol. 20, Issue 12, (2018): 4728-4747.

التفاصيل حول التفاعلات التي تحدث على منصات التواصل الاجتماعي التي يملكها أو يمنعها، (مثلما حصل في حرب غزة، في مايو/ أيار 2021)؛ إذ يمكن ملاحظة وتحليل التفاعلات على شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن الفروق الدقيقة أو السياقات المهمة قد تكون مفقودة. إضافة إلى ذلك، ثمة غموض حول كيفية تصميم حزم البيانات، لأن شبكات التواصل الاجتماعي تُغيّر من وظائفها وإعداداتها بشكل مستمر، وهذا يؤثر في عملية جمع وتحليل البيانات.

- عدم مصداقية البيانات الديمغرافية لمستخدمي تطبيقات الإعلام الاجتماعي؛ إذ يستخدم عدد كبير منهم هويات مجازية تؤدي إلى إخفاء هويتهم الحقيقية، ومن ثم عدم مصداقية إجراءات المعاينة؛ حيث يصعب تحديد هوية الأفراد في البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة، ومن ثم إجراء دراسة على مجتمع افتراضي بدون هوية أو ثقافة مميزة له.

- عدم القدرة في كثير من الأحيان على التمييز بين عملية جمع البيانات من شبكات التواصل الاجتماعي وجمع البيانات من وسائل أخرى، التي تحتاج إلى امتلاك القدرة على تصميم أدوات تكنولوجية آلية يمكن توظيفها من أجل جمع وتخزين حجم كبير من البيانات وتحليلها بسرعة عالية¹.

- عدم مصداقية الآراء والأفكار التي ينشرها بعض المستخدمين؛ إذ قد تكون مغايرة للواقع، وقد لا تُعبّر بدقة عن الآراء الحقيقية²، وهذه المعطيات لن تكون مؤشراً دقيقاً عن الواقع الحقيقي لهؤلاء المستخدمين.

¹- Adam Edwards et all., "Digital Social Research, Social Media and the Sociological Imagination: Surrogacy, Augmentation and Re-orientation," International Journal of Social Research Methodology, Vol. 16, Issue 3, 2013): 245-260.

²- Kesley Beninger et all., "Research Using Social Media; Users' Views," researchgate, February 20, 2014, "accessed April 4, 2022". <https://bit.ly/3QQQLJa>.

- اختلاف محتوى وتكوين البيئة الرقمية الجديدة عن محتوى بيئة وسائل الإعلام التقليدي؛ إذ تتسم بالتغير والتجدد باستمرار؛ الأمر الذي يثير إشكالية للباحثين فيما يخص تحديد واختيار وحدات الدراسة، لاسيما فيما يتعلق بإعادة تطبيق اختبار الصدق والثبات لعينة البحث¹.

- صعوبة الاعتماد على المواد الإعلامية والخبرية التي يتم نشرها عبر الشبكات والمدونات لدراساتها، لأنها لم تعد تقتصر على نقل الأخبار والمضامين كما هي بسبب خاصية التعليقات التي تُغيّر من المحتوى، وتناقّلها بين المستخدمين من خلال الحوارات التي تدور حول هذه المضامين، والتي لا يمكن الاعتماد عليها مادة متشعبة للتحليل.

- صعوبة التحكم في محتوى البث المباشر الذي تُتيحها البيئة الإعلامية الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لمستخدميها مباشرة من حساباتهم التي أضحت متاحة للجميع، وسمحت لهم بالتعليق وإضافة الرموز التعبيرية أثناء البث. ويمكن حفظ البث المباشر إلى فيديو عادي يستطيع المشاهدون متابعته في أي وقت؛ إذ قامت شركة "ميتا" بإبرام عقود مع أكثر من 140 شركة إعلامية ومشاهير لإنشاء مقاطع فيديو لهذه الخدمة².

- لا يمثل مستخدمو تطبيقات وشبكات التواصل الاجتماعي جميع السكان، لذلك قد توجد تحيزات وصعوبات في النتائج العامة للدراسات إلا إذا كان التركيز على مجموعة نشطة معينة وعلى منصة ما³.

¹- Natalie Stroud, Vanessa Higgins, "Content analysis", academia, (2009), "accessed April 4, 2022". <https://bit.ly/3STQpKJ>.

²- Ritzchelle Belenzo, Kriz Valmoria, A Comparison of the Uses and Effects of Facebook Live by Rappler, Philippine Daily Inquirer and ABS-CBN News, (Unpublished Thesis, University of the Philippines College of Mass Communication, 2017), 3.

³- Derek Ruths, Jürgen Pfeffer, "Social sciences. Social media for large studies of behavior," Science, Vol. 346, Issue. 6214, (2014): 1063-1064.

- إشكالية تحديد عينات الدراسة وإجراءات المعاينة في البيئة الإعلامية الرقمية، وصعوبة تحديد إطار عام لمجتمع الدراسة نظرًا للمرونة الشديدة التي تتميز بها شبكة الإنترنت، وعدم ثبات المواقع والحسابات الإلكترونية، وصعوبة استخدام محركات وتقنيات البحث التي تتبع الروابط، مثل "ويب كراولر" (Web crawler) الذي يحدد الارتباطات التشعبية في الصفحة ويضيفها إلى قائمة العناوين المطلوب زيارتها. ولهذا يبقى عدد كبير من المواقع والصفحات بمنأى عن الدراسة والتصنيف، ومن ثم استحالة الاعتماد على إطار ثابت ومحدد يمكن سحب عينة عشوائية منه¹، لذلك لا يمكن التعامل مع عينات عشوائية يتعذر تعميم النتائج من خلالها.

- اختلاف وتنوع اللغات والسياقات الثقافية بين مستخدمي البيئة الإعلامية الرقمية، ومن ثم صعوبة استخدام الترميز الإلكتروني في تحليل المضامين المنشورة عبر هذه البيئة التي تؤدي إلى عدم دقة النتائج، بل غالبًا ما سيؤدي هذا الترميز إلى نتائج مضللة عند تطبيقه².

- صعوبة قياس التعرض للوسائط الحديثة بطريقة موثوقة وصالحة؛ إذ يمكن أن يؤدي ضعف موثوقية مقاييس التعرض إلى إضعاف العلاقة بشكل كبير بين متغيرات النتائج، كما أن انخفاض الصلاحية يجعل من الصعب تفسير أي علاقة³؛ إذ يطلق الباحثون على قياس التعرض للوسائط صفة العمل الفوضوي. إضافة إلى أن البحوث والدراسات الإعلامية العربية تطرقت إلى التأثيرات المختلفة لاستخدام الإعلام الجديد وشبكات

¹- Janet Salmons, Doing Qualitative Research online (SAGE Publications Ltd, 2016), "accessed April 4, 2022". <https://bit.ly/3waFHPy>.

²- Stroud, Higgins, "Content analysis," op. cit.

³- Edward Fern, Kent Monroe, "Effect-size estimates: Issues and problems in interpretation," Journal of Consumer Research, Vol. 23, Issue 2, (1996): 89-105.

التواصل الاجتماعي، لكنها لم تقدم أية مقاييس تطبيقية لرصد هذه التأثيرات، وإنما استندت إلى مقاييس أجنبية سبق تجربتها.

- صعوبة إجراء دراسات متعددة المراحل أو دراسة على فترة طويلة، نظرًا لطبيعة الشبكة الرقمية التي تسهل ظهور منصات جديدة وإلغاء ما سبقها أو استبدال غيرها بها، ويُعد ذلك من التحديات التي واجهت وتواجه إنجاز البحوث المتعلقة بهذه المنصات والتطبيقات.

- ضعف الاهتمام بتقديم دراسات ورؤى مستقبلية واستشرافية تتنبأ بالمشكلات وتقدم الحلول للقضايا والظواهر المتعلقة بالبيئة الإعلامية الرقمية الجديدة.

- تأخر الباحثين والدارسين في تبني النظريات التكنولوجية وتطبيقها على بحوث البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة؛ إذ تحتاج هذه النظريات إلى وقت لمعرفتها والاعتراف بها وتطبيقها، إضافة إلى مقاومة باحثي الإنسانيات لتأثير التكنولوجيا الحديثة¹.

4. أساليب لتطوير البحوث الإعلامية العربية في سياق البيئة الإعلامية الرقمية

بعد رصد أهم الإشكاليات المنهجية والنظرية والصعوبات التي تواجه البحوث الإعلامية العربية في سياق البيئة الرقمية الجديدة، تقدّم الباحثة بعض المقترحات العلمية الممكنة لأساليب تطوير هذه البحوث في التعامل مع الإشكاليات والصعوبات التي تواجه المجتمع البحثي.

¹- Gunner Liestøl et all., Digital Media Revisited: Theoretical and Conceptual Innovations in Digital Domains (Cambridge: The Mit Press, 2003), 1-11.

4.1. أساليب تجاوز الإشكاليات المنهجية

تحتاج البحوث الإعلامية في سياق البيئة الرقمية الجديدة إلى مقاربات شاملة منهجيًا وليست جزئية لحلها؛ إذ تنفرد هذه البيئة بخصائص تختلف عن البيئة التقليدية، مثل التفاعلية، والنص المتشعب، وغيرها، وهو ما يفرض الاستعانة والبحث عن أساليب تكون أكثر فعالية لتفسير الظواهر الإعلامية الجديدة نظرًا للتغيرات التي طرأت على وسائل الإعلام من حيث الممارسات والمضامين والاتجاهات والأدوات والأساليب والتطبيقات. ومن أبرز هذه الأساليب التي تم استخلاصها:

- الاتجاه نحو الدراسات التحليلية النقدية والمنهج المقارن بشكل أكبر لدراسة البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة التي قلما تناولتها بحوث الاتصال ودورياتها العلمية.

- العمل على المزج بين المناهج الكمية والكيفية في بحوث البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة لتحقيق التكامل بينهما؛ إذ لا يوفر الاعتماد على هذه المناهج منفردة تصورًا آمنًا لدراسة البيئة الرقمية¹.

- الاتجاه نحو اعتماد مناهج وأدوات بحثية أخرى استُخدمت في العلوم الإنسانية، مثل التحليل الأسلوبي والدلالي، والاتجاه نحو مقاييس الاختبارات السيكمومترية والسوسيومترية، وتطبيق نماذج وأدوات التحليل السياسي والثقافي والأورغونومي، وتحليل الخطاب، وتحليل الأطر، والتحليل السيميولوجي، ومقاييس يسر الاستخدام، ومقاييس الانقرائية، وتحليل المحادثة، والتحليل البلاغي، وتحليل الحجج، وتحليل

¹- Salmons, Doing Qualitative Research online, op. cit.

السياق، وتحليل المستوى الثاني، وأسلوب دراسة الحالة، وبحوث الفعل والبحوث التسجيلية، وبحوث الفعل الشبكية، وبحوث الفعل التشاركي¹.

- التوجه إلى التفكير في أساليب وطرق مختلفة لقياس وتحليل المواد والأخبار التي يتداولها المستخدمون عبر شبكة الإنترنت لقياس أبعاد سيولتها وإخضاعها للبحوث الأمبريقية لتجاوز الحدود المنهجية التي تميز منتجي الأخبار عن متلقيها/ جمهورها/ مستخدميها² في ظل ظهور المواطن الصحفي ومنتج المواد الإعلامية أو غيرها.

- تنوع استخدام العينات؛ إذ اقتضت معظم البحوث والدراسات الإعلامية على الشباب وطلبة المدارس والجامعات، فيما أهملت باقي شرائح المجتمع وكأنها خارج إطار الإعلام الرقمي الجديد.

4.2. أساليب تجاوز الإشكاليات النظرية

يتمثل تطوير الإشكاليات النظرية التي تواجهها البحوث الإعلامية العربية في سياق البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة في جدلية صلاحية تطبيق النظريات التقليدية، وظهور نظريات ونماذج خاصة بالبيئة الإعلامية الجديدة التي غيّرت من طبيعة الرسالة الإعلامية ومضمونها ومكانها وزمانها. فلم تعد تلك الرسالة تُنتج من قِبَل القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية فقط، وإنما أصبح هناك مشاركون جدد في إنتاج الرسالة الإعلامية، ومضمون جديد مغاير لما سبق، وأدى ذلك إلى ضرورة إعادة النظر في النظريات التقليدية لدراسة وتفسير البيئة الرقمية الجديدة. ومن ثم، هناك بعض الأساليب والمقترحات التي قد تساعد في تطوير البحوث الإعلامية، ومنها:

¹ - وائل عبد الباري، "تكنولوجيا الاتصال والتغير الاجتماعي: الأبعاد التنموية للمعلوماتية"، المؤتمر الدولي لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، (جامعة الملك سعود، 2009)، ص 3.

² - نصر الدين لعياضي، "مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف"، مجلة لباب (مركز الجزيرة للدراسات، قطر، العدد 14، مايو/أيار 2022)، ص 11-63.

- البحث عن النظريات المستحدثة أو المتطورة التي تلائم خصوصية البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة، والعمل على تطويعها لتتواءم مع المشكلات المطروحة؛ أما الرأي الذي يرى "العجز في النظرية، لأنها غربية ولا تتلاءم مع المجتمعات العربية" فلا يخلو من مغالطة، لأن الأطر النظرية والجهاز المفاهيمي لهذه النماذج المعرفية تساعد الباحثين على فهم الظواهر الإعلامية وتفسيرها وتحليلها رغم اختلاف السياقات. وقد ذهب أحد الباحثين إلى أن عددًا كبيرًا من دارسي العلوم الاجتماعية والإنسانية ومدرسيها في المنطقة العربية تبَنُّوا فكرة التبعية للنظريات الغربية في مجال البحث في العلوم الاجتماعية في المنطقة العربية من دون فحص وتحليل وأعلنوا قصورها في فهم الظاهرة الاجتماعية والإعلامية على المستوى العربي¹. لذلك يجب العمل على اعتماد مرجعيات تساعد على الدراسة العميقة وعلى رأسها الإثنوغرافيا².

- ضرورة الاتجاه نحو فهم النظريات ومكانتها ودورها في البحث العلمي بما يتلاءم مع أبحاث البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة، من خلال القيام بتطوير نماذج من النظريات التقليدية، مثل النموذج المعلوماتي، والتواصلي، والتفاعلي، والشبكي المتداخل. كما أن هناك حاجة إلى تجربة النظريات التي تبحث في السلوكيات الناتجة عن البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة وتجاوز الاستخدامات والإشباعات ونظريات التأثير وغيرها، والاتجاه إلى نظريات العصبية الافتراضية، ونظرية التشبيك، والفعل الاجتماعي، والرأس المال الاجتماعي... للتعرف فيما إذا كانت تتلاءم مع دراسات البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة، والعمل على تبني مداخل نظرية بينية تربط بين الإعلام والعلوم ذات الصلة، مثل علم

¹ - السيد بخيت، "تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي: مؤشرات ونموذج مقترح"، مؤتمر الإعلام الجديد، (جامعة الملك سعود، 2009)، ص 1-26.

² - أبو بكر بوعزيز، منال رداوي، "اتجاهات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال: أبحاث الوسائط الجديدة أم نموذجًا"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة (الجزائر، المجلد 1، العدد 2، 2020)، ص 24-32.

النفس وعلم الاجتماع وعلم الحاسوب، بما يتيح للباحث الجمع بين تحليل المحتوى والتحليل الإثنوغرافي لفهم المستخدمين وتفاعلاتهم¹.

- هناك نظريات تتراجع أهميتها في التحليل، مثل نظرية التأطير (Framing)، رغم أنها أكثر النظريات استخدامًا في البحوث الإعلامية؛ إذ لا يُعد ذلك بالضرورة مؤشرًا على نجاحها في البيئة الرقمية الجديدة؛ حيث يجب مراجعتها نظرًا لغموضها²، إضافة إلى وجود ارتباك مفاهيمي وتطبيقي يحيد هذه النظرية لصعوبة عزل تأثيرات الأطر عن تأثير ترتيب الأولويات أو التهيئة المعرفية في البيئة الرقمية، لذلك من الممكن تحويلها إلى نموذج جديد يوضح تأثيرات الوسائط في هذه البيئة الجديدة³.

- اللجوء إلى بعض النظريات التي يمكن تطبيقها في البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة، مثل نظرية ثراء وسائل الإعلام، التي تتناول تأثير التطورات الرقمية في بعض وسائل الإعلام التقليدي. وتستخدم نظرية ثراء وسائل الإعلام لدراسة الاختيار بين وسائل الإعلام وفقًا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة⁴. ويمكن أيضًا اعتماد نظرية التماس المعلومات التي يمكن أن تعيش في البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة التي تفترض أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تلي احتياجاتهم، كما تفترض أن هناك محفزات تسهم في توجيه الأفراد للسعي نحو جمع المعلومات التي تُعد متاحة عبر شبكة الإنترنت.

¹ - مها عبد المجيد، "الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي: رؤية تحليلية"، المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال (السعودية، العدد 15، 2016)، ص 132.

² - Mike Schmierbach, "Media Theory and the 2016 U.S. Election," Mass Communication and Society, Vol. 21, No.16, (2018): 665.

³ - Michael Cacciatore et al., "The End of Framing as we Know it ... and the Future of Media Effects," Mass Communication and Society, Vol. 19, no.1, (July 4, 2015): 7-10.

⁴ - Richard Daft, Robert Lengel, "Information Richness: A new Approach to Managerial Behavior and Organizational Design", Research in Organizational Behavior, Vol. 6, (1984): 191-233.

- الاتجاه نحو نظريات التحليل الشبكي والشبكات الاجتماعية في الوقت الذي أصبح فيه الإعلام الرقمي الجديد يأخذ منحى المقاربة الشبكية وكأن الفضاء العام أصبح متجسداً في شكل العقد والصلات. فقد وجدت الدراسات أن نظريات الإعلام التقليدي أصبحت تستخدم المقاربة الشبكية التي تتضمن مصطلحات عن التأطير الشبكي، وشبكة ملكية القضية، وشبكة الرسائل، ووضع الأجندة الشبكية، وحراسة البوابة بشكل شبكي، وغيره من دلائل التحول نحو تصور شبكي للإعلام وكل ما يتصل به¹. كما ظهرت مصطلحات أكثر قوة في دلالتها على تغيير تصور العملية الإعلامية والاتصالية نفسها، مثل الاتصال الشبكي، والفضاء الشبكي العام. ويتبنى الباحثون تصوراً جديداً يركز على مسائل السياق بدلاً من السببية وقياس حجم الأثر، ويدرس هذا التصور ظواهر الانغلاق أو انفتاح الحدود التي تسمح بتدفق الرسائل والمعلومات بين مختلف قنوات الاتصال التقليدية والبديلة في الشكل الشبكي المتداخل إذا أراد هذا الاتجاه النظري النجاة في عصر الشبكات².

3.4. مسارات تطوير البحوث الإعلامية

إن الإشكالات المنهجية والنظرية التي تواجه البحوث والدراسات العربية - ولربما تشكّل عائقاً لإنجاز البحوث الإعلامية العربية في ظل البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة وتؤثر على قيمتها - تحتاج إلى إعادة النظر في بناء أسس منهجية ونظرية للجيل القادم من الباحثين للإلمام بالأصول الصحيحة لإعداد الأبحاث والرسائل. ويتضمن تطوير الإشكاليات التي تواجه البحوث العربية الإعلامية مسارين متوازيين:

¹- السخاوي، الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الإعلام في العالم"، مرجع سابق، ص 45.

²- Lance Bennett, Barbara Pfetsch, "Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres," Journal of Communication, Vol. 68, Issue 2, (2018): 43-49.

أولاً: تطوير المراكز البحثية والجامعات والجهات التعليمية الحكومية

- الاهتمام بالمراكز البحثية وزيادة عددها في الجامعات العربية، لأن الأبحاث تمثل مصدراً رئيسياً للمعلومات التي يتم استنباط نتائجها وتأثيرها على صنّاع القرار؛ إذ تقوم مراكز الأبحاث بدور مهم في تطوير المنظومة التعليمية وسياساتها، على أن تتمتع باستقلالية تامة ومحددة الأهداف والأدوار.

- متابعة الدراسات الإعلامية الدولية وترجمة المؤلفات الحديثة، وخاصة الدراسات الاستشرافية التي تُعد من المتطلبات الرئيسية للتخطيط الاستراتيجي في الدول المتقدمة.

- إنشاء شبكة بحثية إعلامية عربية تجمع الباحثين العرب لتبادل الخبرات والمعلومات والمعرفة، والتشارك في الدراسات والأبحاث التي تهتم مجتمعات هذه الدول ونشرها للإفادة منها، وتنظيم ورش العمل والمؤتمرات بدعم من حكوماتها.

- تكثيف جهود الجامعات العربية ومراكز الدراسات الرسمية والخاصة في العمل الشبكي لتبادل المعرفة، وإعداد الدراسات المشتركة بين الباحثين والدارسين التي تساعد في تطوير البحث العلمي وأدواته ومناهجه.

- تكثيف جهود الجامعات في العمل على عرض ونشر ملخصات بحوث الحلقات الدراسية، وفسح المجال للوصول إلى قاعدة البيانات في الجامعات لإتاحة الفرصة أمام الجميع للاطلاع عليها.

- الاتجاه نحو إنشاء مجلات دورية متخصصة محكمة في الإعلام والاتصال تابعة لكليات الإعلام معترف بها تتيح للباحثين نشر بحوثهم ودراساتهم؛ إذ قلما توجد مثل هذه المجالات في معظم الدول العربية.

ثانيًا: تطوير تدريس مناهج البحث الإعلامي ونظريات الاتصال والإعلام

- الاتجاه نحو تطوير واستحداث المقررات الدراسية والتعليمية لطلبة الإعلام من خلال تأسيس برامج خاصة تواكب تطور الإعلام الرقمي، والذي بدأ به العديد من الجامعات العربية لاستكمال مسيرة البحث الإعلامي.

- إعادة النظر في أساليب تدريس مناهج البحث الإعلامي لطلبة البكالوريوس من خلال التركيز على الجوانب المنهجية والنظرية والميدانية والتطبيقية.

- تكثيف جهود المسؤولين في الجامعات والمعاهد لإيجاد آليات لرفع مستوى طلبة الدراسات العليا في إعداد البحوث والرسائل من خلال التوجه إلى أساليب التدريس المتعلقة بالتفكير والتفسير والتحليل والنقد والابتعاد قدر الإمكان عن التلقين، والانتقال بالتدريس من دراسة وسائط الإعلام لدراسة عملية الوساطة نفسها. ويتطلب التطوير أيضًا تعديل أساليب تدريس مساقات مناهج البحث الإعلامي ونظريات الاتصال والإعلام لطلبة الدراسات العليا بالتركيز على البرمجيات الإلكترونية والطرق والأساليب الحديثة في بحوث البيئة الرقمية، وتخصيص مساقات خاصة لتدريب الطلبة على الأساليب والتقنيات التكنولوجية الحديثة في ميدان البحوث العلمية في البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة (الشبكات الاجتماعية، صحافة البيانات، صحافة الموبايل، التطبيقات الذكية...).

- إيجاد طرق لإتاحة الدخول إلى المكتبات وقواعد البيانات الأجنبية للطلبة العرب بشكل عام، والعمل على تحسين إجادة اللغات الأجنبية والترجمة في أقسام وكليات الإعلام بشكل أفضل.

خلاصة

لا يمكن إنكار أن هناك قصورًا وصعوبات في إعداد البحوث الإعلامية العربية في سياق البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة كما بيّنت محاور التحليل؛ إذ اعتمد معظم هذه البحوث مقاربات كمية ولم يتعمق في المقاربات الكيفية لتحليل البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة. ولا يمكن أيضًا إنكار أن عددًا لا يستهان به من الدراسات استعان بالأدوات الكيفية لتحليل البيئة الرقمية الجديدة، بينما اعتمدت بحوث أخرى مقاربات مشتركة كمية وكيفية. أما القصور الذي لاحظته بعض الباحثين بشأن العجز عن وضع نظريات إعلامية خاصة بالبيئة العربية، فليس له علاقة بالاستعانة بالنظريات الغربية، وإنما بالتطبيق الصحيح لهذه النظريات في البيئة العربية؛ حيث نجد عددًا من البحوث العربية التي تمكنت من تطوير النظريات الغربية والاستفادة منها في سياق البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة. وعلى الرغم من الإشكاليات المنهجية والنظرية التي تواجه البحوث العربية، فإن هناك اتجاهًا واضحًا نحو التجديد والتطوير لدراسة وتطبيق مناهج ونظريات حديثة للبحوث المستقبلية، تتناسب مع خصوصية البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة. وفي هذا السياق، اقترحت الباحثة رؤى لتطوير البحوث العربية تمثلت في مقترحات لإعادة النظر في الأدوات والأساليب البحثية المستخدمة من خلال مناهج بحثية جديدة لرفع قيمة هذه البحوث، والعمل على استقراء أسس نظرية تتجاوز الاتجاهات البحثية الكلاسيكية لتأسيس تصورات أكثر تمثيلًا وانفتاحًا للتغيير والتطوير الذي يحتاج إلى تضافر الجهود لتعديل المنظومة التعليمية الحالية، من خلال إتاحة الولوج إلى قواعد البيانات الأجنبية للباحثين والدارسين وطلبة كليات الإعلام في الدول العربية، والتركيز على التدريب للوصول إلى أسس سليمة لإعداد البحوث العربية الرقمية بإطارها المنهجي والنظري.

الفصل الثالث

مسارات تطوير البحث العلمي في

حقل الإعلام والاتصال

مداخل تطوير البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال

جريس صدقه

مقدمة

يبدو تطوير البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في عالمنا العربي ضرورة مجتمعية وأكاديمية بالنظر إلى الأهمية المتسارعة التي يكتسبها هذا العلم مع المكانة التي بات يحتلها على الصعد العلمية والاجتماعية والسياسية، خصوصاً مع العولمة الإعلامية التي سمحت بها التقنيات الرقمية المتعددة منذ نهايات القرن الماضي.

وقد بات الإعلام أكثر فأكثر أدوات الهيمنة الفكرية والثقافية، وامتداداً لأنواع جديدة من الهيمنة والاستعمار تتجلى في تسويق الدول التي تمتلك إنتاج الإعلام، تكنولوجياً وفكرياً ومضامين، أنماط حياتها على الصعيد العالمي. ولم تعد تجلياته في السيطرة على العقول تقتصر على الدعاية السياسية وأساليب الإقناع المتعددة التي تعم استخدامها منذ الحرب العالمية الثانية ووجدت ذروتها مع الحرب الباردة، بل تشمل الثقافة والاقتصاد والفن والتربية وصولاً إلى بناء رؤية أخرى للعالم.

إن الدفق الإعلامي الذي سمحت به التقنيات الرقمية الشاملة في ركائزها المتعددة وشموليتها، لاسيما تعميم الإنترنت وتطبيقاتها الكثيرة وتزاوجها مع الهواتف الذكية

وغزارة الإنتاج متعدد الاتجاهات، تزيد الحاجة إلى تعزيز البحث العلمي حول الاتجاهات التي يحملها "الإعلام الجديد" على الصعد كافة، خاصة أن عالمنا العربي يعيش تحديات كثيرة تشكّل وسائل الإعلام والاتصال أدوات أساسية في المواجهة.

لذا، فإن المؤتمر البحثي الذي نظّمه مركز الجزيرة للدراسات تحت عنوان "المشكلات التطبيقية والنظرية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال" بتاريخ 8 و 9 ديسمبر/ كانون الأول 2021، فتح الباب أمام باحثين عرب في هذا الميدان من أجل تبادل الخبرات والمعارف بهدف سدّ الفجوة الكبيرة التي يعيشها العالم العربي في هذا الميدان وبهدف الإجابة على سؤال محوري، وهو: كيف نطوّر البحث العلمي في ميدان علوم الإعلام والاتصال في عالمنا العربي؟

لذلك، فإن الإشكالية التي تبدو أكاديمية من خلال حصرها في البحث العلمي إنما هي في الحقيقة تطول بنتائجها الجوانب المتعددة التي تتناول وسائل الإعلام والاتصال. كما أن السؤال عن واقع البحث العلمي في ميدان علوم الإعلام والاتصال في عالمنا العربي، وإن كان يبدو مجرد سؤال أكاديمي، إلا أن الإجابة عليه تستلزم طرح المشكلات الميدانية التي يعاني منها العالم العربي على صعيد واقع البحث الإعلامي وبالتالي البحث عن حلول لهذه المشكلات.

ويمكن تناول معوقات البحث العلمي في ميدان علوم الإعلام والاتصال من زاويتين:

- الأولى: وهي العامة للاختصاص، انطلاقاً من التجربة الغربية التي يمكننا الاستناد إليها لاستشراف واقع الاختصاص وتطوره، والصعوبات العامة التي يعاني منها العاملون فيه.

- الثانية: في مجتمعنا العربي، انطلاقاً من التجربة الشخصية لنا كباحثين في الميدان، وانطلاقاً من التجربة الميدانية التي عايشناها في كليات الإعلام ومراكز الأبحاث في كل قطر عربي. وانطلاقاً من هاتين التجربتين، يمكننا أن نستنتج آليات التفعيل والمعالجة.

أولاً: التجربة الغربية

انطلق التراكم الميداني لاستخدامات وسائل الإعلام وتأثيرها المباشر على الجمهور في الولايات المتحدة الأمريكية مع إدوارد بيرنيز (Edward Bernays) (1917)، وتأسيس لجنة كرييل (Creel commission) لتوجيه الرأي العام الأمريكي ودفعه إلى الانخراط في الحرب الكبرى ضد ألمانيا، مروراً بهارود لاسويل (Harold Lasswell) (1935) الذي حاول وضع أسس نظرية وميدانية لاستخدامات وسائل الإعلام في ميدان العلوم السياسية، وصولاً إلى كلود شانون (Claude Shannon) الذي أرسى ميدان الاختصاص من خلال إطلاقه النموذج الأول (براديغم) للاتصال عام 1948¹.

ترافق هذا التطور النظري مع التطور الميداني التكنولوجي مواكباً تعميم الإذاعة في عشرينات القرن الماضي، ثم انطلاقاً السينما وتالياً التلفزيون، وصولاً إلى التقنيات الرقمية وتطورها المتنوع الذي شمل التقنيات القديمة وحملها إلى ميادين جديدة، مثل المحطات الفضائية وكل ما حملته الإنترنت من فرص هائلة وتغييرات في مختلف البنى الاجتماعية. البدايات البحثية في فرنسا في هذا الميدان كانت من خلال المعهد الفرنسي للصحافة (Institut Français de Presse) الذي كان تابعاً عند انطلاقه للمؤسسة الوطنية

¹- Jean-Francois Dortier, La communication. Etat des savoirs (Editions Sciences Humaines, 1999).

للعلوم السياسية قبل أن يلتحق بجامعة باريس الثانية¹ الأساتذة الباحثون في فرنسا التقوا عام 1975 في إطار اللجنة الاستشارية للجامعات لإطلاق اختصاص جديد: علوم الإعلام والاتصال²، بعد حوالي ثلاثين عامًا على إطلاق شانون نموذجه في الولايات المتحدة الأمريكية.

ويبدو واضحًا أن انطلاق البحوث النظرية في هذا الاختصاص، وتحديد ميادينه، جاء بشكل تدريجي نتيجة التراكم المعرفي، كما هي الحال في مختلف العلوم الأخرى. وهذا ما حصل في فرنسا، وهو ما بدأ يظهر في عالمنا العربي نتيجة وعي تخلفنا في هذا الميدان والسعي إلى الانتقال إلى مراحل متقدمة لمواكبة التقدم الحاصل فيه.

وهذا يبيّن أن معاناتنا كباحثين عرب في علوم الإعلام والاتصال تتشابه مع مشكلات الباحثين في هذا الميدان في فرنسا وغيرها. وإذا استعرضنا تطور الواقع الفرنسي نجعل إلينا أنه يعبر عن الواقع العربي، وهذا يبدو طبيعيًا بالنظر إلى حداثة هذا الاختصاص، وأنه ما زال في حال بحث عن أسسه، وأن التطور السريع الذي يطوله نتيجة ثورة الاتصالات المستمرة بشكل متسارع آخر وضع أسس ومنطلقات ثابتة له.

في استعراض سريع وغير منهجي لعدد من الباحثين الفرنسيين في هذا الميدان يمكن بسهولة أن نستنتج المعاناة نفسها التي نعاني منها، وذلك في تطور زمني يعبر عن المراحل التي مرّت بها مراحل الاختصاص قبل أن تلقى إطارها الإداري والمنهجي:

¹- Claire Blandin, "L'histoire des médias, une approche en évolution," Médias et médiatisation: Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques, (2019): 145-154.

²- Jacques Walter et al., "Dynamiques des recherches en sciences de l'information et de la communication," hal.univ-lorraine.fr, 2019, "accessed September 1, 2021". <https://bit.ly/3QkCMTG>.

- "كثير من الباحثين في هذا الحقل لا يرون فيه حقلاً مستقلاً عن العلوم الإنسانية الأخرى"¹.

- "كثير من الباحثين في حقل الإعلام يعتبرون أن ميدان الإعلام البحث لا يستقيم بمفرده وهو لا يختلف في شيء عن العلوم الاجتماعية أو العلوم السياسية والألسنية"².

- "يعاني ميدان علوم الإعلام من مرض في طفولته، وهو الغموض في مفاهيمه الأساسية... كيف يمكن للباحثين فيه أن يتقدموا إذا كانوا لا يتحدثون بلغة واحدة؟"³.

- "إنه ميدان بحثي ديناميكي، لكنه يعاني من قصر في النظر وضعف في الهوية (...). هناك مشكلة في هويته المعرفية، وفي عدم اتفاق الباحثين على حقوله البحثية، وعدم التقاء الفرق البحثية التي تعمل في الميدان وانعدام التواصل بينها وعدم معرفة ميادين العمل التي تعمل الفرق البحثية عليها"⁴.

ويمكن من خلال هذه الاستشهادات السريعة أن نستنتج الآتي:

- الضبابية التي أحاطت بانطلاقة الإطار البحثي في هذا الميدان.

- عدم التقاء الباحثين على مفاهيم موحدة حوله.

- عدم التقاء الباحثين على حقوله البحثية.

¹- Michel Durampart, "Sur les origines et l'évolution des sciences de l'information et de la communication," Hermès, La Revue, no. 71, (2015/1): 31-40.

²- Christian Le Moëne, "Les sciences de l'information et de la communication et la crise de la critique: une opportunité de clarification épistémologique," communication au 16e congrès de la SFSIC, (2008).

³- Daniel Bougnoux, La communication contre l'information (Hachette, 1995).

⁴- Adrian Staii, "Réflexions sur les recherches et le champ des sciences de l'information," Les Enjeux de l'information et de la communication, Vol. 2004 (2004/1): 50.

- ضعف في الهوية المعرفية للاختصاص.
- تداخل الاختصاص مع غيره من ميادين العلوم الإنسانية.
- انعدام التواصل بين الفرق البحثية.
- محدودية معرفة الاختصاص.
- ضرورة مبادرات للتعريف بالاختصاص وتعزيز التكوين فيه وتنشيط التعاون في ميدانه.
- حصلت النقلة النوعية في الميدان بفرنسا، عام 2009، مع تأسيس "المؤتمر الدائم لمديري ومديرات وحدات البحث في علوم الإعلام والاتصال". واعتبر هذا المؤتمر أنه "على خلاف الاختصاصات الأقدم والتي تبدو موحدة، فإن علوم الإعلام لا تبدو معروفة بوضوح في وسط دفع العلوم الإنسانية. لذلك نسعى إلى التعريف بغنى الميادين التي تتناولها وقدرتها الكبيرة على التجديد العلمي الذي تحمله".¹
- وحدّد هذا المؤتمر في أهدافه:
- تعزيز التعارف المتبادل بين وحدات البحث في الاختصاص.
- تبادل المعلومات حول الخبرات في تكوين الدكتوراه والمشاركة في أنشطة معاهد الدكتوراه.
- تعزيز التعاون لقيام مشاريع علمية مشتركة وتعزيز العمل البحثي.

¹ -Walter et al., "Dynamiques des recherches en sciences de l'information et de la communication," op, cit.

وفي عام 2019، وبمبادرة من "المجلس الموحد لمراكز الأبحاث في علوم الاعلام" جرى وضع أسس ومرتكزات موحدة للاختصاص من أجل تبادل المعرفة وتطور الأبحاث. كما قام المجلس بتحديد ميادين علوم الإعلام والاتصال وصنّفها في عشرة ميادين: وسائل الإعلام والصحافة، والسينما والصور والصناعة الثقافية، والاتصال العام والسياسي، والاتصال والمنظمات، والوساطات التذكارية والثقافية والتراثية، والميدان الرقمي، والإعلام والتوثيق، والتصميم، وتنظيم المعارف، وإعلام المعرفة والتعليم والتأهيل. وقد عمد المجلس إلى:

- تعريف كلّ من هذه الميادين العشرة.
 - وضع الإطار العام لكل ميدان، وتحديد الفاعلين فيه والخطط والأبواب.
 - تصنيف الأبحاث حول هذه الميادين.
 - تحديد المختبرات التي تعنى بها.
 - جمع أبرز الأعمال والمؤلفات التي تتناول الميدان ووضع لائحة بها بتصرف الباحثين.
 - رصد أبرز المجالات والشبكات حولها¹.
- ونستنتج من هذا العرض أن المشكلة في ميدان علوم الإعلام والاتصال ليست فقط في عالمنا العربي، وأن الدول المتقدمة لا تزال هي الأخرى في حال سعي إلى تطوير البحث العلمي في هذا الميدان، وأنه يمكننا الاستفادة من محاولات تلك المجتمعات من أجل تحصيل تراكم معرفي نستند إليه.

¹- Ibid.

ثانيًا: معوقات الواقع العربي

ولئن كان لكل دولة عربية خصوصيتها فيما يتعلق بواقع علوم الإعلام والاتصال، فإن المعوقات تبدو مشتركة، كما يتفق الجميع على "أن العمل البحثي في ميادين علوم الإعلام والاتصال في عالمنا العربي مشّت وضعيف"¹.

وقد أجرت الأستاذة في كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية، بيتي جيلبر سليمان، دراسة معمقة عن تطور علوم الإعلام في لبنان في إطار الكلية نفسها، التي تعود نشأتها إلى العام 1968². وبيّنت دراستها الثغرات الكبيرة في منحى التعليم الجامعي الذي يفترض فيه أن ينشئ بيئة بحثية للأساتذة والطلاب على صعيد المناهج والمنشورات ومراكز الأبحاث في هذا الميدان. واستعرضت المعوقات التي حالت دون ذلك، سواء للنقص في الاختصاصيين في العقود الأولى لانطلاقة الكلية، أو لاتجاه المناهج نحو التأهيل المهني أو بسبب غياب الاهتمام بالميدان البحثي.

