

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة 3
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الإتصال والعلاقات العامة



الشعبة: علوم الإعلام والاتصال / الفرع: إتصال وعلاقات عامة التخصص: إعلام وإتصال

بحوث التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر دراسة تحليلية

إعداد الطالب:
جبابلية ياسين

السنة الجامعية: 2023 / 2024

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة 3
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الإتصال والعلاقات العامة



الرق: صالح بوبنيدر
SALAH BOUBNIDER

الرمز: /

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال / الفرع: إتصال وعلاقات عامة التخصص: إعلام وإتصال

بحوث التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر دراسة تحليلية

إشراف الأستاذة:
د. طابير مفيدة

إعداد الطالب:
جبابلية ياسين

لجنة المناقشة

اسم ولقب الاستاذ	الرتبة	الصفة	جامعة الانتساب
أد. فاطمة الزهراء ثنيو	أستاذ التعليم العالي	رئيسا	جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر
د. مفيدة طابير	أستاذ محاضر "أ"	مشرفا ومقرا	جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر
د. مريم زعتر	أستاذ محاضر "أ"	عضوا	جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر
د. أحمد أمين فورار	أستاذ محاضر "أ"	عضوا	جامعة بسكرة
د. سوهيلة بضياف	أستاذ محاضر "أ"	عضوا	جامعة سكيكدة
د. سوهيلة زوار	أستاذ محاضر "أ"	عضوا	المدرسة الوطنية العليا للسياحة

السنة الجامعية: 2024 / 2023

تصريح شرفي:

بعد الإطلاع على أحكام الأمر رقم 1082 المؤرخ في 2020/12/27 وخاصة المادة الثالثة منه، أصرح أن الأطروحة التي قدمتها للحصول على شهادة الدكتوراه الطور الثالث من كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة3، هي نتيجة جهد شخصي احترمت فيه أخلاقيات البحث العلمي(وخاصة منها: تجنب السرقة العلمية واحترام خصوصية المبحوثين)، مما يجعلني صاحب حقوق ملكيتها الفكرية مع تحمل مسؤولية محتوياتها، وأعلن أنه يسمح بالاقتراس منها شريطة الإقرار بذلك وفق قواعد المنهجية العلمية، كما أكد أن نص أطروحتي تمت مراجعته لغويا من قبل متخصصين.

شكر و عرفان

أتقدم بجزيل الشكر لكل من ساهم في إثراء هذا البحث بالنصيحة والتوجيه
كامل الشكر للدكتورة مفيدة طابير المشرفة على الأطروحة على توجيهاتها ونصائحها وتصويباتها
كل الشكر والعرفان لكل أعضاء المناقشة على تكريمهم ومطالعة الرسالة ومناقشتها

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى والدي
إلى روح أبي عليه من الله الرحمة والرضوان
إلى كل عائلتي الكريمة
إلى كل من ساندني لإنجاز هذا العمل الأكاديمي

ملخص الدراسة باللغة العربية

أدت البيئة الإتصالية الجديدة إلى حدوث عدة تحولات في ميدان البحث في العلوم الإجتماعية والإنسانية، وعلى وجه الخصوص ميدان البحث في علوم الإعلام والإتصال، حيث فرضت هذه التطورات تحديات مختلفة على الباحثين، ووفرت في نفس الوقت أفاق حديثة للبحث، ضمن هذا السياق، سعت هذه الدراسة إلى رصد المعالجة النظرية والمنهجية لبحوث التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر، وذلك بالإعتماد على تحليل المحتوى ل(19) أطروحة دكتوراة مجازة بكل من كليتي الإعلام والإتصال لجامعة قسنطينة 03 وجامعة الجزائر 03، خلال الفترة الممتدة بين سنتي 2015-2022.

وقد أستخدمت هذه الدراسة التي تنتمي للدراسات الوصفية التحليلية، منهج المسح، كما أعتمدت على إستمارة تحليل المحتوى كأداة أساسية لجمع المعلومات.

وقد خلصت الدراسة إلى إستمرار النسق النظري التقليدي بشكل واضح كخلفية نظرية لمعظم أطروحات الدكتوراه عينة الدراسة، رغم الإختلاف الكبير بين شبكات التواصل الإجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية، وقد تصدّر البراديعم الوظيفي قائمة البراديعمات المستخدمة خاصة نظرية الإستخدامات والإشباع. ومن الناحية المنهجية توصلت الدراسة إلى سيطرة البحوث الكمية بنسبة تقارب 90 بالمائة من إجمالي الأطروحات المدروسة، مع سيطرة واضحة لمنهج المسح، بينما تنوع إستخدام أدوات جمع البيانات بين الأدوات الكمية والكيفية. وإجمالاً كشفت الدراسة عن إستمرار تناول ما تعلق بشبكات التواصل الإجتماعي بنفس المقاربات المنهجية الكلاسيكية رغم تعقد الظاهرة الإتصالية في البيئة الرقمية.

الكلمات المفتاحية: التأثيرات الإجتماعية، البراديعم، المداخل النظرية، الأطر المنهجية، شبكات التواصل الإجتماعي.

Abstract:

The evolving communication landscape has precipitated significant transformations in research within the social and human sciences, particularly in the media and communication sciences. These advancements pose diverse challenges to researchers while simultaneously unveiling contemporary horizons for exploration within this dynamic context.

This study endeavors to scrutinize the theoretical and methodological approaches applied in researching the social effects of social media networks in Algeria. By conducting content analysis on 19 doctoral theses from the faculties of information and communication at the University of Constantine 03 and the University of Algiers 03, spanning the period from 2015 to 2022, the research aims to contribute insights into prevalent trends.

Employing a descriptive-analytical methodology, the study utilizes the survey method and incorporates the content analysis form as a fundamental tool for data collection. The findings indicate that, despite substantial differences between social media networks and traditional media, the traditional theoretical context remains the predominant backdrop for most analyzed doctoral theses. The functional paradigm, particularly the Uses and Gratifications Theory, emerges as the most adopted theoretical framework.

From a methodological perspective, the study observes that approximately 90% of the total theses exhibit a prevalence of quantitative research, with an apparent inclination towards the survey method. Concurrently, data collection tools have a discernible variation, encompassing both quantitative and qualitative methodologies. Overall, the study underscores the persistence of classical methodological approaches in addressing issues related to social media networks, despite the intricacies of the communication phenomenon in the digital environment.

Keywords: Social Effects; Paradigms; Theoretical Framework; Methodological Approaches; Social Media Networks

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
02	تصريح شرفي
03	الشكر
04	الإهداء
05	ملخص الدراسة
07	فهرس المحتويات
11	فهرس الجداول
12	الفصل الأول: مقدمة
13	أ. موضوع الدراسة
13	1-1-1- مشكلة الدراسة
16	2-1-2- أسئلة الدراسة
17	3-1-3- أسباب إختيار الموضوع
17	4-1-4- أهمية الدراسة
19	5-1-5- أهداف الدراسة
19	6-1-6- الدراسات السابقة
30	7-1-7- منظور الدراسة
32	8-1-8- تحديد مفاهيم الدراسة
43	9-1-9- صعوبات الدراسة
	ب. الإجراءات المنهجية
43	10-1-10- مجالات الدراسة
44	11-1-11- مجتمع الدراسة
47	12-1-12- نوع الدراسة ومنهجها
47	13-1-13- ادوات جمع البيانات
49	14-1-14- اجراءات الصدق
	الفصل الثاني : بحوث التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي بين الأساليب الكلاسيكية وتحديات البيئة الرقمية
	1-2-1- بحوث الإعلام والاتصال
52	1-1-2-1: تاريخ البحث في علوم الإعلام والاتصال
62	2-1-2-2: خصائص البحث في علوم الإعلام والاتصال
69	3-1-2-3: أنواع البحوث في علوم الإعلام والاتصال
77	4-1-2-4: البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر
78	1-4-1-2-1: الجذور التاريخية لتخصص الإعلام والاتصال في الجزائر
82	2-4-1-2-2: قراءة في خصائص بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر
96	2-2-2: البراديجمات الكلاسيكية في علوم الإعلام والاتصالين الأسس التاريخية وتحديات البيئة الرقمية
94	1-2-2-1: البراديجم دلالات، مفاهيم ومكونات
95	1-1-2-2-1: مفهوم البراديجم
96	2-1-2-2-2: مكونات النموذج المعرفي (البراديجم)

97	2-2-2: أهمية النموذج المعرفي في العملية البحثية
98	3-2-2: أبرز البراديجمات المستخدمة في علوم الإعلام والاتصال
98	1-3-2-2 : البراديجم الوظيفي
100	2-3-2-2: البراديجم السيرنطقي
102	3-3-2-2: البراديجم السلوكي
103	4-3-2-2: البراديجم التأويلي
104	5-3-2-2: البراديجم النقدي
108	4-2-2: البراديجمات الكلاسيكية في علوم الإعلام والاتصال بين التجاوز والاستدامة
112	5-2-2: الحاجة إلى التجاور والتعايش البراديجمي في ظل البيئة الرقمية
116	3-2: الأطر النظرية للدراسات الإعلامية والاتصالية بين التراث الكلاسيكي وتحديات السياق الرقمي
116	1-3-2: التصنيف الجديد لنظريات الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية
119	2-3-2: أبرز المداخل النظرية في علوم الإعلام والاتصال
122	3-3-2: نظريات التأثير في علوم الإعلام والاتصال وتحديات تطبيقها في العصر الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي
124	1-3-3-2 نظريات التأثير في علوم الإعلام والاتصال
152	2-3-3-2: تحديات تطبيق نظريات التأثير الكلاسيكية في البيئة الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي.
166	4-2: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وتحديات تطبيقها في البيئة الرقمية:
166	1-4-2: مراحل تطور مناهج البحث العلمي
172	2-4-2: مناهج البحوث الكمية في علوم الإعلام والاتصال
183	3-4-2: مناهج البحوث الكيفية في علوم الإعلام والاتصال
191	4-4-2: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية
198	5-4-2 : مناهج البحث الإعلامي في السياق الرقمي العربي: بين الحديث عنها بدلا من ممارستها.
199	6-4-2: التحديات المنهجية والاتجاهات البحثية الجديدة في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي
213	5-2: شبكات التواصل الاجتماعي
215	1-5-2: نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي
217	2-5-2: خصائص وسمات شبكات التواصل الاجتماعي
218	3-5-2: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
219	4-5-2: تصنيف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي
222	5-5-2: أبرز شبكات التواصل الاجتماعي
224	6-5-2: إحصائيات عن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في العالم والجزائر.
227	الفصل الثالث: الدراسة التحليلية
232	التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الأول المتعلقة بتوصيف أطروحات الدكتوراه -عينة البحث.

235	التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الثاني المتعلق بالموضوعات المطروحة في أطروحات الدكتوراه عينة البحث
242	التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الثالث المتعلقة بالخلفية النظرية التي أستخدمت عليها أطروحات الدكتوراه عينة البحث.
249	التحليل الكمي والكيفي لبيانات المحور الرابع المتعلق بالأطر المنهجية التي أستخدمت عليها أطروحات الدكتوراه عينة البحث.
	الفصل الرابع: الخاتمة
269	4-1- النتائج العامة
271	4-2: نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات وأهداف الدراسة
274	4-3- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
276	4-4- توصيات الدراسة
280	قائمة المراجع
292	قائمة الملاحق

فهرس الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
45	يوضح توزيع مفردات مجتمع البحث	01
50	يبين أسماء محكمي إستمارة تحليل المضمون	02
117	يمثل تصنيف Vilma Luoma-aho لنظريات الإتصال في البيئة الرقمية	03
152	تلخيص لأهم المداخل النظرية الأكثر إستخداما في بحوث الإعلام والإتصال	04
226	يمثل أعداد المستخدمين النشطين شهريا لأبرز مواقع التواصل وفق إحصائيات 18 يوليو/تموز 2021	05
228	يمثل ترتيب مواقع التواصل الإجتماعي في لسنة 2020 في الجزائر	06
232	يوضح تصنيف الأطروحات حسب سنوات المناقشة	07
233	يوضح تصنيف الأطروحات حسب الجامعة التي أجريت ونوقشت فيها	08
234	يبين تصنيف الأطروحات حسب جنس الباحث.	09
235	يمثل توزيع الموضوعات المطروحة في الدراسات	10
241	فئة المنصة الإجتماعية التي كانت محل الدراسة خلال الفترة الزمنية للدراسة	11
242	الخلفية النظرية التي استندت إليها عينة الدراسة	12
249	نوع الدراسة من حيث الهدف	14
251	نوع الدراسة من حيث طبيعة البيانات	15
254	المناهج وفق التسميات المستخدمة لدى عينة الدراسة	16
258	فئات الجماهير المستهدفة بالدراسات	17
260	فئة أدوات جمع البيانات	18
265	طرائق إختيار العينات	19

مقدمة الدراسة

1-1 مشكلة الدراسة:

أطلق البحث في علوم الإعلام والاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين، وكانت الصحافة المطبوعة والإذاعة والأفلام السينمائية في تلك الفترة تشهد إقبالا من قبل الجماهير، مما دفع الجيل الأول من الباحثين للبحث في تأثير هذه الوسائل على المجتمعات، ومع ظهور التلفزيون زاد إهتمام الباحثين بقضية الاستخدامات والآثار الاجتماعية والثقافية والسياسية لوسائل الإعلام والاتصال، أنتقل البحث في فترة لاحقة في علوم الإعلام والاتصال إلى دراسة الرسالة الإعلامية وتأثيرها على الجماهير باستخدام تحليل المحتوى، في فترة السبعينات ثم التركيز على دراسة الإعلام والاتصال كوسائل ضغط وتحكم في ما عرف بالدراسات النقدية مع مدرسة فرانكفورت الألمانية. وفي فترة التسعينات شهدت علوم الإعلام والاتصال تحولات نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع، وقد انعكس هذا التطور على مجالات البحث وإهتماماته خاصة بظهور ما أصطلح عليه مؤخرا بالإعلام الجديد. ويعد البحث في مجال الإعلام الجديد في السنوات الأخيرة من أبرز المجالات البحثية التي أصبحت تلقى إقبالا من قبل الباحثين عبر العالم نظرا لحجم حضور هذا الإعلام في حياة الناس في الآونة الأخيرة، وتتعدد مظاهر البحث في مجال الإعلام الجديد بتعدد أدوات هذا الإعلام الذي يعرف تطورا مستمرا ومتسارعا ولعل أهمها شبكات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت تنصدر مجالات البحث في علوم الإعلام والاتصال ويعود ذلك إلى تغلغل هذه الشبكات في يوميات الناس وإرتباطهم بها وتزايد إستخدامهم لها، وإمتداد تأثيراتها إلى جل مجالات الحياة الإنسانية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية وغيرها .