كما أنه، وفي إطار الصعوبات العامة التي تواجه الاختصاص، لا يمكن عزل الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي عن ميدان البحث العلمي في ميدان علوم الإعلام والاتصال. فتعزيز المنحى البحثي يتطلب مجموعة عناصر ترتبط مباشرة بهذا الواقع مثل: التحفيز، والتمويل، والاعتراف، والتفاعل، والعمل الجماعي، وحرية النشر والنقد، وغيرها.

¹ - انظر الورقة التأطيرية لمؤتمر الجزيرة: "المشكلات النظرية والتطبيقية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال".

² - Betty Gilbert-Sleiman, "Institutionnalisation d'une 'interdiscipline'. Le cas des sciences de l'information et de la communication à l'Université libanaise...", dans Candice Raymond, Myriam Catusse et Sari Hanafi, Un miroir libanais des sciences sociales. Acteurs, pratiques et discipline, (Diacritique Editions, 2021).

ومن المعوقات والصعوبات التي لمستها في عملي أستاذًا وعميدًا في كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية، يمكن عرض الآتي:

- العمل البحثي في جامعاتنا غالبًا ما يكون فرديًا.
- غالبًا ما يهدف العمل البحثي إلى ترقية الأستاذ في رتبته الأكاديمية.
- غياب بنى بحثية في جامعاتنا أو مراكز بحثية، وعدم إمكان انصراف الأستاذ الجامعي إلى وضعية الباحث.
- غياب مؤسسات داعمة للبحث العلمي.
- عمل مشتت يبقى محصورًا، غير معروف، ولا يسهم في التراكم المعرفي الضروري لتطوير هذا العلم.
- انعدام التواصل بين الباحثين المحليين أو على صعيد العالم العربي.
- وإذا كنت أوافق على "أن دراسات بحوث الإعلام والاتصال في العالم العربي لم تُقدّم -إلا فيما ندر من الدراسات- قيمة مضافة ذات جدوى علمية وأصيلة"¹، غير أنني لا أوافق على أن الخلل يكمن في المنطلقات المنهجية والبحثية لهذه الدراسات.
- فالمنهج هو أداة، والمناهج البحثية متعددة، وليس هناك واحد أهم من الآخر، إنما المهم اختيار المنهج الذي يلائم البحث، والوصول إلى الأجوبة التي طرحتها المشكلة البحثية. وهذه المنهجيات المتعددة معروفة وتستخدمها مختلف العلوم الإنسانية الأخرى. يكفي استعارة ما نحتاجه منها في بحثنا.

¹ - انظر الورقة التأطيرية للمؤتمر (مقدمة الكتاب).

لذلك، فإن المستغرب هو ندرة الأعمال البحثية وضعف مستواها رغم أن منطلقات البحث في علوم الإعلام يمكنها أن تستند إلى أسس البحث في العلوم الإنسانية الأخرى؛ فلماذا ليست في مستوى العلوم الإنسانية الأخرى؟

لذلك، فإن المطلوب تكوين منطلقات أساسية وبناء الأسس البحثية الضرورية قبل تفعيل نحو البحث الرقمي وتحولاته. إن التطوير يفترض الانطلاق من بنية ثابتة وهذا غير موجود. كيف يمكن أن نطوّر إذا كنا نفتقد الأسس المشتركة للعمل معاً؟ وكيف يمكن توحيد الجهود إذا كنا لا نتكلم لغة واحدة وتنقصنا المصطلحات الموحدة؟! وهكذا تغيب المشاريع المشتركة والتعاون الميداني وتبادل المعرفة والمعلومات بين الباحثين العرب... وهي أمور أساسية لتطوير ميدان البحث في الاختصاص.

ثالثاً: مقترحات لتثبيت البحثي العلمي في حقل الإعلام

إن الخروج من أزمتنا يتطلب خطوات أساسية لتثبيت البحث العلمي في هذا الميدان. وقد جاء مؤتمر الجزيرة ليشكّل مبادرة نحو بناء شبكة عربية للبحث العلمي في علوم الإعلام ومحاولة معالجة التشرذم العلمي الحاصل، ومن الضروري أن تستتبعه خطوات أخرى، مثل:

- مراكمة الأبحاث وجمعها من خلال وضع جردة علمية لها حتى اليوم.
- ربط المختبرات المتخصصة في الجامعات العربية ببعضها.
- ربط كليات الإعلام والتبادل المعرفي والبحثي.
- ربط الباحثين والمجموعات البحثية.

- ربط معاهد الدكتوراه بالنظر إلى إنتاجها الجديد والكثيف وتعزيز تبادل الهيئات التعليمية للتفاعل مع بعضها.

- توحيد المصطلحات اللغوية والمعرفية التي لا تزال عائقاً أمام التبادل المعرفي.

- تشجيع المنشورات المتخصصة والتعريف بالمنشورات والمجلات المتخصصة في العالم العربي.

- الربط مع جامعات أجنبية وباحثين أجانب للاستفادة من خبراتهم ومواكبة التراكم العلمي الغربي في هذا الميدان.

- تعزيز التبادل البشري بين الجامعات.

إن المعوقات التي يمر بها ميدان البحث في علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي إنما مرّ بها غيرنا من المجتمعات، ويمكننا الاستفادة من تجاربها من أجل تفعيل واقعنا واستنباط الحلول، لكن ذلك يتطلب أولاً إرادة مشتركة لذلك.

بحوث الإعلام في الوطن العربي: مسارات التطوير

محمد نجيب الصرايرة

مقدمة

ما البحث؟ السؤال قد يبدو واحداً في معظم الأحيان، لكن الإجابة قد تكون إلى حدٍ بعيد مرتبطة بمن يسأل. والنتيجة يمكن أن تُفرز على الأرجح إجابات مختلفة جداً. قد تصادف إجابات مثل: نحن نبحث بشكل روتيني عن مواقع مختلفة على الإنترنت للعثور على أفضل مكان لشراء السلع أو الخدمات. وقد يربط البعض البحث بما تقوم به الصحف وقنوات الأخبار التلفزيونية من تقارير وتحقيقات أو استطلاعات رأي حول مواضيع ذات اهتمام عام، مثل: قضايا الانتخابات، والأسعار، ومستوى المعيشة، أو غيرها. وقد تكون إجابة طلاب المرحلة الجامعية أن البحث هو ما نقوم به للعثور على المعلومات التي نحتاجها لإكمال المشاريع أو أوراق البحث المحددة من خلال شبكة الإنترنت. ويمكن لطلاب الدراسات العليا الذين يعملون على مشاريع بحثية أن يقرروا أن البحث مرتبط بجمع أو تحليل البيانات المتعلقة بمشاريعهم. ومع ذلك، يمكن القول: إن هذه الإجابات لا يمكن أن تعبر عن مفهوم البحث العلمي ما لم تكن لها مساهمة واضحة وجديدة في مسيرة العلم والمعرفة الإنسانية، وتلتزم بطرق بحثية وإجراءات منضبطة ومتفق عليها.

وهنا نجد من الضروري تعريف العلم؛ حيث يشير المفهوم إلى مجموعة ممنهجة ومنظمة من المعرفة في أي مجال من المجالات المختلفة يجري الحصول عليها باستخدام "الطرق العلمية"¹.

وانطلاقاً من حقيقة أن البحث العلمي يُعد المصدر المناسب الوحيد لإنتاج المعرفة الإنسانية الأصيلة، وأن هذه المعرفة تتأثر بشكل مباشر بالطرق والأساليب العلمية التي تولدها، فإن مراجعة هذه الطرق والأساليب تكون موضع متابعة دائمة وبخاصة حينما يتعرض مجال البحث لتحويلات كبيرة، كما هي الحال في مجال الإعلام، الذي يشهد تحولات غير مسبقة بسبب تطور التكنولوجيا وتأثيراتها.

وهنا، تكمن مشكلة الدراسة في البحث عن مسارات مقترحة لتطوير البحث الإعلامي في الوطن العربي لتجاوز الفجوة القائمة بين ما يقدمه البحث العلمي على صعيد المعرفة، وكيفية الإفادة منها في حل المشكلات، بالنظر إلى ما ينتج في مناطق أخرى من العالم، لاسيما تلك الدول التي تُهيمن على إنتاج المعرفة في هذا المجال، ومن بينها الولايات المتحدة الأمريكية، التي أسهمت بشكل كبير في إنتاج معظم النماذج والنظريات المعروفة التي عملت ولا تزال تعمل على تفسير الظواهر الإعلامية. ويواجه البحث العلمي في الوطن العربي عددًا من المشكلات النظرية والتطبيقية التي تحد من تطور المعرفة الإعلامية، وذلك بسبب النمطية السائدة في الدراسات الإعلامية، وهيمنة أنواع محدودة من الدراسات الإعلامية على حساب أنواع أخرى، إلى جانب غياب الانضباطية في تحديد المناهج والالتزام بمتطلباتها الإجرائية.

¹- Anol Bhattacharjee, Social Science Research: Principles, Methods, and Practices, 2nd ed. (USA: University of South Florida, 2012), 1.

وترتكز هذه الدراسة على تساؤل واحد ورئيس، هو: ما المسارات البحثية التي يمكن أن تُشكّل مدخلاً مناسباً لتطوير البحث العلمي في الوطن العربي؟ ويحاول الباحث الإجابة على هذا التساؤل من خلال مراجعة رصدية تحليلية لمسارات البحث الإعلامي في المنطقة العربية، بشكل عام، خلال العقود الثلاثة الماضية؛ حيث شكّلت هذه العقود خبرة الباحث في هذا المجال، ومقارنتها بما هو قائم في مناطق أخرى من العالم.

وتهدف الدراسة إلى تقديم مسارات مقترحة قد تُسهم في تطوير البحث العلمي في الوطن العربي، من خلال تحديد هذه المسارات التي قد تكون غائبة عن مجال الممارسة البحثية، أو أن التركيز عليها يُعد محدوداً إن لم يكن نادراً، والتي ربما تكون سبباً وراء تراجع البحث العلمي في منطقتنا. وهذه المسارات قد تشكّل مقترحات يمكن الاستفادة منها في معالجة بعض القصور الذي يواجه البحث العلمي في المنطقة العربية.

وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الاستطلاعية الاستكشافية التي تبحث عن تحديد مسارات أولية يمكن أن تُسهم في تجويد البحث الإعلامي في المنطقة العربية، وتعمل على فتح الأبواب لمزيد من التطلع نحو دراسة سبل تطوير البحث العلمي بصورة أعمق وأكثر تحديداً. وتعتمد الدراسة المنهج الكيفي، بشقيه الرصدي والتحليلي، لتحديد أبرز المسارات التي يمكن أن تدفع باتجاه تطوير البحث العلمي استناداً إلى طبيعة المشكلات التي تواجه البحث الإعلامي في المنطقة العربية، وأوجه القصور في الممارسة البحثية في هذا المجال. وترتكز الدراسة على مُحصلة قراءة ذاتية للعديد من الدراسات والبحوث التي أُنجزت خلال العقود الثلاثة الماضية في الوطن العربي.

1. البحث العلمي: المفهوم والمرتكزات

يمكن النظر إلى البحث العلمي باعتباره إجراء مُنظَّمًا يهدف إلى المساهمة في العلم عن طريق جمع البيانات والمعلومات والعمل على تصنيفها، وتنظيمها، وتفسيرها، وتقييمها بشكل منهجي¹. كما يمكن تعريف البحث العلمي بأنه الطريقة المنهجية التي تتبع عددًا من الخطوات المتتابعة ابتداءً من معرفة المشكلة وتحليلها، وجمع البيانات وتوثيقها بهدف استخلاص جملة من الحلول المنبثقة عن التحليل، والمقارنة، والإحصاء².

وبناءً على ما سبق، يمكن تعريف البحث العلمي بأنه نشاط إنساني منظم يقوم على خطوات وإجراءات متتابعة ودقيقة، هدفها البحث عن تفسيرات وحلول للظواهر المختلفة، من خلال الإجابة عن الأسئلة واختبار الفروض للمشكلات البحثية بهدف السيطرة على المحيط والتحكم به.

ويمكن تحديد المرتكزات التي يقوم عليها مفهوم البحث العلمي على النحو الآتي:

أولاً: نشاط مُنظم يستند إلى منهج مُحدد وواضح، مبني على خطوات متتابعة وإجراءات دقيقة.

ثانياً: نشاط هادف يسعى لفهم المحيط وظواهره المختلفة وتفسيرها والتنبؤ بها من أجل الضبط والتحكم والسيطرة على تلك الظواهر.

¹- Ceyda Ozhan Caparlar and Asli Donmez, "What is Scientific Research and How Can it be Done?," Turkish Journal of Anaesthesiology & Reanimation, 44(4), (August 2016): 212-218.

²- حسن شحادة، البحوث العلمية والتربوية بين النظرية والتطبيق، ط 1، (القاهرة، مكتبة الدار العربية للكتاب، 2001)، ص 13.

ثالثاً: يسعى إلى الإجابة عن عدد من الأسئلة واختبار الفروض في حدود مشكلة محددة، بغرض فكّ الغموض السائد، وتوفير حقائق علمية يمكن الاستناد إليها.

رابعاً: فعلٌ مدروس ومخطط يتسم بالمنطقية والدقة يسعى للبحث في إيجاد حلول للمشكلات التي يواجهها الإنسان والمجتمع، ويتطلب ربطاً واضحاً بالأهداف التي تمّ تحديدها.

خامساً: يلتزم بالموضوعية، والجوانب المهنية والأخلاقية في مجال البحث العلمي.

2. العلوم الطبيعية والعلوم الاجتماعية

يرى البعض أن العلم هو كل شيء يتصل بمجالات، مثل: الفيزياء، والكيمياء، والبيولوجيا، والرياضيات، بينما يعتبره آخرون حرفة يمارسها العلماء الذين يرتدون المعاطف البيضاء، ويستخدمون معدات متخصصة في المختبرات. من ناحية أصل الكلمة، اشتقت مفردة "علم" من الكلمة اللاتينية "scientia" والتي تعني المعرفة. ويشير المفهوم إلى مجموعة منهجية ومنظمة من المعرفة في أي مجال من مجالات البحث يجري اكتسابها باستخدام "الطريقة العلمية" المعروفة. ويهدف العلم إلى إنتاج معرفة علمية. ويُقصد بالمعرفة العلمية مجموعة من القوانين التي يمكن تعميمها، والنظريات التي تعمل على شرح أو تفسير ظاهرة أو سلوك مثير للاهتمام باستخدام الطريقة العلمية. وتشكل القوانين أنماطاً ملحوظة للظواهر أو السلوكيات، بينما النظريات هي تفسيرات منهجية للظاهرة أو السلوك الأساسي. ويمكن تصنيف العلوم إلى فئتين عريضتين¹:

¹- Bhattacharjee, Social Science Research, 2.

أ- العلوم الطبيعية، وهي علوم الظواهر التي تحدث بشكل طبيعي، مثل: الضوء، والمادة، والأرض، والأجرام السماوية، أو جسم الإنسان. ويمكن تصنيف العلوم الطبيعية إلى علوم فيزيائية، وعلوم الأرض، وعلوم الحياة، وغيرها. وتتكون العلوم الفيزيائية من تخصصات، مثل: الفيزياء (علم الأشياء المادية)، والكيمياء (علم المادة)، وعلم الفلك (علم الأجرام السماوية). وتتكون علوم الأرض من تخصصات مثل الجيولوجيا، أما علوم الحياة فتشمل تخصصات، مثل: علم الأحياء وعلم النبات.

ب- في المقابل، العلوم الاجتماعية هي العلوم المعنية بدراسة الإنسان أو المجموعات البشرية، مثل: المجموعات الإنسانية، أو الشركات، أو المجتمعات، أو الاقتصادات، وسلوكياتهم الفردية أو الجماعية. ويمكن تصنيف العلوم الاجتماعية إلى تخصصات: مثل: علم النفس (علم السلوك البشري)، وعلم الاجتماع (علم الجماعات الاجتماعية)، والاقتصاد (علم الشركات والأسواق والاقتصاد)، وغيرها.

وتختلف العلوم الطبيعية عن العلوم الاجتماعية في جوانب متعددة. ويمكن القول: إن العلوم الطبيعية دقيقة للغاية وحتمية ومستقلة عن الباحث الذي يقوم بإجراء الملاحظات العلمية. فعلى سبيل المثال، يجب أن تؤدي التجربة العلمية في الفيزياء، مثل: قياس سرعة الصوت من خلال وسائط معينة، أو مؤشر انكسار الماء، إلى الحصول على النتائج نفسها تمامًا، بصرف النظر عن وقت أو مكان التجربة، أو الشخص الذي يُجرىها. فإذا حصل اثنان من الباحثين الذين أجروا نفس التجربة الفيزيائية على قيمتين مختلفتين لهذه الخصائص الفيزيائية، فهذا يعني عمومًا أن أحدهما أو كليهما يجب أن يكون على خطأ.

هذا الوضع لا ينطبق في حالة العلوم الاجتماعية، التي تميل إلى أن تكون أقل دقة أو حتمية في نتائجها. فعلى سبيل المثال، إذا كان الباحث يقيس سعادة شخص ما باستخدام أداة افتراضية، فقد تجد أن الشخص نفسه أكثر سعادة أو أقل سعادة في أيام مختلفة، وأحياناً في أوقات مختلفة. قد تختلف درجة سعادة شخص ما اعتماداً على الأخبار التي يتلقاها في تلك الساعة أو اليوم، أو الأحداث التي وقعت في وقت سابق من ذلك اليوم. علاوة على ذلك، لا يوجد جهاز أو مقياس واحد يمكنه قياس سعادة الشخص بدقة كما هي الحال في المقاييس المستخدمة في العلوم الطبيعية¹.

والسؤال الذي يطرح نفسه هو: هل يُمكن الاستمرار في تطبيق المنهج العلمي على الظاهرة الاجتماعية؟ والجواب: بالطبع نستطيع تطبيق المنهج العلمي رغم الاعتراف بصعوبة دراسة الظاهرة الاجتماعية والإنسانية التي تختلف عن الظاهرة الطبيعية في المجالات التالية:

أولاً: الظواهر الطبيعية ثابتة نسبياً؛ الأمر الذي يمكن الدارسين من تحديدها وحصرها ودراستها، أما الظواهر الاجتماعية فهي أكثر عرضة للتغير السريع؛ فالعادات، والتقاليد، والاتجاهات، والقيم، والسلوكيات، كلها متغيرة حسب الزمان والمكان.

ثانياً: الظاهرة الطبيعية بسيطة ويمكن ملاحظتها وقياسها مادياً باستخدام الأجهزة، إلى جانب أن علاقات هذه الظاهرة مع غيرها أيضاً بسيطة ومحددة ويمكن حصرها وتثبيت

¹ -Ibid, 1

المتغيرات المؤثرة فيها، أما الظاهرة الاجتماعية فهي أكثر تعقيداً وتأثراً بعوامل كثيرة ومتعددة.

ثالثاً: موقف الباحث أمام الظاهرة الطبيعية موقف موضوعي، لأنه يتعامل مع ظواهر جامدة ليس بينه وبينها علاقات عاطفية أو انفعالية، أما الباحث في الظواهر الاجتماعية فمن الصعب أن يكون موضوعياً ومحيداً بصورة مطلقة.

رابعاً: الظواهر الطبيعية يمكن إخضاعها للتجريب بسهولة، ويمكن تكرار التجربة للتأكد من النتائج، في حين أن إخضاع الظاهرة الاجتماعية للتجريب أمر صعب ويرتبط بعوامل إنسانية وأخلاقية.

خامساً: يواجه البحث العلمي عقبات قد لا تعيق البحث في مجال العلوم الاجتماعية، ولكنها تحتاج إلى مزيد من التنظيم والدقة والتجرد من قبل الباحث.

وهناك من ينظر إلى العلم بوصفه عملية تفكير وطرح للأسئلة، وليس مجموعة من المعارف. وترتكز هذه العملية على عدة طرق تؤهلنا لمعرفة شيء حول الظواهر المختلفة في محيطنا. فالطريقة العلمية للبحث هي مجموعة من المعايير التي تُحدد كيفية حل النزاعات حول وجهات النظر المختلفة المتعلقة بالواقع. ويُقدم استراتيجيات يمكن للباحثين استخدامها عند الاقتراب من سؤال معين. كما يُقدم للمستفيدين القدرة على تقييم نقدي حول كيفية تطوير الأدلة والبراهين واستخدامها للتوصل إلى نتيجة مُحددة¹.

¹- Kenneth Hoover and Todd Donovan, The Elements of Social Scientific Thinking, 10th ed. (USA: Cengage Learning, 2011), 3.

ويمكن تحديد خصائص الطريقة العلمية في البحث باعتبارها نظامًا يستخدم من قبل العلماء لاستكشاف البيانات، وإنشاء الفروض واختبارها، وتطوير نماذج ومناهج ونظريات جديدة وتأكيد النتائج السابقة أو رفضها مع الأخذ في الاعتبار الفروق في دقة الأساليب المستخدمة في العلوم الطبيعية والاجتماعية، إلا أن هناك بعض السمات الأساسية التي تشارك فيها العلوم، وتسمى خصائص الطريقة العلمية في البحث، وهي¹:

أ- الطريقة العلمية التجريبية

يميل الإنسان العادي إلى التمسك بآراء ليس لها سند علمي، ويقبل مفاهيم وتفسيرات دون تدقيق أو فحص أو إخضاعها للتجريب، بينما يؤمن الباحث بالأفكار والنظريات بعد إخضاعها للتجريب والتدقيق والفحص وإثبات صحتها. وتشير العلوم التجريبية إلى العلم، القائم على الملاحظة، والتحقق من النتائج، إلى جانب قابلية عرضه، ويُنتج معرفة مُستندة على التجريب². وتعتمد الطريقة العلمية التجريبية (Empirical Observation) على الملاحظة المباشرة للباحث، ولا تُقيم وزنًا للفرضيات التي تتعارض مع حقيقة ملحوظة ومثبتة، وترفض الطرق التي تعتمد على التأمل والقياس واستخدام العقل، كما أنها تتعارض مع الطرق التي تركز على العوامل العاطفية والانطباعية أو غيرها من العوامل الذاتية.

¹- Peter Flom, "Five Characteristics of the Scientific Method," Sciencing, April 16, 2018, "accessed October 27, 2021". <https://bit.ly/3O4WXUr>.

²- Christopher Ikechukwu Asogwa, A Critique of Empirical Knowledge (University of Nigeria, Department of Philosophy, 2013), 2.

ب- التجارب العلمية قابلة للتكرار

يقصد بالتجارب القابلة للتكرار (Replicable Experiments)، إذا نجحت نتيجة تجريبية في الكشف عن عملية أو حقيقة أو تأثير، فيجب أن يحدث تكرار هذا النجاح عند إجراء التجربة مرة أخرى، سواء حدث ذلك من قبل الباحث نفسه في الظروف نفسها أو من قبل آخرين، في مكان آخر، باستخدام إجراءات متطابقة¹. ويفترض في الباحثين نشر ما يكفي حول الطرق والإجراءات التي توصلوا من خلالها إلى نتائجهم لإتاحة الفرصة أمام الآخرين لتكرارها والتأكد من المعرفة التي حققتها النتائج.

ج- النتائج مؤقتة

تبقى النتائج التي يجري الحصول عليها من خلال المنهج العلمي مؤقتة (Provisional Results)، فإذا ظهرت بيانات أو معلومات أو حقائق جديدة تتناقض مع ما هو قائم، فيجب الأخذ بالمعرفة الجديدة والاستغناء عن المعرفة القديمة أو تعديلها بما يتفق مع ما هو جديد. والنظريات العلمية هي أيضاً تنبؤية فهي تسمح لنا بتوقع ظواهر غير معروفة، وبالتالي تركيز البحث على مناطق محددة بشكل مركز. وإذا كانت نتائج الاختبار تتوافق مع تنبؤات نظرية، فإن النظرية تكون مؤيدة مؤقتاً. وإذا لم يكن الأمر كذلك، فقد ثبت أنها خطأ، يجب أن يجري التخلي عنها أو تعديلها. النظريات العلمية، يجري قبولها مؤقتاً فقط،

¹- John D. Norton, "Replicability of Experiment," Theoria, 30(2), "accessed October 27, 2021". <https://bit.ly/3rjnuDG>.

ومن الممكن دائماً أن يجري في النهاية دحض النظرية التي لا تصمد أمام الاختبار.¹ على سبيل المثال، جرى الاستغناء عن نظرية "الرصاصة" في مجال الإعلام عندما ظهرت أدلة جديدة تتناقض مع المعرفة التي تُقدمها. واليوم علينا أن نختبر بعض النظريات في ظل المستجدات التي حصلت في مجال الإعلام، ومن بينها على سبيل المثال لا الحصر، نظرية حارس البوابة الإعلامية، فالوقائع والمعطيات التي قادت إلى هذه النظرية قد تغيرت بشكل كبير ووجب إعادة اختبارها وربما تعديلها في ضوء النتائج الجديدة.

د- المقاربة الموضوعية

تستند فكرة المقاربة الموضوعية (Objective Approach) إلى أن الادعاءات العلمية موضوعية بقدر ما تصف الحقائق بأمانة. وهناك من يعتقد بأن الموضوعية خرافة أو أسطورة غير قابلة للتحقق، ويفضّل استبدال مفهوم الدقة بها كونه قابلاً للقياس. ويكمن معنى الموضوعية فلسفياً في أن مهمة العلماء والباحثين تقوم على أن هناك العديد من الحقائق الموجودة في هذا الكون، وأن مهمة العلماء والباحثين اكتشافها وتحليلها وتنظيمها، فالعلم موضوعي حين ينجح في اكتشاف الحقائق وتعميمها، والتخلص من المنظور الذاتي أو الانطباعي في النظر إليها. كما أنه يرتبط بمزاعم واقعية علمية، والتي بموجبها يكون هدف العلم هو اكتشاف الحقائق حول العالم، طبقاً لما لدينا من أسباب تجعلنا نؤمن بحقيقة

¹- Responsible Science: Ensuring the Integrity of the Research Process: Vol I, (Washington DC: National Academies Press 1992), "accessed October 27, 2021". <https://bit.ly/3O4Ugm0>.

النظريات العلمية المؤكدة¹. فالطريقة العلمية تتسم بالموضوعية، وتعتمد على الحقائق، ولا تقيم وزناً للميول، أو الرغبات، أو التحيزات. ويجب التسليم بالنتائج كما تظهر نتيجة استخدام مناهج وإجراءات محددة ودقيقة باعتبارها نتائج موثوقة.

هـ- الملاحظة المنتظمة

يتسم البحث العلمي بأنه منهجي، والطريقة العلمية للبحث تتسم بالتنظيم، أي إنها تعتمد على دراسات مخططة بعناية بدلاً من الملاحظة العشوائية. وتُعد الملاحظة المنتظمة (Systematic Observation) نقطة البداية لأي علم سواء كانت منظمة أو ميدانية، ويقصد بالملاحظة المنتظمة أن تقوم على إجراءات منظمة، ومنهجية، وعلمية. ومع تراكم المعرفة واقتراح التفسيرات، تصبح الملاحظة أكثر تفصيلاً، حين نبحث عن أشياء لم نكن نعرفها من قبل، وهذا يتطلب مزيداً من الاهتمام في الظروف أو السياق الذي تحدث فيه الملاحظة².

3. تطور البحث العلمي

تشير الأدبيات إلى أن تطور البحث العلمي استلزم فترة طويلة جداً لكي يتبلور وينمو، وما زال في حالة تطور مستمر حتى يومنا هذا. فخلال العصور القديمة، كانت للمصريين والبابليين واليونانيين والرومان جهود واضحة في مجال البحث العلمي؛ إذ برع المصريون

¹- Julian Reiss and Jan Sprenger, "Scientific objectivity," The Stanford Encyclopedia of Philosophy, October 30, 2020, "accessed October 27, 2021". <https://stanford.io/3Og3lZg>.

²- James W. Michaels W. "Systematic Observation as a Measurement Strategy," Sociological Focus, Vol. 16, no. 3, (1983): 217-226.

في علوم التحنيط، والهندسة، والحساب، والطب، والفلك، وأسسوا لعلم المساحة. وفي الحضارة اليونانية، نجح العلماء في وضع مبادئ البحث العلمي وأساسياته، حيث ارتكزت جهودهم على التأمل والنظرة العقلية المجردة بعيداً عن التجريب. وأسس "أرسطو" لقواعد المنهج الاستدلالي (القياسي)، كما دعا إلى تبني الملاحظة والاستعانة بها في مجال البحث عن الحقائق. وخلال العصور الوسطى، التي امتدت من القرن الثامن إلى القرن السادس عشر، كانت للعلماء العرب والمسلمين جهود واضحة في تبني الملاحظة والتجربة في مجال البحث العلمي، وبذلك فقد تجاوزوا أطروحة أرسطو القائمة على التأمل والمنهج القياسي باتجاه الملاحظة والتجريب¹.

ورغم الجهود المهمة في مجال البحث العلمي، التي سبقت القرن السابع عشر، إلا أن العديد من الدراسات يؤرّخ لنشأة الطرق العلمية في البحث خلال القرن السابع عشر نتيجة للجهود التي قدمها فرنسيس بيكون (Bacon Francis)، وارتكزت في الأساس على فكرة بناء النتائج وفقاً لمجموعة من الوقائع والملاحظات. وقد أسهم في بناء هذا التوجه العالمان، جون ستيوارت ميل (John Stuart Mill) وكالو برنارد (Callo Bernard). ثم جاء دور نيوتن وجاليليو فظهر المنهج العلمي الذي يجمع بين الاستقراء والاستنتاج أو بين الفكر الذي يمثله الأسلوب القياسي وأسلوب الملاحظة. وقد شنّ فرنسيس بيكون حملة قاسية ضد المنهج القياسي، ودعا بوضوح إلى اعتماد المنهج التجريبي، ووضع قواعده وخطواته. كما فعل كلود برنارد (Claude Bernard) الشيء نفسه حيث دعا إلى استخدام المنهج التجريبي على أوسع نطاق².

¹- محمد صادق، البحث العلمي بين المشرق العربي والعالم الغربي: كيف نَحْضُوا؟ ولماذا تراجعنا؟، (القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014)، ص 16.

²- عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، ط 9 (القاهرة، مكتبة وهبة، 1985)، ص 63.

وتقوم الطرق العلمية في البحث على مجموعة من الخطوات المنظمة، كان جون ديوي (John Dewey) قد حددها في كتابه: "كيف نُفكر"، الذي صدر عام 1910. ويرى ديوي أن هذه الخطوات لا تختلف عن خطوات التفكير عند الإنسان وتتضمن الآتي¹:

- الشعور بالمشكلة.

- تحديد المشكلة.

- وضع فروض أو حلول مؤقتة للمشكلة.

- استنباط نتائج الحلول المقترحة.

- اختبار الفروض.

4. البحث العلمي في مجال الاتصال

أما في مجال الاتصال، فقد انطلقت حركة البحث العلمي خلال النصف الأول من القرن العشرين. وقد شهدت المرحلة التي سبقت ذلك جهودًا متنوعة لا يمكن تصنيفها على أنها علمية. فخلال هذه المرحلة لم يكن مصطلح الاتصال قد تبلور مثلما هو خلال الفترات اللاحقة، كما لم يتبلور المفهوم أو الأفكار التي يقوم عليها².

وعودة إلى عشرينات القرن الماضي، فقد كان المطبوع، والإذاعة، والفيلم السينمائي مؤسسات قائمة ومزدهرة، فالناس يتابعون الصحف، ويحضررون السينما، غير أن هذه الفترة لم تشهد سوى جهود محدودة للغاية في مجال البحوث التجريبية المنهجية التي أجريت

¹- علي معمر عبد المؤمن، البحث في العلوم الاجتماعية، (القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008)، ص 54.

²- Emanuel Kulczycki, Communication History and Its Subjects, (Annals of the University of Craiova, 2011), 134.

على وسائل الاتصال وآثارها. وخلال الثلاثينات من القرن الماضي، طلب ويليام شورت (William Short)، المدير التنفيذي لمجلس بحوث الصور المتحركة (السينما)، من علماء الجامعات من تخصصات علم الاجتماع وعلم النفس، تصميم سلسلة من المشاريع البحثية التي تدرس تأثير التعرض للأفلام على الأطفال من زوايا مختلفة، والتركيز على طبيعة الجمهور ومحتوى الفيلم.

استخدم الباحثون في هذه الدراسات تحليل المحتوى، وأساليب المسح، والتصميم التجريبي لفحص مواضيع: مثل: محتوى الرسائل، واكتساب المعلومات، وتغيير المواقف، والتأثير، والنتائج الصحية، والسلوك العام، والأخلاقيات، والأحكام وغيرها. وقد تكونت هذه الجهود البحثية من ثلاث عشرة دراسة تم تمويلها من قبل منظمة خيرية معروفة باسم "باين فوند" (Payne Fund).

ويشير ماثيو إيستن (Matthew Eastin) وتيري دورتي (Terry Daugherty) إلى هذه الدراسات باعتبارها جهداً أولياً لتأسيس البحث في مجال وسائل الاتصال، لأنها شكّلت نظاماً علمياً موثقاً وصارماً واستندت إلى خطوات منهجية يجب الاعتراف بها باعتبارها رئيسة في بحوث الاتصال الجماهيري. وعلاوة على ذلك، وضعت هذه الدراسات المستندة إلى التجربة الأساس لبحوث وسائل الاتصال المستقبلية من خلال التأكيد على التعاون عبر التخصصات (الدراسات البينية) في دراسة تغير المواقف، باستخدام المحتوى، والنمذجة السلوكية، والبناء الاجتماعي، والتحفيز¹.

¹ Matthew Eastin and Terry Daugherty, "Past, Current, and Future Trends in Mass Communication Research," in Marketing Communication: Emerging Trends and Developments, ed. Allan J. Kimmel (Oxford University Press, 2005), 4.

ومع الزيادة الملحوظة في وسائل الاتصال المعاصرة، تشكّل خلال الثلاثينات مجتمع إعلامي سريع التغير؛ إذ استمرت الأسئلة حول وسائل الاتصال وتأثيراتها الثقافية، إلى جانب الأسباب التي تدفع باتجاه استخدام وسائل الاتصال، وكيف يدمج الناس هذه الوسائل في حياتهم اليومية. وبكل بساطة، لم يعرف الباحثون في ذلك الوقت سوى القليل جدًّا عن الكيفية التي يُقرر بها الجمهور اختيار وسائل الاتصال التي يجب أن يتعرض لها عند مواجهة العديد من الخيارات.

وخلال عقد الثلاثينات، كان علماء الاجتماع يهتمون بدرجة كبيرة بتأثير الفيلم. ومع ذلك، برزت الإذاعة باعتبارها وسيلة اتصال معاصرة أخرى بدأت بالصعود والوصول إلى الجمهور. وقد سعى البحث المنهجي الأول الذي أجراه بول لازارسفيلد (Lazarsfeld Paul) وفرانك ستانتون (Frank Stanton) على الراديو إلى فهم الدور الذي تلعبه هذه الوسيلة في حياة الجمهور. ومن هذه الدراسات المبكرة تم تطوير رؤية جديدة يجري من خلالها التعرف على مفهوم الجماهيرية. وبدلًا من النظر إلى الآثار التي تخلفها وسائل الاتصال على الجماهير بدأ هذا النهج الجديد في التركيز على كيفية استخدام الجماهير لوسائل الاتصال¹.

وفي مجال الدراسات الصحفية، شهدت الثلاثينات بحوثًا في تاريخ الطباعة، والصحافة، والدوريات. وقد كانت في معظمها دراسات "وصفية سردية غير نقدية". وفي الخمسينات بدأ العمل على دراسة تأثير وسائل الاتصال بما فيها الصحافة، وخلال الخمسينات والستينات تزايد الاهتمام بالدراسات التي اعتمدت التحليل السوسيولوجي، والبحث في

¹ - Ibid, 4.

خصائص الصحفيين وسماتهم¹. كما تطورت دراسات محتوى وسائل الإعلام باستخدام أداة تحليل المضمون، الذي تم تطوير إجراءاته، واعتبرته دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية منهجاً قائماً بذاته، وعُرفت باعتماده منهجاً -وليس أداة- يُستخدم في دراسة مضمون وسائل الإعلام المطبوعة أو المسموعة أو المرئية وذلك باختيار عينة من المادة موضع التحليل وتصنيفها وتحليلها كماً وكيفاً على أساس خطة منهجية منتظمة².

ويمكن النظر إلى نشأة البحث العلمي في مجال الاتصال من خلال زاويتين اثنتين³:

- الأولى: مرتبطة بجهود علماء الاجتماع وعلى رأسهم بول لازارسفيلد، المنتسب إلى مكتب البحوث الاجتماعية التطبيقية (BASR) في جامعة كولومبيا، إلى جانب إيليهو كاتز (Elihu Katz)، وقد تميز البحث العلمي خلال هذه الفترة بالانطباعية والتناقض، وخصوصاً ما هو متصل بنظرية الحقنة أو الرصاصة.

- الثانية: وهي مرحلة اتسمت بتشكيل الوعي الذاتي وقد قادها ولبر شرام (Wilbur Schramm) الذي يُعد المسؤول الأول عن إضفاء الطابع المؤسسي في مجال الاتصال الجماهيري. وقد شاركه هذه المرحلة أربعة من الآباء المؤسسين لعلم الاتصال، وهم: كيرت لوين (Kurt Lewin)، وكارل هوفلاند (Carl Hovland)، وهارولد لاسويل (Harold Lasswell) وبول لازارسفيلد، وينتمي هؤلاء لعلوم النفس، والسياسة،

¹ - السيد بخيت، الجديد في بحوث الصحافة، (الإمارات، دار الكتاب الجامعي، 2011)، ص 22.

² - صلاح عبد الحميد، الإعلام وثقافة الصورة، (القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2013)، ص 117.

³ - David Park and Jefferson Pooley, "The New History of Mass Communication Research," in The History of Media and Communication Research: Contested Memories, ed. David Park and Jefferson Pooley (New York: Peter Lang, 2008), 45.

والاجتماع. ويمكن القول: إن دراسات الاتصال تطورت منذ بداية القرن الماضي، وحتى يومنا هذا، تطوراً كبيراً؛ حيث أمكن رصد أربع مراحل تاريخية مرّت خلالها جهود البحث العلمي في مجال تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية¹.

- المرحلة الأولى: بدأت هذه المرحلة مع نهاية القرن التاسع عشر واستمرت حتى بداية الثلاثينات من القرن الماضي؛ إذ سيطرت نظرية "الرصاصة" أو "الحقنة" في مجال الاتصال، وساد الاعتقاد بأن وسائل الاتصال تمتلك قوة سحرية هائلة ومباشرة وفورية في عملية تشكيل الرأي العام، وتغيير الاتجاهات والسلوك. وافترضت نظرية "الرصاصة" أن جمهور وسائل الاتصال هو جمهور ساكن يمكن التأثير فيه ذهنياً وسلوكياً دون أن يبدي أية مقاومة. وأظهرت النظرية أهمية المرسل وهيمنته على العملية الاتصالية، وقدرته على التأثير في الجمهور بصورة تلقائية. وقد اتسمت الدراسات خلال هذه الفترة بضعف مناهجها وأدواتها بحيث يمكن نعتها بأنها لم تكن علمية بالمعنى المتعارف عليه الآن.

- المرحلة الثانية: بدأت مع بدايات عقد الثلاثينات، واستمرت حتى الستينات من القرن الماضي. وشهدت هذه المرحلة تطوراً كبيراً في بحوث الاتصال على صعيدي الأهداف والمنهجيات المستخدمة؛ إذ استخدم الباحثون مناهج علمية أكثر دقة للبحث عن إجابات لأسئلة وفروض أكثر تحديداً. وظهرت خلال هذه الفترة نظريات التأثير المحدود، التي تفترض أن تأثير وسائل الاتصال على الجمهور هو تأثير غير مباشر، وأن الجمهور ليس ساكناً بل هو متحرك ونشط، وأن تأثير وسائل الاتصال ليس قوياً بالدرجة التي تحدث عنه نظرية الرصاصة، بل إن هذه الوسائل ليست دائماً السبب الكافي أو الضروري وراء

¹- محمد نجيب الصرايرة، العلاقات العامة: الأسس والمبادئ، (الأردن، مكتبة الرائد للنشر والتوزيع، 2017)، ص 84.

إحداث التأثير في الجمهور المتلقي، ولكنها تعمل مع، أو من خلال بعض العناصر أو الظروف الوسيطة لإحداث التأثير المطلوب.

- المرحلة الثالثة: وهي المرحلة الممتدة من أواخر عقد الستينات وحتى أوائل القرن الحالي؛ حيث ظهر العديد من الفرضيات والنماذج والمناهج التي ألغت المفاهيم ذات الصلة بقوة وسائل الاتصال كما قدمتها نظرية الرصاصة. وبدأ الحديث عن الجمهور باعتباره جمهوراً عنيداً (Obstinate Audience) يتميز بكونه هدفاً صعباً لوسائل الاتصال التي يستخدمها الجمهور لإشباع حاجات ورغبات يحددها هو، إضافة إلى كونه صاحب القرار في انتقاء الرسائل التي يرغب في التعرض لها. وبناء على ذلك، فإن هذا الجمهور هو الذي يتحكم في المادة الاتصالية التي يختارها وليس العكس. واستناداً لذلك، ظهرت النماذج والفرضيات والمناهج الحديثة في مجال الاتصال الجماهيري.

- المرحلة الرابعة: وهي المرحلة التي تلت ظهور شبكة الإنترنت، وبروز ظاهرة الاتصال الرقمي والاهتمام بالتكنولوجيا وآثارها على الخريطة الاتصالية القائمة من جهة، والمجتمع من جهة أخرى. وقد أفرزت هذه المرحلة تحولات عديدة ومفاهيم جديدة لم تكن قائمة من قبل؛ الأمر الذي تطلب العمل على دراسة هذه المفاهيم والتحويلات في إطار رؤية مستقلة عما كان قائماً في هذا المجال من نظريات وتصورات سابقة. إن ظهور وسائل الإعلام الرقمية الجديدة، ولاسيما الأشكال الرقمية والتفاعلية للاتصال، مثل الألعاب الإلكترونية، لا يقترن فقط بالحاجة إلى تطوير "نظرية وسائط جديدة"، ولكنه يفتح أيضاً العديد من الاحتمالات لإعادة فحص الأشكال القديمة والطرق التي يتصورون بها طرق الاتصال والتوزيع والتأليف والنص واستقبال الجمهور. في ضوء الوسائط الرقمية الجديدة والإمكانات الناشئة للتنظير حولها، يمكن القول: إن وظيفة المؤلف، والمبدع،

والجمهور، وكذلك المستخدم أو المستلم، هي في الواقع الانخراط في صراع من أجل السيطرة على النص من حيث المشاركة، والخلق والتحول والتوزيع¹.

وفي محاولات أخرى، سعى العديد من الدراسات إلى البحث في استكشاف العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والصحة العقلية لدى الشباب البالغين. وتشير البحوث الحالية إلى وجود علاقة بين زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتدهور الصحة العقلية. ويُعد الشباب أكثر مستخدمي هذه الشبكات نشاطاً، ولديهم مخاطر عالية في الغالب لتطوير مشكلات الصحة العقلية؛ مما يجعل هذا الاتصال مقلقاً بشكل خاص. في الوقت الحالي، من غير الواضح كيف ترتبط شبكات التواصل الاجتماعي والصحة العقلية، لذلك تستكشف بعض الدراسات النظريات الفردية والاجتماعية الأسباب وراء هذا الارتباط، وتشمل نظريات، مثل: تأثير السلوكيات المستقرة على الصحة العقلية، والسلوك النازح، وانقطاع النوم بسبب التعرض للضوء الأزرق، وتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الرومانسية، وتأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الأفلاطونية².

وقد قدّم البحث العلمي مفاهيم ونماذج ونظريات جديدة لكنها ما زالت تحتاج لمزيد من الجهود للتحقق من مبادئها والأساس النظري الذي تنطلق منه، ومن المتوقع أن تهيمن هذه المجالات على البحث العلمي خلال العقود القادمة. وخلال المرحلة الحالية ظهرت اتجاهات حديثة في مجال الاتصال الرقمي استدعت تطوير نماذج ونظريات جديدة يجري

¹- Rob Cover, "New Media Theory: Electronic Gams, Democracy and reconfiguring the Author-audience relationship," Social Semiotics, Vol. 14 issue 2, (2004): 173.

²- Amelia Strickland, Exploring the Effects of Social Media Use on the Mental Health of Young Adults. (A thesis submitted for the Major Program in Advertising and Public Relations in the College of Sciences and in the Burnett Honors College at the University of Central Florida, Orlando, Florida, 2014), 14.

اختبارها وفقاً للظواهر الجديدة، كما استدعت ضرورة النظر في المناهج والأساليب البحثية القائمة لتطويرها بحيث تستجيب للتطورات الجديدة مع الأخذ في الاعتبار أن المراجعة الدورية أمر ليس جديداً. فحين تبرز تحولات مهمة فإن الأمر يستدعي المراجعة على صعيد الأطر النظرية أو الأساليب والمناهج والأدوات البحثية، فقد حدث ذلك عندما ظهرت الإذاعة المسموعة وكذلك السينما وفي حالات أخرى؛ إذ جرت مراجعة الأطر النظرية والأساليب البحثية لتستجيب لمتطلبات المرحلة الجديدة في تفسير الظواهر التي لم يتم اختبارها وفقاً للمعطيات الجديدة.

5. أهمية البحث العلمي

يهدف البحث العلمي إلى اكتشاف القوانين وإنتاج النظريات التي يمكن أن تُفسر الظواهر الطبيعية أو الاجتماعية، أو بعبارة أخرى، بناء المعرفة العلمية. من المهم أن نعرف أن هذه المعرفة قد تكون ناقصة أو ربما بعيدة عن الحقيقة في بعض الأحيان، وقد لا تكون هناك حقيقة واحدة، بل هناك توازن بين "حقائق متعددة". وعلينا أن نعترف أن النظريات، التي تستند إليها المعرفة العلمية، ليست سوى تفسيرات لظاهرة معينة، كما اقترحها أحد العلماء. على هذا النحو، قد تكون هناك تفسيرات جيدة أو سيئة، اعتماداً على مدى توافق هذه التفسيرات مع الواقع، وبالتالي، قد تكون هناك نظريات جيدة أو سيئة، ويتوقف تقدم العلم بتقدمنا مع مرور الوقت من إنتاج نظريات فقيرة إلى بناء نظريات ثرية، من خلال ملاحظات أفضل باستخدام أدوات أكثر دقة وتفكير منطقي أكثر استنارة¹.

ومن أبرز عناصر أهمية البحث العلمي أنه يُعد متطلباً أساسياً لعمليات التخطيط بجوانبها المختلفة سواء كانت وقائية أو علاجية. ففي الحالة الأولى يعمل البحث العلمي على توفير

¹- Bhattacharjee, Social Science Research, 2.

معلومات وبيانات تُسهم في التصدي للظواهر السلبية قبل وقوعها. وفي الثانية يُوفر البحث العلمي بيانات ومعلومات تُسهم في تحديد أفضل الطرق والأساليب لمواجهة المشكلات التي وقعت بالفعل. وتظهر أهمية البحث العلمي كذلك في توفير المعرفة التي تشكّل ضرورة أساسية لفهم الواقع بما يتضمن من ظواهر مختلفة، ويساعد كذلك في عملية استشراف المستقبل والتنبؤ بما يمكن أن يحدث، وهذه الأهمية تنعكس في إطار الدراسات المستقبلية.

ويعمل البحث العلمي من خلال توفير المعرفة والبيانات على إيجاد حلول للمشكلات وابتكار وتطوير منتجات جديدة. كما يسمح للأفراد والمؤسسات والدول باختبار المعلومات من خلال تحويل النظريات المجردة إلى واقع عملي. ويُعد البحث العلمي أمراً مهماً وحيوياً لتطوير المعرفة التي تحرك الاستكشاف والابتكار وتعمل على تعزيزها في المجالات المختلفة؛ الأمر الذي ينعكس على حياة الناس. كما يُقرر البحث العلمي طبيعة المعرفة ودرجة دقتها لتبديد الادعاءات الخاطئة حول ضعف المعرفة وما يترتب عليها.

6. مسارات مقترحة لتطوير البحث العلمي في مجال الإعلام

يمكن النظر إلى تطوير البحث العلمي في المنطقة العربية من زوايا متعددة، من بينها ما يأتي: أولاً: الوصفية مقابل التحليلية: يجب أن نعترف أن الوصفية هي نوع البحث السائد في غالبية الدراسات في مجال الاتصال في الوطن العربي. والهدف الرئيس من البحث الوصفي هو وصف الظاهرة كما كانت في وقت الدراسة. في هذا النوع من البحوث لا يتحكم الباحث في متغيرات الدراسة، ويعمل على وصفها كما هي، ومن الأمثلة على ذلك دراسة ظواهر، مثل: اتجاهات الجمهور وتفضيلاته، واستخدامه واعتماده على وسائل الاتصال،

إلى جانب تحديد خطط وسائل الإعلام والجمهور وصانعي السياسات ومنظمات الأعمال وما إلى ذلك، على الرغم من عدم قدرة الباحثين على التحكم في المتغيرات، وقد تشمل بعض الدراسات محاولات لاكتشاف أسباب المشكلة المحددة. إن طرق البحث المتبعة في إجراء البحث الوصفي هي طرق المسح بجميع أنواعها، بما في ذلك الطرق الارتباطية والمقارنة¹.

هذا الأمر يستدعي الخروج من دائرة الوصفية إلى رحاب التحليلية؛ إذ يعتمد المنهج التحليلي على تفكيك المتغيرات الأساسية للظاهرة موضع الدراسة، ومن ثمّ دراستها بأسلوب متعمق، يجري من خلاله استنباط أسس، أو معايير، أو أحكام، أو قواعد يمكن عن طريقها الوصول إلى تعميمات تساعد في حل المشكلات. ويتطلب ذلك من الباحث استخدام المعلومات والحقائق لتقديم رؤية نقدية تعالج الموضوع في إطار متعمق مع الأخذ في الاعتبار أن العلاقة بين الوصفية والتحليلية هي تكاملية، فالمنهج التحليلي يُعد مكملاً للمناهج الأخرى. في معظم الدراسات العربية التي تستند إلى الوصفية لا يواكبها إطار تحليلي عميق يسعى إلى دراسة الجزئيات بتعمق، واستخدام المعاملات الإحصائية لأغراض الاستنباط من نتائج مُقننة، مع أن البحث في الأجزاء يمكن أن يقود إلى إنتاج نماذج أو نظريات جديدة. كما أن التوسع في التحليلية قد يُخرجنا من معالجة المشكلات

¹- Ajit Singh, "Significance of Research Process in Research Work," March 2021, researchgate.net, "accessed October 27, 2021". <https://bit.ly/3KBW5Vk>.

العامة إلى معالجة الأجزاء، يضاف إلى ذلك التوسع في استخدام المعاملات الإحصائية المعقدة بالإضافة إلى المعاملات البسيطة.

ثانيًا: المناهج المختلطة "الكيفية والكمية" والبنائية

يمكن تعريف المناهج المختلطة في مجال البحث العلمي بأنها "مناهج البحث التي يجمع من خلالها الباحث البيانات ويحللها، ويدمج النتائج ويستخلص الاستنتاجات باستخدام الأساليب النوعية والكمية في دراسة واحدة"، ولا يقتصر البحث على استخدام الأساليب التقليدية لجمع البيانات، ولكنه يسترشد بأساس من الاستقصاء الذي يقوم عليه نشاط البحث نفسه. ويتضمن هذا النوع من الدراسة البعدين الكيفي والكمي في آن معًا. ولكن غالبًا ما تنشأ صعوبات عندما يحاول الباحث توضيح كيفية ارتباط العنصرين ببعضهما البعض. وهناك عدم اتساق بين الباحثين حول ما يشكل بحثًا مختلطًا. يرى البعض أنها جمع البيانات الكيفية والكمية وتحليلها. أما الكتابات الأكثر معاصرة فتسعى إلى تطوير فهم لأهمية التكامل بين الطريقتين¹. ويرى الباحث أنه يمكن النظر إلى المناهج المختلطة من زاوية البنائية التي تجمع أكثر من منهج واحد في إطار الدراسة الواحدة كأن يستخدم المنهج المسحي وتحليل المضمون في دراسة واحدة، أو المنهج التاريخي وتحليل المضمون في دراسة أخرى، وربما يستخدم أكثر من منهجين من المناهج البحثية المعروفة في دراسة واحدة.

والبحث الكيفي هو عملية استقصاء طبيعي إلى فهم متعمق للظواهر الاجتماعية في إطار بيئتها الطبيعية. ويركز على الإجابة على تساؤل "لماذا؟" بدلًا من "ماذا؟". ويعتمد على

¹ - Louise Doyle et al., "An overview of mixed methods research," Journal of Research in Nursing, (2009): 176.

التجارب المباشرة للبشر بوصفها عوامل لصنع المعنى في حياتهم اليومية، بدلاً من الإجراءات المنطقية والإحصائية الرقمية. ويستخدم الباحثون الكيفيون أساليب متعددة لدراسة الظواهر الاجتماعية من بينها السير الذاتية، ودراسة الحالة، والتحليل التاريخي، وتحليل الخطاب، والإثنوغرافيا وغيرها. أما البحوث الكمية فهي الإطار البحثي السائد في العلوم الاجتماعية الذي يستند إلى بيانات رقمية أو رسوم بيانية ويرتبط بمجموعة من الاستراتيجيات، والتقنيات، والافتراضات المستخدمة لدراسة العمليات النفسية، والاجتماعية، والاقتصادية، من خلال استكشاف الأنماط الرقمية. ويتيح هذا النوع من البحث جمع المعلومات الكمية وإجراء تحليلات إحصائية تتراوح بين البسيطة إلى بالغة التعقيد، ويستخدم الاستبانات والملاحظات المنظمة والمقابلات المُنقنة لجمع المعلومات. ويستخدم علماء الاجتماع البحث الكمي، بمن في ذلك باحثو علم الاتصال، لمراقبة الظواهر أو الأحداث التي تؤثر على الأفراد¹.

وُثِّمَ البحوث الكمية على الإنتاج البحثي العربي في مجال الاتصال بصورة عامة، في حين تقل البحوث الكيفية، ربما لأسباب عديدة من بينها سهولة إنجاز البحث الكمي مقارنة مع البحث الكيفي. والوضع المثالي يقتضي ضرورة إجراء البحوث استناداً إلى كلتا الطريقتين معاً مع الأخذ في الاعتبار أن بعض الظواهر قد تحتاج لدراستها نوعاً واحداً فقط يعتمد بشكل أساسي على المعلومات التي يطلبها الباحث. فبعض الظواهر تحتاج إلى تفسير وهذا ما يمكن أن يُقدمه البحث الكيفي، في حين تحتاج بعض الظواهر لتوصيف وهذا ما يُقدمه البحث الكمي. وفوق هذا، فإن الاتجاه نحو المزاوجة بين الكمية والكيفية أمر

¹- Ahmad Sharique et al., "Qualitative v/s Quantitative Research," Journal of Evidence Based Medicine and Healthcare, 6(43), (2019): 282-283.

مطلوب، ومطلوب أيضًا دراسة الظواهر من خلال ربطها بواقعها السياسي والاقتصادي والاجتماعي.

ثالثًا: توسيع دائرة الاهتمام بالمعرفة البينية (عبر التخصصية)

يجادل بعض الباحثين بأن المعرفة "عبر التخصصات" هي الأساس الأكثر نجاحًا لتفسير الظواهر المختلفة، وهي الطريق الواعدة للتقدم العلمي والمغامرة الفكرية، والوعي البشري. ويرى بعض المحللين أن العلم الأكاديمي قد تبنى بالفعل فكرة الالتزام بالدراسات البينية، وأن هناك تحولات تجري بطريقة متسارعة للتحويل من الطريقة التقليدية لإجراء البحوث المتجانسة والتخصصية إلى نهج جديد غير متجانس، ومتعدد التخصصات، وأفقي وسلس في آن واحد. ويشير آخرون إلى أن تحول الجامعات نحو تعدد التخصصات المتعددة لم يقدم دليلًا تجريبيًا على أي تغيير أساسي يشمل نظام العلوم في الجامعات. وتشير دراسات إلى أن المعسكر الأخير ربما يكون محققًا في تشككه فيما أنجز على صعيد الدراسات البينية في إطار التعليم العالي، كما أن العديد من المبادرات التي تُعد متعددة التخصصات هي، في الواقع، مجرد إعادة تشكيل للدراسات القديمة وأساليب العمل التقليدية التي جرى تجميعها معًا تحت تسمية جديدة بدلًا من إعادة صياغة المفاهيم الفعلية وإعادة تنظيم البحوث الجديدة. والحقيقة هي أن الجامعات تميل إلى التعامل مع التداخل متعدد التخصصات باعتباره اتجاهًا وليس انتقالًا حقيقيًا، وبالتالي فإن جهودها تبدو مجزأة وغير متماسكة ولا تتسم بالشمولية¹.

¹- Diana Rhoten, "Interdisciplinary Research: Trend or Transition," academia.edu, January 2004, "accessed October 27, 2021". <https://bit.ly/3viB5wu>.

يُعد البحث البيني عبر التخصصي، وهو البحث متعدد التخصصات في العلوم الاجتماعية، موضوعاً حيويًا ويستقطب نقاشًا واسعًا؛ حيث شكّل اهتمامًا كبيرًا، وجذب انتباه الباحثين والمؤسسات البحثية بسبب الاهتمام المتزايد به من قبل مراكز البحث والمؤسسات العامة والخاصة، التي تبحث عن حلول متعددة التخصصات للمشكلات التي تواجهها. ومع ذلك، وعلى الرغم من كل الانتشار الذي حققه هذا النوع من البحوث، لكنه لم يتجاوز بعد فكرة الانعزالية والتشرد المستمر بين التخصصات المختلفة في العلوم الاجتماعية والإنسانية، وخصوصًا في الوطن العربي؛ الأمر الذي وصفه العديد من المؤلفين والباحثين بأنه تقسيم تصنيفي. لقد تم تطوير هذا الاتجاه في البحث لمواجهة المشكلات والتحديات التي تواجهها المجتمعات، ولم يستطع الاتجاه التقليدي في البحث التعامل معها. ويميل العديد من المؤسسات الأكاديمية إلى تضيق مجالات البحث، ومضاعفة أقسامها. وفي الوقت نفسه يمكن دراسة العديد من المشكلات بشكل أكثر فاعلية من خلال المنهج البيني عبر التخصصي بدلًا من دراستها بطريقة منعزلة من قبل تخصصات أكاديمية منفردة، وغالبًا ما يصل العديد منها إلى الاستنتاجات الدقيقة ذاتها. كما أن حقيقة تفضيل العديد من التخصصات الأكاديمية إنشاء مفاهيمها الخاصة لا تساعد كثيرًا في تطوير البعد البيني بين التخصصات المختلفة¹.

وعلى مستوى البحث الإعلامي ما زالت البينية غير واضحة المعالم في النظر إلى المشكلات الإعلامية المختلفة، رغم أن هذه البينية في البحث عن المعرفة لم تعد مطلوبة في الدائرة الاجتماعية والإنسانية وحسب، بل امتدت كذلك إلى العلوم الطبيعية. ومع التطور

¹- Jorge André Guerreiro, Interdisciplinary Research in Social Sciences: a two-way process,” researchgate.net, June 2016, “accessed October 27, 2021”. <https://bit.ly/3KCxsHX>.

التكنولوجي أصبح للعلوم الطبيعية مكانتها الواضحة في تفسير الظواهر الإعلامية وبخاصة ونحن نعلم أن الخوارزميات، والذكاء الاصطناعي، وأجهزة الاتصالات الإلكترونية، وشبكة الإنترنت، أصبحت مكونات أساسية في النظر إلى الظاهرة الإعلامية وما تفرزه من تحولات وتغيرات في المفاهيم.

من هنا، يجب العمل على تطوير رؤى جديدة في البحث الإعلامي تأخذ في الاعتبار البحث عن المعرفة البينية عبر التخصصية لتفسير الظواهر الإعلامية، لاسيما بعد التحولات غير المسبوقة التي أحدثتها التطورات التكنولوجية في البناء الإعلامي. إن معالجة النزعة الانعزالية للتخصصات المنفردة، والإفراط في الاعتماد على التخصص منفردًا لتقديم حلول للمشكلات الإعلامية دون الانخراط في الاتجاه البيني متعدد التخصصات قد لا يُقدّم النتائج البحثية المطلوبة للنظر في الظواهر الإعلامية التي نتجت عن التطور التكنولوجي، أو التحولات المختلفة التي أحدثتها في مجال الإعلام. ويبقى السؤال المهم قائمًا: "كيف يمكن أن يتعايش التخصص المنفرد مع الطلب المتزايد باستمرار بضرورة تبني المنهجية البينية عبر التخصصية في مجال البحث الإعلامي؟" هذا السؤال يتطلب مبادرات، مثل مبادرة مركز الجزيرة للدراسات للبحث في الإشكاليات التي تواجه البحث العلمي في المجال الإعلامي على المستوى العربي مع الأخذ في الاعتبار أن هناك العديد من مراكز البحوث في الدول العربية تُقدم نفسها على أنها متعددة التخصصات، ولكن المراجعة الشاملة لمشاريعها ومنشوراتها البحثية تُظهر أنها غالبًا ما تعتمد على الأعمال المنتجة من قبل أفراد من نفس الخلفيات أو خلفيات مماثلة، بدلًا من تشكيل فرق متعددة التخصصات للنظر في الظواهر المختلفة، ولعل هذا المؤتمر يكون مبادرة حقيقية لنشر ثقافة البينية بين الباحثين العرب ونقطة الانطلاق نحو تطوير منهجيات تساعد في هذا الاتجاه.

رابعاً: تفعيل دور الدراسات التتبعية في بحوث الإعلام

تستخدم الدراسات التتبعية (الطولية) (Longitudinal Studies) تدابير مستمرة أو متكررة لمتابعة حالات أو أفراد معينين على مدى فترات طويلة من الزمن، غالباً ما تكون سنوات أو عقوداً، وهي عموماً ذات طبيعة رصدية؛ حيث يجري جمع البيانات الكمية أو الكيفية أو كليهما حول أية مجموعة من الحالات دون أي تأثير خارجي يمكن استخدامه. هذا النوع من الدراسات مفيد بشكل خاص لتقييم التغيرات التي تحدث على المبحوثين أو الظاهرة موضع الدراسة وتطورها¹.

وتُعد الدراسات التي تعتمد على التصميم التتبعي، أو الطولي الحقيقي، أو القياسات المتكررة لمجموعات مماثلة نادرة جداً في مجال الدراسات الإعلامية. ومن خلال نظرة عامة شاملة للبحوث حول استخدام الأطفال لوسائل الإعلام عبر الإنترنت في 18 دولة أوروبية بين عامي 1999 - 2006، على سبيل المثال، وجدت دراسة أن هناك مثالين فقط لدراسات تتبعية طولية، والسبب وراء ذلك ربما يعود في الغالب إلى حقيقة أن هذه الدراسات غالباً ما تكون أكثر تعقيداً وأكثر تكلفة من الدراسات المقطعية².

في هذا النوع من الدراسات، يقوم الباحث بإجراء دراسة تتبعية من خلال فحص مفردات دراسته ذاتها بشكل متكرر لاكتشاف أي تغيرات قد تحدث على النتائج عبر الزمن أو بسبب تغير البيئة المحيطة أو غيرها من الأسباب. ويمكن النظر للدراسات التتبعية بوصفها نوعاً من الدراسات الارتباطية حيث يتم جمع بياناتها حول عدد من المتغيرات دون

¹- Louise Doyle et al., "An overview of mixed methods research," 2.

²- Elisabeth Staksrud et al., "What Do We Know about Children's Use of Online Technologies? A Report on Data Availability and Research Gaps in Europe," January 2007, researchgate.net, "accessed October 27, 2021". <https://bit.ly/3jt5TFh>.

محاولة التأثير عليها. وتُعد هذه الدراسات من الدراسات الشائعة في مجالات الطب، والاقتصاد، والعلوم الاجتماعية. ويمكن للبحث التبعي أن يستمر لفترات طويلة، ويصمم لتخطيط ومراقبة التغيير بمرور الزمن. وتجمع هذه الدراسات عادة مجموعة من البيانات في بداية الدراسة ثم تجمع البيانات نفسها بشكل متكرر حول الموضوع نفسه طوال فترة الدراسة. وغالبًا ما تستخدم الدراسات التتبعية المسوحات لجمع البيانات النوعية أو الكمية¹.

ويُذكر أن هذا النوع من الدراسات في مجال الإعلام جرى استخدامه في إنتاج نماذج ونظريات من بينها نظرية وضع الخطة -الأولويات والاهتمامات- (Agenda Setting). كما استخدمت في الدراسات التي هدفت إلى معرفة التغيرات التي تحصل في الاتجاهات والسلوكيات عبر فترات زمنية محددة، فضلًا عن دراسات التأثير.

وعلى مستوى الوطن العربي لم تستخدم هذه الدراسات على نطاق واسع رغم أنها تساعد على دراسة التغيرات والتحويلات في الظواهر الإعلامية عبر فترات زمنية ممتدة؛ الأمر الذي يدفع مراكز البحث في المنطقة العربية إلى تبني مثل هذا النوع من الدراسات، لأنها تسمح بالتحقق من النتائج التي يصل إليها الباحثون إلى جانب معرفة ثبات أو تغير هذه النتائج. كما يساعد هذا النوع من الدراسات على إنتاج نماذج ونظريات جديدة.

خامسًا: الاهتمام بالدراسات الاستشرافية

عكس الاهتمام بالدراسات البينية، والتداخل عبر التخصصي بين المعارف المختلفة، ظهور أساليب ومقاربات جديدة تهدف إلى توسيع دائرة الاهتمام بالبحث الاستشرافي المستقبلي في

¹- Edward Joseph Caruana et al., "Longitudinal studies," researchgate.net, December 2015, "accessed October 27, 2021". <https://bit.ly/375U7hv>.

المجال الإعلامي، وهو في الواقع محدود جدًا من حيث الاستخدام. لقد باتت البحوث الاستشرافية من الحتميات، وصارت ضرورة لا يمكن تجاهلها بعد كل هذه التحولات المفاهيمية، النظرية والواقعية، التي طرأت على المجال، إلى جانب التغيرات التي رُصدت على صعيد الممارسة، وذلك بسبب تسارع التقدم في تقنيات الاتصال¹.

ويمكن النظر إلى الدراسات المستقبلية بوصفها دراسات منهجية لما هو ممكن، ومحتمل، ومستقبلي، بما في ذلك وجهات النظر العالمية والأساطير التي تكمن وراء كل مستقبل. في الخمسين سنة الماضية أو نحو ذلك، انتقلت دراسة المستقبل من التنبؤ بالمستقبل إلى رسم خرائط للمستقبل البديل من أجل تشكيل المستقبل المرغوب. ويتبنّى الكثيرون الدراسات المستقبلية بهدف التقليل من المخاطر، ولتجنب الظروف المستقبلية السلبية، والانتقال بنشاط لتشكيل مستقبل مرغوب، ورؤى إيجابية، وبالتالي، فإن تحديد المستقبل البديل يُسهم إلى حدٍّ بعيد في القدرة على التأثير في العالم وبناء المستقبل المنشود².

وركزت محاولات ما قبل الحداثة لفهم المستقبل على علم التنجيم. وبشكل عام، كان الغرض من علم التنجيم هو مساعدة الأفراد على تجنب الظروف الخطرة من خلال توفير نظام إنذار مُبكر. ومع ذلك، كان الاعتقاد المطلق في النظام الفلكي ضروريًا، لأن التحذيرات والتنبؤات وكذلك التحليلات النفسية كانت ذات طبيعة عامة، والمستقبل لم يكن محل نزاع. في الدراسات المستقبلية الحديثة، لم يتم دمج التساؤلات ووجهات النظر المتباينة فحسب، بل إنها اعتُبرت ضرورية للقوة والمرونة، على عكس التنجيم، الذي يقوم

¹ - ليلي فيلاللي، توظيف أساليب الدراسات المستقبلية في بحوث الإعلام والاتصال، مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، (جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بالجزائر، العدد 17، 2017).

² - Sohail Inayatullah, "Futures Studies: Theories and Methods," researchgate.net, January 2013, "accessed October 27, 2021". <https://bit.ly/3KCzckt>.

على تبني بدائل. الافتراض الكامن وراء التنبؤ هو أن المستقبل يمكن أن يكون معروفًا بشكل عام إن لم يكن معروفًا بدقة مع مزيد من المعلومات، وبخاصة المعلومات في الوقت المناسب، ويمكن لصانعي القرار اتخاذ خيارات أكثر فاعلية. ويُعد الحصول على مزيد من المعلومات أمرًا مهمًا بشكل خاص لأن معدل التغيير التكنولوجي قد زاد بشكل كبير. ومع ذلك، فإن الحاجة إلى المعلومات، كما في الأوقات السابقة، يستلزمها الخوف من المستقبل، والشعور بالعجز في مواجهة القوى التي لا يمكننا فهمها، والتي تبدو أكبر منّا. ويمكن من خلال التنبؤ الأفضل، التحكم في العالم والمستقبل بشكل أكثر فاعلية وبالتالي زيادة الأرباح أو السيطرة¹.

ويمكن تعريف الدراسات المستقبلية بأنها الدراسات التي تتنبأ أو تتوقع المشكلات والقضايا التي ستحدث في المستقبل، وتعمل على رصدها وفهمها والبحث عن حلول لها. وتقوم الدراسات المستقبلية على رؤية علمية، وتصورات مدروسة، ومنهجيات محددة لاستشراف المستقبل، واستخلاص التوقعات، وتحديد البدائل، ورسم السيناريوهات، وتحديد التوجهات بالنسبة لظاهرة معينة. إن غياب هذه الدراسات في المجال الإعلامي قد أفرز صعوبات متعددة في رصد المستقبل وتحولاته؛ الأمر الذي عانت منه معظم المؤسسات الإعلامية العربية التي لم تكن مستعدة لمواجهة التحولات التكنولوجية التي حدثت وشكّلت لها صدمة كبيرة.

ومن الأهمية بمكان، النظر إلى الدراسات المستقبلية من زاوية أهدافها، وأساليبها، وكيفية استخدامها، لمعالجة القضايا والمشكلات المستقبلية. فهدف الدراسات المستقبلية يتمحور حول توقع ما سيحدث في المستقبل، بحيث يُقدم رؤية واضحة لمسارات التحولات

¹- Ibid.

الإعلامية خلال فترات زمنية معلومة. كما يستطيع أن يدرس المتغيرات التي تُشكّل أساس هذه التحولات والعلاقات المتبادلة فيما بينها. فعلى سبيل المثال، إن المجال الإعلامي مُقبل على تحولات جذرية في المستقبل، وبخاصة نتيجة التوسع في استخدام الخوارزميات و"الروبوتات" في العمل الصحفي؛ الأمر الذي يستدعي دراسات مستقبلية للتعرف إلى التحديات الوظيفية، والمهنية، واللغوية، والأخلاقية التي سيُفرزها الواقع الجديد.

فالدراسات المستقبلية تُنشئ مستقبلاً بديلاً من خلال جعل الافتراضات الأساسية إشكالية، فهي تعمل على وضع تساؤلات عن المستقبل، وتحليل القضايا الناشئة، والسيناريوهات؛ إذ إن القصد هو الخروج من الحاضر وإيجاد إمكانية للتعرف على ما سيحدث في المستقبل وكيفية التعامل معه¹. وهذا يقتضي الأخذ في الاعتبار المزج بين الوصفية والتحليلية، إلى جانب توظيف الكمية والكيفية، واعتماد الدراسات التتبعية، والتركيز على البينة في رصد المشكلات المستقبلية وتحليلها والبحث عن حلول لها.

سادساً: تفعيل الدراسات والقراءات النقدية العلمية

يستند النقد العلمي إلى مناقشات ومناظرات وحوارات مدعمة بالإثباتات العلمية للدراسات والبحوث الجديدة، يُعرض من خلاله تقييم لهذه الدراسات من حيث أطرها النظرية والمنهجية ونتائجها واستنتاجاتها، وتناقش من زوايا متعددة بناء على ما هو متاح من معلومات سابقة، أو بناء على ما تستند إليه من مداخل نظرية وإجراءات منهجية، فضلاً عن النتائج والاستنتاجات التي توصلت إليها هذه الدراسات. وتُقدّم كما تُقدّم أية دراسة

¹- Ibid.

علمية وتكون في الأغلب قابلة للنشر، أو تُعرض في إطار مؤتمرات، أو ندوات، أو ورشات منظمة ومخططة لخدمة هذه الأهداف.

ويمكن تعريف النقد لغة بأنه الكشف عمّا هو صحيح وما هو زائف، ومن الناحية الاصطلاحية هو الكشف عن جوانب القوة أو الضعف في عمل محدد تمهيداً لإصدار الأحكام النقدية عليه.

ويمكن النظر لمفهوم النقد العلمي من زاوية دراسة النشاط البحثي وتفسيره وتحليله والكشف عن مواقع قوته وضعفه، ودقته وصحة نتائجه، والتزامه بالمناهج والإجراءات العلمية فضلاً عن أهميته في تقديم معرفة جديدة، ويكون ذلك قبل نشر هذه الدراسات أو بعد نشرها.

وهذا النوع من الدراسات يُسهم في تطوير حركة البحث العلمي بشكل عام، إلى جانب قيامه بدور تقييمي للأعمال العلمية بحيث يجري من خلالها تقديم جوانب النقد المختلفة بهدف تجويد هذه الأعمال بالنظر إلى جوانب القوة والضعف فيها؛ الأمر الذي يساعد على تصحيح المسارات، أو استكمال النواقص، أو استجلاء الغموض. النقد العلمي أو الأكاديمي يعالج المشكلات التي قد تظهر في مجال البحث العلمي من أجل تحسين المعرفة التي نحصل عليها فضلاً عن تحسين دورها في خدمة المجتمع.

ويمكن النظر للنقد العلمي بأنه فن احترافي يقوم على قواعد محددة، يمكن تلخيصها فيما يأتي: مراعاة عدم التحيز لموضوع البحث، واحترام الاستقلال الفكري للمؤلف أو المحرر، وتجنب تضارب المصالح، وتجنب النقد الشخصي، وتقديم المشورة لكل من

المؤلف والقراء حول كيفية الاستفادة من هذا العمل في الحاضر والمستقبل¹. يُضاف إلى ذلك، خضوع النقد العلمي لقواعد أخلاقية وأسس مهنية مُنصّفة، إلى جانب توافر الدقة والأمانة في قراءة البحث وما يُقدمه من معرفة جديدة، فضلاً عن تقييم مداخله النظرية، ومدى إفادته من الدراسات السابقة، والتزامه بمنهج واضح ومُحدد.

وتتمحور الحركة النقدية في الوطن العربي حول النقد الأدبي، وهذه تواجه مشكلات عديدة من بينها "الشَّخْصَنَة"، إلى جانب قناعة بعض النقاد بأن ما يطرحونه يمثل الحقيقة المطلقة التي لا تقبل المراجعة، فضلاً عن غياب ثقافة النقد بين الكثير من الذين يعملون في هذا المجال. وعلى صعيد البحث العلمي، فإن حركة النقد العلمي تبدو ضعيفة للغاية، وربما تكون معدومة في إطارها العام، يُستثنى من ذلك ما يتصل بمراجعة رسائل الماجستير والدكتوراه والتي لا تبتعد كثيراً في سماتها عما يحدث في المجال الأدبي. وهذا بالطبع يدفع باتجاه إنشاء حركة نقدية فاعلة في المجال العلمي تحافظ على مبادئ حاکمة وموثيق أخلاقية، يكون هدفها خدمة المعرفة وتحسينها بصورة مستمرة وتساعد على إنتاج نماذج ونظريات تُسهم في تفسير الظواهر الإعلامية في الوطن العربي. هذه المهمة الكبيرة تحتاج لجهود مشتركة ترعاها الجامعات ومراكز البحث في الوطن العربي، الذي يواجه، في الحقيقة، إخفاقات عديدة في مجالات متنوعة تؤثر بشكل مباشر على حركة البحث العلمي وتكوين المعرفة الأصيلة.

¹- Ashraf M. T. Elewa, "Criticism in Scientific Research," researchgate.net, (August 2009), "accessed October 27, 2021". <https://bit.ly/3KzNIJX>.

خلاصة

التجديد والتطوير سمتان مميزتان يجب الحرص عليهما والسعي من أجل تفعيلهما، وبخاصة في زمن التحولات والتغيرات التي تترك آثارًا كبيرة. وفي مجال البحث العلمي ومناهجه في المجال الإعلامي يصبح التجديد والتطوير أمرًا مُلِحًا بعد كل هذه التحولات في الخريطة الإعلامية، وبروز مفاهيم جديدة تتطلب البحث والتدقيق. إن استمرار النسق النظري الخاص بالإعلام ونظرياته، أو تأثيراته، أو مساراته التقليدية، دون الأخذ بالاعتبار التحولات الكبيرة ومن بينها تطور البعد الرقمي والتكنولوجي، ربما يعيق بدرجة كبيرة فهم هذه التحولات وتأثيراتها. وعليه، نحن بحاجة إلى البحث في الإشكاليات التي يواجهها البحث الإعلامي في هذا الاتجاه، وتطوير رؤى نقدية وتحليلية، والبحث في توظيف الاتجاه التحليلي، والبيني، والتبعي والمستقبلي، والنقدي، إلى جانب التطوير المستمر للمناهج والطرائق المستخدمة لدراسة هذه التحولات وما أفرزته من ظواهر.