وكانت ولا تزال قضايا تأثيرات وسائل الإعلام من أهم القضايا التي شغلت الباحثين والطلبة باستمرار فمنذ ظهور أولى وسائل الإعلام والاتصال أجرى هؤلاء دراسات كثيرة لفهم آثار هذه الوسائل على الناس بالإعتماد على النماذج العامة للعلوم الاجتماعية وبأدوات منهجية جلتها مستعارة من علم النفس. وكما رافق ظهور وسائل الإعلام والاتصال الكلاسيكية قلق الأفراد والمجتمعات من تأثيراتها المحتملة، أثارت شبكات التواصل الاجتماعية هي الأخرى جملة من المخاوف وقدر كبير أيضا من الإحتفاء بهذه الوسائط الجديدة .

وأمام الإستخدام المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي وتمدها إلى جميع مجالات الحياة لا سيّما الاجتماعي منها حرك ذلك الكثير من التساؤلات حول تأثير إستخدام هذه الشبكات على جوانب متعددة من الحياة الاجتماعية للأفراد والمجتمعات. الأمر الذي دفع بالباحثين عبر العالم إلى دراسة هذه الفضاءات الإتصالية الجديدة. وإذا كان تأثير الوسائل الإعلامية والإتصالية على الناس امراً ثابتاً وأن أختلف في طريقته وحجمه فإن المؤكد لدى الجميع هو إختلاف شبكات التواصل الاجتماعي إختلافا كبيرا عن وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية مثل الصحف و الراديو والتلفزيون.

فلقد أنهت وسائل الإتصال الجديدة الهرم الإتصالي الكلاسيكي أين تهيمن في ظل المنظومة الإتصالية القديمة النخب والمؤسسات في سير العملية الإتصالية من حيث التحكم في عرض المعلومة وتدفعها وظل بذلك الإتصال ولمدة زمنية طويلة أحادي الاتجاه ولم يكن للجماهير إلا مساحة محدودة جدا من القدرة على التفاعلية، ولم يكن فاعلا ومؤثرا في الأحداث بل مساقا وفق أجنداث وأقتصر بذلك دور المتلقي في التلقي. فكل نماذج الإتصال التقليدية إنطلاقا من نموذج شانون وويفر، ومرورا بنظرية الطلقة السحرية، إلى نموذج تدفق المعلومات على مرحلتين إلى نماذج الإدراك الانتقائي إلى

نظرية حارس البوابة وغيرها من النماذج الإتصالية التي سبقت ظهور الأنترنت، تشير إلى أن وسائل الإتصال الكلاسيكية ووسائل إتصال ذات اتجاه واحد.

أما مع التطور التقني الذي لحق بوسائل الإتصال أصبح الأمر مختلفاً، أصبح من سمات الجمهور القدرة التفاعلية العالية من حيث قدرته على إنتاج وتبادل ونشر رسالته الإعلامية الخاصة به وتحولت وضعيته في نموذج الإتصال من التلقي إلى الإنتاج والبحث والتشاور والنقاش والمشاركة. وهكذا أصبح الإتصال الذي ظل لعقود أحادياً، إتصالاً تفاعلياً مما جعل "مانويل كاستلز" في كتابه سلطة الإتصال ينعت الصيغة الإتصالية الجديدة الناتجة عن ظهور الوسائط الإتصالية الجديدة لا سيما شبكات التواصل الإجتماعي بالإتصال الذاتي الجماهيري ذلك أنه جمع بين سمات الإتصال الشخصي والإتصال الجماهيري في بوتقة واحدة.

إن الفلسفة التي كانت تحكم وسائل الإعلام والإتصال التقليدية كانت تنطلق من سؤال ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ تسليمياً بقوة هذه الوسائل في التأثير على الأفراد إنطلاقاً من الملاحظات التي جمعها المهتمين بوسائل الإعلام آنذاك في فترة الحرب العالميتين والتي كانت تشير إلى تأثير الأفراد بشكل متماثل ومباشر بوسائل الإتصال. هذه الفلسفة ونظراً لمجموعة من العوامل في مقدمتها ظهور الأبحاث الأمبريقية في الأربعينيات وإعادة النظر من قبل علماء الإجتماع والنفس في الخصائص النفسية والإجتماعية للفرد ظهرت فلسفة جديدة تنطلق من سؤال ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وتم الإنتباه إلى العديد من المتغيرات التي تتوسط العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، أما الفلسفة اليوم في ظل الإعلام الجديد والشبكات الإجتماعية فتتمحور حول ماذا يفعل الناس بالناس؟ بعد أن مكنت هذه الوسائط الناس من التواصل أفقياً.

إن الإعلام الجديد وفي مقدمته شبكات التواصل الإجتماعي قد أنتج فضاء الكترونيًا مختلفاً عن الفضاء المعيشي، ففي العالم الرقمي الافتراضي أصبح المستخدمون يبنون إتصالاتهم وعلاقاتهم مع بعضهم البعض من مختلف أنحاء المعمورة، متجاوزين حدود المكان والزمان الذي يفرضه الفضاء المادي المعيشي، فمع شبكات التواصل الإجتماعي، لسنا ملزمين أن نتواجد في نفس المكان وجهاً لوجه من أجل بناء شبكة علاقات مع الآخرين. إن ما يحكم المبحوثين في البيئة الرقمية من عوامل تختلف تماماً عن ما يحكم المبحوثين في البيئة المعاشة، فإذا كان ضمن البيئة المادية تؤثر فيهم عوامل من قبل العادات والتقاليد والجغرافيا وتضغط عليهم مؤسسات التنشئة الإجتماعية كالأسرة والمدرسة والمسجد، فإن المبحوثين في البيئة الرقمية محكومون بمجموعة من العوامل ذات طبيعة رقمية مثل تدفق الأنترنت وعدد الأصدقاء والمتابعين بشبكات التواصل الإجتماعي والإهتمامات المشتركة، وهنا أيضاً تحل أشياء جديدة من جنس البيئة الرقمية كالهاشتاقات والتسجيلات الصوتية والمرئيات والإيقونات التعبيرية محل العادات والتقاليد. (بطاهر، 2021، ص51).

إن هذه الخصوصيات التكنولوجية لشبكات التواصل الإجتماعي وتميزها عن وسائل الإعلام والإتصال التقليدية إلى جانب إنعكاساته الإجتماعية فرض تحديات كبرى على الحقل السوسيولوجي بصفة عامة والباحثين في حقل الإتصال بصفة خاصة من أجل تجديد العدة المنهجية والنظرية لمواكبة ما يحدث من ظواهر إتصالية جديدة.

إذا كان أغلب النظريات السابقة ظهرت في ظل بيئة إتصالية تميزت باحتكار المؤسسات والمنظمات الإعلامية والإتصالية للعملية الإتصالية، وكانت هذه النظريات قادرة على تأطير هذا النموذج من الإتصال، فنحن اليوم أمام بيئة إتصالية جديدة ومغايرة تقوم على التكنولوجيا والتشبيك، ومن تم تحركت الكثير من الأسئلة حول مدى ملائمة هذه النظريات لتفسير الظواهر الإتصالية الناجمة عن تحولات البيئة الإتصالية الجديدة. وإذا تتبعنا كتابات المختصين في هذا الإطار فإننا نعثر على إتجاهين رئيسيين ينطلق المسار الأول من القول بعدم صلاحية تطبيق نظريات الإتصال الكلاسيكية على ظواهر الإتصال والإعلام الجديدة لأنها ظهرت قبل ظهور الأنترنت مما يجعلها عاجزة على أستيعاب ما يحدث ضمن شبكات التواصل الإجتماعي. وهذا ما خلصت إليه دراسة عبد العزيز (2012) التي أشار فيها إلى أن باحثي الإعلام ودراسيه وجدوا قصورا في النظريات الكلاسيكية لتفسير الظواهر الخاصة بالأنترنت وما أتاحتها من وسائط ووسائل وخدمات

أما المسار الثاني فيرى أنه رغم ما ظهر من قصور على النظريات الإتصالية الكلاسيكية في تأطيرها لما أستجد من ظواهر مرتبطة بالإعلام الجديد إلا أنها لا تزال صالحة للإستخدام في البيئة الإتصالية الجديدة ويمكن تطبيقها لفهم جملة من الظواهر المرتبطة بتكنولوجيا الإتصال الحديثة ومنها شبكات التواصل الإجتماعي . وفي هذا السياق يشير هميسي(2014). أنه يمكن تفسير تأثيرات الإعلام الجديد وفقا للإطار النظري للإعلام التقليدي، ولكن ونظرا لخصوصية هذا الإعلام الجديد المتفردة نحتاج إلى تطوير وتكييف وتطعيم هذه الأطر التقليدية بأطر تفسيرية جديدة لإختلاف وسائل الإعلام والإتصال الجديدة عن ما سبقها من وسائل الإتصال كالتلفزيون والإذاعة والصحيفة، وعليه فإنالإطار النظري التقليدي قد يكون لا يزال مفيدا في تفسير الظاهرة الإتصالية الجديدة بشكل عام، إلا أنه يحتاج إلى تطوير نماذج جديدة لتحقيق نجاح أفضل في فهم هذه الظاهرة.

وقد ذكر(الصريرة،2021)،أن في عصر الوسائط الرقمية التفاعلية، يستوجب علينا أكثر من التفكير في البحث عن منظورات جديدة، ولكن يفتح هذا السياق الجديد إعادة التوقف لفحص تصوراتنا عن أشكال الإتصال والتوزيع والتأليف والنص وإستقبال الجمهور. بل أكثر من ذلك بدأت بعض التساؤلات مفادها هل ما زالت الحاجة قائمة إلى النظرية في البحث العلمي في عصر البيانات الضخمة، هذه الأخيرة التي تجعل حسب- بعض التصورات- الأرقام تتحدث عن نفسها، وأن تحليل الإرتباطات بين البيانات يعفينا من الإنطلاق من النماذج والتفسيرات الجاهزة.

والحديث عن النظريات يحيلنا بالضرورة إلى الحديث عن التصميمات المنهجية لدراسة شبكات التواصل الإجتماعي ذلك أن هذا النوع من البحوث تواجهه تحديات كبيرة جعلت من التصميمات المنهجية التي استخدمت في بحوث الإعلام والإتصال القديمة غير قادرة على الإلمام وإنتاج المعرفة الرصينة، وأشارت صلاح(2015)أننا في ظل البيئة الرقمية يصبح من الضروري اللجوء إلى الربط بين الأساليب الكمية والنوعية وتحقيق التزاوج بينهما في البحث العلمي في ميدانالإعلامالإجتماعي، فالأساليب البحثية الكيفية ستنجح للباحث دراسة الظاهرة في سياقها والحصول على معلومات تفصيلية وثرية عن الظاهرة، مما سينعكس أيجابا على مستوى الموضوعية والواقعية والمصدقية لنتائج البحث أكثر من لو تم الإعتماد على الأدوات الكمية لوحدها.(صلاح، 2015، ص8

ويشير لعياضي (2013) في هذا السياق أيضا أنه بالنسبة لدراسة جمهور شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الإكتفاء فقط بالتعرف على مؤشرات كمية مثل ساعات الاستخدام، مكان الاستخدام، وسيلة الاستخدام والمنطقة الجغرافية وغيرها لم يعد مسارا كافيا لفهم هذا الجمهور، بل يتطلب هذا الفهم استخدام أدوات منهجية كيفية أيضا للإقتراب أكثر من جمهور شبكات التواصل الاجتماعي. وما يمكن قوله عن دراسة الجمهور في هذه البيئة الرقمية ينسحب على تقنية تحليل المضمون التي أصبحت بشكلها التقليدي تسفر عن نتائج محدودة نظرا لأن مضمون الإتصال في شبكات التواصل الاجتماعي يعد ثانويا مقارنة بأهمية البحث عن من أتصل؟ وبمن؟ ونوعية العلاقات التي تجمعهما؟ وكيف تطورت؟ وكيف يوظفها مستخدمو الشبكات الاجتماعية في حياتهم اليومية؟.