بحوث الاتصال في العالم العربي وفاعليتها في إثراء المعرفة الإعلامية النظرية

معتمد بابكر مصطفى

مقدمة

لم يتشكّل الاتصال علمًا قائمًا بذاته إلا بعد عدة مراحل معرفية جعلته محلّ اهتمام علوم كثيرة، مثل الفلسفة، والتاريخ، والاقتصاد، والجغرافيا، وعلم النفس، وعلم الاجتماع، والأنثروبولوجيا، وعلم السياسة، وعلم الأحياء، وصولًا إلى التحكم الآلي والعلوم الإدراكية. وقد علّق ولبر شرام (Wilbur Schramm) في العام 1963 على تطور علم الاتصال بقوله: "إن الاتصال ليس اختصاصًا أكاديميًا؛ على النمط الذي هو عليه علم الفيزياء أو الاقتصاد، لكنه اختصاص على مفترق طرق يمر العديد منه، ولكن القليل فقط يتوقف عنده"¹. وهو تعليق يستند إلى متغيرات البحث العلمي، فحتى ستينات القرن الماضي، كان المهتمون بموضوع الاتصال هم علماء النفس، وعلماء الاجتماع، وعلماء الرياضيات، أو مختصون في علم السياسة عمدوا إلى اختبار جزء من نظرياتهم في ميدان الاتصال.

¹ - حميد جاعد محسن الدليمي، علم اجتماع الإعلام: رؤية سوسيولوجية مستقبلية، (الأردن، دار الشروق، 2006)، ص 37.

وإذا كان مفهوم الاتصال يطرح إشكاليات كثيرة على الباحث في تداخله مع عدد من العلوم، فإن نظريات الاتصال كمحور بحثي ليست أقل إشكالية منه وأنتجت الكثير من التعارضات بين الباحثين في الحقل الاتصالي، منها ما يتعلق بالوضع المعرفي ومنها ما يتعلق بتعريفها أساسًا. فتاريخ نظريات الاتصال هو تاريخ تقاطعات بين المادي وغير المادي، بين الدراسات الشاملة والمحدودة، بين الفرد والمجتمع، بين النسق الاجتماعي والفاعل الاجتماعي، وشكّلت هذه المعطيات فوارق في الرؤى كانت لازمة تاريخية لهذا العلم نشأت على إثرها مدارس وتيارات واتجاهات مختلفة¹. ويركز المهتمون والباحثون في هذا الصدد على مدرستين كبيرتين للاتصال، هما: المدرسة الوظيفية والمدرسة النقدية، وقد تميزت المدرسة الوظيفية بالمنهج والوظائف وبالوضعية، ثم تفرعت إلى مداخل مختلفة تبعًا لتركيز اهتمام الباحثين شملت: الآثار والاستعمالات والمحتوى. ويُدافع أتباع المدرسة الوظيفية عن الموضوعية ويرفضون البحث النظري المجرد الخالي من المعطيات الموضوعية، وعمومًا فإن هذه المدرسة تدرس العلاقة بين الأفراد ووسائل الاتصال، وهي تصور المجتمع باعتباره مجموعة أجزاء مترابطة فيما بينها، وأن وسائل الاتصال جزء منها؛ تُسهم بجانب الأجزاء الأخرى في تلبية حاجات المجتمع الخاصة، وفي أداء مجموعة من الأدوار التي تعمل على تطويره وانسجابه. وتعتبر وسائل الاتصال نظامًا مفتوحًا يتفاعل مع البيئة المحيطة؛ تعمل على توفير التضامن والتكامل الداخلي بين أجزاء المجتمع؛ وإعداده للاستجابة للتغيرات بطريقة عامة وشاملة وواقعية².

¹ - أرمأن وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين لعباضي، الصادق رابح، ط 1 (بيروت، المنظمة العربية للترجمة، 2005)، ص 19-20.

² - دينس ما كويل، الإعلام وتأثيراته: دراسة في بناء النظرية الإعلامية، ترجمة عثمان العربي (العين، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 1992)، ص 44.

أما المدرسة النقدية -وتحمل أسماء عديدة أكثرها رواجاً "مدرسة فرانكفورت" - فقد أعطت الأولوية للمحيط الاجتماعي الذي تجري فيه عملية الاتصال وكانت تتساءل دائماً عن: من يتحكّم في الاتصال؟ لماذا؟ ولفائدة من؟ هذا بالإضافة إلى رفضها للجانب الإداري للمدرسة الوظيفية، التي يعيّن عليها تركيزها على الاتصال وإهمالها للمحيط التاريخي والثقافي، وهو ما يشوّه حقيقة الاتصال حسب رأيهم. وقد انقسم أتباع المدرسة النقدية إلى عدة اتجاهات، اهتم كل واحد منها بمؤشر واحد دون غيره من المؤشرات، فأصحاب المقاربة الاقتصادية السياسية تركّزت مجهوداتهم على تحليل بنية أو نسق ملكية وسائل الاتصال وكيفية عملها كما جعلوا من الضبط الاجتماعي مركزاً لاهتماماتهم. وهناك أصحاب المقاربة الشمولية في المدرسة النقدية الذين يعطون الأولوية للعامل الأيديولوجي على حساب العامل الاقتصادي، وترى المدرسة النقدية أن وسائل الاتصال ما هي إلا وسائل للتلاعب بالجمهور وضمّان تبعيتها، وتنتقد المدرسة الواقع الاجتماعي وتحث وتدعو الإنسان باستمرار لنقد الأفكار والأفعال والغايات بل ولتجاوزها¹.

وإجمالاً، تركّز المدرسة النقدية على الكشف عن التناقضات في البيئة الإعلامية، والكشف عن العلاقة بين وسائل الاتصال والأنظمة السياسية والاجتماعية والثقافية الأخرى، ودور أجهزة الاتصال في المحافظة على استمرار النظام العالمي وانتشار العولمة الثقافية، ونشر نموذج ثقافي عالمي موحد، وأساليب التحكّم والسيطرة وكيفية صنع القرار الإعلامي في المؤسسات الإعلامية. وقد مثّل تبني مدرسة "فرانكفورت" لمصطلح "التغيير الاجتماعي" إسهاماً مهماً في تاريخ البحث العلمي في مجال الثقافة والاتصال، وأثبت في هذا الجانب أن

¹ - كمال بومنيّر، النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت من ماكس هوركهايمر إلى أكتسل هونيث، ط 1 (بيروت، الدار العربية للعلوم، 2010)، ص 42.

النظرية النقدية تكشف العلاقة الجدلية بين النظرية والواقع الاجتماعي، وتعكس الإدراك العميق لطبيعة الحقيقة الاجتماعية والعلاقة الجدلية بين الإنسان والحقيقة الاجتماعية. وتسعى النظرية النقدية إلى كشف الجوانب الأيديولوجية التي تكمن خلف النظام المؤسسي، كما تسعى إلى الكشف عن الوعي المزيف الذي تقدمه وتروج له وسائل الإعلام في المجتمعات الرأسمالية¹. وأنتجت هذه المدرسة نموذجاً للدراسات الثقافية النقدية لوسائل الاتصال والثقافة، يقوم على الجمع بين نقد الاقتصاد السياسي لوسائل الاتصال، وتحليل النصوص، ودراسة الآثار الاجتماعية للثقافة الجماهيرية والإعلام.

ويُضاف إلى هاتين المدرستين المدرسة البنيوية التي تقوم على دراسة العلاقات المتبادلة بين العناصر الأساسية المكونة لبنى يمكن أن تكون: عقلية مجردة، لغوية، اجتماعية، ثقافية، وبالتالي فإن البنيوية تصف مجموعة نظريات مطبقة في علوم ومجالات مختلفة، لكن ما يجمع هذه النظريات هو تأكيدها على أن العلاقات البنيوية بين المصطلحات تختلف حسب اللغة والثقافة، وأن هذه العلاقات البنيوية بين المكونات والاصطلاحات يمكن كشفها ودراستها. وفي مجال الاتصال، تسعى هذه المدرسة إلى فهم وإدراك المنتج الاتصالي (النص، الخطاب، الصورة، اللقطة الإشهارية، الفيلم، البرنامج التلفزيوني، الأنواع الصحفية المختلفة، العرض المسرحي...) انطلاقاً من الفهم المنبثق من المنتج ذاته، فهي لا تتناوله بأحكام مسبقة وآراء جاهزة، بل تتخذ موضوعاً للبحث للكشف عن العلاقات الخفية بين عناصره. فالبنيوية تسمح بفهم واقع وسائل الاتصال والتعامل مع منتجها ضمن أوضاع إنتاجه².

¹ - عبد الله عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2002)، ص 94.

² - (6) مارك بالنافر وآخرون، نظريات ومناهج الإعلام، ترجمة عاطف حطية، ط 1 (القاهرة، دار النشر للجامعات، 2017)، ص 114.

وقد ساعدت بحوث الاتصال التي ازدهرت منذ أوائل القرن الماضي في الولايات المتحدة والغرب عمومًا، والتي تمحورت حول هذه المدارس، على تطوير ميادين علم الاتصال وبلورة نظرياته؛ حيث أخذت هذه الأبحاث في بداياتها منحىً فلسفيًا ووصفيًا في محاولة لتكوين مفاهيم أساسية لهذا العلم الحديث، ثم تطورت الأبحاث إلى مراحل متقدمة ولجت الميدان بتطبيق أساليب جديدة قائمة على التجريب.

وتميزت بحوث الاتصال منذ انطلاقتها الأولى بالتوجه السيكولوجي والسيكولوجي الاجتماعي، ولازم هذا التوجه تاريخها الطبيعي والأحداث الكبرى التي شهدتها تلك المرحلة، وعجّلت بإيجاد مناهج وتقنيات جديدة لفهم وتفسير دور وسائل الاتصال ومكانتها في المجتمع، وأسست لبروز اتجاه سمح بتجاوز قصور انطباعات المعرفة العلمية والأفكار التأملية والنمطية النظرية في تفسير الظاهرة الاتصالية. وفي بداية الخمسينات، بدأت هذه البحوث بتوجهها الأمريكي تشق طريقها نحو أوروبا بمصطلحاتها: الجمهور (المتلقي)، والتأثيرات والوظائف التي كانت مؤشرًا للاهتمامات الأمريكية والتي انحصرت في دراسة محتويات وسائل الإعلام الجماهيرية من حيث الوظائف. ويُعد كل من بول لازارسفيلد (Paul Lazarsfeld)، وعالمي النفس، كيرت لوين (Kurt Lewin) وكارل هوفلاند (Carl Hovland)، وهارولد لازويل (Harold Lasswell) المؤسسين الأوائل لبحوث الاتصال الجماهيري. وقد أسهم هارولد لازويل في تزويد وسائل الاتصال بإطار مفاهيمي (الأسئلة الخمسة: من يقول؟ ماذا يقول؟ بأية وسيلة؟ ولمن يقول؟ وما التأثير الناجم عن ذلك؟) بعد أن ظلت لسنوات عديدة لا تتجاوز مجموعة من دراسات الحالة، حيث تم استخراج الفروع التالية: تحليل التحكم والرقابة، وتحليل المحتوى، وتحليل وسائل الإعلام أو الحوامل، ودراسة الجمهور، ودراسة التأثيرات. وقد

جرى إعطاء أفضلية لبُعدين، هما: تحليل المحتوى ودراسة مسألة تأثيرات وسائل الاتصال¹.

وبالانتقال إلى بحوث الاتصال في الإعلام الجديد، الذي فرض العديد من التحديات أمام الدارسين والباحثين في هذا المجال، ظهر اتجاه جديد لدراسة الظواهر والممارسات الاجتماعية والإنسانية وتفسير الظواهر الاتصالية الجديدة، واستُخدم العديد من المناهج من بينها المقاربة الإثنوغرافية الافتراضية التي تختلف في تقنياتها عن الإثنوغرافيا الكلاسيكية. فطفرة تكنولوجيا المعلومات أثّرت بشكل كبير على دراسة المفاهيم العلمية وقلبت بعضها رأساً على عقب، وألغت أخرى وخلقت مناهج بحثية سعت ضمناً لتأسيس تراث نظري متجدد يعكس خصوصية الإنترنت ومختلف تطبيقاتها داخل الحياة الاجتماعية.

في سياق هذا السرد التاريخي لبحوث الاتصال تأتي هذه الدراسة إثراءً للنقاش الذي بدأ ولم ينته بعد حول مدى مساهمة بحوث الاتصال في العالم العربي في التأطير لنظريات اتصالية إعلامية تستمد أصولها من المجتمع العربي وإرثه وثقافته عوضاً عن التموّج الإبستمولوجي ذي الصلة بهذا العلم والمستمد من المجتمع الغربي، وبذلك تتمحور مشكلة الدراسة وتحدد أهدافها في تحليل اتجاهات بحوث الاتصال في العالم العربي على مستوى الكيف وبيان مدى مساهمتها في التأطير لنظرية إعلامية عربية من خلال تقديم رؤية نقدية موضوعية لهذه البحوث والدراسات أملاً في الانخراط والاندماج في الأطر

¹ - أرماني وماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 47-48.

والسياقات العالمية لعلوم الاتصال بما يحفظ خصوصية المجتمع العربي الاجتماعية والثقافية والحضارية التي يتميز بها.

وبهذا، فإن الدراسة تهدف إلى الكشف عن الإسهامات العربية في التنظير وإثراء المعرفة الإعلامية، والوقوف على أهم الإشكاليات المنهجية والنظرية التي تواجه باحثي الإعلام في المنطقة العربية وتحليل أسبابها، وبيان كيفية معالجتها أو التقليل منها. ومن ثم استشراف توجهات التيارات البحثية السائدة فيما يتعلق بمنحى بحوث الإعلام والاتصال في ضوء مستجدات ثورة الاتصال وتقانة المعلومات الحالية بما يزيد من رصيد المعرفة والتنظير العربي في هذا المجال. وبذلك فإن الدراسة تحاول الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما اتجاهات الدرس والبحث في علوم الاتصال؟
- هل أسهم الدرس والبحث العلمي العربي في مجال علوم الاتصال في التأطير لنظرية إعلامية عربية؟
- ما مدى فاعلية بحوث الاتصال في المنطقة العربية في إثراء المعرفة الإعلامية النظرية؟
- ما الإشكاليات المنهجية والنظرية التي تواجه باحثي الإعلام في العالم العربي؟
- ما أنجع الطرق والحلول لمعالجة هذه الإشكاليات؟
- وتعتمد الدراسة على توظيف منهج التقارير السردية، الذي يُعنى بجمع المعلومات المتاحة عن موضوع معين وفق خطة محددة، وتقييم تلك المعلومات وتنظيمها، ثم صياغتها صياغة

كيفية في صورة تقرير متماسك يتضمن العرض الوصفي والتحليل ورؤية الباحث واستنتاجاته، بما يتفق مع هدف البحث، وتتلخص إجراءات منهج التقارير السردية في¹:

- القراءة الشاملة والمتعمقة لموضوع البحث، وتحديد العناوين الرئيسة والفرعية التي تشكل الموضوع بجوانبه كافة.

- جمع المعلومات التي تغطي هذه العناوين الفرعية والرئيسية، وذلك بموجب خطة معينة وبأساليب يراها الباحث مع مراعاة التوثيق الكامل للمصادر والمراجع.

- تقييم المعلومات التي جُمِعت، واستكمال الناقص، واستبعاد المكرر، وقد يجد الباحث ضرورة إعادة تصنيف المعلومات وتنظيمها.

- الصياغة الأولية للمعلومات وإعادة تقييمها، مع إجراء التعديلات التي يراها الباحث ضرورة لكي يكون التقرير متكاملًا وسليماً.

- صياغة التقرير في صورته النهائية متضمنًا العرض الوصفي والتحليل النقدي، والملخصات العامة.

وللوصول إلى ذلك، تم اختيار عينة عمدية من الدراسات والبحوث العلمية العربية المنشورة على شبكة الإنترنت شملت عددًا من رسائل الدكتوراه والماجستير والأوراق العلمية المنشورة في مجلات علمية محكمة وأخرى قُدمت في مؤتمرات وملتقيات علمية متنوعة في منطقتي المشرق والمغرب العربي في العقدين الماضيين، بلغ عددها (100) عمل بحثي. واعتمدت الدراسة في تحليل البيانات والمعلومات والنتائج التي تضمنتها العينة

¹ - بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق، (القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012)، ص 113.

التي خضعت للتحليل على ما يسمى بأسلوب التحليل البعدي؛ الذي يعمل على تقويم دقيق للمواد التي نُشرت بالفعل؛ إذ يتناول بالتنظيم والتكامل والتقويم البحوث والدراسات التي تم نشرها، وذلك من خلال تحديد المشكلة وتوضيحها، والوقوف على البحوث السابقة لتعريف القارئ بالوضع الحالي للبحث، والتعريف بالعلاقات، والتناقضات، والفجوات التي قد توجد في البحوث السابقة، واقتراح الخطوة أو الخطوات التالية لحل ما قد يوجد من مشكلات¹. وذلك من خلال العناصر التالية:

1. اتجاهات بحوث علوم الاتصال (مدخل عام)

تُعد علوم الإعلام والاتصال حديثة نسبيًا، ولكن على الرغم من ذلك أضحت علومًا لها نظرياتها ومناهجها وتقنياتها ومقارباتها المعرفية المتصلة بالظاهرة الاتصالية كظاهرة إنسانية واجتماعية، وقد تعددت الأبحاث في حقل علوم الإعلام والاتصال، واستخدم الباحثون المناهج والأدوات بالاستناد إلى نظريات ومقاربات كان قد طوّرها رواد علم الاجتماع والنفس أمثال: إميل دوركهايم (Emile Durkheim)، ومارسيل موس (Marcel Mauss)، وموريس هالبواكس (Maurice Halbwachs) وابن خلدون، بل وذهب التبنّي أبعد من ذلك ليشمل علومًا أخرى خدمة للموضوع وأهدافه؛ الأمر الذي جعل مجال الاتصال يبقى على مفترق طرق كل العلوم: يأخذ ويستفيد من النماذج والأدوات التي تضطلع بها. ومع تنامي البحث في الاتصال وعناصره ارتقت بحوثه إلى الموضوعات العلمية وتبلورت في ضوء تلك الجهود اتجاهات نظرية منها: اتجاه التفسير التاريخي، والاتجاه التحليلي الأمبريقي، والاتجاه الجدلي النقدي، غير أن ذلك لم يكن كافيًا لتقديم

¹ - رجاء أبو علام، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط 4 (القاهرة، دار النشر للجامعات، 2004)، ص 587.

كامل الحقائق المتعلقة بعملية الاتصال التي أصبحت تستند إلى عدد من الفرضيات المستنبطة من حقول علمية متنوعة، خاصة الأعمال التي درست العلاقة بين المجتمع وعمليات الاتصال، وقد قاد ذلك إلى ظهور اتجاهات ومداخل أخرى يمكن تحديدها فيما يلي¹:

1. الاتجاه السياسي لأبحاث الإعلام والاتصال: ظهر هذا الاتجاه على يد الباحث الأميركي، هارولد لازويل، منذ العام 1930، حيث قام هذا الاتجاه بدراسة تأثير وسائل الإعلام في المجتمع من خلال تحليل ما تنشره من مواضيع ومضامين باستخدام منهج تحليل المضمون بأسلوبه الكمي إلى جانب اهتمامه بدراسة القائمين بالاتصال من رجال السياسة وكل ما له علاقة بوسائل الاتصال كافة.

2. الاتجاه السيكلولوجي الاجتماعي: ظهر هذا الاتجاه في أحضان علم النفس الاجتماعي ومن رواده بول لازارسفيلد وكورت لوين وكارل هوفلاند. وقام هذا الاتجاه على الدراسات القياسية الميدانية لآراء جماهير وسائل الإعلام، خاصة آراء جمهور الراديو أو دراسة الاتصال داخل الجماعة، أو الدراسات التي تناولت تغيير الاتجاهات. وإذا كان لكل علم حدود معرفية في مجال حقله، فإن ثمة موضوعات مشتركة ما بين علم الاتصال وعلم الاجتماع، فالترابط الاجتماعي الإعلامي يُبين مدى الأهمية المحورية للحقول المعرفية بين

¹ - راجع ذلك في:

- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1 (القاهرة، عالم الكتب، 2000)، ص 29-52.

- الدليمي، علم اجتماع الإعلام، مرجع سابق، ص 59-64.

- منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات، ط 1 (القاهرة، دار النشر للجامعات، 2006)، ص 83.

- آرثر آسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع، ترجمة صالح خليل أبو أصيب، سلسلة عالم المعرفة، (الكويت، العدد 386)، ص 23-24.

علوم الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع، خصوصًا في ظل تنوع العدة التكنولوجية الإعلامية والاتصالية، فعلاقات المجتمع الإنساني قوامها الاتصال.

3. الاتجاه الإصلاحى: الذي اهتم بالتنظيم والتكوين والسلطة على وسائل الإعلام وبكل ما له علاقة بالسياسة العامة لهذه الوسائل، وهي الجوانب المأخوذة مباشرة من تقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية التي تشكّلت سنة 1947، والمعروفة بلجنة "هوتشنز" (Hutchins)، وكان مضمون تقرير هذه اللجنة وما تضمنه من نتائج محل اهتمام معاهد وكليات الإعلام دراسة وتحليلًا.

4. الاتجاه التاريخي: الذي اهتم بالتأريخ لحياة رجال الصحافة والإعلام، وقام به الباحثان، هارولد إينيس (Innis Harold) وديفيد رايسمان (David Raisman).

5. الاتجاه الصحفي: ظهر هذا الاتجاه على مستوى معاهد الصحافة ومراكز أبحاث الاتصال التي ركزت في نشاطها البحثي على وسائل الإعلام وعلى خصائص القائم بالاتصال، ومن رواد هذا الاتجاه عالم الاتصال ولبر شرام.

6. الاتجاه الذي يدرس فلسفة اللغة والمعاني: يهتم اتجاه فلسفة اللغة والمعاني بموضوعات قياس المعاني والاتجاهات السلوكية اللغوية، وبدراسة تطبيق نظرية المعلومات على الاتصال الإنساني، وهي نظرية تستخدم الآليات الوظيفية التي يقوم بها الفرد لوضع المعاني الخاصة بالتدفق المعرفي الذي يستقبله كل يوم. وفي هذه النظرية يكون الفرد مدرّكًا أو واعيًا لجزء صغير من المعلومات التي يتعرض لها، ويختلف هذا الإدراك من فرد لآخر، وهذا ما يفسر الاختلاف أو التباين بين الأفراد في تفسير الرسالة الإعلامية. وقد كانت

هذه الموضوعات محلّ اهتمام العديد من الدارسين المنتمين إلى تخصصات الفلسفة والأنثروبولوجيا واللغة، وعلم النفس، والرياضيات وغيرها.

7. اتجاه شبكات الاتصال: الذي تخصص في دراسة موضوع البث الإعلامي عبر الأثير منطلقاً من مبدأ نظام التوزيع العصبي في جسم الإنسان.

8. اتجاه الممارسة المهنية: وتشمل الممارسة المهنية اتجاهين رئيسيين، الاتجاه الأول: يتناول وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في المجالات الفنية والإدارية والمالية، ويدخل في هذا الاتجاه عدد من البحوث والدراسات، مثل: وصف العقائد والأفكار والمبادئ الخاصة بالقائم بالاتصال والعاملين في مجال التنظيم والإدارة، ووصف التأهيل العلمي والمهني لهذه الفئات، ووصف المهارات المتميزة في مجالات الإعداد والإنتاج بما ينعكس على شخصية المؤسسة أو الرسائل الإعلامية. الاتجاه الثاني: يتناول وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في إطار العلاقة مع غيرها من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر في هذه الممارسة، وتأثيرات الممارسة الإعلامية على المنتج الإعلامي في النهاية.

وثمة تصنيف آخر لبحوث الإعلام والاتصال حيث يقسمها بعض الباحثين إلى ثلاثة اتجاهات أساسية¹:

- الاتجاه الأول: يقف بين العلوم العصبية والعلوم المعرفية ويعالج الاتصال في علاقته مع الدماغ: إدراك وتفكيك الصورة واللغة.

¹ - مي العبد الله، البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال: من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية، ط 1 (بيروت، دار النهضة العربية، 2010)، ص 39.

- الاتجاه الثاني: يقف بين العلوم المعرفية والعلوم الطبيعية ويرتكز على مشاكل الاتصال بين الإنسان والآلات.

- الاتجاه الثالث: يركز على علوم الإنسان والمجتمع، ويدرس الاتصال بين الأفراد والجماعات، وكذلك تأثير تقنيات الاتصال في مسار المجتمع.

وفي هذه الاتجاهات الثلاثة تلتقي عدة تخصصات كالفلسفة، والاقتصاد، والقانون، وعلم السياسة، وتاريخ الآلات، والجغرافيا، وعلم النفس، وعلم النفس الألسني، وعلم الإنسان. فمن الصعب وضع حدود واضحة تحدد بحوث الإعلام والاتصال وتفصلها عن غيرها من البحوث الإنسانية، فالباحث لا يدرس وسائل الاتصال فقط، وإنما يدرس عملية الاتصال بكامل أركانها، وهذا ما يفسر علاقة علم الاتصال بالعلوم الإنسانية الأخرى.

وقد ركزت اتجاهات بحوث الاتصال كافة على دراسة تأثير وسائل الاتصال في الجمهور حيث أراد الباحثون التعرف على ماذا يفعل الجمهور بالوسائل، وماذا تفعل الوسائل بالجمهور. ويُعد تحليل تأثير وسائل الإعلام مفتاحًا لكل دراسة حول الاتصال؛ حيث شكّل محور النقاشات المعرفية التي أسست لبحوث الإعلام والاتصال، ونتج عن هذه البحوث والدراسات مجموعة النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير القوي والتأثير الانتقائي والتأثير المعتدل، وهي بحوث تهتم بالتغيير أو التحول الذي قد يطرأ على سلوكيات الجمهور ومواقفه وحالاته الانفعالية الذهنية الإدراكية والمعرفية أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام ومقارنة ذلك بالوضع السابق للتعرض. وقد تميزت أبحاث التأثير في الفترة الأولى (منذ بداية القرن العشرين إلى بدايات الحرب العالمية الأولى)

بالتركيز على الأثر القوي لوسائل الإعلام في الجمهور، ومفاد ذلك أن الرسائل، التي تقدمها الوسائل الاتصالية ويستقبلها الجمهور، تؤدي إلى استجابة آنية ومباشرة وفورية متأثرة بافتراضات نظرية المجتمع الجماهيري¹. وكانت المحاولات التي تتناول العلاقة بين ما تبثه وسائل الإعلام والجمهور المتلقي في هذه المرحلة عبارة عن انطباعات وآراء ونظريات ذاتية أكثر منها استنتاجات لتحليل وقائع موضوعية وعلمية.

أما أبحاث المرحلة الثانية (من أواخر سنوات الثلاثينات إلى الستينات من القرن العشرين) فقد ركزت على إعادة النظر في قدرة وسائل الاتصال على التأثير القوي في الجماهير، ونتج عن ذلك نظريات جديدة تشير إلى محدودية التأثير، وأن وسائل الاتصال ما هي إلا عامل من بين عوامل أخرى تؤثر جميعها في سلوكيات واختيارات الأفراد. وقد اهتمت الدراسات في هذه الفترة بالتركيز على التأثير في المجال السياسي، وهي دراسات أُجريت حول تأثير أنواع من المحتوى، خاصة الأفلام وبرامج الحملات الانتخابية في الولايات المتحدة الأمريكية، وترتب على ذلك إعادة النظر في طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد، وتم رفض فكرة أن الناس يواجهون وسائل الإعلام باعتبارهم جمهورًا لا رابط بين أفراد وأن وسائل الاتصال لا تعمل وحدها سببًا ضروريًا وكافيًا للتأثير في الجمهور؛ ولكنها تعمل ضمن جملة عوامل أخرى. وفي هذا الصدد، يمكن الإشارة إلى أبحاث الجمهور التي تبلورت منذ سبعينات القرن العشرين ضمن نوع من التيار البحثي الذي أحدث قطيعة مع النموذج السائد منذ الأربعينات؛ حيث تحول من تحليل التأثير قصير المدى ليهتم بالتأثير على المدى البعيد لمجموعة أنظمة وسائل الإعلام كمؤسسات اجتماعية، خاصة الأبحاث المتعلقة بتكوين الرأي العام، وقد ضمت هذه المرحلة أطر

¹ - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط 1 (مصر، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003)، ص 240-246.

نظريات كل من ترتيب الأولويات، والاعتماد على وسائل الإعلام، والإنهاء الثقافي، والتي تُعد من نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام¹.

ومع بداية ثمانينات القرن العشرين ظهر تيار بحثي يهتم بالكيفية التي "يُفسر بها المتلقي الرسائل الإعلامية"، أي التركيز على عملية التلقي في حد ذاتها باعتبارها ممارسة لها أسسها الاجتماعية والثقافية، وباعتبارها عملية بناء اجتماعي للمعاني التي يضيفها المتلقي على الرسائل الإعلامية. وإذا كانت أولى الأبحاث في ميدان الاتصال كمية بالدرجة الأولى، تهدف إلى التعرف على حجم الجمهور، ومعدلات التعرض وتحقيق أكبر قدر ممكن من الربح، فإن دراسات الجمهور فيما بعد باتت تهتم بالكيف بدلاً من الكم، أي محاولات معرفة طبيعة الدلالات والمعاني التي ينتجها أفراد الجمهور، فعملية الاتصال لا تسير في اتجاه واحد/ خطي: مرسل ← رسالة ← مستقبل، بل يمكن للمستقبل أن يضيفي تعديلات جديدة على الرسالة وفق العملية التالية: إنتاج ← انتقال ← توزيع ← استهلاك ← إعادة إنتاج. وخلصت هذه الأبحاث إلى أن للجمهور دوراً فعالاً في تعامله مع محتويات وسائل الاتصال، وأن باستطاعته إضفاء تأويلات وتفسيرات على المحتوى الذي يتلقاه².

وثمة تيار آخر يستمد المفاهيم الجديدة المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام وسلوكياته وأبحاثه ومقوماتها من الأدبيات التي أوجدتها تيارات ما بعد الحداثة التي تتجلى أفكارها في جوانب التلقي المختلفة وفي نشر المستحدثات والنقاشات حول العناصر الأكثر تداولاً في الأبحاث وهي مفاهيم تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستجدة في المحيط الاتصالي

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص 287.

² - محمد عبد الحميد، نظريات الاتصال واتجاهات التأثير، ط 3 (القاهرة، عالم الكتب، 2004)، ص 282.

المتحرك والمتمثلة في مفهوم السياق المحلي (Domestic Context)، ومفهوم التكنولوجيا المنزلية (Domestic Technologies)، ومفهوم التفاعلات الأسرية (Family Dynamism). وقد أسهمت هذه المفاهيم المرتبطة في أساسها بقواعد واستعمالات وعلاقات الجمهور بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحديدًا مشاهدة التلفزيون في إحداث تحولات مهمة في فهم الجمهور الذي اعتبرته الدراسات والأبحاث الأولية مجرد أفراد متأثرين بالقوة البالغة للرسائل الإعلامية قارئین للنصوص وللصور التي تنتجها وتوزعها وسائل الإعلام. بعبارة أخرى، جرى التركيز في الدراسات، التي تستمد أصولها من الدراسات الثقافية، على "الجمهور المتلقي" في حد ذاته باعتباره متلقيًا أكثر نشاطًا¹.

وتلخيصًا، فإن بحوث الاتصال قد مرّت بعدد من المراحل منذ مطلع القرن العشرين وحتى ظهور وسائل الإعلام الجديدة، هي²:

- المرحلة الأولى: بدأت مع ظهور اهتمام علماء الاجتماع بوسائل الاتصال منذ مطلع القرن العشرين، وكانت نظرية المجتمع الجماهيري أولى النظريات التي استندت إليها الدراسات الاتصالية التي ركزت على التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الاتصال في آراء واتجاهات الأفراد.

- المرحلة الثانية: من العام 1940 وحتى بداية عام 1960 اعتمدت بحوث الاتصال على نظريات علم النفس الاجتماعي لمعرفة تأثير وفعالية وسائل الاتصال، وفي هذه المرحلة

¹ - مي العبد الله وآخرون، الأطر المعرفية لعلوم الإعلام والاتصال، (منشورات الرابطة العربية لعلوم الاتصال، 2018)، ص 89.

² - أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، مرجع سابق، ص 73-75.

توصلت الدراسات إلى اكتشاف أهمية العوامل الاجتماعية وتأثيرها في جمهور وسائل الاتصال.

- المرحلة الثالثة: بدأت من العام 1960 وحتى ظهور ما بات يُعرف بالإعلام الجديد؛ حيث شهدت بحوث الإعلام والاتصال العديد من التغيرات فلم تعد تركز على آثار وسائل الاتصال قصيرة المدى، ولكن أصبح التركيز على موضوعات أكثر شمولية تتعلق بعلاقة المؤسسات الإعلامية مع غيرها من المؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمع وكذلك علاقتها بالمجتمع ككل.

ومع اتساع انتشار الإنترنت وتغلغلها في جميع نواحي الحياة واجتياح العولمة الإعلامية، وتعميم أنظمة الاتصال الرقمية التي غيرت من طبيعة العلاقة بين المرسل والمتلقي وأضفت عنصر الوجود غير المادي واللامحدودية في الزمن والمكان للجمهور، شهدت دراسات وبحوث الإعلام والاتصال تطوراً أسماه البعض بالجيل الثالث؛ حيث ظهر مصطلح "إثنوغرافية الاتصال" من خلال كتابات الباحثين الأميركيين، دال هايمز (Dall Hymes) وجون جومبيرز (John Gembers)، اللذين حاولا الاستفادة من التيارات التي كانت سائدة في مجال الأنثروبولوجيا واللسانيات والسياسيولوجيا في كتابهما "الاتجاهات في علم اللغة الاجتماعي: إثنوغرافيا الاتصال"، والذي خصصاه لعرض المقاربة الجديدة لبحوث الإثنوغرافيا. ويعرّف المنهج الإثنوغرافي بأنه "عملية المراقبة أو الملاحظة المباشرة لسلوك مجموعة اجتماعية وإعداد وصف كتابي حولها". ومن هذا المنطلق فالإثنوغرافيا تعتمد على الوصف والملاحظة والمشاركة للإجابة عن الأسئلة المتعلقة بحياة الجماعة والأفراد وسلوكهم في فترة زمنية معينة، وتعتمد على مشاركة الباحث لتجارب

المبحوثين وذلك لإسقاط النظريات والاجتهادات العلمية على الواقع المدروس والظاهرة المراد معرفتها بطريقة وصفية¹.

فالإثنوغرافيا الافتراضية، والتي تهدف إلى تصور الإنترنت كثقافة وسياق للتفاعل الاجتماعي على حدّ سواء، شاع استخدامها في الآونة الأخيرة في الوسط الغربي تحت عدة مصطلحات من بينها الإثنوغرافيا الرقمية، والإثنوغرافيا على الخط، والإثنوغرافيا الافتراضية، وهي تدرس المستخدم الرقمي من ناحية الصورة الاجتماعية والحضارية والثقافية والاتصالية لتكوّن إطاراً متناسقاً يظهر فيه تفاعل تلك الجوانب، فهي تدرس سلوك المستخدم في بيئته الثقافية والاتصالية والاجتماعية الجديدة، خاصة شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعبّر عن وجوده ويكون ذلك إما باللفظ أو بالإيماءات والحركات وحتى الصمت. ويعتمد المنهج الإثنوغرافي على الوصف والتحليل باستخدام الكلمة والعبارة عوضاً عن الأرقام والجداول الإحصائية. وتجدر الإشارة إلى أن الظواهر التي أفرزها الإعلام الجديد أخذت عدة مسارات بحثية متباينة، منها²:

- المسار الأول: الذي يقر صلاحية الأساليب البحثية الكلاسيكية في معالجة قضايا الإعلام الجديد باعتباره تطوراً وتقدماً للإعلام التقليدي.

- المسار الثاني: الذي حاول تطوير ذات الإجراءات القديمة وتطويرها لتتناسب وخصوصية هذا الكيان الجديد.

¹ - علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآلي، سلسلة عالم المعرفة، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 347، 2008)، ص 160.

² - السيد بخيت، الإنترنت كوسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية، (الإمارات، دار الكتاب الجامعي، 2010)، ص 235.

- المسار الثالث: الذي يسعى لاكتشاف آفاق نظرية جديدة تساعد في تفسير ظواهر الإعلام الجديد والعمل على استحداث أدوات بحثية ومنهجية تلائم الظواهر محل الدراسة والبحث.

وقد مرَّ البحث في وسائل الإعلام الجديد بمراحل عدة، من مرحلة الانبهار والاحتفاء بالانتشار السريع لهذه الوسائط والإمكانات التواصلية التي توفرها، إلى الاهتمام بدراسة تأثيرها على العلاقات والروابط الاجتماعية¹. وحدد بعض الباحثين، ومن واقع دراسات الاتصال الرقمي، أربعة مراحل مرَّ بها البحث والتنظير العلمي في الوسائط الجديدة؛ حيث ركزت المرحلة البحثية الأولى على الاتصال الإنساني والتقارب بين وسائل الإعلام وفكرة النص المتشعب وواجهات الاستخدام. وفي هذه المرحلة ظهرت الارهاصات النظرية الأولى عن الكمبيوتر والاتصال الشبكي، واستندت دراسات هذه المرحلة على نظرية المعلومات ونظرية النظم. أما المرحلة الثانية، والتي أُطلق عليها مرحلة البدايات، فتركزت البحوث فيها حول النص الفائق وواجهات الاستخدام وسهولة الاستخدام والاتصال المعتمد على الكمبيوتر، واعتمدت على النظريات التفكيكية ونظرية المعرفة وعلم النفس. وشملت المرحلة الثالثة ثلاثة توجهات بحثية ونظرية، هي: دخول الإنترنت إلى الثقافة الشعبية، وظهور ثقافة الإنترنت بين الأكاديميين، ثم ظهور الثقافة الناقدة للإنترنت، وتناولت البحوث خلالها الإنترنت والفضاء الإلكتروني، والطريق السريع للمعلومات، والمجتمع الافتراضي، والتفاعلية والنص الفائق ومجتمع الشبكة، واستندت الجهود النظرية خلال هذه المرحلة على نظريات المعرفة وعلم النفس وعلم الاقتصاد والعلوم السياسية

¹ - السيد بخيت، "الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي: قراءة تحليلية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال (العدد 134، 2016)، ص 143.

والاجتماع والثقافة والتكنولوجيا. أما المرحلة الرابعة، وتسمى مرحلة دراسات الإنترنت، فقد ركزت البحوث خلالها على دراسة المصادر المفتوحة والمدونات والويكي وخدمات التزويد والشبكة. ونظرياً، استندت البحوث في هذه المرحلة على تطبيق نظريات الاتصال التقليدية على وسائط الاتصال الجديدة إلى جانب البحث في النظريات الجديدة. واتفق الباحثون على خمسة مفاهيم نظرية رئيسية وحاكمة في بحوث وسائل الإعلام الجديدة هي: الفضاء الإلكتروني، والمجتمع الافتراضي، والتفاعلية، والنص الفائق، والوسائط المتعددة¹.

وقد أفضت هذه الجهود البحثية إلى ظهور العديد من الرؤى والمقاربات النظرية التي عملت على رصد تأثيرات البيئة الرقمية على النظريات الاتصالية التي أنتجتها مرحلة ما قبل ظهور التقنيات الحديثة ومدى انطباقها على تفسير الظواهر الإعلامية الجديدة، وتحديد كيفية التعاطي معها، كما أن هذه التطورات قادت إلى ظهور نظريات جديدة تفسر الظواهر الإعلامية المرتبطة بها. ونتج عن ذلك تحول في تحليل النظريات الاتصالية وفي بنائها وتصنيفها، ويمكن النظر إلى ذلك من خلال عنصرين رئيسين: الأول: جدلية صلاحية نظريات الاتصال الكلاسيكية القديمة للتطبيق من عدمه، وهي مقاربات الرفض والقبول. والثاني: الإسهامات النظرية الحديثة، وميلاد نظريات ونماذج ترتبط بالإعلام الجديد انطلاقاً من فهم سماته، وخصائصه ووظائفه وتأثيراته. وبمسح التراث العلمي للمداخل النظرية المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي يتضح أن أبرزها مدخل

¹ - حسني محمد نصر، "اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديد: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة"، (مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، مارس/آذار 2015)، ص 9.

التأثيرات والمدخل الوظيفي، ومدخل الإعلام الرقمي، وفي ضوء ما تقدم يصنّف البعض نظريات الاتصال في الوقت الراهن إلى ثلاثة مستويات، هي¹:

- المستوى الأول: نظريات أصبحت قديمة بعد ظهور الإنترنت وتحتاج إلى المراجعة.
- المستوى الثاني: نظريات يمكنها التعايش مع التطورات التكنولوجية الحديثة وتحتاج إلى التطوير.

- المستوى الثالث: نظريات ارتبط ميلادها بظهور الإنترنت وبزوغ الإعلام الجديد.
- وبما أن ميدان الاتصال يشهد كل يوم الجديد من الابتكارات والممارسات فإن نظريات الاتصال هي الأخرى شهدت وستشهد المزيد من التنقيح والتجديد المستمرين.

2. واقع بحوث الاتصال في العالم العربي والعجز في التأطير لنظريات إعلامية عربية

ترجع إسهامات النظرية في البحث العلمي إلى العلاقات التي تربط بينهما، والتي يمكن التعبير عنها بأنها علاقة تبادلية وتفاعلية متينة، بحيث لا يستغنى أحدهما عن الآخر، فالنظرية من غير بحث علمي يمدّها بحقائق جديدة ويمتحن صحتها باستمرار تكون عديمة الجدوى، لأنها قد تبقى مجرد تجريد لا يعكس الواقع. وفي المقابل، فإن البحث العلمي لا يمكن أن يتطور من غير الاعتماد على النظريات باعتبار أن النظرية تقوم في جزء منها بتبرير عملية البحث وتعطيه الشرعية من خلال جعل الحقائق منطقية ومصوغة في

¹ - راجع ذلك في:

- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (USA: McGraw, 2011), 340.

- Vilma Luoma-aho, Is social media killing our theories? (A paper presented at Viestinnän Tutkimuksen Päivät (Communication Research Days) February 12th, 2010 University of Tampere, Finland): 2-14.

سياق مرتب ومنظم، فصياغة البحث العلمي تستدعي التقيد بقواعد وإجراءات تكوّن إطاراً معرفياً ومنهجياً يساعد الباحث في توجيه دراسته العلمية في الاتجاه الصحيح الذي يعتمد على المنهج العلمي الذي يتناسب وطبيعة دراسته ومجالاتها¹.

وفي العلوم الاجتماعية بصفة عامة، وعلوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة، تتعدد وتتوزع الدراسات العلمية، ويرجع ذلك إلى تعدد وتنوع الظواهر والحالات والمشاكل في مجال البحث، ولم يتفق الباحثون على تقسيم واحد للبحوث العلمية، ولذلك توجد عدة تقسيمات منها ما كان أساسها المجال الذي تناوله فيتم تقسيمها إلى بحوث اجتماعية، وبحوث طبيعية، وبحوث إنسانية، ومنها ما كان أساسه الوسائل المستخدمة في إنجازها وذلك بتقسيمها إلى بحوث كمية وبحوث نوعية، ومنها ما كان أساسها المنهج المطبق في إجراءاتها وبالتالي توزعت إلى بحوث تاريخية، وتجريبية، وإحصائية، ومسحية... إلخ. غير أن الباحثين على اتفاق في تصنيف البحث العلمي إلى ثلاثة مستويات، هي: المستوى الاستكشافي، والمستوى الوصفي، والمستوى التفسيري. وفق ما قام به الباحث، موريس دوفرجي (Maurice Duverger)²، وهي ذات المستويات التي تُقسّم على أساسها بحوث علوم الإعلام والاتصال.

فالبحوث الاستكشافية: التي تُعرف أيضاً بالبحوث الاستطلاعية أو البحوث الأولية، يلجأ إليها الباحث لتذليل الصعوبات التي يواجهها على مستوى استكشاف الظواهر أو التعرف عليها بصورة جيدة، ويتم بناؤها الفني بصورة مرنة لا تتطلب الكثير من

² - Maurice Duverger, Introduction to the Social Sciences: With Special Reference to their Methods (London: Publisher, Taylor & Francis Ltd, 2016), 240.

الإجراءات البحثية أو التصميم الهيكلي المعقد، كما لا تتطلب تعدد التساؤلات والفرضيات لكونها تعالج نقطة واحدة في شكل إجابة عن سؤال واحد. وتستخدم الأبحاث الاستكشافية في مجالات العلوم التي تعاني عدم توافر الرصيد المعرفي. وعلى مستوى بحوث الإعلام والاتصال يُستخدم هذا النوع من البحوث بصورة كبيرة، لأن بحوث الإعلام والاتصال تعاني عدم وجود نظريات وقوانين كافية تساعد في عملية البحث وتحديدًا في صياغة الفرضيات¹. فمعظم نظريات الاتصال والإعلام مستمد من علوم أخرى. والأمثلة على هذا النوع من الدراسات في بحوث الإعلام والاتصال كثيرة لكون هذا الحقل بكر ومتجدد يشمل كل المواضيع المتعلقة بالإعلام أو حتى الأطر المعرفية وإشكاليات علوم الإعلام والاتصال نفسه².

أما البحوث الوصفية فهي التي تعمل على وصف الظاهرة بعد استكشافها، أي إنها تهدف إلى التعرف على العناصر المكونة للظاهرة والعلاقات السائدة داخلها، وهي ضرورية، لأنها تدرس الوضع الراهن للظاهرة دراسة تصويرية دقيقة أي إن الهدف الأول والأخير للبحوث الوصفية هو جمع معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع المدروس كما هو في الحيز الواقعي، وتصنيفه إلى عناصره الرئيسية والفرعية وتفسيره تفسيرًا شاملاً من أجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعد على الوصول إلى تعميمات حول الموقف المدروس. وبالتالي، فإن تصميمها يتطلب عناية كبيرة من حيث البناء الهيكلي وجوانب التعبير عن البيانات بشكل كافٍ غير منقوص. ومن هنا، كان المنهج المسحي والأساليب الكمية هي الأدوات التحليلية الأكثر ملاءمة في هذا النوع من الدراسات لكونها أدوات

¹ - شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، (القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2008)، ص 204.

² - العبد الله، البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 173.

تعتمد على المسح الدقيق للمعطيات والتعبير عن النتائج بطرق خاصة تعتمد على الإحصاء في التبويب والتحليل لاستخراج المؤشرات التي تحتويها¹. وتُعدّ البحوث الوصفية الأكثر استخدامًا في دراسات وبحوث علوم الاتصال لملاءمتها لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه وآرائه ووجهات نظره في علاقته بالإعلام ووسائله، وهذا أمر جعل معظم بحوث الإعلام والاتصال في إطار هذا النوع من البحوث.

وبالانتقال إلى بحوث العلاقات السببية بين المتغيرات، فإن هذا النوع من البحوث يقوم على اختبار علاقات التأثير والتأثر بين متغيرات الظاهرة الواحدة أو الظواهر المختلفة، وهي أبحاث تمثل مرحلة النضوج العلمي لأن الباحث لا يكتفي فيها باستكشاف الظاهرة أو تصويرها بل يذهب إلى أبعد من ذلك فيدرس العوامل التي أوجدتها على الشكل الذي هي عليه، وهي بحوث تُستخدم في المرحلة المتقدمة ومرحلة النضوج العلمي من مراحل المعرفة العلمية في التخصصات المختلفة².

وتُعدّ عملية دراسة أبحاث اختبار العلاقات السببية في الإعلام والاتصال عملية معقدة، لأنها تتناول ظواهر مرتبطة بنشاط الإنسان وحركة المجتمع وبالتالي تتعدد وتتشعب العوامل المتحكمة في هذه الظواهر، ولذلك يتطلب هذا النوع من البحوث والدراسات دقة علمية متناهية من حيث تحديد المشكلة البحثية بصورة دقيقة وواضحة، وضبط حدود البحث على مستوى صياغة الفرضيات، واعتماد خطة علمية يتمكن الباحث من خلالها من تقديم البراهين على الفرضية التي وضعها، وتقديم البيانات والحقائق بأسلوب تحليلي

¹ - بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، (القاهرة، عالم الكتب، 2008)، ص 221.

² - إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، ط 1 (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017)، ص 74.

مقنع غير متناقض الطرح، وتقديم الأدلة العلمية الكفيلة بإبعاد كل أنواع الشك والغموض عن النتائج التي توصل إليها، ويعتمد إجراء هذا النوع من الدراسات بصورة أساسية على المنهج التجريبي؛ إذ عن طريقه يمكن التحكم في المتغيرات المدروسة أثناء اختبارها¹.

وبتحليل عينة هذه الدراسة، والذي تضمّن النقاط التالية: الاهتمامات البحثية الرئيسة والفرعية، والمناهج والأدوات البحثية، والأطر المعرفية، والأطر النظرية، ومجتمعات الدراسة، والقيمة المضافة، والإنتاج الفكري الإعلامي والاتصالي العربي، ومطابقة ذلك مع الدراسات السابقة²، يمكن القول: إن هناك شبه اتفاق على أن بحوث ودراسات الاتصال والإعلام في المنطقة العربية يثير معظمها جدلاً كبيراً حول مواضيعها، وإشكالياتها، ومناهجها وأدواتها البحثية، واعتمادها على نظريات بعينها ظهرت في بيئة غربية لا تتجانس مع الخصوصية الثقافية والحضارية للمنطقة العربية. وقد تم توظيف متسع للعديد من النظريات الكلاسيكية، مثل الاستخدامات والإشباع، ونظرية ثراء الوسيلة، والاعتماد على وسائل الإعلام، والغرس الثقافي، والفعل الاجتماعي، ووضع الأجندة، وحراسة البوابة الإعلامية مع عدم الحرص لدى العديد من الباحثين على متابعة المراجعات وجوانب التطوير الخاصة بتلك النظريات في ظل تطور صناعة الإعلام وظهور وسائط جديدة غيّرت المشهد الإعلامي، وبعض المداخل النظرية والمفاهيم المرتبطة بظهور الوسائط الرقمية الجديدة، مثل الحتمية التكنولوجية، وتحول الوسائل، والدراسات

¹ - اللبان، عبد المقصود، مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص 146.

² - وقفت الدراسة على عدة دراسات سابقة تناولت بالتحليل بحوث علوم الاتصال والدرس الأكاديمي الإعلامي في المنطقة العربية تم ذكر بعضها ضمن مصادر هذه الدراسة.

الثقافية. وغاب عن كثير منها الإشارة إلى النماذج والمداخل الاتصالية، كما أن بعض هذه الدراسات يطرح فرضيات لا تتسق مع النظرية التي تعتمد عليها الدراسة، مما يؤكد وجود قصور في فهم هذه النظريات ومدى ملاءمتها للتطبيق في الواقع العربي، فكثيراً ما يطرح الباحثون فروضاً غير متسقة مع السياقات المجتمعية ذات الصلة بالبيئة العربية، وبتتبع منطق تبعية الدراسات الإعلامية في المنطقة العربية، يلاحظ أن منطقة المغرب العربي تنهل مما يسود في الفضاء الفرانكفوني من أطروحات نظرية، بينما تتأثر البحوث الإعلامية في منطقة المشرق العربي بالمدرسة الأنجلوسكسونية. وبالانتقال إلى الأطر المعرفية يلاحظ أن هناك اهتماماً واضحاً في أساليب عرض الدراسات السابقة وتحليلها بشكل نقدي كبديل لتقديم ملخصات لها، ومع الجهد المبذول في إعداد الأطر المعرفية في تلك البحوث والدراسات إلا أن معظم هذه الأطر المعرفية خاصة في البحوث المنشورة يعمل على تكرار القديم ولا يضيف ما هو جديد ومستحدث، فهناك طفرة كمية ولكنها تحتاج إلى المزيد من الترشيح المعرفي والمنهجي والإجرائي.

فالطفرة الكمية في مجال بحوث الإعلام سواء على مستوى رسائل الماجستير والدكتوراه أو على مستوى البحوث سواء المنشورة في دوريات أو المقدمة إلى مؤتمرات، والتي لها ما يبررها موضوعياً ومنطقياً، وهو زيادة عدد مؤسسات التأهيل الإعلامي المتمثلة في كليات ومعاهد وأقسام الإعلام والاتصال، كشفت عن جوانب إيجابية في الممارسات البحثية ينبغي تعظيمها، كما أظهرت سلبيات عديدة على مستوى إعداد البحوث منهجياً ومعرفياً وإجرائياً ينبغي تداركها مستقبلاً، فمعظم بحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية ذات قيمة معرفية فقط تضاف إلى التخصص، أما القيمة التطبيقية المضافة فمحدودة جداً. وتعتمد معظم البحوث على منهج المسح الذي يُعد ضرورة في البحوث الوصفية، ولكن

يؤخذ على هذا المنهج أنه منهج كمي يتعامل مع أدوات يصعب معها الوصف الكيفي، فهو يقف عند حدود الوصف مما يجعل الوصول إلى نتائج سليمة صعباً، وبذلك تجدر الإشارة إلى أن معظم بحوث الاتصال في المنطقة تتبع الأسلوب النمطي الذي يعتمد على الإحصاء والرصد والتوصيف في معالجة بعض المشكلات البحثية من غير التعمق في تحليلها وسبر أغوارها، مما جعلها بحوثاً نمطية، تفضي إلى استنتاجات أصبحت معروفة ومكررة، لا يقدم معظمها أية إضافة للعلم أو إثراء للمعرفة النظرية الإعلامية في المحيط العربي، ولا يوجد توظيف للبحوث التقييمية، أو التطويرية، أو المستقبلية، مع غياب للدراسات التأسيسية، فبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية يعاني معظمها من انسداد معرفي يمثله مرحلة الفراغ في تطوير النظريات، فالعالم العربي في هذا المجال كان ولا يزال حبيساً لتراكمات معرفية مستمدة من الغرب¹، وترجع أسباب ذلك إلى:

- غياب روح المبادرة والتجديد

للخروج من حالة الفراغ في تطوير نظريات الاتصال الغربية ومواءمتها مع البيئة العربية لابد من المبادرة والتجديد في مجال البحث والدرس الإعلامي والاتصالي العربي. فنظريات الاتصال عبارة عن تراكمات معرفية إنسانية يجب الاستفادة منها والتفاعل معها وتقييمها ونقدها والإضافة إليها، وكل ذلك من خلال الحراك والجدل العلمي، ويمكن التعامل معها كتراكمات معرفية ظهرت بمبررات موضوعية وواقعية طُبِّقَتْ وَجُرِّبَتْ على جماهير وبيئات عربية مختلفة، فالواجب هنا تبني النظريات أو رفضها بعد تطبيقها على البيئة العربية أو استحداث نظريات تنسجم والمجتمع العربي، خاصة أن إبدال نظرية بنظرية أخرى لا يمكن إلا عن طريق حقيقة علمية. والعلم في مستواه العقلي لا يحمل جنسية أو عقيدة

¹ - عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003)، ص 123.

معينة، وفي الإعلام والاتصال هناك تراكم في المعارف الإعلامية منذ ظهور الصحافة في القرن السادس عشر في أوروبا مرورًا بتطوير علم الإعلام والاتصال في عشرينات القرن العشرين بأميركا إلى سيادة تكنولوجيا الاتصال حديثًا. وهذا التراكم المعرفي محل احترام وتقدير ولكن البحث علمًا يميز علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية أمر مشروع ومطلوب ولا يتأتى ذلك إلا عن طريق المبادرة والتجديد والبعد عن التقليد من غير معاصرة أو الاستحداث من غير انتماء.

- غياب مؤسسات تبني المبادرات النادرة

تُعد مؤسسات البحث العلمي من أهم مصادر تطوير المعارف الإنسانية، فهي تحقق التمايز المعرفي في المجالات كافة، كما تعمل على إثراء المعرفة بأنماطها المختلفة، من خلال قيامها بإجراء البحوث العلمية بناء على احتياجات المجتمع سواء بمبادرة منها لوضع حلول لمشكلة يعاني منها قطاع معين، أم بناء على طلب قطاع ما لأجل التوصل إلى حلول ووضع مقترحات. ووجود هذا النوع من المؤسسات في أية دولة مؤشر على تقدم الحياة المعرفية والبناء المؤسسي فيها، بشرط أن تأخذ دورها في محيطها الذي تعمل فيه، فوجودها وحده لا يعني قدرتها على التأثير، فبعض الدول تنشط فيها هذه المؤسسات فتترك تأثيرها الواضح على المعرفة الإنسانية، وفي دول أخرى تُعد المؤسسات البحثية فيها هامشية وضعيفة ومحدودة التأثير. وترجع أهمية مراكز الأبحاث إلى فاعليتها في معالجة المشكلات فهي تضم نخبًا ذات تركيز معرفي عالٍ، قادرة على تحديد طبيعة المشكلات، وسبل علاجها، والتحرك برؤية واضحة نحو المستقبل. وقد قامت الدول العربية خلال العقود الستة المنصرمة بإنشاء العديد من مراكز الأبحاث المستقلة أو التابعة للجامعات، بهدف القيام بالأنشطة البحثية في مختلف العلوم والمعارف، ويمثل مركز البحوث والدراسات

التابع لجامعة الدول العربية، الذي أُسس عام 1952، أول مركز للبحوث في العالم العربي، وهو يضم قسمًا للبحوث والدراسات الإعلامية. ولكن ومن خلال متابعة النشاط البحثي لهذه المراكز يلاحظ ضعف اهتمامها بالبحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، خاصة الجانب ذا الصلة بالتنظير الذي يفضي إلى إثراء المعرفة العلمية في هذا المجال. فغياب مؤسسات بحثية تُعنى بتبني المبادرات التي تهدف إلى إثراء التأطير المعرفي العربي في علوم الاتصال على قلتها يعد أحد أسباب قصور وعجز بحوث الاتصال في العالم العربي عن القيام بدورها تجاه الإسهام الفاعل في هذا العلم سواء على مستوى العالم أو في المنطقة.

- التأهيل والدرس الأكاديمي

ظهرت الإرهاصات الأولى للتأهيل الإعلامي الأكاديمي العام والمتخصص في أميركا نهاية القرن التاسع عشر، ثم تأسس بشكل منهجي ومنظم في بداية القرن العشرين، ويمثل التأهيل المهني أحد محاور العملية التعليمية التي يتلقاها الطلاب في الأقسام العلمية الإعلامية المختلفة، بهدف تنمية الحس الإعلامي المهني لدى المتخرجين بما يمكنهم من الاستجابة للطبيعة الخاصة بالعمل الإعلامي التي تقتضي استشراف الحاجات الإعلامية الملحة للجماهير المستهدفة، واتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعلق بالوسائل، والأساليب، والتقنيات الإنتاجية الملائمة للاستخدام. ويرى البعض أن التعليم الإعلامي الأكاديمي يتبع واحدًا من الاتجاهات الثلاثة التالية حسب رؤية المؤسسة التي تبنّاه والمستقبل الذي تتوخاه تلك المؤسسة من برنامجها الدراسي، والاتجاهات هي: التأهيل الفكري، والتأهيل المهني، والتأهيل المعرفي¹.

¹ - عبد الله ناصر الحمود، فهد عبد العزيز العسكر، "مدى تلبية مخرجات قسم الإعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لحاجات سوق العمل: دراسة مسحية لآراء قياديي العمل الإعلامي حول تأهيل المتخرجين في القسم"، مجلة جامعة الإمام (العدد 44، شوال 1424هـ)، ص 9.

وفي المنطقة العربية يرجع تاريخ تدريس الإعلام إلى العام 1935 في قسم الصحافة بالجامعة الأميركية في القاهرة، ثم كان تأسيس معهد التحرير والترجمة والصحافة بجامعة القاهرة عام 1939، وحتى وقت قريب كانت تطبيقات التعليم الإعلامي في الوطن العربي تميل بشكل عام إلى تدريس الإعلام كتخصص عام دون أن تحدد للطالب تخصصًا معينًا حيث يدرس الطالب مجموعة من المقررات ذات الطابع الشمولي، والقليل منها يميل إلى التشعب وطرح التخصص والتخصص الدقيق. وقد اتجه قسم من بلدان العالم العربي إلى الأخذ بالتقاليد الأنجلوسكسونية في أسماء ومقررات ومحتويات برامج الدراسة الإعلامية والاتصالية لأسباب كثيرة ربما يرتبط أهمها بالإرث الاستعماري والوظيفة الأيديولوجية للفضاء الأكاديمي، وقسم ثانٍ تبنّى النموذج الفرانكفوني في التسمية والمحتوى المعرفي لأسباب لا تختلف كثيرًا عن الأسباب السابقة، وقسم ثالث اختار منزلة ثالثة توفيقية تجمع بين الاثنين ولكن ليس على مستوى الاغتناء المعرفي والمنهجي بين المنظومتين بل ربما انحصر الأمر غالبًا على أسماء البرامج الأكاديمية التي تعكس هذا الجمع ولا تتجاوزه لغيره¹.

ويشير بعض الباحثين إلى بعض المشكلات الأساسية في مجال التأهيل العلمي للإعلاميين في العالم العربي لعل أبرزها الافتقار إلى التخطيط عند تأسيس المعاهد والكليات والأقسام، ونقص الكوادر العلمية، ومشكلة المراجع العلمية وضعف المناهج الدراسية، وقلة الإمكانيات التدريبية، وطرق اختيار الطلاب لدراسة الإعلام والاتصال، وقلة الاهتمام بالبحث التطبيقي². ونرى أن هذه الإشكاليات ألفت بظلالها على خريجي كليات وأقسام

¹ - ابتسام الجندي وآخرون، "التدريب الإذاعي بكلية الإعلام: الواقع والرؤية المستقبلية"، (المؤتمر السنوي الثالث لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 25-27 مايو/أيار 1997)، ج 1، ص 214-360.

² - رضا النجار، تحديات العمل الإعلامي بين الجامعة والميدان، (دبي، منتدى الإعلام العربي، 21 يونيو/حزيران 2006)، ص 11.

الإعلام ومن ثم مخرجات بحوث الإعلام والاتصال في العالم العربي وحال دون قيام معظم هذه البحوث بالدور المطلوب تجاه إثراء المعرفة الإعلامية النظرية في المنطقة؛ الأمر الذي يتطلب البحث في طرق علاجها.

– شبه القطيعة بين المهني والأكاديمي في حقل الإعلام والاتصال

في البدء نشير إلى أن الممارسة المهنية للإعلام والاتصال سبقت الدراسات الأكاديمية، فالإعلام والاتصال لم يتحولوا موضوعاً للدراسة والبحث ومن ثم إلى تخصص مستقل إلا بعد سنوات طويلة من الممارسة المهنية. فمارسو العمل الإعلامي الأوائل لم يكونوا إعلاميين في الأصل، كما أن الباحثين الأوائل في هذا المجال ينتمون إلى حقول معرفية متنوعة، وحتى النظريات التي أنتجتها الدراسات المتعلقة بحقل الإعلام والاتصال تميزت بارتباطها بنظريات أخرى من مجالات علمية مختلفة أسهمت في بناء هذا التخصص، خصوصاً ما ارتبط منها بعلوم اللغة واللسانيات وعلم الاجتماع والاقتصاد وغيرها، لكن ينبغي ألا تؤخذ هذه الحقيقة دليلاً على تواضع شأن هذا الميدان، أو أن تُعد وسيلة للتقليل من شأنه، بقدر ما تؤكد أن البحوث في هذا المجال تستدعي تخصصات مختلفة ومتكاملة¹، وأن الممارسة الإعلامية بحاجة إلى تكامل الأكاديمي مع المهني.

ولكن في الوطن العربي الأمر مختلف فقد ظل تعليم الإعلام والاتصال حبيس كليات ومعاهد جامعية معزولة عن الواقع المهني، وظلت القطيعة سمة العلاقة بين تلك المؤسسات الأكاديمية والمؤسسات الإعلامية المهنية، وإلى اليوم لم تتغير الحال كثيراً، بل

¹ - محمد البقالي، سؤال المهنية والأيدولوجيا في الصحافة، الحالة المغربية نموذجاً، ط 1 (الدوحة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2018)، ص 20.

هناك من يرى أن الإعلام والاتصال ليسا بعلم وأن ممارستهما تعتمد على الموهبة والاستعداد وتتطور بتراكم الخبرات وليس التحصيل الأكاديمي، ومن النادر أن تلجأ المؤسسات الإعلامية في المنطقة العربية إلى المؤسسات الأكاديمية لإجراء البحوث والدراسات المشتركة لمعرفة صدق وتأثير ما تنشر وتبث. ونرى أن التنظير في جوانب المعرفة الإعلامية في المنطقة يحتاج إلى تكامل الأدوار بين الأكاديمي والمهني، فمن شأن ذلك المساهمة في إجراء دراسات وبحوث إعلامية تثري المعرفة النظرية العربية في علوم الإعلام والاتصال.

ولمعالجة أوجه القصور الذي صاحب معظم دراسات وبحوث الاتصال في المنطقة العربية وحال دون مساهمتها في إثراء المعرفة النظرية الإعلامية على النحو المطلوب نرى الآتي:

أولاً: الاهتمام بالتنوع في مجالات وموضوعات بحوث الإعلام والاتصال، والبعد عن التكرار، وتوجيه الباحثين بضرورة البحث العلمي في مجالات إعلامية واتصالية لم يتم طرق أبوابها، مع مواكبة المستجدات في هذا المجال. ويمكن الوصول إلى ذلك عن طريق التنسيق بين أقسام وكليات الإعلام على مستوى القطر الواحد وعلى المستوى العربي، فضلاً عن تبادل الرسائل المتميزة على مستوى الماجستير والدكتوراه بين أقسام وكليات الإعلام.

ثانياً: حث الباحثين العرب في مجالات الإعلام والاتصال والميادين البحثية الأخرى على التعاون البحثي من أجل بلورة أطر نظرية لدراسة الظواهر الاتصالية وتفسير عمل وسائل الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، وصياغة نظريات علمية خاصة ببيئة الإعلام والاتصال تنطلق من الواقع العربي وتتناسب مع طبيعته وخصوصيته، وهذا أمر يتطلب

توافر الآليات والدعم المادي وإنشاء جسم إقليمي عربي يُعنى بالدراسة والبحث في ميدان الإعلام والاتصال. وينبغي ألا يفهم ذلك بأنه دعوة للابتعاد أو إلغاء كل فكر أو نهج أو نظرية إعلامية اتصالية غربية، فذلك بالطبع غير مجدٍ وغير علمي، وإنما المقصود استلهاهم واستنباط الواقع العربي عند السعي إلى وضع فكر علمي إعلامي واتصالي عربي صالح للتعبير عن واقع المنطقة العربية وغير بعيد عن ساحة الفكر الاتصالي العالمي.

ثالثاً: إنهاء القطيعة بين المهني والأكاديمي في حقل الإعلام: والمسؤولية هنا مشتركة في إنهاء هذه القطيعة، ويقع العبء الأكبر على أقسام وكليات الإعلام بوصفها الوعاء الحقيقي لتلقي الرصيد العلمي والمعرفي لأي تخصص في علوم الاتصال، ومن المهم في هذا الصدد الإشارة إلى أن أقسام الإعلام مطالبة أكثر من أي وقت مضى بتطوير مناهجها، والموازنة ما بين التحصيل الأكاديمي والتطبيقات المهنية. وتبرز أهمية تدريس علوم الإعلام والاتصال في الجامعات والمعاهد الأكاديمية من خلال إعداد إعلاميين تدفع بهم إلى سوق العمل الإعلامي، إلى جانب إعداد باحثين أكاديميين مؤهلين لدراسة المشكلات الإعلامية؛ مما يجعل مؤسسات التأهيل الإعلامي أمام تحدي تحقيق هذه الأهداف من خلال مخرجات العملية التعليمية في تخصص علوم الإعلام والاتصال سواء في المجال المهني أو الأكاديمي ومقرراتها الدراسية وتوظيف التكنولوجيا الرقمية في التعليم، مع ما يحمله ذلك من توسيع لمجالات الإعداد المهني المستقبلي للمهنيين في تخصصات الإعلام المختلفة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى على المؤسسات الإعلامية في المنطقة العربية الانفتاح على مؤسسات التعليم الإعلامي وعمل شراكات ليس في مجال التدريب فقط وإنما حتى في الجانب الأكاديمي المهني، فالكثير من حملة شهادة الدكتوراه في مجال الإعلام غير ممارسين ولا يملكون مهارات التطبيقات الإعلامية، ومن التجربة العملية يتعلم

ويكتسب العاملون في مجال الإعلام خبرات ومهارات من الميدان لا يمكن اكتسابها في قاعات الدرس الأكاديمي.

رابعاً: الدمج بين الأساليب الكمية والكيفية في بحوث الإعلام والاتصال، والاتجاه إلى الأبحاث التحليلية النقدية والتقييمية، والتطويرية، والمستقبلية، لما لها من دور في دراسة الظواهر الاتصالية وتوفير العلاج للعديد من القضايا وسبر أغوارها، فمن الأهمية خلق تكامل بين أكثر من منهج أو نظرية لدراسة قضايا ومشكلات الإعلام والاتصال في الوطن العربي، فالاعتماد على الأسلوب الكمي وحده، أو على الأسلوب الكيفي وحده، لا يوفر تصوّراً علمياً دقيقاً لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية، لأن البحث في هذا المجال يفرض على الباحثين الربط بين مختلف الأدوات والمناهج لتحقيق التكامل الذي يتيح دراسة الظاهرة في سياقها والغوص في أعماقها حتى يتحقق الفهم الشامل لها، وهذا ما توفره الأساليب الكيفية. وباستخدام الأساليب الكمية يتم تحقيق الموضوعية، والمصدقية والواقعية في النتائج قدر الإمكان. لذا، فتبني نموذج منهجي مختلط أو هجين يجمع كليهما في بحث واحد يتيح الاستفادة من مزاياهما معاً، ويقلّل من القصور الناتج عنهما منفصلين، ويمكن أن يسهم ذلك في توافر إنتاج فكري إعلامي اتصالي تتمخض عنه أطر نظرية أكثر ملاءمة واستيعاباً ومواكبة لما يحدث في المجتمعات العربية.

خامساً: إعادة النظر في طرق تدريس الإعلام واختيار من يدرّسه كتخصص، وتركز أدبيات تعليم الإعلام حديثاً على وضع استراتيجيات جديدة لمناهج تعليم الإعلام؛ حيث تركز هذه الاستراتيجيات على أربعة عناصر أساسية لعملية التعلم التي يكون محورها الطالب في الأساس، وهي: المعلومات، والمشاركة، والممارسة، والتقييم. وسواء كان تعليم الإعلام يتم بأسلوب إلقاء المحاضرات العادية أو عبر الوسائط الإعلامية الرقمية، فإنه

ينبغي توافر مناخ حماسي، متعدد وغني بالمعارف يتجانس والسياق المجتمعي الذي يُدرس فيه ولا بد أن يحتوي هذا المنهج على العديد من الجوانب التطبيقية التي يقوم الطالب بتنفيذها فردياً أو بالعمل في جماعة، ثم تقييم الطالب نفسه للأنشطة التي قام بها قبل أن يقيّمها أساتذته. وينبغي أن يأخذ التعليم في مجال الإعلام والاتصال في الحسبان مجموعة من الاعتبارات حددها توماس هانيتزش (Thomas Hanitzsch) في الإجابة عن التساؤلات الآتية¹:

1. الدوافع: ما جدوى تعليم الإعلام والاتصال؟
2. النموذج: ما منظومة الأفكار التي تقود تعليم الإعلام والاتصال؟
3. المهمة: ما الوضع الاجتماعي الذي يتبوّء تعليم الإعلام والاتصال، أو حتى المهنة ككل في المجتمع؟
4. التوجه: على أي مرتكز (أو مرتكزات) ينبغي تعليم الصحافة والإعلام (مثلاً على: الوسيلة، الشكل البرامجي، وظائف الإعلام في المجتمع....)؟
5. الاتجاه: ما المعايير القياسية لمستوى خريجي هذا النوع من التعليم؟ وما الذي ينبغي أن يكونوا عليه؟
6. السياق: ما السياقات الاجتماعية التي تدور في إطارها دراسات تعليم الإعلام والاتصال؟

¹ - Mark Deuze, "Global Journalism Education: A conceptual approach," Journalism Studies, Vol. 7, Issue 1, (February 2006): 23.

7. التعليم والتربية: هل يعمل تعليم الإعلام والاتصال كعامل مهيب للتواصل الاجتماعي أم يميل نحو خلق مزيد من العزلة؟

8. المساقات أو المناهج: إلى أي مدى يتحقق التوازن بين المعارف العملية وتلك النظرية؟

9. المنهج أو الطريقة البحثية: ما البناء أو الآلية الأكثر تفضيلاً؟ ولماذا؟

10. الإدارة والتنظيم: ما مدى وجود نظم إدارية محددة في مؤسسات تعليم الإعلام والاتصال؟

ومع الأخذ بما تم ذكره أعلاه ونظراً للحاجة الماسة إلى الجمع بين المهارات العملية، والنمو الفكري والمساقات العامة في خريجي أقسام ومعاهد وكليات الإعلام، لا بد أن تتبنى أقسام وكليات الإعلام العربية نظماً وبرامج تدريسية وطرقاً بحثية توفر الاتجاهين وأن تعمل على استحداث طرق جديدة لاختيار من يدرس الإعلام، كإجراء اختبارات قدرات للطلاب قبل البدء في التأهيل الأكاديمي على غرار ما تقوم به كليات الفنون. ونرى أن إعادة النظر في طرق تدريس الإعلام والاتصال ومراجعة المناهج وطرق اختيار الطلاب من شأنه المساهمة في تخريج كادر بشري مؤهل للعمل في وسائل الاتصال وقادر على إجراء بحوث نوعية يمكن أن تسهم في إثراء المعرفة النظرية في هذا المجال.

3. بحوث الإعلام والاتصال وإثراء المعرفة النظرية الإعلامية في العالم العربي: رؤية

استشرافية

إن مسايرة كليات ومعاهد وأقسام الإعلام في المنطقة العربية للتطورات العلمية الرئيسية التي تحدث في العالم في مجال علوم الإعلام والاتصال تُعد محدودة، فهذه التطورات هي

ثمرة ديناميكية المجتمعات المتقدمة، وليس من المتصور أن يبدأ مثل هذا التطور العلمي في العالم العربي قريباً، ولكن من الضروري مسايرتها ومتابعتها، وأن تجري ترجمة المؤلفات الأساسية التي تصدر في بيئات ثقافية أخرى، وأن تُعقد الندوات التعليمية في كليات ومعاهد وأقسام الإعلام والاتصال لمناقشتها ونقدها وإلقاء الأضواء على خفاياها وتقويمها. وبهذا يتم التمهيد للزمن الآتي حيث يستطيع الباحثون العرب الإضافة والتطوير ومن ثم الإبداع، ويكونون بذلك من المساهمين في حركة البحث العلمي في حقل الإعلام والاتصال على المستوى المحلي والإقليمي والدولي. فمنذ ظهور علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي بشكلها الحديث ظلت المعرفة الإعلامية في المنطقة العربية مستمدة من الغرب، والمساهمة العربية في مجال إنتاج المعرفة الإعلامية واستخدامها لا تزال محدودة جداً، وأن الوضع لا يزال يتسم بتواضع مؤشرات الأداء ونوعيته، ويحتاج إلى مزيد من الجهد للتطوير والارتقاء الكمي والنوعي، كما أن الفجوات الفارقة لا تزال سمة واضحة في مستوى نتائج البحوث وكثافة الإنتاجية بين كليات ومعاهد وأقسام الإعلام والاتصال العربية.

فمن الملاحظ وجود اهتمام وجهد ومتابعة لتطورات ظاهرة الإعلام الجديد وتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها الإعلامية (شبكة الإنترنت، ووسائط الإعلام الرقمي) من خلال الرسائل العلمية والبحوث المنشورة في الدوريات أو المقدمة للمؤتمرات وورش العمل العلمية ولكن بشكل غير كاف؛ وذلك إذا أخذنا في الاعتبار أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها في المجال الإعلامي، وهو مجال متنام ومتطور، ترتبط به مجالات فرعية تتضمن: تكنولوجيا المعلومات، وتكنولوجيا الاتصال، والإعلام الرقمي، والإعلام الجديد، وشبكة الإنترنت، والإعلام الاجتماعي، والتسويق الإلكتروني،

والطباعة، والنشر الإلكتروني والصحفي، وتقنيات الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، والمنصات الرقمية، والحوسبة السحابية، وإنترنت الأشياء، والتكنولوجيا القابلة للارتداء، والبلوك تشاين، والحقيقة الممتدة، والواقع الافتراضي، والواقع المعزز، وشبكات الجيل الخامس، وأنظمة الذكاء الاصطناعي والأمن السيبراني. كما أن هذا المجال يتم مناقشته في إطار مجموعة سياقات عامة: مجتمع المعلومات، ومجتمع المعرفة، والثورة الصناعية الرابعة، والثورة الرقمية، وحروب المعلومات وتداعياتها المرتبطة بالأخبار الزائفة والتضليل الإعلامي، والدعاية الدولية المحوسبة، والفوضى المعلوماتية، وعصر ما بعد الحقيقة.