إن ضخامة البيانات المتوفرة للدراسة في ظل البيئة الرقمية، وكبر حجم العينات في البحوث التي تدرس الميديا الرقمية أصبحت معها أدوات جمع البيانات التقليدية كالإستبانة والمقابلة غير قادرة على الإلمام بها، ذلك أن هذه الأدوات تنتمي للأجيال الأولى من البيانات، التي من سماتها الندرة في البيانات، أما اليوم فقد دخلنا عصر البيانات الضخمة الأمر الذي تتطلب عدة منهجية مثل التي توفرها المناهج الرقمية والحاسوبية.

وعلى غرار الجامعات في العالم وفي ظل التوسع المتزايد لإستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري جذبت ظاهرة الميديا الجديدة إهتمام الباحثين الجزائريين وكانت شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية محور للكثير من الدراسات الإعلامية والإتصالية نظرا لما أحدثته هذه الشبكات الاجتماعية الرقمية من تأثير على العلاقات الاجتماعية للأفراد بفعل إستخدامهم لها، كما تم إكتشاف العديد من التأثيرات الاجتماعية لهذه الوسائط الجديدة على القيم والمعتقدات والسلوكيات الاجتماعية، وضمن هذا السياق كان من الضروري إجراء دراسات وأبحاث في علوم الإعلام والإتصال لفهم هذه التأثيرات من خلال حشد مجموعة من النظريات والأدوات المنهجية.

في هذا السياق تأتي دراستنا هذه والتي سترصد المداخل النظرية والأطر المنهجية التي أهتمت بموضوع التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي. ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف تناولت "عينة الدراسة" موضوع التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري نظريا ومنهجيا؟.

2-1. أسئلة الدراسة:

- ماهي المواضيع التي عالجتها "عينة الدراسة" في دراساتهم المتعلقة بالتأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري؟

- ماهي المداخل النظرية التي أعتمدها عينة الدراسة في دراساتهم المتعلقة بالتأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

- ماهي التصميمات المنهجية التي استخدمتها عينة الدراسة في دراساتهم المتعلقة بالتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي ؟

3-1. أسباب إختيار الموضوع:

إن إختيارنا لهذا الموضوع نابع أولا من أهمية الموضوع، حيث نعيش منذ العشرية الثانية من القرن العشرين في بيئة إتصالية جديدة، غيرت الكثير من المفاهيم وأدخلت الكثير من التغييرات في عالم الإعلام والإتصال، ومن تم كانت الرغبة الشخصية في التعرف على مدى مسابرة الواقع وتحليله وتفسيره علميا وكيفية تناوله نظريا ومنهجيا من قبل الباحثين الجزائريين خاصة على مستوى إنجاز أطاريح الدكتوراه بالجامعة الجزائرية، خاصة وأن دراسة شبكات التواصل الإجتماعي من حقول البحث الجديدة التي تشهد تحديات كبيرة على المستوى النظري والمنهجي والتي يفترض أن تتسم بالجدة والإضافة العلمية.

ومن الأسباب أيضا التي دفعتنا إلى إختيار موضوع البحث هو قلة الدراسات- على حدإطلاع الباحث- التي تقف على الإنتاج العلمي الخاص بشبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر، وتحليل المعالجة المنهجية والنظرية للظواهر الناتجة عن إستخدامالإعلام الجديد لا سيما شبكات التواصل الإجتماعي، مما تسمح لنا هذه المراجعة من الإنطلاق من واقع معلوم يمكن الإنطلاق منه لتحسين مخرجات البحوث والدراسات الإعلامية في الجامعة الجزائرية.

ومن الأسباب أيضا التي دعنتني إلى خوض غمار البحث في هذا الموضوع هو الإنضمام إلى النقاش الدائر حول موضوع شبكات التواصل الإجتماعي في جزئية التعامل المنهجي والنظري مع هذه الوسائط الجديدة، وهو النقاش الذي يشهد حضورا متزايدا بالمجلات العلمية العربية على وجه الخصوص، وكذا المؤتمرات العلمية، والتي كلها تصب في محاولة لفهم أعمق لهذا الواقع الإتصالي الجديد.

4-1. أهمية الدراسة:

إن أهمية هذه الدراسة هي بالدرجة الأولى أهمية أكاديمية وهو الإهتمام بالأسس السليمة لإجراء البحوث والدراسات الإعلامية والإتصالية في مجال بحثي يتطور باستمرار ومع كيان إتصالي جديد وهو شبكات التواصل الإجتماعي التي أصبحت اليوم تشهد إهتماما متزايدا من قبل الأفراد في المجتمع الجزائري بالإضافة إلى تمددها إلى جميع مجالات الحياة .

كما أن هذه الوسائل الإتصالية الجديدة هي التي سيتعامل معها الأجيال الجديدة إستخداما ودراسة.

يستمد البحث أهميته أيضا من أهمية الموضوع الذي يعالجه فالدراسة يمكن أن تقضي إلى تعديل وتصحيح طريقة التعامل النظرية والمنهجية مع شبكات التواصل الإجتماعي في بحوث الإعلام والإتصال بالجزائر ذلك أنه من الخطوات المهمة لتحسين أي مجال من مجالات الحياة هو التدقيق

والوقوف على ما تم إنجازه مسبقا من خلال تحليله وتقويمه وهذا الأمر يتيح لنا بعد ذلك الإنطلاق من واقع معلوم للقيام بالتحسينات اللازمة في هذا الميدان مستقبلا .

وتكمن أهمية البحث أيضا من زاوية الأهمية المتزايدة لشبكات التواصل الإجتماعي التي يتزايد إستخدامها كل يوم في التواصل الفردي والجماعي، مع تنوع كبير في الإستخدامات السياسية والثقافية والتعليمية والاقتصادية والإجتماعية على وجه الخصوص، ومن هنا تزداد مسؤولية الباحثين خاصة على مستوى الدكتوراه في التعمق في فهم هذه الشبكات وإنعكاساتها المختلفة على الأفراد والمجتمع، وهذا لا يحدث إلا عبر المسار البحثي الذي يجدد من منطلقاته المعرفية والمنهجية مساهمة للتغير في البيئة الإتصالية، ولهذا فدراستنا تدخل ضمن عملية رصد التجديد النظري والمنهجي الذي يعد ضروريا لفهم أعمق للظواهر الإتصالية الجديدة.

زد على ذلك تكمن أهمية البحث في :

- إنجاز مصفوفة أو خريطة بحثية للبحوث التي تم إنجازها خلال فترة البحث من أجل التعرف على واقع هذا المجال من البحث.
- إمكانية معرفة مدى استجابة البحوث المنجزة للواقع الإعلامي والإتصالي
- السماح لكليات وأقسام علوم الإعلام والإتصال بإدخال تطوير على البحوث التي تنجز مستقبلا بما يتناسب والإتجاهات البحثية الجديدة في علوم الإعلام والإتصال.

5-1. أهداف الدراسة:

تقصد الدراسة بلوغ مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

- معرفة المواضيع والمحاور البحثية التي عالجتها عينة الدراسة في دراساتهم المتعلقة بالتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي.
- تحديد المداخل النظرية التي أعتمدت عليها عينة الدراسة في دراساتهم المتعلقة بالتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي ومعرفة مستوى التجديد النظري في هذه الدراسات.
- رصد التصميمات المنهجية التي أستخدمتها عينة الدراسة في دراساتهم المتعلقة بالتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي ومعرفة نقاط القوة والضعف فيها.
- الوقوف على أبرز النتائج التي توصلت إليها عينة الدراسة في دراساتهم المتعلقة بالتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي.

6-1. الدراسات السابقة

1-6-1. الدراسات في البيئة الجزائرية:

دراسة لعياضي (2010) الموسومة بالرهانات الإستمولوجية للبحث الكيفي: نحو أفق جديدة لبحوث الإعلام والإتصال في المنطقة العربية، حيث تنطلق الدراسة من التفكير في علاقة الدراسات في المنطقة العربية بالمنهج، ومن مساهمة العدة المنهجية التي تستخدمها هذه الدراسات خاصة في

ظل إنتشار وسائل الإتصال الجماهيرية الفردية ووسائل الإعلام الجديد بصفة عامة، وما تثيره هذه الأخيرة من نقاش حول طبيعة المنهج الذي يجب إستخدامه ومدى إمكانية وقدرة المناهج الكمية المستخدمة بكثرة في البحوث العربية على تقديم الإضافة العلمية في هذا السياق، سياق البيئة الإتصالية الجديدة. ومن خلال الدراسة قدم الباحث مجموعة من الإستبصارات التي تفتح أعين الباحثين في المنطقة العربية على محدودية المنهج الكمي منفردا في دراسة ظواهر الإعلام والإتصال الجديدة ومنها محدودية النجاعة العلمية لأدوات القياس الكمي وفي مقدمتها أداة الاستبيان الذي يستبعد بعض الأسئلة التي قد تكون حرجة في سياقنا الإجتماعي لضعف هامش الحرية فيه، مما يجعل الباحث يعيد إنتاج الواقع وليس فهمه كما هو، بالإضافة إلى ذلك عدم نجاعة إبراز المؤشرات الكمية عند دراسة الظواهر المرتبطة بالإعلام والإتصال في فهم الظواهر المرتبطة بالإعلام والإتصال، فالمعرفة العمودية كما يوضح الباحث لجمهور وسائل الإتصال الحديثة يتطلب جهدا نوعيا لفهمه وهذا لا يكون إلا عبر أدوات منهجية كيفية بالدرجة الأولى. وعليه يرى الباحث أن البحث النوعي "والذي لا يجب أن ينظر إليه كإقصاء وإنقاص من قيمة البحث الكمي" هو البحث الذي يجب أن يفعل لدراسة الإعلام الجديد خاصة وأن هذا الأخير ليس عدة تقنية فقط بل هو ممارسة إجتماعية وثقافية كما ذكر الباحث والظواهر المرتبطة بالإعلام الجديد يستدعي فهمها من خلال ما يفعله المستخدمين وليس من خلال ما يقولونه.

دراسة بوزيدي، لوانسة (2019) تحت عنوان الإتجاهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر دراسة تحليلية نقدية لرسائل الماجستير المنجزة بقسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة باتنة 2010-2015 وجاءت الدراسة بعد أن أخذت دراسات الإعلام الجديد مكانا ملحوظا ضمن الدراسات الإعلامية في الجزائر وتوسع إستخدامها وسط المجتمع، وقد قامت الباحثتان عبر إستخدام المنهج النقدي وأداتي تحليل هما تحليل المستوى الثاني وإستمارة النقد وطبقت الدراسة على عينة قوامها 35 رسالة ماجستير نوقشت في الفترة 2010-2015 بجامعة باتنة وسعت إشكالية الدراسة للإجابة عن 03 تساؤلات رئيسية تمثلت في البحث عن أهم المشكلات البحثية التي تناولتها بحوث الإعلام الجديد في الجزائر عينة الدراسة، وكيف تمت معالجة هذه المواضيع نظريا ومنهجيا، ومدى صلاحية المنطلقات النظرية والمنهجية المستخدمة لدراسة موضوع الإعلام الجديد.

وتوصلت الباحثتان إلى النتائج التالية فمن حيث الموضوعات التي تطرقت إليها البحوث كانت موضوعات التعرض للمواقع عبر الأنترنت وبالخصوص شبكات التواصل الإجتماعي، وكذا إتجاهات الجمهور نحو الإعلام الجديد، بالإضافة إلى إهتمام الباحثتان بتأثيرات الإعلام الجديد الإيجابية والسلبية منها مع ضعف في تناول موضوع القائم بالإتصال في الإعلام الجديد.

أما بخصوص نوع النظريات المستخدمة فقد تصدرت نظرية الإستخدامات والإشباعات النظريات الأكثر إستخداما ونسبة قدرت ب64.20 بالمائة، كما أعتمدت بعض الدراسات على نظريات مثل ثراء الوسيلة،الأجندة، الحتمية التكنولوجية، نشر وتبني الأفكار المستحدثة، وقد سجلت الباحثين في نفس السياق 35.70 بالمائة من الدراسات لم تستند إلى أي مدخل نظري في دراستها.

وعليه يتضح أن الدراسات أنطلقت من نفس الأساس التي أنطلقت منه دراسات وسائل الإعلام التقليدية، والإعتماد بذلك على أطر نظرية متعلقة أساسا بسياقات غربية ليست بالضرورة ملائمة للسياق الجزائري.

أما منهجيا فقد سجلت الباحثين اعتماد غالبية الدراسات (75 بالمائة) على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وهي إشارة على التوجه إلى البحوث الأمبريقية على حساب البحوث الكيفية الأكثر ملائمة لبحوث الإعلام الجديد حسب الكثير من المختصين في المجال.