فالعالم في الوقت الحالي يعيش عصر الثورة الصناعية الرابعة المعززة بقوة الذكاء الاصطناعي، والتي تمتاز بسرعة كبيرة في الظهور والتطبيق، وهي ثورة أثّرت في مناحي الحياة كافة، ولكن هذا التأثير يظهر بصورة أكبر في التعليم والبحث العلمي. ويرى البعض أن الثورة الصناعية الرابعة تُعد من الابتكارات المدمرة للبحث العلمي بطريقته الحالية، فقد لا يحتاج الباحث مع هذه الثورة لأداة الاستبيان أو أخذ عيّنة للدراسة ومن ثم التعميم، فهي تمثل عصر نهاية البيانات الأولية. فالبيانات أصبحت موجودة في الحوسبة السحابية "الكلاود"، كما أن أدوات التحليل التي كانت تتيح اختبار عدد قليل من العينات أصبحت بفضل الذكاء الاصطناعي تحلّل ملايين العينات وبسرعة فائقة، كما أن البيانات الضخمة ستحل العلاقات الارتباطية (العلاقات السببية)، وأن العلم بحسب هذه الثورة يمكن أن يتقدم حتى من دون نماذج متماسكة أو نظريات موحدة، وفي ظل النموذج الجديد للثورة الصناعية الرابعة بثلاثيته: الذكاء الاصطناعي، والبيانات الضخمة، وإنترنت

الأشياء، لم تعد النظرية الكلاسيكية تتسق مع هذه الأدوات¹. وعليه، ولتطوير البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال بالمنطقة العربية في ظل الثورة الصناعية الرابعة مع الأخذ في الاعتبار ما ورد من مقترحات في ثنايا هذه الدراسة، من المهم العمل على:

- تطوير البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال من خلال الاستفادة من التقنيات المعاصرة في الثورة الصناعية الرابعة.

- التركيز على الأعمال الإبداعية والبعد عن التكرار والروتين في بحوث الإعلام والاتصال.

- تشجيع البحوث الجماعية إلى جانب الفردية، وتشجيع الدراسات متعددة التخصصات وإطلاق خطط بحثية مستقبلية لمعاهد وكليات وأقسام الإعلام والاتصال بالتعاون مع الجهات المستفيدة والتي من بينها المؤسسات الإعلامية.

- تشجيع التأليف الجماعي للكتب المرجعية من خلال الأقسام العلمية، بدلاً من الكتب التي يُعدها أفراد، وأن تمارس كليات ومعاهد وأقسام الإعلام سلطتها في مراجعة الكتب المرجعية في تقنيات الاتصال كمجال متغير يحتاج إلى الضبط.

- الالتزام بالمعايير العلمية والمنهجية في عملية التحكيم وتطوير الدوريات ذات الصلة بعلوم الإعلام والاتصال، والعمل على التعاون مع مؤسسات التعليم الإعلامي ومراكز البحوث ودور النشر الدولية، مع تأهيل الباحثين للتعامل مع النشر الدولي.

¹ - شاهر إسماعيل الشاهر، "البحث العلمي وأخلاقياته في عصر التحول الرقمي"، المجلة الدولية لنشر الدراسات العلمية (المجلد 11، العدد 2، ديسمبر/كانون الأول 2021)، ص 22.

- تطوير المناهج وإدخال الذكاء الاصطناعي ضمن مواد التدريس بكليات ومعاهد وأقسام الإعلام والاتصال.

- الربط بين البحث العلمي وتكنولوجيا المعلومات وسوق العمل وحل المشكلات في البيئة الاتصالية.

- إعادة تشكيل مهارات الباحث في حقل الإعلام والاتصال (التفكير الإبداعي، التفكير الناقد، حل المشكلات المعقدة، الذكاء العاطفي، الذكاء الاجتماعي، التواصل العلمي، اتخاذ القرارات) وأن يكون الباحث خبيراً بعصره.

خاتمة

تُعد علوم الإعلام والاتصال من العلوم الحديثة مقارنة بالعلوم الإنسانية الأخرى، ولكن على الرغم من حداثة شهدتها منذ خمسينات القرن العشرين نقلة نوعية على مستوى المناهج والأدوات والتنظير، وجذبت اهتمام الكثير من الباحثين والعلماء الذين ينتمون إلى تخصصات علمية متنوعة على مستوى العالم، وزاد الاهتمام بعلوم الإعلام والاتصال إثر التطور السريع والمتنامي الذي شهدته وسائله على المستوى التقني، وعلى مستوى استخدامات الفرد والمجتمع لها، ولكن في المنطقة العربية ما زال هذا الحقل يعاني من القصور على المستوى البحثي والإبستمولوجي.

فالمكتبة العربية تعاني قصوراً في مجال التنظير الإعلامي والاتصالي، باستثناء بعض الأعمال البحثية التي يمكن أن تشكّل لبنة أساسية من أجل الانطلاق نحو إنجاز دراسات معمقة، خصوصاً في ظل تزايد أهمية الوسيلة مقابل الرسالة، فالبحث العربي في مجال علوم

الاتصال يواجه العديد من الإشكاليات التي تتعلق باختيار الموضوعات والمناهج والأدوات البحثية، وعدم قدرة بعض الباحثين على إحداث قطيعة إبستمولوجية مع أفكارهم المسبقة أثناء معالجتهم للقضايا المبحوثة؛ مما يؤدي إلى إحداث خلل وظيفي على مستوى النتائج البحثية، وهذا ما يوحى بضعف مصداقية وموضوعية هذه النتائج . وترجع أسباب القصور والإشكاليات إلى قلة المبادرات التي تسعى إلى إثراء المجال الإبستمولوجي في مجال علوم الإعلام والاتصال؛ إذ إن معظم بحوث الاتصال في المنطقة العربية يتم إجراؤها بهدف الترقى الوظيفي والأكاديمي وليس الإضافة المعرفية للعلم أو التخصص، فضلاً عن غياب مؤسسة أو جسم عربي يهتم بتطوير الجانب المعرفي في هذا المجال ويتبنى إجراء البحوث والدراسات التي تتسم بالدقة والمصداقية والموضوعية ويعمل على تمويلها بشكل جماعي. إضافة إلى ذلك، فإن هناك شبه قطيعة بين المهني والأكاديمي في الحقل الإعلامي والاتصالي العربي تركت بصماتها على مخرجات البحث والدرس الأكاديمي في هذا المجال.

ومن الملاحظ أن التنظير والبحث والدرس الأكاديمي العربي في علوم الإعلام والاتصال، اعتمد -ولا يزال- على الترجمة والنقل الحرفي للمعرفة الغربية في هذا التخصص، وتحتاج مخرجات هذه الترجمة للتحليل والنقد والإضافة التي تقود إلى التجديد والإبداع. ونرى ضرورة مواكبة الدرس الأكاديمي العربي للذكاء الاصطناعي وإدراج ذلك في مناهج كليات ومعاهد وأقسام الإعلام بالجامعات العربية؛ حيث يُعد الذكاء الاصطناعي من الابتكارات التي ستُنهي منهجية البحث العلمي بصيغتها الحالية. لذلك، لابد من وضع فلسفة جديدة مختلفة للدرس الأكاديمي الإعلامي العربي تقوم على الاستفادة من التقنيات المصاحبة للثورة الصناعية الرابعة "إذا أردنا مساهمة البحث العلمي الإعلامي العربي في

إثراء المعرفة والتنظير في علوم الإعلام والاتصال " فعلى كليات ومعاهد وأقسام الإعلام في المنطقة العربية القيام بمجموعة مختلفة ومتكاملة من الأدوار والمهام التي تجمع بين المواكبة والتعليم والبحث والتدريب والممارسة.

آليات توجيه الباحثين لاستخدام المنهج العلمي في بحوث الإعلام والاتصال

منية عبيدي

مقدمة

يمكن أن ننطلق في هذه الورقة من مفهوم محوري في العنوان، وهو مفهوم المنهج وصلته بالبحوث في مجال الإعلام والاتصال. ويبدو الانطلاق من التعريف الموسوعي أمراً بسيطاً ولكنه في نظرنا بالغ الأهمية، لتداخل هذا المفهوم في ذهن الباحثين، وخاصة الشبان منهم بمفاهيم مجاورة له. وتجمع التعاريف التي اعترضتنا على أن المنهج هو الطريق، وهو وصف أيضاً للطريق، فنقول: طريقٌ نهجٌ أي بيّن وواضح، وأنهج الطريق أي وضح واستبان وصار نهجاً واضحاً، ومنه المنهاج وهو الخطة الموضوعية سلفاً لبلوغ غايات معينة.

ويرى أغلب الباحثين أن المنهج العلمي (Scientific Method) هو عبارة عن مجموعة من الطرق والأساليب التي يتوخاها الباحث لينظر في مسألة من المسائل، وهو أيضاً الوسائل التي تساعد على تنظيم طريقة تناوله للمسألة، ليصل إلى تفكيك عناصرها، وإيجاد الحلول واستخلاص النتائج. ويمكن أن يكون أيضاً الطريقة المتوخاة لطرح الأفكار للتدليل على هذه النتائج التي كانت مجرد فرضيات، وبعد تناولها بمنهج علمي أصبحت بمنزلة الحقائق. وهذا ما أفرز ما يسمى بعلم المناهج (Methodology) الذي يُعنى

بدراسة طرق وأساليب البحث حسب الاختصاصات العلمية. وبين العلم والفلسفة تطورت الدراسات التي تهتم بالمنهج وتسارع تطورها مع التقدم التكنولوجي الهائل الذي غزت نتائجه ومخرجاته كل بلدان العالم.

ولن نتحدث هنا عن المناهج العلمية المعروفة في تناول بحوث الإعلام والاتصال، مثل المنهج التاريخي أو المنهج الاجتماعي أو الثقافي أو غيرها، ولكن سنحاول أن نضبط مراحل منهجية عملية يحتاجها الباحث حين يروم إنجاز بحث أو كتابة موضوع في مجال الإعلام والاتصال يمكن وصفه ببحث علمي يخضع للمقاييس العلمية، وتتضافر فيه عدة مداخل نظرية يسند بعضها البعض، ويضيء كل واحد منها جانباً، ما كان للآخر أن يسلط عليه الضوء. فقد انتهى عصر المقاربة أحادية البعد، ونحن في عصر يفرض علينا تضافر الاختصاصات للوصول إلى نتائج أقرب ما تكون إلى الصحة.

وتقوم أغلب المناهج العلمية عادة على الملاحظة وطرح الأسئلة وجمع المعلومات وصياغة الاستنتاجات، وبناء الفرضيات ثم اختبارها، وأخيراً إثبات المصادر والمراجع. وهي الطريقة المتعارف عليها منذ عقود من الزمن، والتي لم تتغير في أغلب البحوث العلمية رغم تغير الحوامل والمتون المدروسة.

وما جعلنا نطرح هذا الموضوع هو ما لاحظناه من أن أغلب البحوث العلمية، وخاصة في مجال الإعلام والاتصال في البلدان العربية، تمر عادة من جمع المعلومات إلى صياغة الاستنتاجات، وذلك سواء أكان البحث يعتمد الوسائل التقليدية أم الوسائل الحديثة مما توفره وسائط التواصل الإلكتروني، لذلك سنحاول أن نوضح هذه الخطوات المنهجية دون الدخول في التفاصيل.

1. مراحل تطور بحوث الإعلام والاتصال

نشأت بحوث الإعلام والاتصال في أقسام علم النفس وعلم الاجتماع في كثير من الجامعات، ثم استقلت واتجهت إلى دراسة وسائل الإعلام مركزة على التقبُّل وطريقة صياغة المحتوى. ويمكن أن نرصد أربع مراحل كبرى لتطور هذه البحوث:

- المرحلة الأولى: تركز الاهتمام في هذه المرحلة على وسائل الإعلام: ما هي؟ كيف تصل إلى المتلقي؟ ما الاختلافات بينها؟ وما وظيفتها؟ ومن لديهم إمكانية للوصول إليها؟

- المرحلة الثانية: جرت العناية فيها بتطوير الوسيلة في حدِّ ذاتها، ودوافع الجمهور لاستخدام هذه الوسائل، وطُرحت أسئلة من قبيل: كيف تُستخدم الوسيلة؟ ما الذي يدفع الجمهور لاستخدام الوسيلة؟ من يحرص على متابعة الوسيلة؟ ماذا توفر الوسيلة للجمهور؟

- المرحلة الثالثة: طُرحت أسئلة كثيرة في هذه المرحلة عن مجموعة من المواضيع، منها: كم من الوقت يقضيه المتلقي أمام الوسيلة؟ هل يغيّر الإعلام نظرة الناس للأشياء؟ ماذا يريد الجمهور أن يشاهد وأن يسمع؟ هل هناك أضرار تسببها وسائل الإعلام؟ هل يمكن أن تقدّم وسائل الإعلام مساعدة في الحياة، وتسهّل العيش؟

- المرحلة الرابعة: بدأ التفكير في تحسين وسائل الإعلام حسب طلبات الجمهور، فطُرحت أسئلة من قبيل: كيف يمكن للوسيلة أن تقدّم المعلومة أو التسلية لكل أنواع الناس التي تتابعها؟ وكيف تجلب من لا يتابعها؟ وكيف يمكن تغيير البرامج لتكون أكثر قيمة؟ وكيف تحسّن التكنولوجيا الجديدة الرؤية والصوت لوسائل الإعلام؟

2. طرائق عملية في البحث

بعد سنة 2000، أصبح الفضاء الرقمي المفضل في كل المجالات تقريباً حتى إنه اكتسح كل جوانب الحياة، ولا يفتأ يتطور يوماً بعد يوم، واستفاد الاقتصاد والسياسة وغيرهما من ذلك. وأصبحت علوم الاتصال مجاًلاً مطلوباً من كل الاختصاصات، وأصبحت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال (Nouvelles technologies de l'information et de la communication) تعني وسائل جديدة، وأشياء جديدة، ووسائل إعلام جديدة.

وإثر الانتشار السريع للمنصات والشبكات الاجتماعية تغيّر وجه الإعلام في العالم حتى إن البعض سمّى ذلك بـ "التسونامي الرقمي". وهذا ما دعا إلى إعادة النظر وهيكله كثير من المجالات العلمية، خاصة الصحافة وعلوم الأخبار (إلى جانب مجالات أخرى، مثل: التربية، والنشر، والصحة، والسياسة، والدين...).

ولم يعد يُنظر إلى الرقمي من زاوية أنه ابتكار وعلم قائم بذاته، بقدر ما أصبح خلفية عملية وأساسية لمجال المعلومات والاتصال؛ إذ ساعد على إظهار الينابيع الأيديولوجية والثقافية والتوجهات السياسية والاقتصادية للحالات المقدمة إعلامياً، من خلال تسهيل الملاحظة والتعداد والتصنيف وكشف استراتيجيات الخطابات والصور وتأويل السلوك والأحداث بأكثر دقة وإمالة اللثام عن المضمرة مع توسيع البيانات حول الموضوع المدروس وإعطاء إمكانية أكبر للتوثيق. وهو ما أعطى أهمية لهذه البيانات والخوارزميات (محركات البحث التي تعمل على الترتيب والإحصاء) مما أنتج دلالة جديدة كان من المستحيل الحصول عليها بالملاحظة العينية.

وأصبح لثقافة الفهرسة أيضًا دور كبير في استنتاج هذه الدلالات، وهذا ما نراه ينقص البحث العلمي المختص في علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي الذي ما زال في نظرنا مقيّدًا بالطرق القديمة وبالنظرة الذاتية المحدودة للموضوعات المدروسة، أو بإخضاعها لمناهج لم تعد صالحة أمام غزو هذه المناهج الحديثة وتطورها المتسارع.

لذلك لا بد من التفكير في إدماج هذه التكنولوجيات في برامج المؤسسات التي تُعنى بالإعلام بطريقة مختصة، وعبر دورات تدريبية متسلسلة، لمن تخرّجوا وأصبحوا يمارسون البحث في علوم الإعلام والاتصال. وهذا يمكنهم من تقديم بحوث علمية تتماشى مع روح العصر والهندسة الجديدة للواقع وللوقائع، وما يصلح لليوم ربما يكون غير صالح للغد. لذلك لا بد من متابعة واستعداد لتغيير الاستراتيجيات حسب ما تقتضيه ظروف التقدم العلمي من تطور الآلات والبرمجيات، وهو في حدّ ذاته ما يمكن أن يكون موضوعًا للإعلام والاتصال، مثل زخم المدونات ومنصات الفيديو والشبكات الاجتماعية والإنترنت بشكل عام، ثم ما توفره آلات يسيرة الحمل ومنتشرة عند كل الفئات الاجتماعية تقريبًا وما لها من قدرة على توثيق الأحداث الحينية صوتًا وصورة وبثها في نفس الوقت (الهواتف الذكية مثلًا).

وما يجب لفت انتباه الباحث إليه هو كيف تُنشئ التكنولوجيا الرقمية علاقة جديدة بالوقت بسبب الاتصال الدائم بالمعلومات والبيانات وغيرها¹. لقد أصبح عامل الوقت بالغ الأهمية بتوافر هذه الوسائل التي إن لم تمتلكها أنت امتلكها غيرك، وهذا يعني عدم قدرتك على مسايرة الحدث والتحكّم في زمنك الخاص بك، وكيفية تقسيمه، ومنه الزمن المخصص للبحث.

¹- Jacques Walter et al., Dynamiques des recherches en sciences de l'information et de la communication, 3eme éd. (Revue et Complétée, Hall, 2019).

والسؤال المطروح هنا: كيف يمكننا استغلال هذا "التسونامي الرقمي" في بحث علمي؟ وقد طُرح هذا السؤال في بعض الدراسات الأجنبية بهدف الوصول إلى تحويل الرقمي إلى ثقافة يتمكّن منها الباحث ويتعود عليها بممارستها ومقاربتها يوميًا، وكيف يستطيع مع ذلك أخذ مسافة منها في بحثه. وهذا التعقيد منبعه أهمية الرهانات المنوطة بعهدة كل ما هو رقمي وكذلك اختلاف الوسائط وتعدُّدها وتطورها المستمر، ثم القدرة على استيعاب كل ذلك وإيجاد العلاقات التي تحكمه، والعلاقة التي تكون بينه وبين الكتاب العلمي في نفس الاختصاص، وخاصة البحوث التي حُكِّمت من لجان علمية متخصصة (بحوث الماجستير والدكتوراه والمقالات في المجلات المحكمة). وتحوّل بذلك عملية البحث إلى القدرة على تحويل النصوص إلى بيانات، وتحويل البيانات وكل ما هو رقمي إلى نصوص، فيكتسب الباحث مهارات البحث والتقييم والفرز والمقارنة ثم الإنتاج في مرحلة أخيرة. وكي لا يكون هذا الكلام نظريًا حاولنا أن نضبط بعض المراحل التي يمكن للباحث أن يتبعها مع مراعاة ما وقع ذكره سابقًا، واحترام خصوصية كل موضوع، وهي:

أ- اختيار الموضوع

يحدث اختيار موضوع البحث بعد تفكير عميق من الباحث، ويكون نابغًا من ذاته مع إمكانية توجيه بسيطة من مختص في المجال. ويرتكز هذا الاختيار على عدة أسباب نذكر منها الأسباب الموضوعية، ومنها راهنية المبحث وعلاقته ببقية المباحث في نفس المجال وفي المجالات المجاورة له. وفي الإعلام والاتصال يمكن أن نفكر بالقدر الذي يمكن أن توفره لنا بعض العلوم الأخرى من إفادة وإضاءة مثل الحاسوبيات والعلوم السياسية والعلوم الاقتصادية وعلم النفس... كذلك لا يمكن أن نهمل الدوافع الخاصة للبحث، مثل

الميولات الشخصية لمجال دون آخر؛ حيث يفضّل البعض مواكبة الأحداث المباشرة أو معايشة الأرشفة أو المتون متعددة الوسائط... إلخ.

كما يجب أن ينتبه الباحث إلى التفكير في مواضيع يمكن أن يحقق من خلالها الإضافة في مجالها، وموضوعها ما زال قابلاً للتطوير ولمزيد النظر وليست مستهلكة، مع وجوب الانتباه إلى ما كُتب في هذا المبحث، ومحاولة تقصي الجوانب التي وقع تناولها حتى لا يسقط الباحث في التكرار.

ويجب الانتباه إلى أن كل مسألة مأخوذة من مجال أكبر منها تنتمي إليه، وتأخذ بعض خاصياته، مثال: إذا كان الموضوع سمعياً بصرياً أو متعدد الوسائط، فإن الباحث مجبر على التعرف على هذا المجال والوقوف على كفايات صياغة وإنتاج ونشر الخبر فيه، وخاصة الصورة المصاحبة وزاوية التقاطها والإطار الذي يحددها وعمليات التركيب والدمج... إلخ.

ب- الملاحظة

تُعد أولى الخطوات الحقيقية في البحث العلمي بعد اختيار الموضوع في كل المجالات، وهي تأتي قبل الفرضيات، لأن الفرضية تُبنى على الملاحظة. وكثيراً ما يهمل الباحث مرحلة الملاحظة باعتبارها مندمجة مع الفرضية بشكل غير واع أو غير مقصود. لذلك يجب توجيه الباحثين إلى أهمية الملاحظة وإيلاؤها حقها باعتبارها تمثل درجة أولى في سلم البحث لا بد من المرور منها، وأساساً لا مناص من بنائه ليستقيم البحث، وليكون الباحث في الطريق السليم نحو بحث علمي تتوافر فيه الشروط العلمية، بقطع النظر عن موضوع الملاحظة الذي يمكن أن يكون رقمياً أو ورقياً أو حدثاً عياناً.

ومما تجب الإشارة إليه في هذا الإطار هو التفكير وإعمال العقل في كل جوانب ما نلاحظه، لأن ملاحظة الباحث ليست ملاحظة الإنسان العادي، ثم يجري بعد ذلك انتقاء ما يناسب موضوع البحث وما يقبل الاختبار المزمع تنفيذه. كما يجب على الباحث أن يقوم بتدوين ملاحظاته ومحاولة تبويبها حسب خاصية معينة.

ج- تموضع الباحث أمام بحثه

تعتبر هذه الخطوة مهمة جداً للباحث الذي يتعرّف من خلالها على مَوْضِعه تجاه المبحث الذي يتناوله بالدراسة. وأن يَتَمَوَّضَ الباحث فذلك يعني أن يفكّر في بعض الأمور ويضبطها حالما يحدد أو يختار موضوع دراسته. ويمكن أن نعتبر ذلك نوعاً من الوعي المبكر بالعلاقة التي ستربطه ببحثه، ومحاولة لاستشراف الصعوبات المحتملة، ومواطن التيسير. وهذا يتطلب رسم شبكة يحدّد من خلالها خطواته، التي يمكن أن تكون مرة عبر ملازمة البحث، ومرة أخرى عبر أخذ مسافة للتأكد من القدرة على المواصلة، وربما لتعديل مواقف معينة ومسارات لم تكن ذات إفادة بالدرجة المرجوة منها.

وتعني ملازمة البحث التقدم فيه عبر الاستراتيجيات المرسومة دون وجود عراقيل، أو وقع التنبه لهذه العراقيل مسبقاً، وجرى استبعادها عبر الاستعداد لها. أما أخذ المسافة فيكون حين تبرز صعوبة لم يستعد الباحث لها، مما يستوجب إعادة النظر في المسألة، وربما تغيير كفايات العمل، ومحاولة فتح نوافذ جديدة. ولا يتم ذلك إلا من خلال النظر إلى البحث من خارجه، وكأنه لشخص آخر، فتكون الأحكام محايدة قدر المستطاع. وهذا يتطلب توقفاً عن ممارسة البحث لفترة زمنية معينة.

ويجب التنبيه إلى أن أخذ هذه المسافة لا يعني التوقف عن التفكير في البحث، بحيث يصعب الرجوع إليه، وإنما تعني المسافة النظر إلى البحث بحيادية وواقعية والتفكير في

أحسن المخارج الممكنة، بعيداً عن الأفكار المسبقة، وخارج دائرة الإحساس بالإحباط وعدم القدرة على المواصلة.

د- وضع مخطط عمل

كل بحث علمي مهما كان نوعه يجب أن يسبق بمخطط عمل، يحدّد فيه الباحث الخطوات التي سيتبعها في إنجاز له بحثه، وأولها (طبعاً بعد اختيار الموضوع) تحديد المدونة، وضبط قائمة بالمصادر والمراجع الأولية. وهذا يقود إلى صنع منصة بحث واسعة تضيق بالتدرّج مع التحديد الدقيق لمفاصل البحث، مع مراعاة التوجه أكثر إلى المصادر العلمية التي تخدم الموضوع، وخاصة المجلات العلمية المتخصصة لعلوم الإعلام والاتصال، مثل مجلة "هرمس" (Hermes) و"ريزو" (Réseaux) و"كاديرني" (Quaderni)، ومحركات البحث التي تحتوي روابط لبحوث علمية، مثل:

- "أكاديميك إنفو" (Academic info): دليل بحث غني بأفضل الروابط وأكثرها ارتباطاً بموضوع البحث الذي يشتغل به الباحث، من خلال استعراض قائمة من نتائج البحث، وهي عبارة عن مراجع مطبوعة أو مصادر إلكترونية.

- "سایت یو لایک" (Citeulike): خدمة مجانية لإدارة واكتشاف المراجع العلمية وتقديم ما يناهز سبعة ملايين مادة علمية.

- "إنفو ماين" (Infomine): مكتبة افتراضية تحتوي قواعد بيانات ودوريات إلكترونية ولوحات إعلانات وأدلة للباحثين... إلخ.

- "غوغل سكولار" (Google Scholar): موقع يمكن من البحث على نطاق واسع عبر عديد التخصصات وفيه رسائل جامعية وملخصات وآراء محكمة... إلخ.

- "ريفسيك" (Refseek): موقع مخصص للباحثين وفيه أكثر من مليار مادة بحثية.

- "سويت سرش" (Sweet Search): هو موقع سهل لمواد محددة.

هذه فقط بعض الأمثلة ويمكن إيجاد غيرها، ونشير إلى وجوب التعامل مع المواقع التي تتميز بقدر من العلمية؛ إذ لا يمكن مثلاً اعتماد "ويكيبيديا" (Wikipedia)، لأنه موقع مفتوح وما يعرضه لا يرقى لمستوى العلمية، ولا يمكن استغلاله في البحوث الأكاديمية. إضافة إلى ما تقدمه وسائل التواصل من مادة إعلامية قابلة للدراسة.

هـ - صياغة إشكالية الموضوع

تجري صياغة إشكالية الموضوع من خلال ضبط بيلوغرافيا، والبحث عن مواقع أولية، فيتم تحويل الموضوع الذي اختاره الباحث إلى إشكالية تتطلب طرح الفرضيات والبحث عن الحلول بعد اختبارها. ويقع تفريع الإشكالية الكبرى إلى إشكاليات صغرى. ومن التوسع يتجه الباحث إلى التخصيص، وتأطير الموضوع والإشكالية، واختيار المنهج الذي يود استخدامه.

خاتمة

علم المناهج علم يتضمن الكثير من التعقيد، وليس كل من أنجز بحثاً علمياً هو بالضرورة متمكن من خصوصيات هذا العلم، وحتى من خصوصيات المنهج الذي اتبعه في بحثه. والبحث يتطلب إدراك المفاهيم الخاصة بكل منهج وعدم الخلط بينها، والوقوف على الاختلافات صلب المنهج الواحد، ومقارنتها، وذلك بمعرفة الأبعاد النظرية لكل منهج، والرهانات التي يقوم عليها، وتطوير مبادئ هذه المناهج للبحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال في عصرنا الراهن الزاخر بالوسائل وبالبيانات المختلفة والمتغيرة بتغير المكان والزمان.

وعلى الباحث في هذا المجال أخذ عامل الوقت بعين الاعتبار، لأنه يمثل ركيزة أساسية لجدوى البحث. وتكون معالجة البيانات والمعلومات ومقاربة الموضوع عبر الملاحظة والتحليل والمقابلات الفردية والاستجابات ومعايشة التجارب، والتمكن من المناهج المتطورة. وأهم عنصر في البحث هو تبرير الاختيار وتقديم الحجة على ملاءمته للموضوع المطروق، والتركيز على راهنية الموضوع ومدى قدرة المنهج الذي اختاره الباحث على معالجة أبعاده معالجة تتلاءم مع ما تحقق من تقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

البحوث الجامعية والاعتبارات الأخلاقية في علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي

عبد الكريم علي الدبيسي

مقدمة

تهدف الدراسة إلى معرفة إشكاليات البحوث الجامعية على مستوى الدراسات الأولية والعليا، وعلى مستوى دراسات أعضاء الهيئة التدريسية في كليات الإعلام والاتصال في الجامعات العربية، من حيث مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية، وتأثيرات ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية، وآليات حوكمة تطبيق أخلاقيات البحث العلمي، ومعرفة مستوى توظيف مخرجات بحوث الإعلام والاتصال في خدمة صناعة وريادة الإعلام العربي، وإشكاليات تطبيق المعايير الأخلاقية في البحث العلمي، وتحليل الواقع الراهن للبحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي؛ إذ يرتبط تقدم المجتمعات بمستوى أهمية جودة البحث العلمي ومصداقيته، إضافة إلى صلته المباشرة بمعالجة المشكلات في مختلف مناحي الحياة. إن مأسسة ضمان جودة البحث العلمي في الجامعات تتطلب رسم الآليات الخاصة بجودة المدخلات المادية والبشرية ومجموعة الطرق والعمليات المستخدمة في استثمار هذه المدخلات. وتسعى الدراسة إلى صياغة التوصيات الرامية إلى ترسيخ أخلاقيات البحث العلمي، ومأسسة ضمان جودته، وتنظيم أولوياته التي ينبغي أن ترتبط بدراسة المشكلات التي تواجهها المؤسسات الإعلامية العربية في ظل

تسارع التطورات التكنولوجية، ودخول الذكاء الاصطناعي صناعة الإعلام والاتصال التي أوجدت بيئات عمل جديدة تستلزم وضع الدراسات العلمية المبكرة التي تعالج المشكلات الناتجة عن ذلك، لاسيما الأزمات الاقتصادية التي تواجهها وسائل الإعلام في الوطن العربي.

1. اعتبارات منهجية

أ- مشكلة الدراسة

تثار بين فترة وأخرى في الأوساط الأكاديمية إشكالية البحوث الجامعية، ومستوى تطبيق الاعتبارات الأخلاقية، وجودة البحث العلمي، ومستوى ارتباطه بالقضايا الحيوية للاتصال والإعلام، ومشكلاته في الوطن العربي؛ إذ يشير الواقع إلى أن هناك فجوة بحثية في تناول هذه المشكلة، وتحديدًا في علوم الإعلام والاتصال في الجامعات العربية. ويُعتبر تحليل الواقع الراهن لتطبيق المعايير الأخلاقية في البحث العلمي، باستخدام منهج المسح لغايات جمع البيانات من ذوي الخبرة والدراية في مجال التخصص لاستخلاص مؤشرات علمية دقيقة عن طبيعة المشكلة، مؤشرًا لمأسسة ضمان جودة البحث العلمي، ومصداقيته. ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس: ما مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في البحث العلمي بعلوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي؟ وتتفرع عن هذا السؤال الإشكالي مجموعة من الأسئلة التي تمثل حقلًا استفهاميًا مؤطرًا لأبعاد المشكلة:

1. ما مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي؟

2. ما تأثيرات ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال؟

3. ما آليات حوكمة تطبيق أخلاقيات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال؟

4. ما مستوى توظيف مخرجات بحوث الإعلام والاتصال في خدمة صناعة وريادة الإعلام العربي؟

ب- أهمية الدراسة وحدودها

تكمن أهمية الدراسة العلمية في صياغة رؤية علمية رصينة حول البحوث الجامعية والاعتبارات الأخلاقية في علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي في ظل متغيرات، وإشكاليات متعددة، لعل أبرزها ظهور مظاهر سلبية تنتهك الاعتبارات الأخلاقية في بحوث الإعلام والاتصال. كما تتجلى أهمية الدراسة العلمية في صياغة توصيات لمعالجة الظواهر السلبية، والتحديات الأخلاقية في بحوث الإعلام والاتصال في الوطن العربي.

أما حدود الدراسة، فاقترنت حدودها الموضوعية على قياس مستوى الاعتبارات الأخلاقية في البحوث الجامعية لعلوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي، كما ركزت في معالجتها للمشكلة البحثية على أربعة متغيرات مستقلة، هي: النوع الاجتماعي، والتحصيل الدراسي، والرتبة العلمية، وسنوات الخبرة، وأربعة متغيرات تابعة، هي: مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في البحث العلمي، وتأثيرات ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية في البحث العلمي، ومستوى تطبيق آليات حوكمة تطبيق أخلاقيات البحث العلمي، ومستوى توظيف مخرجات البحث العلمي في صناعة وريادة الإعلام العربي. أما الحدود المكانية، فقد طُبِّقت الدراسة على أساتذة علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي، وتمثَّلت حدودها الزمانية في المدة بين 23 فبراير/ شباط لغاية 22 مارس/ آذار 2022.

ج- مفاهيم إجرائية

- البحوث الجامعية: البحث العلمي هو الاستخدام المنظم لعدد من الأساليب والإجراءات لإيجاد حلول أكثر كفاية للظواهر والمشكلات الحياتية المختلفة، أو الوصول إلى معلومات ونتائج أو علاقات ترابطية جديدة لزيادة المعرفة للناس أو التحقق منها¹. وتُعرّف البحوث الجامعية إجرائيًا بأنها بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي للمرحلة الجامعية الأولى، والبحث على مستوى الماجستير، والبحث على مستوى الدكتوراه، إضافة إلى بحوث ما بعد مرحلة الدكتوراه لأساتذة التخصص.

- الأخلاقيات: الاعتبارات الأخلاقية في البحث العلمي هي مجموعة القيم، والمبادئ الإنسانية التي ينبغي أن يلتزم بها الباحث في عمله البحثي، وتمثل الأمانة العلمية، والدقة، والمصادقية، والموضوعية مقوماتها الأساسية². وتُعرّف إجرائيًا بأنها مجموعة المبادئ والقيم والمعايير، وقواعد السلوك التي يجب أن يلتزم بها الباحث في مجال علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي.

د- الدراسات السابقة

أجرى الباحث مراجعة للدراسات السابقة التي لها صلة بالاعتبارات الأخلاقية في البحوث الجامعية على النحو الآتي:

أولاً: الدراسات العربية

¹- إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2017)، ص 176.

²- Elisabetta Locatelli, "Ethics of social media research: State of the debate and future challenges," Second international handbook of internet research (2020): 835-856.

- "ظاهرة الانتحال والسراقات العلمية: مراجعة علمية": هدفت الدراسة إلى مراجعة أدبيات الإنتاج الفكري العربي والأجنبي خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2019 حول موضوع الانتحال والسراقات العلمية، والتي بلغ عددها 55 مفردة، منها 26 دراسة عربية، و29 دراسة أجنبية، بهدف معرفة سمات الموضوع، وتحليل خصائصه الموضوعية، والزمنية، والنوعية، والكشف عما جرى التوصل إليه من نتائج تتعلق بهذه الظاهرة السلبية. وأوصت الدراسة بضرورة العمل على زيادة الإنتاج الفكري المكتوب باللغة العربية حول ظاهرة الانتحال والسراقات العلمية، إضافة إلى تنظيم الدورات التدريبية المتقدمة حول الكتابة الأكاديمية، والاستعانة بالبرمجيات التي تساعد على كشف الانتحال والسراقات العلمية.

- "قراءة في القيم الأخلاقية لأساسيات البحث العلمي"²: أشارت الدراسة إلى مفهوم القيم الأخلاقية، والنزاهة العلمية، وأهميتها في البحث العلمي، كما تناولت خصائص البحث العلمي، وأبرز النماذج العالمية لمواثيق الشرف، وقيم أخلاقيات البحث العلمي في عدد من المؤسسات البحثية العالمية، منها ميثاق شرف الجمعية الأميركية لبحوث الرأي العام، وميثاق أخلاقيات البحث العلمي للجمعية النفسية البريطانية، ومجموعة القواعد الأخلاقية التي وضعها مجلس تعليم الخدمة الاجتماعية الأميركي. وبيّنت الدراسة أهمية تشديد العقوبات على الانحرافات العلمية، مثل السرقة العلمية، ووضع ضوابط صارمة لتنظيم الترقيات العلمية في المؤسسات الأكاديمية.

¹- أحمد عبد الحميد حسين، "ظاهرة الانتحال والسراقات العلمية: مراجعة علمية"، المجلة العربية الدولية لإدارة المعرفة (المجلد 1، العدد 1، 2022)، ص 61-114.

²- كريمة بن الصغير، وآخرون، "قراءة في القيم الأخلاقية لأساسيات البحث العلمي"، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات (الجزائر، جامعة زيان عاشور الجفلة، المجلد 12، العدد 1، 2022)، ص 130-145.

- "برمجيات تحقيق النزاهة العلمية في الإنتاج الفكري مع التخطيط لتطوير برنامج عربي": تناولت الدراسة برمجيات كشف السرقات العلمية لتحقيق الأصالة في الإنتاج العلمي، ووظائف البرمجيات، وأسباب ظهورها، وأنواعها، وأبرز الأمثلة عليها، وأبرزت الملامح التخطيطية لإيجاد برنامج مقترح لكشف السرقات العلمية يتناسب مع طبيعة البيئة العربية، ويتضمن بيان الجمهور المقصود، والهدف من البرنامج، والجهة المسؤولة، وبيئة البحث (قواعد البيانات) الخاصة بالبرنامج، وتقديم تصور واضح لطريقة عمل البرنامج لكشف السرقات العلمية في الأبحاث باللغة العربية. واستخدم الباحث المنهج الوصفي بأسلوبه المسحي، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك ضرورة ملحة للاستعانة ببرمجيات الكشف عن الانتحال والسرقات العلمية نظرًا لخطورتها ومساسها بالحقوق الفكرية للآخرين. وأوصت الدراسة بضرورة استخدام الجامعات والمراكز البحثية لهذه البرمجيات، والسعي إلى تصميم برنامج عربي يوائم طبيعة البيئة البحثية العربية، ولغتها لكشف السرقات العلمية.