دراسة (خلالفة، 2018) الموسومة بمواضيع، نظريات ومناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال بالمجلة الجزائرية للإتصال نموذجاً وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على المواضيع المثارة والمناهج المستخدمة في بحوث علوم الإعلام والإتصال المنشورة في المجلة الجزائرية للإتصال وكذا النظريات المستخدمة لتحليل وتفسير مختلف القضايا المثارة، وأعدمت الباحثة على منهج دراسة الحالة ومنهج المسح وإستمارة تحليل المضمون كأداة رئيسية في جمع المعلومات وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تصدر البحوث الكمية بنسبة 64.15 بالمائة من إجمالي الدراسات.
- تتنوع المداخل النظرية المستخدمة في المجلة الجزائرية للإتصال بين نظريات الصحافة، نظريات النقدية، نظريات التأثير ونظريات نشوء المجتمع الجماهيري ونظرية حراس البوابة والفجوة المعرفية ونظريات التأثير الإنتقائي وبعض نظريات العلوم الإجتماعية.
- وفيما يخص نظريات التأثير حصدت نظريات التأثير القوي نسبة مرتفعة في الإستخدام وتصدرت نظرية الحتمية التكنولوجية النظريات الأكثر استعمالاً بنسبة 46.41 بالمائة تليها نظرية ليرنر بنسبة 28.81 بالمائة ودوام الصمت بـ 6.78 بالمائة وأرتبط إستخدام نظرية مارشال ماكلوهان بصفة خاصة في التطبيق على الإعلام الإلكتروني وتكنولوجيا الإتصال .
- أما بخصوص المناهج فقد تصدر إستخدام المنهج الكمي بنسبة 62.43 بالمائة، وسيطر منهج المسح على بقية مناهج البحث الكمية، بينما كانت أدوات الإستمارة والمقابلة الأكثر إستخداماً من بين أدوات جمع البيانات.

دراسة (هميسي، 2014) التي كانت تحت عنوان الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة قراءة نقدية قام فيها الباحث بجرد مجموعة من آراء الباحثين تطرح هذه الآراء مجموعة من المؤشرات عن طبيعة التحول الصادر في الميديا الجديدة مقارنة بوسائل الإعلام والإتصال الكلاسيكية، إنطلاقاً من دنيس ماكويل وفكرته حول نهاية الإعلام الجماهيري التقليدي، وكذلك كتابات آل غور حول مجتمع المعلومات حيث تجعل الأنترنت المعلومات متاحة في أي وقت وفقاً لحاجة المستخدم بعد أن كانت تسيطر عليها وسائل الإعلام، مروراً بما طرحه فريديريك جيمسون وأمثاله ممن يعتبرون الميديا الجديدة تعبيراً عن حالة تغيير إجتماعي كبيرة الحجم مما يستدعي الخروج عن التراث الحالي المتمحور حول مفاهيم الطبقة والجنس والهيمنة المؤسساتية إلى تفكير جديد قائم على الإيمان بالفروق الفردية، وفي نفس السياق تطرق الباحث إلى أفكار هنري جينكنز أحد أبرز منظري الميديا الجديدة الذي يشير فيها إلى إضاحلال التصور المؤسساتي للإعلام التقليدي وإفساح المجال لنمط جديد من التنظير القائم على فعالية المتلقي، لينتهي الباحث إلى عرض مجموعة من النظريات الجديدة كتعبير عن مجهودات لمسار تنظيري يحاول إحداث قطيعة من التراث النظري السابق المرتبط بالبيئة الإتصالية التقليدية. وما قيل على الأطر النظرية التقليدية ينطبق على المناهج التقليدية حسب الباحث حيث ذكر أن إستخدام المناهج التقليدية في دراسة وتحليل ظاهرة الإعلام التقليدي في دراسة الميديا

الجديدة أصطدم بعدة صعوبات وتحديات وهذه التحديات ترتبط أساسا بمصادقية البيانات في المجتمعات الافتراضية ومصادقية وأصالة المواد المنشورة وصعوبة المعاينات.

2-6-1. الدراسات في البيئة العربية:

أجرى الباحثون في السنوات الأخيرة مجموعة من الدراسات من أجل الوقوف على التراث الأكاديمي الخاص بالإعلام الجديد ضمن الدراسات الإعلامية والاتصالية أين تم رصد التحول الواقع في المقاربات النظرية والمنهجية في التعامل مع بحوث الإعلام الجديد بعد التحولات المهمة التي لحقت الظاهرة الاتصالية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة وكان من بين الدراسات التي أطلعها عليها الباحث.

دراسة (عبد القوي، أبو العلا، 2013) الموسومة بإتجاهات بحوث الإعلام بجامعة المنيا بمصر: دراسة تحليلية ورؤية مستقبلية، حيث قاما الباحثان بمسح شامل خلال فترة 1994-2012 للدراسات الإعلامية من درجتي الماجستير و الدكتوراه بقسم الإعلام واستخدما أداتي تحليل المضموم بشقيه الكمي والكيفي وتحليل الوثائق. وهدفت الدراسة إلى رصد هذه البحوث وتحليلها من جانب خصائصها العامة والجوانب المنهجية والنظرية المتعلقة بها وتحديد نقاط القوة والضعف فيها. وتوصلت الدراسة إلى ظهور تنوع في الأطر النظرية المستخدمة في الرسائل الإعلامية وكانت أكثر المداخل النظرية إستخداما نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام والغرس الثقافي والإستخدامات والإشباعات وتحليل الأطر. كما أنتهت الدراسة إلى أن أغلب البحوث أستخدمت منهج المسح الإعلامي وأن أداة الاستبيان كانت الأداة الأكثر إستخداما.

دراسة طه (2017) بعنوان التأثيرات السياسية للتلفزيون كما تعكسها التيارات البحثية الحديثة رؤية نقدية قامت الباحثة برصد مجموعة من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت التأثيرات السياسية الإيجابية والسلبية للتلفزيون في الفترة الزمنية 2012-2017 مستخدمة منهج التحليل من المستوى الثاني، وذلك بهدف رصد وتحليل الأطر النظرية والمنهجية وأدوات جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسات ثم إستعراض وتحليل أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج .

وقد عملت الباحثة على تحليل الدراسات وفق مجموعة فئات تحليل، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم القضايا البحثية التي تناولتها البحوث في عينة الدراسة كانت علاقة التلفزيون بالمعرفة السياسية، وعلاقته أيضا بالإتجاهات السياسية الإيجابية والسلبية وكذا علاقة التلفزيون بالوعي السياسي والمشاركة السياسية . كما وجدت الدراسة بخصوص الأطر النظرية المستخدمة أن نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام جاءت في مقدمة النظريات الأكثر إستخداما، تليها نظرية الغرس الثقافي ونظرية الفجوة المعرفية ونظرية الأطر، وسجلت الباحثة في هذا السياق تكرار الدراسات لعدد محدود من النظريات مع إهمال لنظريات أخرى يمكن أن تقدم إضافات أعمق لدراسة تأثيرات التلفزيون. أما في الجانب المتعلق بالمناهج البحثية المستخدمة فقد أستخدمت أغلب الدراسات المسح منهجا سواء من لمسح عينة من الجمهور أو مسح مضمون عينة من المادة الإعلامية لدراسة تأثيرها على الجمهور .

أما فيما يخص محور النتائج التي توصلت إليها الدراسات أثبتت أغلبية الدراسات وجود علاقة إيجابية بين التعرض للتلفزيون والمعرفة السياسية، بينما أظهرت نتائج العلاقة بين التعرض للتلفزيون والوعي السياسي والمشاركة السياسية تعارضا في النتائج بين البحوث محل الدراسة.

دراسة القعاري (2021) الموسومة بالمدخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي دراسة نقدية، فياستخدام المنهج الوصفي الإستقرائي من خلال إخضاع 36 دراسة تم الحصول عليها من مسح التراث العلمي للمكتبة الإعلامية من الأطروحات العلمية والأبحاث العلمية المقدمة في المؤتمرات العلمية.

سعت الدراسة إلى الإجابة على تساؤلات متعلقة بالمدخل النظرية المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي مع تبيان ما هي النظريات التي طورها الإعلام الرقمي وما النظريات التي أضافها الإعلام الرقمي وما هي إشكالية النظرية في دراسات الإعلام الرقمي وهذا كله بناء على ما أحدثته الاتصالات الرقمية من تحولات كبيرة في عملية الإتصال ومكوناته، ما دفع بالكثير من المتخصصين في علوم الإعلام والإتصال إلى القول بنهاية نظريات الإعلام الكلاسيكية كنتيجة لنهاية الإعلام الخطي الكلاسيكي، تمخض عن هذه الرؤية دعوات إلى إجراء مراجعات نظرية ومنهجية لمقاربة الظواهر الإتصالية المتعلقة بالتطورات الإتصالية الجديدة.

ووجدت الدراسة أن مدخل التأثيرات كان له دور بارز مقارنة بالمدخل الأخرى في دراسة الإعلام الرقمي وأكثر النظريات إستخداما في هذا المجال نظرية الرصاصة، إنتشار المبتكرات، الأجنحة المحذوفة، وفجوة المعرفة. كما أشار الباحث إلى أن المدخل الوظيفي كان له حضور هو الآخر في الإستخدام خاصة عبر نظريتي الإستخدامات والإشباعات ونظرية الإعتماد على وسائل الإعلام وهما النظريتين التي تكيفت مع طبيعة الإعلام الجديد. وقد أشار الباحث من خلال دراسته إلى بروز مجموعة النظريات التي طورها الإعلام الجديد فقد ذكر الباحث مجموعة منها نظرية ثراء الوسيلة، نظرية المجال العام، نظرية الحضور الإجتماعي، نظرية رأس المال الإجتماعي، نظرية التجربة الأمثل، نظرية تقليل الشك، هذا وقد ذكر الباحث ظهور نظريات جديدة خاصة بالإعلام الرقمي كان من أبرزها نظرية التحول الرقمي، نظرية الفجوة الرقمية، نظرية الشبكة، نظرية الفضاء الديمقراطي، نظرية التلاقي، نظرية الكبسة الواحدة، نظرية الرقمنة.

دراسة (عثمان، 2012) تحت عنوان الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في الوطن العربي دراسة من منظور تحليل نقدي، حيث قام الباحث برصد وتحليل مجموعة من البحوث التي تناولت الإعلام الجديد وشملت هذه البحوث 03 فضاءات، فضاء البحوث المنشورة في مجلات علمية (المجلة المصرية لبحوث الإعلام جامعة القاهرة، المجلة التونسية، المجلة السعودية للإعلام والإتصال) في الفترة الزمنية 2007-2009 وقد بلغ عدد هذه البحوث 21 بحثا، أما الفضاء الثاني فيتعلق بفضاء رسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه التي بلغت 36 رسالة المتعلقة بالفترة 2007-2011 والفضاء الثالث هو المؤتمرات التي بلغ هو الآخر 29 مؤتمرا عربيا. وأعدمت الباحثة على منهج المسح والمنهج المقارن وأداتي تحليل المضمون والملاحظة كما أستخدمت الباحثة في تحليلها للدراسات على أسلوب التحليل من المستوى الثاني، وقد توصلت الباحثة إلى هيمنة المنظور الوظيفي في معظم بحوث الإعلام الجديد مع تسجيل للمبالغة في إستخدام نظرية الإستخدامات والإشباعات كمدخل نظري في الدراسات، كما أشارت الباحثة إلى قصور حاصل في عدم تمكن بحوث ودراسات وسائل الإعلام الجديد المدروسة على تطوير نظريات خاصة بها، هذا وتركزت موضوعات التأثير في دراسة الآثار النفسية والإجتماعية للأنترنت خاصة إنعكاساته على العلاقات الأسرية وتأثيره على أخلاقيات وقيم المجتمع. أما منهجيا فقد وجدت الباحثة أن أغلب البحوث أعتمدت على منهج المسح بشقيه الميداني

والتحليلي ولاحظت الباحثة إجماع معظم الباحثين على استخدام المناهج والأدوات الكيفية وبالتالي غياب إنتاج للبحوث الكيفية في مجال الإعلام الجديد، كما تم تسجيل أن معظم الباحثين أعتدوا على العينة العمدية بسبب عدم القدرة على تحديد مجتمع البحث.

دراسة (صلاح، 2016) الموسومة بالإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي، قامت هذه الدراسة بالتحليل كيفيا لعينة متاحة من الإنتاج العلمي في البيئة العربية والأجنبية في مجال الإعلام الجديد والإعلام الاجتماعي في الفترة الزمنية 2000 إلى 2014 ، و تناولت الدراسة الإشكاليات المنهجية التي تواجه الباحثين عند دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي على 03 مستويات الأول على مستوى كل من أساليب البحث المستخدمة والثاني على مستوى تحديد العينة وإجراءات المعاينة والثالث على مستوى بناء أدوات البحث. و عدت الدراسة مجموعة من المؤشرات عن أبرز الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي كمرجات للدراسة التحليلية الكيفية للعينة المتاحة، وطرحت الباحثة في محور خاص الإشكاليات البحثية في دراسة محتوى تطبيقات الإعلام الاجتماعي والتي كان من أبرزها عجز فئات التحليل التقليدية المعروفة في أداة تحليل المضمون عن إستيعاب متطلبات تحليل المحتوى المنشور على تطبيقات الإعلام الاجتماعي وفي نفس السياق ناقشت الباحثة الإشكاليات المنهجية المتعلقة بدراسة جمهور تطبيقات الإعلام الاجتماعي ومنها مشكلة صدق البيانات ودقتها ومصداقيتها وإرتباطها بخصوصية الأفراد وكذا مصداقية الآراء والأفكار المنشورة، وصعوبة تحديد إطار عام لمجتمع مستخدمي تطبيقات الإعلام الاجتماعي. وبناءا على النقاش والتحليل للإشكاليات قامت الباحثة بعرض مخارج ومقترحات عملية لمواجهة هذه التحديات التي عرضتها الباحثة ودعت الدراسة في هذا المحور إلى إتباع نموذج منهجي مزدوج يجمع مناهج البحث الكمية والكيفية مرفق بتصوير مقترح بتطبيق هذا النموذج، كما أوصت الباحثة في دراستها بتطوير أساليب تحليل جديدة تناسب تطبيقات الإعلام الاجتماعي على غرار أسلوب تحليل الشبكات وتحليل هيكل الخطاب.

دراسة (بخيت، 2016) الموسومة بالإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي قراءة تحليلية، فمن خلال هذه الدراسة قام الباحث برصد التحولات في مجال التعامل المنهجي والنظري مع بحوث شبكات التواصل الاجتماعي، مع الوقوف عند أبرز الإشكاليات المنهجية والنظرية فيها، وتحليل واقع هذه البحوث وكشف أوجه القصور فيها

ليطرح الباحث مسارات جديدة لأجل تجاوز هذه الإشكاليات. وقد قدم الباحث لأجل ذلك قراءة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات معروفة بالدراسات الإعلامية، وكتابات أكاديمية في هذا المجال في الفترة الزمنية 2010 إلى 2014، وقد رصد الباحث من خلال الدراسة مراحل لتطور التعامل مع بحوث شبكات التواصل الاجتماعي التي غلب عليها الطابع الأخلاقي في مراحلها الأولى إلى غاية إدراك الباحثين أن شبكات التواصل الاجتماعي تشكل كيانا إتصاليا مستقلا وجب التجديد في أدواته النظرية والمنهجية، وعند هذا التحول الإدراكي ذكر الباحث إصطدام الباحثين بقلّة الاجتهاد في إستحداث مداخل نظرية تتلاءم مع طبيعة ظواهر وسائل التواصل الاجتماعي، هذا الإشكال أنعكس بقوة على الجوانب المنهجية والإجرائية، وقد دعى الباحث في نهاية الدراسة إلى ضرورة التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي كعلوم جديدة وليس مجرد إمتداد لما سبقها من وسائل إتصالية، مطالباً اللجوء إلى إعادة ومراجعة النظر في المقولات النظرية التي أطرت البحث في وسائل الإعلام التقليدية

والتركيز على التنظير الجزئي في ظل عدم تناسب النظريات الكلاسيكية مع تغيرات الظاهرة الإعلامية في بيئة التواصل الاجتماعي، والسعي لإستخدام مناهج متعددة وعدم الإكتفاء بمنهج واحد، مع توظيف أيضا أكثر من أداة منهجية وتطوير أدوات بحث متقدمة في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي تتناسب مع الطبيعة التقنية لهذه الوسائل .

دراسة (عبد العزيز، 2012) المعنونة بالتوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الإعلام الجديد دراسة تحليلية، الدراسة تتعاطى مع إشكاليات التنظير بين المقاربات الكلاسيكية والمقاربات الحديثة، ورصد التطورات التي قدمها الجانب التكنولوجي من الناحية التنظيرية لمعالجة التنظير الخاص بوسائل الإعلام الجديدة، وتبحث الدراسة في ما وراء النظرية حيث تستهدف تحليل ونقد للمقاربات الأبنتمولوجية والأنطولوجية والاكسمولوجية التي تشكل الأرضية البنائية للنظريات الإعلامية المصاحبة لبحوث الإعلام الجديد، هذه النظريات التي جاءت من إجهادات الباحثين الذين يرفضون إستخدام النظريات الكلاسيكية في مقاربة الإعلام الجديد والذي يعتبرونه يختلف جذريا مع البيئة الإتصالية القديمة التي تنعت بالأحادية، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي وأداة تحليل المستوى الثاني وتحدد المجال الزمني والمكاني في مسح الموسوعات العلمية والكتب المعنية بشؤون نظريات الإعلام من 2006 إلى 2011 .

دراسة (مرابط، 2018) حول نظريات التأثير القوي في ظل الإعلام الجديد، بحثت من خلالها الباحثة مدى محافظة هذه النظريات على قوتها في التأثير في ظل الإعلام الجديد، وتناولت الدراسة لهذا الغرض 03 نظريات وهي نظرية حارس البوابة والحتمية التكنولوجية ودوامة الصمت، للوقوف على مدى إمكانية تطبيقها في ظل إختلاف في الخصائص بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة. وقد ناقشت الباحثة إبتداء مفهوم الإعلام الجديد من عدة جوانب إنطلاقا من تعدد أسماءه وصولا إلى التعريف بأهم خصائصه. بعدها أنتقلت الباحثة إلى مناقشة مدى صلاحية النظريات المذكورة لتطبيقها في ظل الإعلام الجديد وتوصلت الباحثة إلى التأكيد على تراجع دور حارس البوابة خاصة بعد بروز شبكات التواصل الاجتماعي لتخلص الباحثة في النهاية إلى الحكم بإنتقال نظرية حارس البوابة من التأثير القوي إلى التأثير المحدود ذلك أن المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد يتأثرون هم أيضا بعوامل معينة تدخل في تحديد مضمون ونوع الرسالة التي ينقلونها. في حين ذكرت الباحثة أن نظرية الحتمية التكنولوجية لصاحبها مارشال ماكلوهان لا تزال تحافظ على صلاحيتها وقوتها ومكانتها ضمن دراسات وبحوث الإعلام الجديد. هذا وأكدت الباحثة في دراستها على أن الإعلام الجديد ولا سيما شبكات التواصل الاجتماعي قد أبطل الفرضيات العامة لنظرية دوامة الصمت نظرا لما أتاحتها هذه الوسائط للجمهور من ميزات للتعبير عن الرأي دون الخوف من العزلة الإجتماعية كما كان مع وسائل الإعلام التقليدية.

3-6-1. الدراسات في البيئة الغربية:

دراسة (scolari, 2009) وهي دراسة قدم فيها الباحث تحليلا لواقع دراسات الإتصال الرقمي من 1960 إلى 2008، من خلال طرح المحادثات النظرية الرئيسية حول الإتصال الرقمي، بعد التحولات التكنولوجية الرقمية وظهور قصور في النظريات الكلاسيكية لتفسير الظواهر الخاصة بالإنترنت. ويرى سكولاري في دراسته أن فترة من 2000 إلى 2008 هي مرحلة دراسة الأنترنت

أين تم استخدام وتطبيق النظريات الكلاسيكية على بحوث الإعلام إلى جانب ظهور نظريات جديدة إلى قائمة النظريات القديمة كان أبرزها نظرية فاعل الشبكة.

دراسة (KHANG,2010) أين تم تحليل مضمون 436 بحثا من بحوث وسائل التواصل الاجتماعي التي تم نشرها في 17 دورية في 04 تخصصات هي الإعلان، الإتصال، التسويق والعلاقات العامة، وذلك في الفترة الزمنية ما بين 1997 و2010. وأستهدفت الدراسة الإجابة على سؤالين رئيسيين:

ماهو تواتر ونسبة وتكرار المقالات البحثية المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي في مجلات الدعاية والتواصل والتسويق والعلاقات العامة

وماهي المواضيع المطروحة في هذه الأبحاث وكيف تم معالجتها نظريا ومنهجيا.

و ذكرت نتائج الدراسة أن أكثر المواضيع بحثا عبر كل التخصصات هو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وموقف المستخدمين وإتجاهاتهم نحوها، و غطت المقالات عينة الدراسة في هذا الموضوع الإنشغال البحثي المتعلق بكيف يستخدم الأشخاص وسائل التواصل الاجتماعي وتصوراتهم ومواقفهم من هذه الوسائل. وعن طرق البحث الأساسية المستخدمة فقد كشفت الدراسة أن الأساليب الكمية كانت مهيمنة في كل التخصصات حيث بلغت نسبتها 58.50 بالمائة في حين بلغت نسبة الأساليب النوعية 15.60 والمختلطة 6.20. أما بخصوص الأطر النظرية أشار الباحث إلى أن 30 بالمائة من البحوث عينة الدراسة قد استخدمت أطر نظرية كان أكثرها ظهورا نظرية الإستخدامات والإشباع ونظرية إدارة العلاقات العامة ونظرية إنتشار المبتكرات.

التعليق على الدراسات السابقة

- تنوعت الدراسات السابقة بين دراسات وصفية وتحليلية نقدية وسجلنا ميل أغلب الدراسات إلى الدراساتالنقدية(عثمان،2021)،(القعاري،2020)،(هميسي،2014)،(بوزيدي،لوانسة،2019) ذلك أن مجال دراسات الإعلام الجديد هي دراسات حديثة نسبيا ولذلك تبحث الدراسات في هذا المجال في المواضيع التي أستحدثها الإعلام الجديد وطريقة مقاربتها نظريا ومنهجيا وكفاية الأطر النظرية والمنهجية للإستخدام مع الإعلام الجديد.

- الاستفادة من الدراسات السابقة في إثراء الإطار المعرفي للدراسة من خلال التعرف والإطلاع على بعض النظريات الجديدة الخاصة بالإعلام الجديد مما يثري دراستنا ويمكننا عند تحليل النتائج من الوقوف على نقاط القوة والضعف وجوانب القصور النظري خاصة في بحوث عينة الدراسة.

- الاستفادة من الدراسات السابقة في بناء الجانب المنهجي والتطبيقي لدراستنا خاصة ما يتعلق ببناء إستمارة تحليل المحتوى.

- تتقاطع بعض الدراسات بشكل مباشر مع دراستنا إلا أن أغلب الدراسات تتناول الإعلام الجديد بشكل عام في حين تنحى دراستنا إلى التناول بالدراسة واحدة من أهم وسائل الإعلام الجديد وهي شبكات التواصل الاجتماعي،كما تميل أغلب الدراسات السابقة إلى رصد مجالات متعددة للإعلام الجديد في وقت تبحث دراستنا في التأثيرات الاجتماعية.

- رغم إختلاف بعض الدراسات السابقة مع دراستنا من حيث أنها تتناول بالدراسة وسيلة إعلام تقليدية كما هو في دراسة طه (2017) أين تناولت التأثيرات السياسية للتلفزيون إلا أن الدراسة تتقاسم مع دراستنا من حيث البحث في مدخل التأثيرات.

- تتمثل خصوصية دراسة بوزيدي، لواناسة (2019) في أنها تشترك مع دراستنا في السياق البحثي كون الدراساتين تبحث في عينة من الإنتاج الأكاديمي الجزائري في مجال علوم الإعلام والاتصال، رغم أن هذه الدراسة تنحى نحو المنهج الكيفي في بعده النقدي في الوقت التي تسعى دراستنا إلى إجراء دراسة مسحية كمية.

- بعض الدراسات أهتمت بإجراء مراجعة للنظريات المستخدمة في دراسة الإعلام الجديد(بن علي،2018)،(مرابط،2018) والوقوف على مدى صلاحية النظريات التي أطرت البحث في وسائل الإتصال الجماهيرية الكلاسيكية لمقاربة الوسائط الإتصالية الجديدة التي تتمحور أهم خصائصها على التفاعلية على عكس المركزية والعمودية في عملية الإتصال في الإعلام ما قبل الأنترنت وهذا ما يمكن أن يثري دراستنا معرفيا .

- غلبة المدخل الوظيفي ومدخل التأثيرات على أغلب الدراسات السابقة، بينما تصدر منهج المسح المناهج الأكثر إستخداما فيها.

7-1 منظور الدراسة:

تنطلق الدراسة من المنظور النقدي، هذا الأخير الذي يطالب بضرورة التمتع بالحسّ والفكر النقدي، وعدم الإستسلام لما هو قائم من الأفكار والحقائق والمسلمات والممارسات، والميل بإستمرار إلى الشك في جميع الأشياء ضمن السياق التي تتفاعل فيه.

ظهر هذا الإتجاه الفلسفي في فترة ما بين الحرب العالمية الأولى والثانية، أين شنّ ممثليه البارزين (ماكس هوركايمر، تيودور أدرنو، هربرت ماركيز، هابرماس...) حربا على الإستغلال والقمع والإغتراب التي تتسم بها الحضارة الغربية. النظرية النقدية مشككة بشكل عميق في التقاليد والمسلمات المطلقة، مهتمة أكثر بالكيفية التي يجب أن تكون عليها الأمور، وليس فقط بالكيفية التي هي عليها الأمور. والنقد في المنظور النقدي حسب ما يشير إليه بوتومور (حسن،2012،ص19) يعني في معناه الشائع هو الكشف عن الأخطاء، كما يعني الفحص الدقيق وغير المتحيز لمعنى شيء ومضمونه وقيّمته. وله معنى ثاني وهو النقد المستند على أسس منهجية واضحة المعالم، فالنقد يشير إذا إلى جانب نظري وجانب أداتي للنظر والتفكير يستهدف مسألة الطرق التي تتشكل بها القناعات بإظهار الزائف منها.