- "الانتحال العلمي: مفهومه وآليات ردعه"²: بينت الدراسة المفاهيم الأساسية للبحث العلمي وأخلاقياته وضوابطه، وأهميتها في تحقيق التميز. وأشارت إلى انتشار ظاهرة الانتحال والسرقات العلمية، وخروقات قواعد وأخلاقيات البحث العلمي، والإجراءات اللازمة للحد منها، وأكدت أهمية وضع الآليات المناسبة للكشف عن تلك الممارسات غير الأخلاقية، وضرورة محاسبة مرتكبيها. وخلصت توصيات الدراسة إلى

¹- أحمد عبد الحميد صالح، "برمجيات تحقيق النزاهة العلمية في الإنتاج الفكري مع التخطيط لتطوير برنامج عربي"، المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات (مصر، المجلد 1، العدد 1، 2021)، ص 15-38.

²- صفية بن زينة، "الانتحال العلمي: مفهومه وآليات ردعه"، مجلة جسر المعرفة (الجزائر، جامعة حسنية بنت بوعلي الشلف، المجلد 6، العدد 1، 2020)، ص 23.

المطالبة بإعداد دليل أخلاقيات البحث العلمي في الحقول المعرفية المتعددة يُبين سمات أخلاقيات البحث العلمي وأهميتها، وطالبت أساتذة الجامعات باتخاذ الإجراءات الفاعلة ضد حالات انتهاك حق المؤلف، وبخاصة في الرسائل والبحوث الجامعية.

- "البحث العلمي في العالم العربي: معوقات وآليات تطوير"¹: كشفت الدراسة طبيعة الصعوبات التي تواجه مسارات البحث العلمي في الوطن العربي، وأن البحوث الجامعية لا تزال متواضعة في المجالين، النظري والتطبيقي، وأن أغلب البحوث العلمية في الجامعات العربية هي لأغراض الترقية العلمية، ونادرًا ما توجه إلى معالجة قضايا المجتمع ومشكلاته. وخلصت الدراسة إلى صياغة استراتيجيات مقترحة لتطوير البحث العلمي في الوطن العربي أهمها زيادة الدعم المالي للبحث العلمي، وربط مشاريع البحوث العلمية بأهداف المجتمع، وقضايا المهمة.

- "معوقات البحث العلمي واستراتيجيات تطويره في المجتمع العربي"²: هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على طبيعة الصعوبات المتعددة التي تواجه مسار البحث العلمي في العالم العربي، والكشف عن أهم التحديات، وسبل مواجهتها. وخلصت نتائج الدراسة إلى أهمية وضع استراتيجيات علمية، وعملية لمستقبل البحث العلمي في العالم العربي من أجل تطويره، والرقى به، تتضمن توفير التمويل الحكومي للبحث العلمي لبناء بيئة بحثية غنية بالمصادر المعرفية، وداعمة للإبداع والابتكار، ووضع خطة تعاون بين الجامعات في الوطن

¹- علي سايح جبور، صفحي خلفي، "البحث العلمي في العالم العربي: معوقات وآليات تطوير"، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع (الجزائر)، جامعة محمد الصديق بن يحيى، المجلد 3، العدد 1، 2020، ص 72-90.

²- وشاح جودت فرج، "معوقات البحث العلمي واستراتيجيات تطويره في المجتمع العربي"، المجلة الدولية للبحوث النوعية المتخصصة (مصر، العدد 17، 2019)، ص 83 - 101.

العربي، وتوفير البيئة الجامعية، والوقت المناسب للقيام بالبحوث العلمية، واعتماد البحث العلمي الموجه.

ثانيًا: الدراسات الأجنبية

- "الأخلاق الإجرائية والموضوعية في تصميم نظم أخلاقيات البحث"¹: ناقشت الدراسة دور النظريات الأخلاقية الأساسية، مثل النظرية الإجرائية والنظرية الموضوعية، في تصميم نظم أخلاقيات البحث وتشكيل اتجاهات الأكاديميين الأخلاقية في البحث العلمي. وأشارت إلى دور تلك النظريات في تصميم أنظمة أخلاقيات البحث التي تمكن المصممين من إنشاء أنظمة لكسب ثقة الجمهور والحفاظ عليها، لاسيما في البحث واسع النطاق عبر الإنترنت. وقد صمّم الباحثان، جوناثان زونج (Jonathan Zong) وناثان ماتياس (Nathan Matias)، نظام "بارتلي" (Bartleby)، وهو نظام يعتمد الخوارزميات لاستخلاص المعلومات من آلاف المشاركين في سلسلة من الدراسات القائمة على الملاحظة والتجريبية بهدف استنباط وجهات نظر المبحوثين حول الدراسات التي شملتهم، وبما يعزز أخلاقيات البحث العلمي، ويزيد ثقة الجمهور بمجالاته.

- "الحاجة إلى تدريس أخلاقيات البحث جزءًا من منهج شهادة المدارس العليا في نيو ساوث ويلز"²: ركزت الدراسة على أهمية تدريس الطلبة في نيو ساوث ويلز بأستراليا أخلاقيات البحث جزءًا من منهج شهادة المدارس العليا. وأكدت الدراسة على ضرورة تطبيق أخلاقيات البحث من قبل مختلف الهيئات المؤسسية، وتعليم الباحثين مبادئ

¹ Jonathan Zong, J. Nathan Matias, "Bartleby: Procedural and Substantive Ethics in the Design of Research Ethics Systems," Social Media + Society 8, no. 1 (2022): 1-18.

² Natasha Todorov, "Research ethics should be taught as part of the NSW Higher School Certificate curriculum," Research Ethics 17, no. 1 (2021): 66-72.

أخلاقيات البحث لما لها من تأثيرات ثقافية مهمة، وتدريس مهارات البحث. وهي عملية تتكون من ثلاث مراحل؛ إذ يحتاج الطلبة تعلم تصميم البحث، وتقييم البحث، وأخلاقيات البحث التي تمثل جانباً مفقوداً في مناهج التعليم الثانوي، وتحتاج إلى تطوير القدرات العامة للطلبة سواء كانوا من الخريجين من مؤسسة ثانوية أو جامعية.

- "أخلاقيات البحث في مواقع التواصل الاجتماعي: حالة النقاش وتحديات المستقبل"¹: تناولت الدراسة تعريفات للمصطلحات الأساسية، مثل أخلاقيات البحث على الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، كخطوة أولية لتقييم القضايا الأخلاقية المتعلقة ببحوث وسائل التواصل الاجتماعي. كما نبّهت الدراسة الباحثين إلى اتخاذ المزيد من إجراءات التحقق في القضايا الأخلاقية لبحوث الإنترنت، مثل الخصوصية، والموافقة المستنيرة، وإخفاء الهوية، ومجلس المراجعة المؤسسية، وإمكانية التتبع، والتركيز على موضوعات جديدة، مثل البيانات الضخمة، وتخزين البيانات واسترجاعها.

- "النزاهة الأكاديمية والانتحال: اللوائح الجديدة في الهند"²: ناقشت الدراسة النزاهة الأكاديمية في الهند بعد إصدار اللوائح الجديدة التي اعتبرت عدم الأمانة في البحث والنشر، سواء أكانت مقصودة، أو غير ذلك، فعلاً يتجاوز الانحراف، وقد تكون عواقبه وخيمة وتأثيراته بعيدة المدى؛ إذ لا يزال التزام المحررين والمؤلفين بأخلاقيات النشر يشكل مصدر قلق عالمي. ورغم ذلك تظل أدوات العقاب الفعالة مبعثرة، وغير قادرة على الحد من هذه الظاهرة، فالانتحال عمل غير أخلاقي لكن لا يُنظر إليه باعتباره جريمة. ويشير دينيش قدم (Dinesh Kadam) إلى تشريع حكومة الهند لوائح جديدة لتعزيز

¹- Locatelli, "Ethics of social media research," 839.

²- Dinesh Kadam, "Academic integrity and plagiarism: The new regulations in India," Indian Journal of Plastic Surgery 51, no. 2 (2018): 109-110.

النزاهة الأكاديمية، ومنع الانتحال في مؤسسات التعليم العالي. وحددت الوثيقة المنشورة في الجريدة الرسمية للهند، في 31 يوليو/ تموز 2018، مفهوم السرقة الأدبية، وطرق التعامل معها وفقاً للوائح الجديدة.

- "أخلاقيات البحث في عصر البيانات الضخمة": أثارت الدراسة تساؤلات مهمة هي: كيف نجري بحثاً أخلاقياً في عصر البيانات الضخمة؟ وكيف نتعامل، باعتبارنا باحثين، مع عملنا بشكل أخلاقي عندما يتعلق الأمر بأدوات جمع البيانات الجديدة وتحليلها؟ وبينت الدراسة أن عصر البيانات الضخمة يتطلب وضع اعتبارات جديدة في السياق التقليدي لأخلاقيات البحث العلمي. لذا ينبغي أن تنظم الأسئلة الأخلاقية في أربع فئات واسعة من القيمة، هي: الدقة والمعاملة الإنسانية، والمشاركون المطلعون، وضرورة البحث، وإمكانية تطبيقه. وقد تصبح البيانات التي كانت مجهولة الهوية ذات يوم قابلة للتعريف، وتستمر إلى أجل غير مسمى، وقد تتعارض مع أهداف النشر. لذلك ينبغي احترام الأخلاقيات في أبحاث البيانات الضخمة، وإشراك المشاركين طوال العملية، وتجنب جمع المعلومات التي يجب أن تظل خاصة.

- "قضايا الأخلاق في بحث الأساليب الرقمية"²: ناقشت الدراسة قضايا الأخلاقيات في بحوث الأساليب الرقمية، وتناولت عدداً من القضايا الأخلاقية الرئيسة التي جرى تحديدها على أنها تتطلب عناية واهتماماً إضافيين من الباحثين في الأساليب الرقمية، وأشارت إلى أن المشكلات قد تظهر في تطبيق المبادئ التوجيهية الأخلاقية لضمان إجراءات

¹- Chris Alen Sula, "Research ethics in an age of big data," Bulletin of the Association for Information Science and Technology 42, no. 2 (2016): 17-21.

²- Claire Hewson, "Ethics issues in digital methods research," In Digital methods for social science (London: Palgrave Macmillan, 2016), 206-221.

قوية وصارمة لتمكين الالتزام بمبادئ الأخلاق الراسخة، وكذلك في معالجة التحديات الجديدة التي تظهر في سياق عبر الإنترنت. وتشمل القضايا الرئيسية تحديد ما هو عام وخاص على الإنترنت، ووضع إجراءات قوية للموافقة المستنيرة، والانسحاب، واستخلاص المعلومات، وحماية سرية المشاركين. وخلصت الدراسة إلى أن الأساليب الرقمية لا تزال في مهدها، وكذلك المبادئ التوجيهية الأخلاقية التي جرى تطويرها حتى الآن، وأن خبرات الباحثين في طور التشكيل والمراجعة، وبحاجة إلى صقل المبادئ التوجيهية الأخلاقية لبحوث الأساليب الرقمية.

ويتضح من استعراض الدراسات السابقة أن هناك شحاً في الدراسات العربية والأجنبية التي تتناول بالبحث إشكالية أخلاقيات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، لا سيما في الوطن العربي. وقد ركزت معظم الدراسات على أهمية حوكمة إجراءات تطبيق المعايير الأخلاقية في البحث العلمي بشكل عام، ولم تشر تحديداً إلى ما يتعلق ببحوث الإعلام والاتصال. واعتمدت أغلب الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي، بينما تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بأنها تناولت دراسة إشكالية أخلاقيات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال باستخدام المنهج المسحي لجمع البيانات، كما استفادت الدراسة الحالية في صياغة توصياتها بناء على ما تضمنته نتائج الدراسات السابقة التي أكدت ازدياد ظاهرة انتهاك أخلاقيات البحث العلمي بهدف معالجة الظاهرة في علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي.

ه- منهجية الدراسة وإجراءاتها

- منهج الدراسة

تنتمي الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية التي تقوم برصد ومتابعة ظاهرة ما؛ إذ يساعد ذلك في تقديم وصف دقيق للظواهر والمشكلات. وتعتمد الدراسة أيضًا منهج المسح الذي يساعد في جمع البيانات من المفردات البشرية في إطارها الوصفي أو التحليلي، ويتيح دراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد¹. وقد وظّفت الدراسة منهج المسح لجمع البيانات من عينة عمدية بشأن الاعتبارات الأخلاقية في البحوث الجامعية لعلوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي، وتحليلها وتفسيرها ومعرفة مستوى تأثيرها.

- مجتمع الدراسة وعيّنتها

يتمثل مجتمع الدراسة الكلي في أساتذة أقسام وكليات الإعلام والاتصال في الجامعات العربية كافة، ونظرًا لكبر حجم المجتمع اختار الباحث عينة عمدية من أساتذة أقسام وكليات الإعلام والاتصال في الجامعات العربية بلغ مجموعها 89 مبحوثًا، توزعت على هذا النحو: الأردن 16، العراق 16، مصر 12، فلسطين 9، الجزائر 8، السودان 6، لبنان 6، اليمن 4، الكويت 2، الإمارات 3، ليبيا 3، السعودية 1، المغرب 1، سوريا 1، عُمان 1.

- أداة الدراسة

صُمّمت استبانة الدراسة وفق خطوات منهجية؛ إذ جرى تقسيمها إلى خمسة محاور أساسية، وتحديد فقراتها البالغ عددها 22 بما يتوافق مع أسئلة الدراسة وأهدافها. كما تضمنت

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 2، (القاهرة، عالم الكتب، 2002)، ص 159.

الاستبانة المتغيرات ذات الصلة المباشرة بالأهداف المحددة للدراسة، ومن ثم قُسمت فقرات الاستبانة في محاور محددة شملت المحور الديمغرافي، ومحور مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في البحث العلمي، ومحور تأثيرات ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية في البحث العلمي، ومحور آليات حوكمة تطبيق أخلاقيات البحث العلمي، ومحور توظيف مخرجات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال لخدمة صناعة وريادة الإعلام العربي.

- صدق أداة الدراسة وثباتها

عرض الباحث أداة الدراسة على خمسة من الأساتذة المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص العاملين في كليات الإعلام والاتصال في الجامعات العربية لقياس صدق المحتوى الظاهري للاستبانة التي تضمنت 22 سؤالاً، ومعرفة دقة صياغة عباراتها ووضوحها، ومستوى ملاءمتها لقياس الأغراض المحددة. وجرى تقييم مضامين الفقرات بناء على عدة معايير، شملت ملاءمة الفقرات للمقياس، وسلامة الفقرات، ودقة صياغتها، ووضوح معانيها من الناحية اللغوية. وأجرى الباحث تعديلاً محدوداً على صياغة بعض فقرات الاستبانة، وفقاً لملاحظات المحكمين، وحذف بموجبه سؤالين لم ينالا نسبة اتفاق عالية عند المحكمين، وإضافة سؤالين غيرهما، وكانت نسبة اتفاق المحكمين عالية جداً تؤكد دقة وصلاحيّة الاستبانة.

جرى احتساب ثبات أداة الدراسة بطريقة الاتساق الداخلي، وبتطبيق معادلة "كرونباخ ألفا" (Cronbach's alpha) لقياس ثبات كل محور من محاور الاستبانة، فضلاً عن معامل الثبات العام لفقرات الاستبانة كافة. وقد أظهرت نتيجة الاختبار أن قيمة معامل الثبات العام قد بلغت (0.87)، وهي نسبة ثبات عالية لاعتماد نتائج الاستبيان في هذه

الدراسة. ويوضح الجدول 1 معامل الثبات العام، ومعامل الثبات لكل محور من محاور الدراسة.

جدول (1): معامل الثبات كرونباخ ألفا لمحاور الدراسة ومعامل الثبات العام

م	المجال	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
1	المعلومات الديمغرافية	4	0.93
2	مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في البحث العلمي	6	0.89
3	تأثيرات ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية في البحث العلمي	4	0.84
4	آليات حوكمة تطبيق أخلاقيات البحث العلمي	4	0.81
5	توظيف مخرجات البحث العلمي في صناعة وريادة الإعلام العربي	4	0.88
	معامل الاتساق الكلي لمحاور الدراسة	22	0.87

– المعالجة الإحصائية

استُخدم العديد من الإجراءات والأساليب الإحصائية استعانة بالبرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS Version 25)، لاستخراج النتائج، وذلك بحساب التكرارات، والنسب المئوية لأغراض بيان توزيع العينة، وخصائصها، وحساب المتوسطات الحسابية لفقرات الاستبانة، والانحرافات المعيارية لكل محور من المحاور الرئيسة للاستبانة، وحساب معامل ارتباط (كرونباخ ألفا) لأغراض قياس مستوى الثبات. وتم تحديد مستوى قيمة قياس طبيعة الاستجابة على النحو الآتي: من (3.51 – 5) عالية، ومن (2.51 – 3.50) متوسطة، ومن (1 – 2.50) منخفضة.

و- الإطار النظري

أولاً: أخلاقيات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال

يُعتبر تطبيق أخلاقيات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال، والالتزام بمبادئها وقيمها، مدخلاً أساسياً لضمان جودة التعليم العالي والبحث العلمي وفاعليته في خدمة الإنسان والمجتمع. وهو ما يتطلب قدرًا عاليًا من النزاهة والمصداقية والدقة، والموضوعية والحياد، لأن البحث العلمي هو عملية تقصّ منظمة تستخدم الأساليب والمناهج العلمية بهدف التأكد من صحتها، أو تعديلها أو إضافة ما هو جديد ومبتكر لها¹. والبحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ينبغي أن يكون عملاً منظمًا، يبحث في العلاقات المتبادلة بين الظواهر والأحداث، والمتغيرات المختلفة، بهدف إيجاد حلول للمشكلات التي تواجه القائم بالاتصال أو الجمهور المتلقي، أو الوسيلة، والتأثيرات المتداخلة لتلك العناصر، والارتقاء بمستوى أداء وسائل الإعلام والاتصال لخدمة المجتمع. إن ضعف أخلاقيات البحث العلمي أو غيابها لدى الباحثين له تأثيرات سلبية على مستوى الفرد والمجتمع، وكذلك على مستوى جودة التعليم والبحث العلمي. فجودة البحث العلمي عامل مهم يُسهم في تقدّم المجتمعات والشعوب، لذلك نجد الكثير من الدول تخصص أموالاً ضخمة في ميزانياتها للإنفاق على البحث العلمي ودعم الباحثين لتوفير الأجواء والحوافز التشجيعية لأداء مهامهم على نحو مبدع ومتميز. ويمكن صياغة مفهوم أخلاقيات البحث العلمي على النحو الآتي: أخلاقيات البحث العلمي هي مجموعة المبادئ والقيم والمعايير، وقواعد السلوك المتسم بالنزاهة والمصداقية والدقة والموضوعية والحياد، الذي يجب على الباحث الالتزام به في عمله البحثي.

¹ - عبد الله زرباني وعبد الكريم بوحيمدة، "دور أخلاقيات البحث العلمي وتأثيرها على جودة البحوث العلمية"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات (الجزائر، جامعة غرداية، المجلد 13، العدد 2، 2020)، ص 744-760.

ومن ضوابط أخلاقيات البحث العلمي أن يكون الباحث أميناً وصادقاً في جمع ونقل المعلومات والبيانات والملاحظات من مصادر متعددة وموثوقة، ودقة اقتباس آراء الآخرين والإشارة إليها، وعدم تزوير المعلومات والبيانات التي يحصل عليها¹، وهي من الأمور الأساسية في علمية البحث وأصالته. ومن مظاهر عدم الأمانة العلمية سرقة بحوث الغير، فالسرقة العلمية تُعد من المشاكل الأخلاقية المعقدة، خاصة في البيئة الجامعية². وينبغي أن يكون الباحث موضوعياً في تحليله للمعلومات، والبيانات وصياغة النتائج، ويتعدى عن المبالغة والتحيز، وعرض الآراء، والمعلومات كاملة دون حذف متعمد يخل بمضمونها³.

ثانياً: إشكالية الأخلاقيات وتأثيرها على جودة التعليم

لم تنل أخلاقيات البحث العلمي في الإعلام والاتصال ذلك الاهتمام الذي حظيت به في العلوم الأخرى، مثل موثيق أخلاقيات الطب. إن الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي له دور كبير في ضمان جودة التعليم ومخرجاته التي ستؤدي إلى زيادة مؤشرات تقدم البحث العلمي وخدمة المجتمع وخلق البيئة الملائمة للتنافس مما ينعكس أثره إيجاباً على المستوى العلمي للطلبة وأعضاء الهيئات التدريسية، ويتيح فرص التفوق والتنافس وفقاً لمتطلبات سوق العمل. وقد برزت في الآونة الأخيرة عدة إشكاليات، وقضايا تتعلق بتطبيق الاعتبارات الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي، هي:

1. عدم الأمانة العلمية والانتحال وسرقة بحوث الآخرين.

¹- المرجع السابق، ص 742.

²- صفية، "الانتحال العلمي: مفهومه وآليات رده"، مرجع سابق، ص 19-49.

³- ممدوح صوفان وعبد الله جمال، ونيفين البكري، دليل أخلاقيات البحث العلمي، (مصر، كلية العلوم فرع دمياط، 2012)، ص 17.

2. افتقار البحوث الجامعية للسمات المميزة التي من شأنها تطوير فرص تقدُّم وريادة مؤسسات الإعلام العربي.

3. المتاجرة ببيع الشهادات والبحوث الجامعية (رسائل الماجستير، وأطروحات الدكتوراه) ليس على مستوى دولة عربية واحدة، وإنما على مستوى أكثر من دولة عربية وأجنبية أيضًا؛ إذ انتشرت إعلانات بيع الخدمات البحثية التجارية التي يجري تسويقها عبر صفحات شبكة الإنترنت أو شبكات التواصل الاجتماعي.

4. ندرة البحوث الإعلامية التي تعالج القضايا الأساسية القائمة في واقع مؤسسات الإعلام والاتصال في الوطن العربي، مثل تراجع اقتصاديات الصحافة المطبوعة.

5. بروز ظاهرة التركيز على الكمّ دون النوع في نشر البحوث الجامعية كمؤشر من شروط ضمان الجودة.

6. المبالغة في عدد أعضاء الفرق البحثية، وإضافة أشخاص لم يشاركوا فعليًا في البحث، وذلك ضمن البحث عن الكمّ لأغراض الترقية.

ثالثًا: المعضلات الأخلاقية للثورة الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي

بعد تنامي الثورة الرقمية، وظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي، يُعد مجال الأخلاقيات في تقنيات المعلومات من الموضوعات الجديدة الناشئة في بحوث العلوم الاجتماعية والإنسانية؛ إذ لا تزال محاولات قياس الآثار الاجتماعية لتطبيق النظريات الأخلاقية على نظم المعلومات والاتصال الرقمية، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بداياتها، وضمن مرحلة بناء الأطر الأخلاقية القيمية التي ينبغي أن تتبناها وتعمل بموجبها. وتمثل هذه المرحلة بحدّ ذاتها معضلة أخرى تتعلق بخصوص موضوع الأخلاق نفسها وفلسفتها،

فإذا كان على الذكاء الاصطناعي أن يعمل وفقاً لنموذج أخلاقي معين، فما النموذج الأصح، لاسيما "أن النماذج الأخلاقية والقيم تختلف باختلاف الثقافات والشعوب والأديان، وحتى ضمن إطار الدولة الواحدة والشعب الواحد. وقد تختلف تلك النماذج من حين لآخر، ومن مجموعة إلى أخرى، ناهيك عن الاختلاف بين الأفراد أنفسهم؟"¹.

وهناك مخاوف من تطبيق وتطوير أنظمة وتقنيات الثورة الرقمية والذكاء الاصطناعي، بسبب ما تنطوي عليها من تحديات ومخاطر يمكن تسميتها بالأبعاد الأخلاقية التي ستؤدي إلى ظهور معضلات أخلاقية، مثل انتهاك الملكية الفكرية، والخصوصية والأمن، والتحيز، وعدم السيطرة على البيانات الخاصة، أو تعرض تطبيقات التعلم الآلي في الذكاء الاصطناعي الخاصة بتحرير التقارير الصحفية إلى التزييف بناء على معلومات مضللة؛ مما سيؤدي إلى إنتاج تقارير تتضمن معلومات مغلوطة، أو مبالغ فيها أو زائفة. وهو ما يبرز الحاجة الملحة إلى قيام الباحثين بتحديد ودراسة القضايا الأخلاقية والقانونية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال، وآثارها المجتمعية، ورسم آلية تنظيمية تحكم عمل تلك التطبيقات، وتحديد وظائفها ومهامها، وصياغة الأطر الأخلاقية والقانونية التي تضمن الحفاظ على حقوق الإنسان الأساسية، ووضع نظام قيم يحمي العلاقة بين التطبيقات الذكية والإنسان في عصر قد تتفوق فيه الآلة على البشر، وتطوير السياسات والإدارة والتنظيم بطريقة ذكية لضمان أن تعود بالفائدة على المجتمع، وأفراده

¹- Gamal Ali ElDahshan, "Ethics of scientific research in the era of the fourth industrial revolution," Sohag University International Journal of Educational Research 2, no. 2 (2020): 8-29.

مع الحفاظ على القيم الأخلاقية والمجتمعية؛ إذ "لا توجد تقنية سيئة... هناك مستخدمون سيئون"¹.

2. نتائج الدراسة

أ- المتغيرات الديمغرافية للدراسة

تشير نتائج الجدول (2) إلى أن نسبة عينة الذكور هي الأعلى؛ إذ بلغت 77.5٪ ويعزى ذلك إلى ارتفاع نسبة الذكور العاملين في ميدان العمل الأكاديمي بتخصص الإعلام. أما فيما يتعلق بالرتبة العلمية، فقد كانت رتبة أستاذ مساعد هي الأعلى بنسبة 35.9٪، بينما جاءت رتبة مدرس بنسبة 26.9٪، وبلغت نسبة رتبة أستاذ 22.5٪، وجاءت رتبة أستاذ مشارك بنسبة 14.7٪. ويدل ذلك على أن نسبة المشاركين في العينة من ذوي الرتب الأكاديمية العليا هم الأكثرية. وأشارت النتائج إلى أن نسبة المبحوثين الذين لهم 10 سنوات خبرة فأكثر، بلغت 43.8٪، ويمثلون النسبة الأعلى، بينما جاءت نسبة الذين تراوحت خبرتهم من 6 إلى 9 سنوات 11.2٪ وهي الأقل، ويُستدل من ذلك على أن النسبة الأعلى من المبحوثين هم من ذوي الخبرة في العمل الأكاديمي بتخصص الإعلام والاتصال المؤهلين لتقييم مستوى تطبيق البحوث الجامعية للاعتبارات الأخلاقية في علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي. ويتضمن الجدول (2) خصائص العينة والمتغيرات تبعاً للنوع الاجتماعي، والتحصيل الدراسي، والرتبة العلمية، وسنوات الخبرة.

¹- Ibid, 25.

جدول (2): خصائص العينة

م	الموضوع	المتغير	العدد	%
1	النوع الاجتماعي	ذكر	69	77.5
		أنثى	20	22.5
		المجموع	89	100
2	التحصيل الدراسي	دكتوراه	64	71.9
		ماجستير	25	28.1
		المجموع	89	100
3	الرتبة العلمية	أستاذ	20	22.5
		أستاذ مشارك	13	14.7
		أستاذ مساعد	32	35.9
		مدرس	24	26.9
		المجموع	89	100
4	سنوات الخبرة	3-1	27	30.4
		6-4	13	14.6
		9-7	10	11.2
		10 فأكثر	39	43.8
		المجموع	89	100

ب- مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي

يبيّن الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي، والمتوسط الحسابي للمحور ككل. فقد جاءت الفقرة رقم (4) التي نصّت على: "وضوح مفهوم أخلاقيات البحث العلمي لدى أساتذة الإعلام والاتصال" بأعلى متوسط حسابي

(3.67)، وبانحراف معياري بلغ (0.83)، وكانت الدرجة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (2) التي تنص على: "يلتزم الباحثون الأمانة العلمية، والإشارة بدقة للمصادر" بأقل متوسط حسابي (2.91) وبانحراف معياري بلغ (1.48) وكانت الدرجة متوسطة، وجاء المحور ككل بمتوسط حسابي (3.41) وبانحراف معياري (0.66) وكانت الدرجة متوسطة.

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي

م	الموضوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الرتبة
1	يلتزم الباحثون في علوم الإعلام والاتصال بأخلاقيات البحث العلمي	3.47	1.07	متوسط	4
2	يلتزم الباحثون الأمانة العلمية والإشارة بدقة للمصادر	2.91	1.48	متوسط	6
3	يتوخى الباحثون الموضوعية والحياد في بحوثهم	3.39	1.25	متوسط	5
4	وضوح مفهوم أخلاقيات البحث العلمي لدى أساتذة الإعلام والاتصال	3.67	0.83	مرتفع	1
5	وجود ميثاق أو معايير لأخلاقيات البحث العلمي في كليات الإعلام والاتصال	3.58	1.08	متوسط	2
6	يحرص الباحثون على الدقة في جمع المعلومات وتحليلها	3.48	1.18	متوسط	3
المتوسط الحسابي للمحور ككل		3.41	0.66	متوسط	-

ج- تأثيرات ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال
يوضح الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور تأثيرات ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية

في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي، والمتوسط الحسابي للمحور ككل. فقد وردت الفقرة رقم (1): "تؤثر ظاهرة المتاجرة ببيع الخدمات البحثية على جودة البحث العلمي ومخرجاته" بأعلى متوسط حسابي (4.43)، وبانحراف معياري بلغ (1.51)، وكانت الدرجة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (4): "تزييف البيانات ونتائج البحوث يلحق ضرراً بمستوى كفاءة الدراسات العليا في كليات الإعلام والاتصال" بأقل متوسط حسابي (3.00)، وبانحراف معياري بلغ (1.37) وكانت الدرجة متوسطة، وجاء المحور ككل بمتوسط حسابي (3.90)، وبانحراف معياري (0.56)، وكانت الدرجة مرتفعة.

جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تأثيرات ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال

م	الموضوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الرتبة
1	تؤثر ظاهرة المتاجرة ببيع الخدمات البحثية على جودة البحث العلمي ومخرجاته	4.43	1.51	مرتفع	1
2	ظاهرة المبالغة في عدد أعضاء الفرق البحثية بمجال الإعلام تقلل من جودة البحث العلمي	4.29	0.75	مرتفع	2
3	الانتحال يفقد البحث العلمي قيمته العلمية والعملية	3.90	0.93	مرتفع	3
4	تزييف البيانات ونتائج البحوث يلحق ضرراً بمستوى كفاءة الدراسات العليا في كليات الإعلام والاتصال	3.00	1.37	متوسط	4
-	المتوسط الحسابي للمحور ككل	3.90	0.56	مرتفع	-

د- محور آليات حوكمة تطبيق أخلاقيات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال

يشير الجدول (5) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور مستوى آليات حوكمة تطبيق أخلاقيات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال والمتوسط الحسابي للمحور ككل. فقد جاءت الفقرة رقم (1) التي نصّت على: "يخضع تطبيق أخلاقيات البحث العلمي للتدقيق عند نشر البحوث" بأعلى متوسط حسابي (3.28)، وبانحراف معياري بلغ (1.23)، وكانت الدرجة متوسطة، بينما جاءت الفقرة رقم (2) التي تنص على: "تخضع جميع البحوث قبل النشر لفحص برنامج كشف الاستلال العلمي "تيرنيتين" (Turnitin) لتعزيز النزاهة الأكاديمية" بأقل متوسط حسابي (3.00)، وبانحراف معياري بلغ (1.34)، وكانت الدرجة متوسطة، وجاء المحور ككل بمتوسط حسابي (3.13)، وبانحراف معياري (0.73)، وكانت الدرجة متوسطة.

جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات آليات حوكمة تطبيق

أخلاقيات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الرتبة
1	يخضع تطبيق أخلاقيات البحث العلمي للتدقيق عند نشر البحوث	3.28	1.23	متوسط	1
2	تخضع جميع البحوث قبل النشر لفحص "تيرنيتين" لتعزيز النزاهة الأكاديمية	3.00	1.34	متوسط	4
3	يخضع البحث العلمي لضوابط تحكيم دقيقة ومنصفة	3.04	1.26	متوسط	3
4	هناك دور رقابي للجامعات يسهم بالارتقاء في أخلاقيات وجودة البحث العلمي	3.23	1.03	متوسط	2
-	المتوسط الحسابي للمحور ككل	3.13	0.73	متوسط	-

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور توظيف مخرجات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال لخدمة صناعة وريادة الإعلام العربي، والمتوسط الحسابي للمحور ككل. فقد جاءت الفقرة (5): "يوظف الباحثون مخرجات البحث العلمي للارتقاء بأداء المؤسسات الإعلامية العربية" بأعلى متوسط حسابي (2.53)، وبانحراف معياري بلغ (0.32)، وكانت الدرجة متوسطة، بينما جاءت الفقرة (3): "تثق المؤسسات الإعلامية العربية بنتائج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال" بأقل متوسط حسابي (1.57) وبانحراف معياري بلغ (0.20) وكانت الدرجة منخفضة، وجاء المحور ككل بمتوسط حسابي (2.26) وبانحراف معياري (0.23) وكانت الدرجة منخفضة.

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات

توظيف مخرجات بحوث الإعلام والاتصال لخدمة صناعة وريادة الإعلام العربي

م	الموضوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الرتبة
1	تُشجع الجامعات البحث العلمي لصياغة مخرجات تخدم صناعة وريادة الإعلام العربي	2.51	0.31	متوسط	2
2	يُوظف الباحثون مخرجات البحث العلمي للارتقاء بأداء المؤسسات الإعلامية العربية	2.53	0.32	متوسط	1
3	تثق المؤسسات الإعلامية العربية بنتائج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال	1.57	0.20	منخفض	4
4	تدعم المؤسسات الإعلامية العربية البحث العلمي لتطوير صناعة وريادة الإعلام	2.43	0.29	منخفض	3
-	المتوسط الحسابي للمحور ككل	2.26	0.23	منخفض	-

بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي كان بدرجة متوسطة، وأن قضايا حيوية مثل التزام الباحثين بأخلاقيات البحث العلمي، والأمانة العلمية، ودقة المصادر، والموضوعية والحياد، لا يتم تطبيقها بشكل منهجي وعلمي متكامل. وتؤكد هذه النتيجة إشكالية عدم التزام بعض الباحثين بأخلاقيات البحث العلمي، ويعزى ذلك إلى تجاهل نسبة غير قليلة من الباحثين لتطبيق المعايير الأخلاقية في البحوث الجامعية، وضعف آليات حوكمة تحكيم البحوث الجامعية. وهو ما يتطلب ضرورة قيام كليات الإعلام في الجامعات العربية بصياغة دليل توجيهي عملي لضبط الممارسة المعيارية في البحث الأكاديمي بحقل الإعلام والاتصال، فضلاً عن أهمية تكثيف جهودها لرفع مستوى ثقافة الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي. وتتفق هذه النتيجة مع أغلب ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة، ومنها دراسة (Todorov 2021)¹، ودراسة (بن زينة، 2020)²، ودراسة (حسين، 2022)³.

- أكدت النتائج أن مستوى تقديرات المبحوثين لتأثيرات ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال كان مرتفعاً؛ إذ تفيد هذه النتيجة ب بروز ظواهر سلبية تتنافى مع أخلاقيات البحث العلمي، ولها تأثيرات سلبية على جودته ومخرجاته، منها ظاهرة المتاجرة العلنية ببيع الخدمات البحثية، وهي الظاهرة السلبية

¹- Todorov, "Research ethics should be taught as part of the NSW Higher School Certificate curriculum,": 69.

²- بن زينة، "الانتحال العلمي: مفهومه وآليات ردعه"، مرجع سابق، ص 195.

³- حسين، "ظاهرة الانتحال والسرقات العلمية: مراجعة علمية"، مرجع سابق، ص 91.

الأبرز، إضافة إلى ظاهرة المبالغة في عدد أعضاء الفرق البحثية، وظاهرة الانتحال التي تُفقد البحث العلمي الجامعي قيمته العلمية والعملية. وتعزى هذه النتيجة إلى ضعف أطر الرقابة والمساءلة القانونية من قِبَل المؤسسات الرسمية العربية، والجامعات في محاربة ظاهرة المتاجرة العلنية ببيع البحوث الجامعية، وكذلك ضعف إجراءات تقييم وتحكيم البحوث الجامعية وتدقيقها قبل النشر، وعدم استخدام البرمجيات من بعض الجامعات والمجلات العلمية المحكّمة لكشف الانتحال، وضبط جودة البحث العلمي، وغياب الأسس والمعايير في التقييم، مما يساعد على تمرير بحوث جامعية تفتقر إلى المنهجية العلمية السليمة، أو غير متوافقة مع أخلاقيات البحث العلمي. وتتفق هذه النتيجة مع رؤى دراسة (بن الصغير، والعافري، وهامل، 2021)¹، ودراسة (صالح، 2021)²، ودراسة (Kadam 2018)³ التي أكدت بروز ظاهرة الانتحال في البحث العلمي.

- أفادت النتائج أن آليات حوكمة تطبيق أخلاقيات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال غير فاعلة بالقدر الكافي، وبحاجة إلى مراجعة وصياغة أطر فاعلة لتطبيق أخلاقيات البحث العلمي قبل نشر البحوث، ويتطلب إخضاعها للمراجعة العلمية الرصينة، والفحص باستخدام برمجيات قياس النزاهة الأكاديمية، مثل برنامج "تينتين"، وكذلك إخضاع البحوث الجامعية لضوابط تحكيم دقيقة ومنصفة لضمان عدم نشر

¹ - بن الصغير، وآخرون، "قراءة في القيم الأخلاقية لأساسيات البحث العلمي"، مرجع سابق، ص 143.

² - صالح، "برمجيات تحقيق النزاهة العلمية في الإنتاج الفكري مع التخطيط لتطوير برنامج عربي"، مرجع سابق، ص 24.

³ - Kadam, "Academic integrity and plagiarism,": 110.

البحوث التي لا تراعي أخلاقيات البحث العلمي، وكذلك تفعيل الدور الرقابي للجامعات العربية بهدف الارتقاء بأخلاقيات وجودة البحث العلمي. وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء بدراسة (Zong & Matias 2022)¹، ودراسة (صالح، 2021)²، ودراسة (Claire 2016)³، ويستدل من هذه النتيجة على ضرورة صياغة دليل توجيهي عملي لضبط الممارسة المعيارية في البحث الأكاديمي بحقل الإعلام والاتصال.