إن من أبرز الخصائص الذي يتسم به المنظور النقدي هو ما يطلق عليه الطابع الثوري الذي يطرح كبدل لما هو قائم، فالنظرية النقدية تطرح نفسها بديلا عن ما تراه طرعا تقليديا يقرّ بالواقع القائم وفق للأسلوب التقليدي في التفكير. إنطلاقا من هذا الموقف يوجّه رواد المنظور النقدي جملة انتقادات حادة للتوجهات الفلسفية الأخرى خصوصا الوضعية ومنهجها في التفكير والتحليل، حيث يطالبون بعدم التوقف في التغيير عند الأشكال التنظيمية، بل يجب أن يمس التغيير بنية التفكير.

وترى النظرية النقدية بأن النقد هو الوسيلة التي يمكن أن تعمل على تحرير الذات من موتها ومن إغترابها ووعيتها المزيف، والنقد يحيل هنا إلى الإلتفات إلى نقد العالم أكثر من الإهتمام بالبحث في ماهية الأشياء والإستغراق في عملية الوصف، فالسعي إلى عملية التغيير لن يكون مفيدا معه الإستغراق في الوصف بل الإهتمام بالنقد هو الذي يعيننا في عملية إحداث التغيير المطلوب.

وبناء على ما قيل يعد النقد وسيلة تحرير من سطوة عمليات الهيمنة التي تمارسها الأنساق الإجتماعية والجماعات ذات المصلحة، وتتجه سهام التشكيك والنقد بشكل أساسي إلى المعتقدات السائدة والمهيمنة، ومن تم يستوجب إخضاع الإعتقادات التي رسخت لفترات طويلة للتدقيق والفحص العقلاني. فالشخص المتأمل بالنسبة للمدرسة هو الذي لا يقبل الأمور على نحو عقائدي، بل يجب أن يستجيب تفكير الأفراد للمشكلات المستجدة والإحتمالات الجديدة التي تنتج عادة من تغيير في الظروف التاريخية. وعند هذه النقطة نأتي في دراستنا الحالية وبناءا على التغييرات الكبيرة الحاصلة في عالم الإعلام والإتصال للوقوف على مدى مواكبة البحوث الأكاديمية للتغيرات الحاصلة في البيئة الإتصالية،

إنطلاقا من السؤال التالي : هل لحق بتطور البيئة الإتصالية تطور على مستوى النظريات والمناهج المستخدمة؟ وقد تطرقنا في الكثير من مفاصل أطروحتنا للتغيرات التي طرأت في السياق الرقمي، فالإتصال يشهد يوميا إكتشافات وإبتكارات جديدة ومتجددة وفي مقدمتها شبكات التواصل الإجتماعي، والتي ظهر في سياقات استخداماتها المتزايدة الكثير من الممارسات الجديدة التي غيرت من طبيعة الرسائل الإتصالية، وغيّرت كثيرا من طبيعة الجمهور كمستقبلين ونفس القول ينطبق عن صانع الرسالة الإعلامية، ونفس الشيء بالنسبة لعملية نقل الرسالة الإتصالية التي حدث بها تطور هائل.

فأمام هذا السياق وهذا المشهد ليس من المعقول ومن المفيد نبقي على نفس التصورات والمسلمات النظرية والمنهجية فيما يخص دراسة وتحليل وتفسير الظواهر الإتصالية والإعلامية.

إننا سنحاول في بحثنا هذا الذي يدرس بحوث التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي الوقوف على مدى حضور روح النقد والتشكيك في ما هو سائد من الممارسات البحثية لدى طلبة الدكتوراه في دراساتهم لما هو يندرج ضمن السياق الرقمي. أم أن الممارسات البحثية القديمة لا تزال راسخة برغم ما طرأ من تغييرات. إن هذا الأمر لن يتم إلا عبر التحليل والنقد لهذه الممارسات البحثية هذا النقد الذي يحاول زعزعة اليقينيّات وطرق التفكير التقليدية في البحث في عالم يتغير باستمرار، وعليه فالدراسة ستحاول أن تقف على مدى هيمنة سياقات معرفية ومنهجية بعينها على مجال البحث في علوم الإعلام والإتصال وبالخصوص مجال دراسات التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي.

8-1. تحديد المفاهيم:

تعتبر مرحلة ضبط المفاهيم من الخطوات المهمة في إنجاز أي بحث أو دراسة، إذ يعد هذا الضبط من مؤشرات الدقة في الطرح والمعالجة، وتزداد أهمية ضبط المفاهيم كلما تعلق الأمر بالبحث في العلوم الإجتماعية والإنسانية، فالمعاني تتعدد حسب كل تخصص وحسب خصائص المجتمعات. وعلوم الإتصال كغيرها من تخصصات عرضة ربما أكثر من غيرها عندما يتعلق الأمر بضبط المفاهيم خاصة في البيئة الأكاديمية الجزائرية، فضلا عن الظواهر الإتصالية الجديدة التي لا تزال مفاهيمها محل نقاش كبير بين الباحثين، أين يتم إعتقاد مفاهيم تم إستقاءها من بيئات تختلف عن بيئاتنا

ولا تمتلك نفس الطبيعة والخصائص المكونة لبينتنا. ضمن هذا السياق يأتي المفهوم لتبسيط الصور المعقدة للأفكار، والسلوك أو المواقف، ووصف مكثف لوقائع كثيرة.

وتكمن أهمية الإطار المفاهيمي أنه " يترجم جملة التصورات والهواجس والإستدلالات الذهنية التي تحوم في ذهن الباحث /المفكر عند تناوله للحقائق وللظواهر العلمية، فالإطار المفاهيمي هو بمثابة الأدوات الذهنية التي يتم توظيفها في فهم وإستيعاب الواقع المعيش وظواهره". (بن صغير، 2019، ص184-185).

كما يصف عزي عبد الرحمن المفاهيم أنها من أسرار تطور الفكر كونها تعتبر مطلباً ضرورياً قيمياً لأي بحث علمي فكري. فهي تضبط وتربط الفكر المجرد بالواقع المجسد. (بن غربية، 2016، ص248). ولهذا حاولنا تحديد جملة من المفاهيم المحورية في الدراسة خاصة وأن البعض منها يتعلق بمفاهيم سوسولوجية مثل مفهومي الشبكة الإجتماعية والتأثير.

التأثير:

لغة: التأثير العلامة، وأثر الشيء: بقيته، وتأثر: أي ظهر فيه الأثر، والتأثير إبقاء الأثر في الشيء.

ويعرف الفار محمد جمال التأثيرات في معجم المصطلحات الإعلامية بأنها إجراء تأثيرات و تغييرات في السلوك والتفكير، وتتمثل في ما يتغير ويحصل نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة، ولهذا يعمل عند إجراء البحوث على قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير. (الفار، 2014، ص52).

أما محمد حجاب منير فيشير إلى : بعض التغيير الذي يطراً على مستقبل الرسالة وإنتباهه وإدراكه، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة، وقد تجعله يكوّن إتجاهات جديدة أو يعدّل إتجاهاته القديمة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدّل سلوكه السابق، وهناك مستويات عديدة للتأثير إبتداء من الإهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي إلى حدوث تغيير على تلك الإتجاهات وفي النهاية إقدام الفرد على سلوك علني. (حجاب، 1997، ص64).

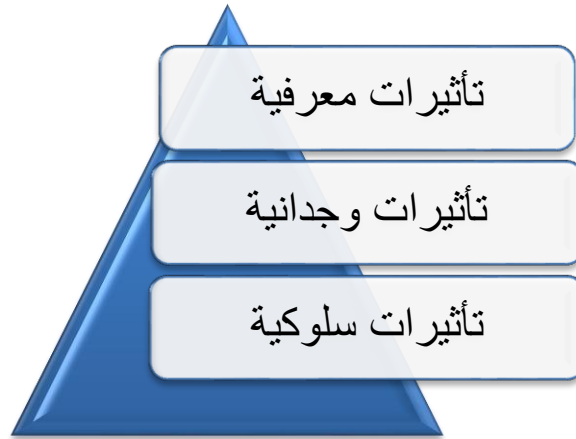
ويعرف عبد الله بوجلال الأثر: أنه ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف أو السلوكيات أو الآراء والمعلومات والمعتقدات، من جراء إنتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي ، فالرسالة الإعلامية قد تلفت إنتباه المتلقي فيدركها وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد يكوّن إتجاهات جديدة أو يعدّل من إتجاهاته السابقة وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدّل سلوكه السابق. (بوجلال، 1993، ص64).

ويفضل السعيد بومعيزة إستخدام كلمة أثر بدلاً من تأثير نظراً لصعوبة قياس التأثير في ميدان بحوث الإعلام والإتصال، ويشير إلى أن الأثر يحيل الى تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف إستمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم ليغيروا شيئاً ما على المستوى المعرفي والوجداني والسلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم

يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة بإختلاف سياقاتهم الإجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية. (بومعيزة، 2006، ص29).

من خلال التعريفات السابقة للتأثير يمكن أن نستخلص الحقائق التالية:

- ❖ التأثير مرتبط بوسائل الإعلام والاتصال، فبينهما علاقة ترابط، ففي أغلب الأحيان يكون للعملية الإتصالية إحداث أثر.
- ❖ رغم الإقرار بتأثير وسائل الإعلام والاتصال على الجمهور إلا أن هذه العلاقة معقدة ومشروطة وليست على إطلاقها، فالتأثير يتوقف على قوة الوسيلة ومكانتها، وعلى ظروف الإتصال و السياق الإجتماعي والثقافي للأفراد وغيرهما.
- ❖ تشير كل الأدبيات التي تناولت التأثير إلى أن تأثير وسائل الإعلام والاتصال تتم عبر 03 مستويات رئيسية نردها في الشكل التالي:



المصدر: إعداد شخصي

ويشير الشكل المبين أعلاه أن التأثيرات تمر حتما عبر خط تنازلي فالتأثيرات المعرفية ينجم عنها تغيرات وجدانية والتغير في المعرفة والاتجاه ينتجان تغيرا على مستوى السلوك.

ويتعلق التأثير المعرفي بتزويد المتلقي بمعلومات جديدة لم يكن على اطلاع عليها متعلقة بموضوع أو قضية أو شخص ما. وقد يتعلق الأمر بزيادة إهتمام بقضية ما بسبب بروزها في وسائل الإعلام وغيرها من الأمور التي تتمحور أساسا في التغير في المعلومات لدى المتلقين.

أما التأثير الوجداني فيتمحور بالأساس حول التغير في الاتجاه كأن تقوم وسائل الإعلام والاتصال بتقوية أو تدعيم اتجاه المتلقي الموجود لديه نحو قضية ما، أو أن تعدل اتجاهه، أو أن تغير اتجاهه تماما كان يتحول من تأييد قضية ما إلى مساند لها.

ويتعلق ثالثا التأثير السلوكي الذي يتحقق بعد التأثير المعرفي والوجداني إلى مرور المتلقي إلى الفعل.

الإجتماعي:

بالنظر في المادة الثلاثية جمع من الناحية اللغوية نجد أن الجيم والميم والعين أصل واحد يدل على تضام الشيء يقال جمعت الشيء جمعا. (القزويني الرازي، 199، ص479).

التأثيرات الإجتماعية:

مجموعة النتائج التي تترتب على التعرض لوسائل الإتصال الجماهيري وتشمل (مليكه، 2022، ص285):

- **تغيير الموقف:** إي قدرة وسائل الإعلام من خلال ما تنشره على تغيير نظرة وموقف إتجاه الناس العالم
- **التغيير المعرفي:** حيث تقوم وسائل الإعلام بتوجيه معارفنا حسب المنحى الذي تريده، فتغير في أسلوب ونمط تفكير الفرد وقناعاته المكتسبة.
- **التنشئة الإتصالية:** كل ما يعرض على وسائل الإعلام وينتقل إلى عقل القارئ والمستمع والمشاهد هو مشحون بالقيم، وعليه يعمل المحتوى على تلقين المستقبل مجموعة من المعارف لتشكيل الهوية الثقافية.
- **الإثارة الجماعية:** نظرا لقدرة وسائل الإعلام والإتصال على إثارة الجماهير وتحريكها لتحقيق أغراض معينة عن طريق تكييف الجماهير معه.
- **الضبط الإتصالي:** وذلك من خلال قيام وسائل الإعلام توحيد الجماهير على ثقافة واحدة حيث يصبح الخروج منها أمراً صعباً، حتى تصبح مع مرور الوقت عرفاً.
- **صياغة الواقع وتكريسه:** صياغة الواقع حسب الرؤية التي تريدها وسائل الإعلام وصياغة نمط حياة لتقدمها للجماهير على أنه هو الواقع.

التعريف الإجرائي للتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي:

هي الآثار التي تترتب على الأفراد والمجتمع بسبب إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي، والتي تمس على وجه التحديد في دراستنا تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقات الإجتماعية للفرد، والنسق القيمي للمجتمع، وهذه التأثيرات قد تكون إما إيجابية تعزز التواصل للفرد وتساعد في تحسين تواصله مع الآخرين مما يؤدي إلى إيجابية العلاقات الإجتماعية وكذا تعزيز النسق القيمي للمجتمع أو تكون سلبية تضعف بناء العلاقات الإجتماعية للفرد وتعزله عن محيطه وتضر بنسق القيم الإجتماعية للمجتمع.

شبكات التواصل الإجتماعي:

ي طرح مصطلح الشبكات الإجتماعية الأكثر تداولاً في العصر الحالي نقاشاً مستفيضاً، نظراً لأن الشبكات الإجتماعية ظهرت قبل ظهور الأنترنت بكثير، لأن الطبيعة الإجتماعية للإنسان لا يمكن أن تنتظر الأنترنت لكي تشكل علاقات إجتماعية، وربما الجديد هو قدرة الأنترنت على تعزيز بناء

العلاقات الاجتماعية وتطوير شبكة معارف متجاوزة المعوقات التقليدية الاجتماعية والزمانية والمكانية أيضا.

فقد ارتبط استعمال مصطلح **الشبكة** قديما بعملية الصيد، فكانت الشبكة تمثل أداة من أدوات هذه الحرفة، ثم أنتقل إلى المجال الطبي من خلال إستخدام مصطلح **الشبكة الدموية** في إشارة إلى تشابك شرايين الإنسان وإتصالها ببعضها البعض مشكلة بذلك شبكة، ومع إكتشاف الدورة الدموية أصبح الحديث عن التدفق لوصف حركة الدم في الجسم، فالشبكة ترتبط بالتدفق والتبادل بين عناصرها. كما أستخدم مصطلح الشبكة للتعبير عن أو الإشارة إلى شبكة الطرقات وشبكة السكك الحديدية.

والشبكات لغة: مفردتها شبكة تتحدر من الفعل شبك، تقول العرب شبك الشيء أي نشب بعضه في بعض وشبكت الأمور أي تداخلت وأختلطت. (البستاني، 2000، ص353)

إن دراسة الشبكات الاجتماعية موضوع تم تناوله ليس اليوم فقط، بل دراسته عكف عليها الباحثون منذ القدم، فقد بدأت دراسة الشبكات الاجتماعية مع سيميل سنة 1917 الذي يرى أن بأن تحليل الشبكات هو الأساس لعلم الاجتماع بوصفه علم هياكل وبنى العلاقات الاجتماعية، كما ساهمت الانتروبولوجيا أيضا في دراسة الشبكات من خلال مفهوم البنية التي أسسها ليفي شتراوس 1949، سمحت بمفهوم البنية في دراسة علاقات القرابة، كما استفاد تحليل الشبكات بشكل واضح من مساهمة الرياضيات من خلال نظرية الرسومات البيانية وهي نظرية في الرياضيات تهتم وتركز على دراسة خصائص المخططات. (بن بلفاسم، 2018، ص7).

التواصل: من الفعل وصل، وصل إليه، يصل وصولا أي بلغ. وكل شيء اتصل بشئ فما بينهما (وصلة) والجمع وُصل والوصل ضد الهجران. والتواصل ضد التصارم. الرازي، 1990، ص302)

توضح الدلالة اللغوية لمعنى التواصل إلى وصل الشيء بالشيء، وهي إشارة إلى التقارب والتفاعل والإقتران وذلك ضد معنى التقاطع والهجران.

كما أن كلمة "**اجتماعي**" أطلقت على شبكات التواصل الاجتماعي لأنها تقوم باستدعاء أكبر عدد ممكن من المستخدمين ليتمثل دور المستخدم المنتج لمحتوى وسائل الإعلام والتي يتفاعل معها مستخدمون آخرون من خلال الاختلاط والمناقشة. (بصافة، 2022، ص122)

وشبكات التواصل الاجتماعي "**اجتماعية**" لأنها تركز بشكل كبير على التشاركية، بمعنى أن المستخدم يستطيع تناقل المحتوى والإضافة إليه وتقييمه. والإعلام أصبح على نموذج جديد يختلف عن السابق، وهذا النموذج الجديد يقوم على المشاركة بدل ممارسة البث. (عاطف، 2016، ص24).

كما أن كلمة **اجتماعي** أطلقت عليها لأنها تقوم باستدعاء أكبر عدد ممكن من المستخدمين ليتمثل دور المستخدم المنتج لمحتوى وسائل الإعلام والتي يتفاعل معها مستخدمون آخرون من خلال الاختلاط والمناقشة. (بصافة، 2022، ص122)

ويشير Louenstein et meril إلى أن التواصل الاجتماعي العملية التي يقوم بها مصدر للاتصال بنشر رسائل متعددة من خلال وسائل آلية والكترونية إلى عدد واسع من المتلقين بغية محاول التأثير عليهم بطرق متعددة وتلقي ردود بطريقة تفاعلية مستمرة. (Louenstein, meril, 2000, p23)

الشبكات الإجتماعية اصطلاحاً: ويعنيها في دراستنا هذه الشبكات الإجتماعية الإلكترونية (المتاحة على الأنترنت)

الشبكات الإجتماعية كما عرفها الاتحاد الأمريكي للتسويق هي الشبكات الاجتماعية التي تشتغل على الويب والتي تمهد الطريق للأفراد والجماعات في إنشاء حساب شخصي لهم ومشاركته بين الأعضاء الآخرين، بحيث يقع على عاتق الشبكة إتاحة سبل مختلفة للمستخدمين تمكنهم من التواصل عبر الرسائل الفورية غرف الدردشة البريد الإلكتروني المدونات مشاركة الملفات وملفات الفيديو وجماعات النقاش.

الموسوعة البريطانية عرفت شبكات التواصل الإجتماعي، مواقع إجتماعية تشاركية، يتشارك فيها أعضائها في الحياة الإجتماعية والتواصل الإجتماعي من أجل إقامة روابط اجتماعية متينة، أين يتم التفاعل بينهم عبر قنوات إتصال مختلفة تتمثل في الرسائل الفورية، مشاركة المعلومات وبعض وسائل الإتصال الأخرى ليعبر كل فرد عما بداخله بحرية دون قيود مفروضة عليه.

<https://www.britannica.com/search?query=social%20media&page=4>

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نوجز بعض العناصر المشتركة بينها وهي:

- أول شيء أن الإختلاف بين الشبكات الإجتماعية التقليدية والمتاحة على الأنترنت أن هذه الأخيرة تعمل في بيئة الأنترنت، بينما نظيرتها الكلاسيكية تتشكل على الواقع المادي.
- هدف هذه الشبكات هو إقامة التواصل مع الآخرين متجاوزة بذلك الحدود الجغرافية والزمانية، فهذه الشبكات أضافت وظيفة جديدة لوسائل الإتصال الحديثة وهي القدرة على إقامة العلاقات.
- كل الشبكات الإجتماعية ذات طابع خدمي فهي تقدم للمستخدم مجموعة من الخدمات أبرزها :
 - الحساب الشخصي
 - إنشاء قائمة أصدقاء
 - تبادل الصور والملفات والفيديوهات وغيرها
 - القدرة على إجراء محادثات فورية
 - إرسال الرسائل الخاصة
 - الوسوم
 - إنشاء المجموعات
 - الإشتراك فيها مجاني، في حين تعتمد شبكات التواصل الإجتماعي على مصادر أخرى لتحقيق الربح منها الإعلان للسلع والخدمات للمؤسسات، وإستغلال بيانات المستخدمين أيضا لأغراض تجارية.

التعريف الإجرائي:

هي تلك الشبكات المتاحة على الأنترنت تسمح بإنشاء حسابات شخصية متاحة للعموم، كما تشير هذه الشبكات إلى مجموعة التفاعلات والعلاقات المتبادلة بين الأفراد والمجموعات التي تنتج تدفقات للمعلومات والمضامين، وتعتبر هذه الشبكات مصانع جديدة لبناء العلاقات الإنسانية، حيث تسمح لمستخدميها بإدارة العلاقات الحالية أو بناء علاقات إجتماعية جديدة، وتسهل إتقاء الأفراد

والمجموعات التي تتقاسم وتتشابه في الإهتمامات وفي المسارات الحياتية وفي النضال، وذلك من دون معيقات تقليدية زمانية أو مكانية، وتلبي شبكات التواصل الإجتماعي غريزتين أساسيتين لدى مستخدميها الأولى الحاجة للإنتماء والثانية حاجة المرء إلى تقديم نفسه للآخرين.

الإعلامو الإتصال:

مفهوم الإعلام:

تعرف عاطف (2016) الإعلام هو نقل الأخبار والمعلومات وإبداء التعليق والرأي في شكل مقروء أو مرئي أو مسموع، بإستخدام وسائل إتصالية. والإعلام شكل متطور للإتصال وهذا الأخير هو تفاعل مباشر بين "المرسل" و "المستقبل"، بينما الإعلام هو بث عبر وسيط أو أداة.(عاطف، 2016، ص18).

وتشير العيساني إلى أن مصطلح الإعلاميشير لجميع الوسائل والتقنيات والمنظمات، إضافة إلى المؤسسات سواء التجارية أم غير الربحية العامة أو الخاصة الرسمية أو غير الرسمية التي تكون مهمتها ووظيفتها الأساسية نشر الأخبار والمعلومات المختلفة ونقلها، وحاليا تعدت وظيفة الإعلام هذه الأمور فأصبح يتضمن الترفيه والتسلية.(الطيب عيساني، 2000، ص7).

مفهوم الإتصال:

يرجع أصل كلمة إتصال في اللغة الانجليزية إلى الكلمة اللاتينية (communis) ومعناها مشترك عام، وبالتالي فالإتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو إتجاه أو سلوك أو فعل...إخوكلمة الإتصال في صيغة المفردة وكصفة (communication) تستخدم للإشارة إلى عملية الإتصال التي يتم عن طريقها تبادل الأفكار والمعلومات أما كلمة الإتصال في صيغة الجمع communications فتشير إلى الوسائل التي تحمل المضمون أو مؤسسة الإتصال ذاتها.(عزت، 2018، ص ص10-11).

توجد منظورات كثيرة لكلمة إتصال منها تعريف "كارل هوفلاند" أن الإتصال هو العملية التي يقدم خلالها القائم بالإتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الآخرين (مستقبلي الرسالة).ويرى تشارلس موريس أن مصطلح الإتصال حين نستخدمه بشكل واسع النطاق فإنه يتناول أي ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد في أمر معين".(مكاوي، حسين السيد، 1998، ص24).

وتعرف رشتي(1978) الإتصال بالعملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقى ومرسل الرسالة -كائنات حية أو بشر أو آلات-في مضامين اجتماعية معينة، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين، فالإتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.(رشتي، 1978، ص46).

في حين تشير مي العبد الله إلى أن الإتصال عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين إجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد

عن قضية أو معنى مجرد أو واقع معين، يعني أن الإتصال عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل وليس عملية نقل. (العبد لله، 2010، ص64).

وفي ذلك تعتبر مي العبد لله أن الإتصال لا يتوقف عند المرسل فقط وليس عملية خطية، فالتوقف عند المرسل دون تفاعل من المستقبل يجعل العملية الإتصالية اقرب للنقل منها إلى المشاركة، في حين حسب الباحثة، الإتصال هو عملية تفاعل ومشاركة للأفكار والمعاني، فعملية الإرسال تستوجب عملية الإستقبال والتفاعل و يحدث كل ذلك في وسط إجتماعي معين.

مما سبق يمكن إيجاز تعريف الإتصال في المفاهيم المفتاحية الآتية: "عملية تفاعل معلوماتية وإجتماعية هادفة"، وتعريف الإعلام في كونه: "نقلا هادفا للمعلومات". (دليو، 2013، ص).

البحث في علوم الإعلام والإتصال :

البحث:

إستقصاء منظم يهدف إلى إضافة معارف يمكن توصيلها والتحقق من صحتها عن طريق الاختبار العلمي. (بدر، 2008، ص16).

مجموع الجهود المنظمة التي يقوم بها الإنسان مستخدما الأسلوب العلمي وقواعد الطريقة العلمية لزيادة سيطرته على بيئته وإكتشاف ظواهرها وتحديد العلاقات بين هذه الظواهر. (عبيدات، عدس، كابد، 1984، ص42)

ومن خلال التعريفين يمكن القول أن البحث من صفاته الأساسية التنظيم، فهو عمل يتم وفق نسق علمي وقواعد منضبطة من أجل فهم الظواهر وإكتشاف العلاقات فيما بينها.

البحث العلمي:

التنقيح المعرفي المستمر للنظريات والمناهج، وتنقيح الإضافات التي تلحق بها، وتنقيح تطبيقاتها، ووضعها على الدوام في مواجهة تجارب ومشكلات وتطبيقات جديدة. (العبد لله، 2010، ص167).

علوم الإعلام والإتصال:

هو علم من العلوم الإنسانية يتم تدريسه في الجامعات والمعاهد المتخصصة وله نظرياته وقواعده وأسس البحث فيه، ويشمل مجمل الأساليب والأنماط وطرق إنتقال الأفكار والمشاعر، ومن هنا أكتسب هذا المصطلح صفة التعميم حيث يشمل جميع الأنماط ذات الأهداف المختلفة والأسس التنموية المتباينة. (الفار، 2006، ص226).

هو علم يجمع العديد من العلوم الأخرى، يستمد جوهره وماهيته ومناهجه وتقنياته من إختصاصات أخرى متعددة، ويدرس السلوكيات والمواقف والخطب المعلنة بكل أشكالها ووسائلها، وفي كل المجالات، وكذلك ظروف إنتاج الرسالة الإعلامية والأهداف الظاهرة والخفية، ويدرس كيفية

إنتاج وتوزيع وتخزين المعلومات مهما كان نوعها، علمية أو تقنية مكتوبة أو مرئية أو مسموعة. (عبد الله، 2014، ص202).