- دلت نتائج الدراسة على ضعف مستوى توظيف مخرجات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال لخدمة صناعة وريادة الإعلام العربي، ويعزى سبب ذلك إلى أن هناك عددًا كبيرًا من البحوث الجامعية لا تولي أهمية لدراسة المشكلات الأساسية التي تواجه مؤسسات الإعلام العربي، وصياغة رؤى من شأنها الإسهام في تقدم صناعة واقتصاديات الإعلام العربي، وتطوير مؤسساته، واستشراف استراتيجيات لمواجهة التحديات التي تعترضه، بناء على متابعة المتغيرات السريعة في بيئة تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام. ويعزى ضعف مستوى توظيف مخرجات البحث العلمي لتطوير صناعة وريادة الإعلام العربي إلى سببين: أولهما: عدم دعم تلك المؤسسات الإعلامية للبحوث الجامعية، وتجسير العلاقة بينها وبين كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العربية، وثانيهما: تدني مستوى ثقة المؤسسات الإعلامية العربية بنتائج البحوث الجامعية في علوم الإعلام والاتصال، فضلًا

¹ Zong and Matias, "Bartleby: Procedural and Substantive Ethics in the Design of Research Ethics Systems," 10.

² - صالح، "برمجيات تحقيق النزاهة العلمية في الإنتاج الفكري مع التخطيط لتطوير برنامج عربي"، مرجع سابق، ص 21.

³ - Claire, "Ethics issues in digital methods research," p 219.

عن ندرة البحوث العربية الرصينة التي تتناول الرؤى الاستشرافية لمستقبل وسائل الإعلام العربية في ظل تحديات التقدم السريع في التكنولوجيا، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء بدراسة (جبور وخلفي، 2018)¹.

4. توصيات

- ضمان جودة التعليم العالي يستلزم إجراءات فاعلة وسريعة لرسم أطر المساءلة القانونية من الجهات الحكومية في الدول العربية للحد من ظاهرة الانتحال والمتاجرة في البحوث، وأهمية مقاضاة مروجيها لتأثيراتها الخطيرة على مستقبل التعليم وجودته.
- تفعيل الدور الرقابي والمساءلة من قبل وزارات التعليم العالي في الوطن العربي في قضايا النزاهة والأمانة العلمية.
- أهمية توظيف بحوث الإعلام لاستقراء تأثيرات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على المؤسسات الإعلامية العربية، والقائم بالاتصال والجمهور.
- اعتماد مؤشرات تقييم جودة البحث العلمي أساساً لاعتمادات ضمان الجودة في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العربية.
- عقد اجتماع على مستوى الخبراء من أساتذة الإعلام والاتصال في الوطن العربي تدعو له المنظمة العربية للثقافة والعلوم التابعة لجامعة الدول العربية -إدارة العلوم والبحث

¹- جبور، خلفي، "البحث العلمي في العالم العربي"، مرجع سابق، ص 88.

العلمي - لبحث تشكيل مجلس تنسيقي لكليات الإعلام والاتصال في الوطن العربي على مستوى الخبراء في مجال الإعلام والاتصال بهدف:

- صياغة ميثاق موحد لأخلاقيات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.
- صياغة أطر استراتيجيات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال لتوظيف مخرجات البحث العلمي لخدمة صناعة وريادة الإعلام العربي، والارتقاء بواقع عمل واقتصادات المؤسسات الإعلامية العربية.
- رعاية بحوث الابتكار والمشاريع الريادية للشباب في علوم الإعلام والاتصال.
- صياغة رؤية مشتركة لربط بحوث الإعلام في الوطن العربي بتطوير مناهج أقسام وكليات الإعلام.
- وضع معايير دقيقة لتقييم بحوث الإعلام والاتصال لغرض اعتمادها في الترقّيات العلمية.

- صياغة مبادئ أساسية عامة لحوكمة تحكيم نشر بحوث الإعلام والاتصال.
- إعداد دليل توجيهي عملي لضبط الممارسة المعيارية في البحث الأكاديمي بحقل الإعلام والاتصال يتضمن المبادئ الأخلاقية الأساسية في البحث بمجال الإعلام والاتصال، مثل: الدقة والمصداقية في نقل المعلومات والبيانات، وتفسير النتائج، والأمانة العلمية في النقل والاقتباس، وتعزيز نطاق التعاون العلمي بالاعتماد على هدف المشاركة العلمية بتبادل الخبرات والمعلومات والاستعانة بالثقة المتبادلة بين الباحثين، والموضوعية في تجسيد فكرة الحياد، والابتعاد عن التحيز والانفعالات،

وتجنب المبالغة، والمحظورات، مثل: الانتحال، واحترام الخصوصيات، ومراعاة أخلاقيات البحث عبر الإنترنت، وبالوسائل الرقمية.

- تنظيم دورات تدريبية لأعضاء الهيئات التدريسية في التخصص من الخبراء حول المبادئ الأساسية للمعايير الأخلاقية الواجب توافرها في بحوث الإعلام والاتصال، وأساليب تقييم وتحكيم البحوث الجامعية.

خلاصات واستنتاجات

في ظل التحولات التي تعرفها الظواهر والصناعات الإعلامية، وتُعَدُّ البحث في مجال الإعلام الرقمي وخصوصيته، بات الوعي بأهمية ابتكار أطر معرفية تقوم على أدوات علمية جديدة وعُدَّة منهجية متعددة لشرح وتأويل وفهم هذه الظواهر، يزداد بصورة تلقائية. وهو ما تشير إليه المؤتمرات العلمية التي تُنظَّمها المراكز البحثية والمؤسسات الأكاديمية لمناقشة مسارات تطوير البحث العلمي في حقل الاتصال والإعلام، لاسيما التأثيرات العميقة التي أحدثتها الرقمنة الاجتماعية في هذا الحقل، ومحاولة استكشاف الإستراتيجيات البحثية والرؤى المنهجية المناسبة للتعامل مع الظواهر الاتصالية والإعلامية الرقمية.

وعلى الرغم من أهمية التطور الذي تشهده خريطة مناهج البحث الإعلامي، وظهور مناهج رقمية، مثل الإثنوغرافيا الرقمية، ومناهج تحليل الشبكات الاجتماعية، يرى الدكتور يوسف تمار أن الإرث العلمي العربي جدير بأن يشكّل القاعدة الأساسية لانطلاق التفكير في مقاربات أصيلة لدراسة الإعلام الجديد وفهمه، سواء أكان هذا الإرث في علم الاجتماع (عبد الرحمن بن خلدون)، أم في علم النفس (ابن إسحاق الكندي وابن الصائغ المعروف بابن باجة)، أو علم السياسة (عبد القادر بن عمر البغدادي، والمرضى الزبيدي)، أو حتى في أنثروبولوجيا المنطقة العربية (أبو عثمان عمرو بن بحر الجاحظ، وأحمد بن

مسكويه) وغيرهم كثير جدًا سواء من القدماء أم المحدثين، وسواء في هذه العلوم أم في العلوم التي يمكن أن ننهل منها مبادئ نظرية ومنهجية لدراسة الإعلام الجديد.

ويؤكد الدكتور تمار أن وعي الباحثين والإعلاميين العرب بالوضع السابق أصبح قائمًا، لأن الكثير منهم يصرّحون به في الكثير من مداخلاتهم، فهذا يوسف محمد السماسيري يقول في هذا الشأن: "إن البحث العلمي في حقل علوم الإعلام والاتصال في البلدان العربية سيظل قاصرًا، ما لم يتمكن من إنتاج نظرية خاصة به، ولم يحقق استقلاليته عن النظريات الغربية، وسيتطور هذا البحث إذا وظّف الباحثون العرب نظريات الإعلام والاتصال عندما يتمكنون من تحقيق الاستقلالية". وإذا بقيت البحوث العربية في منزلة بين المنزلتين، فلا هي تملك النظريات لعلوم الإعلام والاتصال بشكل خلاق من خلال تجريبيها وتعديلها وإثرائها وتجديدها، ولا هي بادرت إلى استنباط مرجعيات جديدة وأصيلة نابعة من رحم الواقع العربي، فإن هذا الوضع يؤدي إلى نتائج خطيرة منها غلبة المقاربة الوصفية (وهو المستوى الأول من البحث)، وهيمنة الأسلوب الإنشائي الخطابي والانسياق وراء التعميمات واختزال البحث في الإعلام في الدراسة الكمية التي لم تفض التراكمات المتواصلة إلى معارف نظرية تؤسس لشرعية العلم.

وخلصت الدكتورة مي العبد الله إلى أن العائق الأساسي للمشاركة في الإنتاج المعرفي الإعلامي في المنطقة العربية هو غياب السياسات والرؤى البحثية، والمختبرات والفرق البحثية التي تحتضن الأعمال البحثية وتستثمر نتائج الدراسات التي تذهب سدى وتبقى من غير فائدة عملية. والجهود البحثية موجودة في العالم العربي، لكنها لم تثمر بسبب غياب سياسات البحث العلمي وضعفها. من هنا، يضيع مفهوم البحث العلمي لدى الباحثين أنفسهم، فيركزون على المناهج الثقيلة والأفكار الشائعة والنظريات الموروثة، دون محاولة

تقديم المختلف والجديد؛ فالبحث هو إما للترقية أو واجب مفروض، أو وسيلة للتكوين الأكاديمي للتخرج لممارسة مهنة التعليم في الجامعة، ولا فائدة منه أكثر من ذلك في نظر الباحثين. أما الخروج بنظريات علمية فهذا ليس من شأنهم، أو أكثر من ذلك، ما لا قدرة لهم عليه.

وترى الدكتورة العبد الله أن معظم الباحثين العرب اكتفوا إلى الآن بإجراء البحوث الكمية، فالطلب الاجتماعي على بحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية ما زال محدوداً، ومرتهناً بمنطقي السوق والأيدولوجيا. وإذا عَدَدْنَا السوق قوة ناشئة في المنطقة العربية تحرّك الاستهلاك الإعلامي والثقافي، فإنها تحتاج إلى الدراسات الكيفية التي تركز على تحليل حاجات الجمهور وكيفية تلبيتها.

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الأكاديمي سعد سلمان المشهداني أن المعوقات التي يعاني منها الأستاذ الجامعي في الدرس الأكاديمي الإعلامي - بسبب ضعف التحصيل الدراسي للطالب في مراحل التعليم العام، وعدم تمكنه من مهارات التعلم الأساسية، مثل: مهارات القراءة والكتابة، فضلاً عن إهمال الطالب للاستعداد والتحضير لحضور المحاضرات التعليمية - تؤثر بشكل سلبي في إستراتيجية الأستاذ الجامعي وتجبط رغبته في تطوير الدرس الأكاديمي. وأكدت نتائج الاستبانة أن الأستاذ الجامعي مثقل بأعباء الدرس الأكاديمي وأعمال إدارية وبحثية ونشاطات علمية تتعلق بوجوب مشاركته بحضور الندوات والمؤتمرات وتقديم أبحاثه، فضلاً عن تكلفه بمحاضرات إضافية بسبب قلة أعضاء هيئة التدريس في الأقسام العلمية للكلية، وهذا ما يؤثر سلباً على تطويره

للمنهج الدراسي للمقررات التي يدرسها بسبب تشتت جهده وحالة الارتباك الناتجة عن تكليفه بأكثر من مهمة ونشاط إداري في الكلية.

ولاحظ الدكتور المشهداني وجود مشكلات عدة في تدريس مقرر منهجية البحث في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العراقية، بسبب عدم التزام التدريسي بمفردات المقرر الدراسي، والتركيز على المناهج المقررة فقط مصدرًا أساسيًا للتعلم في المقررات الدراسية، وافتقار أغلب التدريسيين لمهارات استخدام تقنيات التعليم الإلكتروني. كما أن مشكلات الدرس الأكاديمي ترتبط ارتباطًا فعليًا بأداء وفاعلية الطالب وتنفيذه لواجباته في تحضير ومتابعة الدرس الأكاديمي، وتنمية دافعيته للتفوق العلمي. لذلك فإن ترتيب أولويات معالجة مشكلات الدرس الأكاديمي تبدأ بالطالب أولاً مروراً بالمنهج الدراسي وانتهاء بالأساذ الجامعي.

وخلصت الورقة التي أعدها الدكتور نصر الدين لعياضي لبعض الدروس الأولية، ومن أبرزها أن البحوث الإعلامية في السياق الرقمي وضعت حدًا للجدل العقيم والمتمثل في أيهما أفضل: الدراسات الكمية أم الكيفية؟ لقد تكاملا فعلاً في الميدان بدليل أن المناهج الرقمية أصبحت تسمى المناهج الكيفو-كمية (Quali-Quantitative). فمحاولة تبسيط الممارسات الإعلامية المعقدة وغير المستقرة في البيئة الرقمية عبر الأرقام والنسب والرسوم البيانية تحلُّ بالمعنى ما لم تستكمل بالسؤال عن الأطراف الفاعلة في هذه الممارسات واستجلاء دلالة ما يقومون به من خلال المقابلات المعمقة، ومقابلات المواجهة، وزيارة المواقع الرقمية المعلق عليها، والتوصيف المكثف، والسير ذاتية، وغيرها،

وبهذا قلّصت الفجوة التي كانت قائمة في بحوث الميديا بين القياس والفهم. ويُنتظر أن تقوم البحوث المعاصرة بالقضاء عليها.

ويبيّن تحليل العينة أن البحث في السياق الرقمي وظّف المفاهيم والأدوات البحثية القائمة لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية الجديدة من جهة، واستغل الظواهر الاتصالية المعقدة لاقتراح مفاهيم وأدوات جديدة لدراستها، مثل: المواجهة الذاتية، والزيارة المعلق عليها، والاستسقاط، والسرندية، والقدارة، والقدرة على الفعل والتأثير، والمواءمة، وغيرها من المفاهيم التي فتحت مسالك جديدة لفهم الميديا الاجتماعية. كما أن الفصل بين العالم الافتراضي والعالم الواقعي الفعلي في البحوث العلمية أصبح اليوم غير منتج على الصعيد المنهجي، وأضحى مضرًا على الصعيد المعرفي، خاصة بعد أن تغلغلت الميديا الرقمية في الحياة اليومية، وفي مختلف قطاعات النشاط الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والثقافي، وأصبحت تشكّل جزءًا أساسيًا منها. ومن أضرار هذا الفصل انصراف بعض البحوث، على سبيل المثال، إلى التبرير الضمني لممارسات الأشخاص في الميديا الاجتماعية وتحميل العُدّة التقنية وحدها المسؤولية عن كل الانحرافات التي تلاحظ في البيئة الافتراضية. هذا دون أن تتكبد مشقة البحث عن قدارة الميديا الاجتماعية، أي ما تتيحه من إمكانيات وفرص الاستخدام وما تفرض من إكراهات، مثلما تقتضي ذلك المناهج الرقمية. وأوضح الدكتور العياضي أن البيانات الضخمة كشفت درجة تعقّد الظواهر الإعلامية والاتصالية في البيئة الرقمية؛ مما يتطلب تعدد النظريات لشرحها وتأويلها وفهمها، وهذا عملاً بمقولة: البيانات الضخمة تقابلها النظرية، ويتطلب هذا التقابل تعددية منهجية، لأنه في ظل التحولات التي تعيشها الميديا والصناعات الإعلامية أصبح الاعتماد على أحادية المنهج لدراساتها دلالة على الانغلاق الذهني والدوغمائية. فمن أجل دراسة

مشاهدة الشباب للمواد السمعية-البصرية عبر الخط، على سبيل المثال، جرى توليف مجموعة من المناهج التقليدية والرقمية من أجل الإلمام بهذه المشاهدة والتطرق لمختلف جوانبها والتغلب على حدود كل منهج على حدة.

وخلصت الورقة أيضًا إلى أن مناهج البحث في السياق الرقمي أثّرت في ممارسة البحث العلمي الإعلامي؛ إذ أضحت من الصعوبة بمكان القيام ببحث عن مستخدمي الميديا الاجتماعية وانتشارهم الجغرافي، وأشكال استخداماتهم، على سبيل المثال، أو تفاعلاتهم مع مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقة الصحافي بمستخدمي صفحاته في موقع التواصل الاجتماعي، وأشكال التواصل السياسي عبر الميديا الاجتماعية، ومصادر المعلومات، والتعددية الإعلامية في شبكة الإنترنت وتطور المعجم اللغوي في النص الصحفي المعاصر، وغيرها من الموضوعات، دون الاستعانة بخدمات المختصين في المعلوماتية؛ فجُلُّ بحوث العينة تُستَهْلُ أو تُذَيَّلُ بتوجيه الشكر إلى الفني أو المهندس في المعلوماتية الذي ساعد الباحثين على جمع البيانات الرقمية وجسّد خاصية مرؤئيتها عبر الرسوم البيانية والخرائط السحابية للكلمات، والأسماء، والمصادر، والصحافيين،... إلخ.

ولعل ذلك قد يحفز مراكز البحث في البلدان العربية على استدراك التأخر الملحوظ في تطبيق المناهج "الحديثة" في دراسة الميديا؛ فباستثناء بعض الدراسات التعريفية بها، والمحاولات القليلة للاستعانة بها لفهم ممارسات الاتصال في البيئة الافتراضية، لم يفتح البحث الإعلامي في هذه البلدان على المناهج الحاسوبية والرقمية. وبصرف النظر عن كل الانتقادات التي وُجّهت إلى هذه المناهج مثل، تعزيز ظاهرة "فقاعة التصفية"، و"غرفة الصدى" إلا أنها يمكن لها أن تُقدّم، على الأقل، بعض المؤشرات عن آراء مستخدمي الميديا الاجتماعية في المنطقة العربية في هذه القضية أو تلك المسألة انطلاقًا من آثارهم الرقمية في

شبكة الإنترنت، بعيداً عن مراكز استطلاعات الرأي المطعون في استقلاليتها، وتُعرّي حدود التعددية الإعلامية، وتكشف عن "أوهام" الحديث عن التفاعلية في الصحافة العربية في شبكة الإنترنت، وتنقذ بحوث الجمهور ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية من سطحياتها الامتثالية.

وتبين الورقة التي قدمتها الدكتورة أسماء حسين ملكاوي أهمية منهج تحليل الشبكات الاجتماعية في التعامل مع القضايا الاتصالية والإعلامية الرقمية؛ إذ يوفر هذا المنهج تحليلاً بصرياً ورياضياً للعلاقات الإنسانية، ويقدم تحليلاً لمضمون بيانات الإعلام الاجتماعي وما فيها من مشاعر. كما يقدم صورة للشبكة الاجتماعية تمكن الباحث من تحديد نوع الشبكة وفقاً للشكل أو الهيكل الذي تبدو عليه محادثات المشاركين في الحديث حول موضوع ما، وأيضاً تحديد المجموعات التي تتمايز وفقاً للموضوعات التي تتحدث عنها، أو الروابط التي تشاركها، أو المواقف التي تتخذها، وتحديد المؤثرين وفقاً لقياسات مركزية الدرجة ومركزية البنية، ومركزية القرب وغيرها. وهذا المنهج في طبيعته منهج مختلط يستخدم طرق التحليل الكمية والنوعية. ويُقدم تحليل الشبكات الاجتماعية للباحثين إمكانيات تحليل على جميع المستويات الواسعة والمتوسطة والضيقة. ولكل مستوى من هذه المستويات قياسات وأرقام تحدد شكل الشبكة وبنيتها، وطبيعة المجموعات وكيف تشكّلت ولماذا تشكّلت بهذه الطريقة. كما تُقدم القياسات للباحث إمكانية تحديد المشاركين والمؤثرين منهم على المستوى الجمعي والرسائل التي يُقدمونها، والفرادى منهم كذلك، فلكل شخص شارك في الشبكة قياسات خاصة به تشير إلى مدى تأثيره.

ولتجاوز العوائق التي يمكن أن يواجهها الباحثون في استخدام مناهج الشبكات الاجتماعية، أوصت الباحثة أسماء ملكاوي بضرورة التعاون بين المتخصصين في العلوم

الاجتماعية وعلوم الحاسوب لتطوير مزيد من البرامج التي تفيد في التعامل مع البيانات الضخمة لغايات بحثية، خاصة باللغة العربية، والقيام بترجمات لأهم المراجع والمصادر العلمية حول المناهج الرقمية الحديثة. من جانب آخر، يحتاج المجتمع البحثي في حقل الإعلام إلى العناية باللغة العربية في مستواها الرقمي، وبناء معجم رقمي عربي، يسهّل للعربية الاندماج في مجتمع المعرفة الرقمية، وابتداع الحلول للمشاكل التي تواجه الباحثين في تحليل نصوص ومضامين الشبكات الاجتماعية العربية، وتدريس مقررات خاصة بتحليل الشبكات الاجتماعية في الجامعات العربية.

وتلاحظ الورقة التي أعدتها الدكتورة منال المزاهرة أن هناك قصورًا وصعوبات في إعداد البحوث الإعلامية العربية في سياق البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة؛ إذ اعتمد معظم بحوث العينة مقاربات كمية ولم يتعمق في المقاربات الكيفية لتحليل البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة. ولا يمكن أيضًا إنكار أن عددًا لا يستهان به من الدراسات استعان بالأدوات الكيفية لتحليل البيئة الرقمية الجديدة، بينما اعتمدت بحوث أخرى مقاربات مشتركة كمية وكيفية. أما القصور الذي لاحظته بعض الباحثين بشأن العجز عن وضع نظريات إعلامية خاصة بالبيئة العربية، فليس له علاقة بالاستعانة بالنظريات الغربية، وإنما بالتطبيق الصحيح لهذه النظريات في البيئة العربية؛ حيث نجد عددًا من البحوث العربية التي تمكنت من تطوير النظريات الغربية والاستفادة منها في سياق البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة.

وعلى الرغم من الإشكاليات المنهجية والنظرية التي تواجه البحوث العربية، فإن هناك اتجاهًا واضحًا نحو التجديد والتطوير لدراسة وتطبيق مناهج ونظريات حديثة للبحوث المستقبلية، تتناسب مع خصوصية البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة. وفي هذا السياق،

اقترحت الباحثة رؤى لتطوير البحوث العربية تمثّلت في مقترحات لإعادة النظر في الأدوات والأساليب البحثية المستخدمة من خلال مناهج بحثية جديدة لرفع قيمة هذه البحوث، والعمل على استقراء أسس نظرية تتجاوز الاتجاهات البحثية الكلاسيكية لتأسيس تصورات أكثر تمثيلاً وانفتاحاً للتغيير والتطوير الذي يحتاج إلى تضافر الجهود لتعديل المنظومة التعليمية الحالية، من خلال إتاحة الولوج إلى قواعد البيانات الأجنبية للباحثين والدارسين وطلبة كليات الإعلام في الدول العربية، والتركيز على التدريب للوصول إلى أسس سليمة لإعداد البحوث العربية الرقمية بإطارها المنهجي والنظري.

وخلص الدكتور جريس صدقه إلى أن الخروج من أزمة مناهج البحث الإعلامي في العالم العربي يتطلب خطوات أساسية لتثبيت البحث العلمي في هذا الميدان. وقد جاء مؤتمر الجزيرة ليشكّل مبادرة نحو بناء شبكة عربية للبحث العلمي في علوم الإعلام ومحاولة معالجة التشرذم العلمي الحاصل، ومن الضروري أن تستتبعه خطوات أخرى، مثل:

- مراكمة الأبحاث وجمعها من خلال وضع جردة علمية لها حتى اليوم.
- ربط المختبرات المتخصصة في الجامعات العربية ببعضها.
- ربط كليات الإعلام والتبادل المعرفي والبحثي.
- ربط الباحثين والمجموعات البحثية.
- ربط معاهد الدكتوراه بالنظر إلى إنتاجها الجديد والكثيف وتعزيز تبادل الهيئات التعليمية للتفاعل مع بعضها.
- توحيد المصطلحات اللغوية والمعرفية التي لا تزال عائقاً أمام التبادل المعرفي.

- تشجيع المنشورات المتخصصة والتعريف بالمنشورات والمجلات المتخصصة في العالم العربي.

- الربط مع جامعات أجنبية وباحثين أجانب للاستفادة من خبراتهم ومواكبة التراكم العلمي الغربي في هذا الميدان.

- تعزيز التبادل البشري بين الجامعات.

إن المعوقات التي يمر بها ميدان البحث في علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي إنما مرّ بها غيرنا من المجتمعات، ويمكننا الاستفادة من تجاربها من أجل تفعيل واقعنا واستنباط الحلول، لكن ذلك يتطلب أولاً إرادة مشتركة لذلك.

ويّـن الدكتور محمد نجيب الصرايرة أن التجديد والتطوير سمتان مميزتان يجب الحرص عليهما والسعي من أجل تفعيلهما، وبخاصة في زمن التحولات والتغيرات التي تترك آثاراً كبيرة. وفي مجال البحث العلمي ومناهجه في المجال الإعلامي يصبح التجديد والتطوير أمراً ملِحاً بعد كل هذه التحولات في الخريطة الإعلامية، وبروز مفاهيم جديدة تتطلب البحث والتدقيق. إن استمرار النسق النظري الخاص بالإعلام ونظرياته، أو تأثيراته، أو مساراته التقليدية، دون الأخذ بالاعتبار التحولات الكبيرة ومن بينها تطور البعد الرقمي والتكنولوجي، ربما يعيق بدرجة كبيرة فهم هذه التحولات وتأثيراتها. وعليه، نحن بحاجة إلى البحث في الإشكاليات التي يواجهها البحث الإعلامي في هذا الاتجاه، وتطوير رؤى نقدية وتحليلية، والبحث في توظيف الاتجاه التحليلي، والبيني، والتبعي والمستقبلي، والنقدي، إلى جانب التطوير المستمر للمناهج والطرائق المستخدمة لدراسة هذه التحولات وما أفرزته من ظواهر.

وخلصت الورقة التي أعدها الدكتور معتصم بابكر إلى أن علوم الإعلام والاتصال تُعد من العلوم الحديثة مقارنة بالعلوم الإنسانية الأخرى، ولكن على الرغم من حداثة شهادتها منذ خمسينات القرن العشرين نقلة نوعية على مستوى المناهج والأدوات والتنظير، وجذبت اهتمام الكثير من الباحثين والعلماء الذين ينتمون إلى تخصصات علمية متنوعة على مستوى العالم، وزاد الاهتمام بعلوم الإعلام والاتصال إثر التطور السريع والمتنامي الذي شهدته وسائله على المستوى التقني، وعلى مستوى استخدامات الفرد والمجتمع لها، ولكن في المنطقة العربية ما زال هذا الحقل يعاني من القصور على المستوى البحثي والإبستمولوجي. كما أن المكتبة العربية تعاني قصورًا في مجال التنظير الإعلامي والاتصالي، باستثناء بعض الأعمال البحثية التي يمكن أن تشكّل لبنة أساسية من أجل الانطلاق نحو إنجاز دراسات معمقة، خصوصًا في ظل تزايد أهمية الوسيلة مقابل الرسالة، فالبحث العربي في مجال علوم الاتصال يواجه العديد من الإشكاليات التي تتعلق باختيار الموضوعات والمناهج والأدوات البحثية، وعدم قدرة بعض الباحثين على إحداث قطيعة إبستمولوجية مع أفكارهم المسبقة أثناء معالجتهم للقضايا المبحوثة؛ مما يؤدي إلى إحداث خلل وظيفي على مستوى النتائج البحثية، وهذا ما يوحى بضعف مصداقية وموضوعية هذه النتائج. وترجع أسباب القصور والإشكاليات إلى قلة المبادرات التي تسعى إلى إثراء المجال الإبستمولوجي في مجال علوم الإعلام والاتصال؛ إذ إن معظم بحوث الاتصال في المنطقة العربية يتم إجراؤها بهدف الترقّي الوظيفي والأكاديمي وليس الإضافة المعرفية للعلم أو التخصص، فضلًا عن غياب مؤسسة أو جسم عربي يهتم بتطوير الجانب المعرفي في هذا المجال ويتبنى إجراء البحوث والدراسات التي تتسم بالدقة والمصداقية والموضوعية ويعمل على تمويلها بشكل جماعي. إضافة إلى ذلك، فإن هناك شبه قطيعة بين

المهني والأكاديمي في الحقل الإعلامي والاتصالي العربي تركت بصماتها على مخرجات البحث والدرس الأكاديمي في هذا المجال.

ومن الملاحظ أن التنظير والبحث والدرس الأكاديمي العربي في علوم الإعلام والاتصال، اعتمد -ولا يزال- على الترجمة والنقل الحرفي للمعرفة الغربية في هذا التخصص، وتحتاج مخرجات هذه الترجمة للتحليل والنقد والإضافة التي تقود إلى التجديد والإبداع. ويرى الدكتور بابكر أن هناك حاجة ملحة لمواكبة الذكاء الاصطناعي من قبل الدرس الأكاديمي العربي وإدراج ذلك في مناهج كليات ومعاهد وأقسام الإعلام بالجامعات العربية؛ حيث يُعد الذكاء الاصطناعي من الابتكارات التي ستُنهي منهجية البحث العلمي بصيغتها الحالية. لذلك، لابد من وضع فلسفة جديدة مختلفة للدرس الأكاديمي الإعلامي العربي تقوم على الاستفادة من التقنيات المصاحبة للثورة الصناعية الرابعة "إذا أردنا مساهمة البحث العلمي الإعلامي العربي في إثراء المعرفة والتنظير في علوم الإعلام والاتصال" فعلى كليات ومعاهد وأقسام الإعلام في المنطقة العربية القيام بمجموعة مختلفة ومتكاملة من الأدوار والمهام التي تجمع بين المواكبة والتعليم والبحث والتدريب والممارسة.

وخلصت الدكتورة منية عبيدي إلى أن علم المناهج يتضمن الكثير من التعقيد، وليس كل من أنجز بحثاً علمياً هو بالضرورة متمكن من خصوصيات هذا العلم، وحتى من خصوصيات المنهج الذي اتبعه في بحثه. والبحث يتطلب إدراك المفاهيم الخاصة بكل منهج وعدم الخلط بينها، والوقوف على الاختلافات صلب المنهج الواحد، ومقارنتها، وذلك بمعرفة الأبعاد النظرية لكل منهج، والرهانات التي يقوم عليها، وتطويع مبادئ هذه المناهج للبحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال في عصرنا الراهن الزاخر بالوسائل والبيانات المختلفة والمتغيرة بتغير المكان والزمان.

وعلى الباحث في هذا المجال أخذ عامل الوقت بعين الاعتبار، لأنه يمثل ركيزة أساسية لجدوى البحث. وتكون معالجة البيانات والمعلومات ومقاربة الموضوع عبر الملاحظة والتحليل والمقابلات الفردية والاستجابات ومعايشة التجارب، والتمكن من المناهج المتطورة. وأهم عنصر في البحث هو تبرير الاختيار وتقديم الحجة على ملاءمته للموضوع المطروق، والتركيز على راهنية الموضوع ومدى قدرة المنهج الذي اختاره الباحث على معالجة أبعاده معالجة تتلاءم مع ما تحقق من تقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها ورقة الدكتور عبد الكريم علي الديبسي أن مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي كان بدرجة متوسطة، وأن قضايا حيوية مثل التزام الباحثين بأخلاقيات البحث العلمي، والأمانة العلمية، ودقة المصادر، والموضوعية والحياد، لا يتم تطبيقها بشكل منهجي وعلمي متكامل. وتؤكد هذه النتيجة إشكالية عدم التزام بعض الباحثين بأخلاقيات البحث العلمي، ويعزى ذلك إلى تجاهل نسبة غير قليلة من الباحثين لتطبيق المعايير الأخلاقية في البحوث الجامعية، وضعف آليات حوكمة تحكيم البحوث الجامعية. وهو ما يتطلب ضرورة قيام كليات الإعلام في الجامعات العربية بصياغة دليل توجيهي عملي لضبط الممارسة المعيارية في البحث الأكاديمي بحقل الإعلام والاتصال، فضلاً عن أهمية تكثيف جهودها لرفع مستوى ثقافة الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي.

وأكدت النتائج أيضاً أن مستوى تقديرات المبحوثين لتأثيرات ضعف الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال كان مرتفعاً؛ إذ تفيد هذه النتيجة ب بروز ظواهر سلبية تتنافى مع أخلاقيات البحث العلمي، ولها تأثيرات سلبية على جودته ومخرجاته، منها ظاهرة المتاجرة العلنية ببيع الخدمات البحثية، وهي الظاهرة السلبية

الأبرز، إضافة إلى ظاهرة المبالغة في عدد أعضاء الفرق البحثية، وظاهرة الانتحال التي تُفقد البحث العلمي الجامعي قيمته العلمية والعملية. وتعزى هذه النتيجة إلى ضعف أطر الرقابة والمساءلة القانونية من قِبَل المؤسسات الرسمية العربية، والجامعات في محاربة ظاهرة المتاجرة العلنية ببيع البحوث الجامعية، وكذلك ضعف إجراءات تقييم وتحكيم البحوث الجامعية وتدقيقها قبل النشر، وعدم استخدام البرمجيات من بعض الجامعات والمجلات العلمية المحكّمة لكشف الانتحال وضبط جودة البحث العلمي، وغياب الأسس والمعايير في التقييم، مما يساعد على تمرير بحوث جامعية تفتقر إلى المنهجية العلمية السليمة، أو غير متوافقة مع أخلاقيات البحث العلمي.

وأفادت نتائج الورقة أن آليات حوكمة تطبيق أخلاقيات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال غير فاعلة بالقدر الكافي، وبحاجة إلى مراجعة وصياغة أطر فاعلة لتطبيق أخلاقيات البحث العلمي قبل نشر البحوث، وتتطلب إخضاعها للمراجعة العلمية الرصينة، والفحص باستخدام برمجيات قياس النزاهة الأكاديمية، مثل برنامج "تينتين"، وكذلك إخضاع البحوث الجامعية لضوابط تحكيم دقيقة ومنصفة لضمان عدم نشر البحوث التي لا تراعي أخلاقيات البحث العلمي، وكذلك تفعيل الدور الرقابي للجامعات العربية بهدف الارتقاء بأخلاقيات وجودة البحث العلمي. ودلّت النتائج على ضعف مستوى توظيف مخرجات البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال لخدمة صناعة وريادة الإعلام العربي، ويعزى سبب ذلك إلى أن هناك عددًا كبيرًا من البحوث الجامعية لا يولي أهمية لدراسة المشكلات الأساسية التي تواجه مؤسسات الإعلام العربي، وصياغة رؤى من شأنها الإسهام في تقدم صناعة واقتصاديات الإعلام العربي، وتطوير مؤسساته، واستشراف إستراتيجيات لمواجهة التحديات التي تعترضه، بناء على متابعة

المتغيرات السريعة في بيئة تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام. ويعزى ضعف مستوى
توظيف مخرجات البحث العلمي لتطوير صناعة وريادة الإعلام العربي إلى سببين: أولهما:
عدم دعم تلك المؤسسات الإعلامية للبحوث الجامعية، وتجسير العلاقة بينها وبين كليات
وأقسام الإعلام في الجامعات العربية، وثانيهما: تدني مستوى ثقة المؤسسات الإعلامية
العربية بنتائج البحوث الجامعية في علوم الإعلام والاتصال، فضلاً عن ندرة البحوث
العربية الرصينة التي تتناول الرؤى الاستشرافية لمستقبل وسائل الإعلام العربية في ظل
تحديات التقدم السريع في التكنولوجيا.

هذا الكتاب

يحاول الكتاب أن يتنبَّع الإشكاليات المنهجية والنظرية التي يواجهها ميدان البحث في علوم الإعلام والاتصال بالمنطقة العربية ويُحلِّل أسبابها، ويبحث مشكلات الدرس الأكاديمي المرتبطة بمادة منهجية البحث الإعلامي في بعض التجارب الأكاديمية العربية، مثل التجربة الأكاديمية العراقية بأقسام وكليات الإعلام في الجامعات العراقية. ويهدف أيضًا إلى التعرف على مستوى الالتزام بالمعايير الأخلاقية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي، وتأثيرات ضعف الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي، ومعرفة مستوى تطبيق آليات حوكمة الأخلاقيات. كما يرصد الكتاب المعوقات والتحديات التي فرضتها التغيرات الحديثة على الظاهرة الإعلامية، خاصة في التعامل مع البيئة الرقمية التي تختلف خصائصها عن البيئة الإعلامية التقليدية.

وتهدف فصول الكتاب إلى مقارنة السياق العام لإنتاج البحث العلمي في ظل الأسئلة الجديدة التي يثيرها الاتصال الرقمي، ومحاولة وضع خريطة لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي، ويُفكِّر في كيفية توظيف ما يسمى "التسونامي الرقمي" في البحث العلمي عبر إدماج التكنولوجيات في برامج المؤسسات التي تُعنى بالإعلام بطريقة مختصة بهدف الوصول إلى تحويل الرقمي إلى ثقافة يتمكّن منها الباحث ويتعود عليها بممارستها ومقاربتها يوميًا. ويسعى الكتاب أيضًا إلى وضع تصور أولي يهدف إلى تطوير البحث العلمي في الوطن العربي من خلال مجموعة من الاقتراحات التي تساعد على تجاوز بعض الإشكاليات التي يواجهها البحث العلمي في المجال الإعلامي في الوطن العربي. ومن ثم استشراف توجهات التيارات البحثية السائدة فيما يتعلق بمنحى بحوث الإعلام والاتصال في ضوء مستجدات ثورة الاتصال وتقانة المعلومات الحالية.

المؤلف

محمد الراجي، باحث بمركز الجزيرة للدراسات، يشرف على برنامج الدراسات الإعلامية ويتولّى مسؤولية إدارة مجلة الجزيرة للاتصال والإعلام. حاصل على الدكتوراه في الإعلام. عمل سابقًا سكرتيرًا لتحرير مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية التي يصدرها مركز الجزيرة للدراسات. وهو مشرف أكاديمي في برنامج "زمالة الجزيرة" للبحث الأكاديمي والميداني في مجال الإعلام والصحافة الرقمية منذ انطلاق دورته الأولى في العام 2018. تُركِّز اهتماماته البحثية على الإعلام والاتصال وأثرهما المعرفي والثقافي والاجتماعي، والتحليل النقدي للخطاب الإعلامي. ومن أهم أعماله البحثية تحرير كتاب: "بيئة الصحافة الإلكترونية العربية: سياقات التطور وتحدياته"، و"سلطة الإعلام الاجتماعي: تأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية"، وفصول في بعض الكتب، مثل: "الجزيرة تروي قصتها: دراسات في العمق"، و"مدخل للاتصال والإعلام: دراسات في تطور النظم والنظريات وفنون التحرير".