إن القصد بالبحث في علوم الإعلام والاتصال هو رسم إطار الإهتمامات الأساسية المكونة لما يجب أن يبحث في الإعلام والاتصال من موضوعات معينة، باستخدام مناهج وأدوات محددة وهنا لا بد من التساؤل هل لهذا النشاط البحثي موضوعات محددة على غرار ما نسجل ذلك في العلوم الأخرى مثل علم الاجتماع والنفوس؟ وهل الإعلام والاتصال علم قائم بذاته من حيث إهتماماته المستقلة وأدوات بحثه المتميزة ونظرياته العلمية الخاصة؟. (بن مرسل، 2010، ص24).

ويطرح بن مرسل في هذا التعريف مسألة هوية البحث في علوم الإعلام والاتصال، ذلك أن هذا الأخير ونظرا لارتباطه بالنشاطات المتعددة للفرد والمجتمع، جعله محط إهتمام من تخصصات متعددة، كعلم الاجتماع والنفوس والاقتصاد والسياسة، ولهذا كان دائما يعاير أنه يستعير عدته النظرية والمنهجية من علوم أخرى، ويمكن أن يكون ذلك مقبولا في البدايات الأولى لظهور علوم الإعلام والاتصال، لكن اليوم كسب علوم الإعلام والاتصال مساحات كبيرة بعد إتساع مجال النشر العلمي في التخصص، وتوسع المعاهد التي تدرس حقل الإعلام والاتصال عبر العالم.

والبحث في علوم الإعلام والاتصال هو ذلك الإطار من الموضوعات ذات العلاقة بالإعلام الجماهيري، وعلمية الإتصال بصورة عامة، وما تمارسه هذه الوسائل من تأثير على المجتمع، أو تتركه من أثر على الإنسان، مما يسمح لنا بالقول أن مجال هذه الأبحاث غير مقتصر بدراسة المواضيع ذات العلاقة المباشرة بوسائل الإعلام فقط وما تمارسه من تأثير على المجتمع. (بن مرسل، 2010، ص39).

وهي إشارة إلى تعدد الإشكاليات البحثية بتعدد الخلفيات الفكرية التي تناولت الإتصال، فهذا الأخير شهد تناولا من مدارس وتيارات وإتجاهات متعددة، وصلت حد التعارض فيما بينها ضمن حقل الإعلام والاتصال.

البحث في علوم الإعلام والاتصال إجرائيا:

هي الدراسات النظرية والتطبيقية للأساليب والأدوات والوسائل التي تستخدم في إنتاج و تبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشاعر بين الأفراد والجماعات والمؤسسات في المجتمع، وتشمل علوم الإعلام والاتصال العديد من المجالات، وتهدف إلى فهم دور وتأثير الإعلام والاتصال على الفرد والمجتمع، وذلك من خلال دراسة النظريات والمفاهيم والأدوات الملائمة، التي تعمل الجامعات والمؤسسات الأكاديمية على تكوين طلبة الإعلام والاتصال عليها وتأهيلهم للعمل في جميع التخصصات ذات الصلة.

9-1. صعوبات الدراسة:

واجهنا أثناء إنجاز هذه الدراسة صعوبات كبيرة في الحصول على مادة التحليل، نظرا لغياب سجلات إحصائية مضبوطة ومحيطة مجمعة في مكان ما لكل ما أجز من أطروحات الدكتوراه في كليات وأقسام علوم الإعلام والاتصال بمختلف جامعات الوطن، يمكن الوصول إليها بيسر، مما استهلك من وقتنا الكثير للحصول على مادة التحليل.

ب. الإجراءات المنهجية:**1-1. مجالات الدراسة:**

تقتصر هذه الدراسة على تحليل المنتج البحثي وهو أطاريح الدكتوراه المجازة خلال فترة الدراسة، وقد تم الاستعانة بهذا المنتج البحثي نظرا لما تمثله أطاريح الدكتوراه في الجزائر، من متطلبات معرفية إذ يتوقع منها أن تكون مساهمة أصلية ولبنة علمية تضاف إلى المجال المعرفي لحقل الإعلام والاتصال، ولأطروحة الدكتوراه خصوصيتها نظرا لخضوعها إلى مسار بحثي مضبوط ومحكم من قبل المجالس العلمية للكليات والأقسام في طريقة كتابتها وتحريرها وعمقها المعرفي وكذلك إنجازها تحت إشراف أساتذة مؤهلين، كما تقتصر ضمن هذا المنتج البحثي على البيانات المتعلقة بالأطر النظرية والمنهجية بالإضافة إلى موضوعات ومجالات الإهتمام فيها.

أما بخصوص الفترة الزمنية فتشمل المدة الزمنية المحددة من 2015-2022، وهي فترة زمنية شهدت فيها بحوث الإعلام والاتصال تغيرات وتحديات كبيرة، فشبكات التواصل الاجتماعي لم يقتصر تأثيرها على المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتعليمية وغيرها من مجالات الحياة، بل ألحقت إشكاليات متعددة بالبحث العلمي في الكثير من مجالات البحوث الإنسانية والاجتماعية وفي مقدمتها بحوث الإعلام والاتصال، ولهذا تسمح لنا هذه الفترة بالاطلاع على قدر من البحوث التي يمكن من خلال تحليلها الوقوف على طرق التعامل النظري والمنهجي مع شبكات التواصل الاجتماعي على اعتبارها فضاء إتصاليا مستحدثا يختلف عن الفضاءات الإتصالية السابقة عنها.

11-1. مجتمع الدراسة:

يشمل مجتمع البحث جميع أطروحات الدكتوراه المجازة من قبل كليتي الإعلام والاتصال بجامعة قسنطينة 03 وجامعة الجزائر 03، والمتعلقة بموضوع الدراسة المتمثل في التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي، المنجزة خلال الفترة 2015-2022، والتي وصل إليها الباحث من خلال المستودع الرقمي لجامعة الجزائر 3، وحصل على أطروحات الدكتوراه بالنسبة لجامعة قسنطينة 03 من خلال المكتبة الخاصة بكلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري.

وجاء إختيار الكليتين لأسباب عدة منها أن الكليتين (كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة 03 وكلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03، تعدان من كبرى الكليات في الجزائر التي تكوّن في علوم الإعلام والاتصال، كما أنهما من الناحية التاريخية تعتبران من أقدم مؤسسات التعليم العالي في الجزائر في هذا التخصص. أما من ناحية المنتج البحثي خاصة في طور الدكتوراه فالكليتين تُجاز بها سنويا عدد لا بأس به من أطروحات الدكتوراه .

ويعود إختيارنا لأطاريح الدكتوراه من الإنتاج البحثي وإستبعاد رسائل الماجستير والماستر والليسانس نظرا لكون أطروحة الدكتوراه في الجزائر تعد أعلى الدرجات العلمية، الأمر الذي يجعلها تتميز بقدر كبير من الجدية والصرامة والإضافة العلمية. وقد أعتدنا أسلوب الحصر الشامل للدراسات والبالغ عددها (19) التي تم الوصول إليها كما وسبق ذكره بأسلوب البحث التقليدي في المكتبة

الخاصة بكلية الإعلام والاتصال قسنطينة 03 وأسلوب البحث الإلكتروني بالنسبة لجامعة الجزائر 03 من خلال مستودعها الرقمي على الأنترنت.

وفيما يلي سنقوم ضمن الجدول (01) أسفله بجرد لكل لأطروحات الدكتوراة التي تكوّن مجتمع البحث:

جدول رقم (1): يوضح الأطروحات التي تكوّن مجتمع البحث

الرقم	عنوان البحث	سنة المناقشة	الجامعة التي نوقشت فيها الأطروحة
01	أثر شبكات التواصل الإجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية. دراسة ميدانية	2016-2015	جامعة الجزائر 3
02	إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والإجتماعية دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين	2018-2017	جامعة الجزائر 3
03	الاتصال الإجتماعي في الوسائط الجديدة "فايسبوك" وأثره في تعزيز القيم الإجتماعية لدى الشباب الجزائري.	2021-2020	جامعة الجزائر 3
04	رأس المال الإجتماعي لدى مستخدمي مواقع شبكات الإجتماعية دراسة مسحية	2021-2020	جامعة الجزائر 3
05	مواقع شبكات التواصل الإجتماعي والقيم- دراسة استطلاعية	2017-2016	جامعة الجزائر 3
06	العلاقات الإجتماعية الافتراضية لمستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر دراسة مسحية	2017-2016	جامعة الجزائر 3
07	إستخدامات ميزات موقع فايسبوك وعلاقته بتراكم رأس المال الإجتماعي دراسة على عينة من المراهقين	2016-2015	جامعة الجزائر 3
08	تشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري-دراسة ميدانية لعينة من شباب مدينة ورقلة المستخدم للفايسبوك.	2021-2020	جامعة الجزائر 3
09	إستخدام المراهقين لشبكة الفايسبوك وعلاقته بتعلقهم الأبوي-دراسة ميدانية	2016-2015	جامعة الجزائر 3
10	العصبية الافتراضية في شبكات التواصل الإجتماعي	2018-2017	جامعة الجزائر 3
11	شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بعدم تفعيل القيم الإجتماعية دراسة ميدانية تحليلية	2018-2017	جامعة الجزائر 3
12	أثر الترفيه الافتراضي(باستخدام مواقع التواصل الإجتماعي) على المراهقين. دراسة ميدانية	2021-2020	جامعة الجزائر 3
13	التربية البيئية في ظل تكنولوجيا الإتصال الحديثة والإعلام الجديد. مقارنة تحليلية لمضامين شبكة التواصل الإجتماعي وتأثيراتها في الجوانب الإدراكية المهارية والإنفعالية لمستخدميها من الشباب الجزائري صفحة « Algérie Propre » أنموذجا	2020-2019	جامعة الجزائر 3
14	الإتصال وتشكيل الوعي البيئي عبر شبكات التواصل الإجتماعي: دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع	2018-2017	جامعة الجزائر 3

		فيسبوك	
15	2017-2016	الشبكات الإلكترونية الإجتماعية وأثرها على تفاعل الطلبة الجزائريين	جامعة قسنطينة 3
16	2021-2020	تأثير مواقع التواصل الإجتماعي في قيم الطالب الجامعي الجزائري دراسة ميدانية في جامعات قسنطينة	جامعة قسنطينة 3
17	2021-2020	إستخدامات الطلبة الجزائريين لمواقع التواصل الإجتماعي: فيسبوك، يوتيوب، انستغرام. دراسة ميدانية	جامعة قسنطينة 3
18	2018-2017	بناء الحقائق الإجتماعية في المجتمعات الافتراضية لدى الشباب الجزائري. دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك	جامعة قسنطينة 3
19	2018-2017	دور الشبكات الإجتماعية في مجال العلاقات العامة الإجتماعية دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفيسبوك	جامعة قسنطينة 3

12-1. نوع الدراسة ومنهجها:

يستخدم المنهج الوصفي في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، أشكالها وعلاقاتها، والعوامل المؤثرة في ذلك. أما هدفه الأساسي فهو فهم الحاضر لتوجيه المستقبل وذلك من خلال وصف الحاضر بتوفير بيانات كافية لتوضيحه وفهمه ثم إجراء المقارنات وتحديد العلاقات بين العوامل وتطوير الإستنتاجات من خلال ما تشير إليه البيانات. (عليان، 2001، ص47).

و تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية على إعتبار أنها تسعى إلى رصد ووصف تعامل الباحثون الجزائريون مع شبكات التواصل الإجتماعي منهجيا ونظريا في ظل بيئة إتصالية جديدة تتميز بالتفاعلية عكس نموذج الإتصال التقليدي الأحادي، في مسعى الوقوف على نقاط الضعف في مجموعة الأبحاث المنجزة حول التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي ومن تم مقدرة توجيه هذه الأبحاث مستقبلا بما يتناسب مع التطورات النظرية والمنهجية في تناول ظواهر الإتصال الجديدة المرتبطة بشبكات التواصل الإجتماعي على وجه الخصوص.

ويعد منهج المسح ضمن الدراسات الوصفية من المناهج الأكثر إستخداما في الدراسات الإعلامية، وهو المنهج الذي يسمح بالحصول على معلومات قيمة عن مجتمع الدراسة، ويوفر إمكانية التعرف على الوضع الراهن لهذا المجتمع المدروس في ظل المتغيرات البحثية محل البحث والدراسة. وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح وذلك لأجل رصد المعالجة النظرية والمنهجية التي أستخدمها طلبة الدكتوراه بالجامعة الجزائرية لدراسة موضوع التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي بالجزائر وذلك للكشف عن أهم المواضيع والمحاور البحثية التي تم تناولها وكذا الأطر النظرية المستخدمة بالإضافة إلى التصميمات المنهجية المتبعة.

13-1. أداة جمع البيانات:

يعد إختيار أداة البحث من المراحل المهمة في إجراء البحث، ذلك أن نجاح البحث يتوقف في جزء مهم منه على إختيار الأداة البحثية التي تتفق ابتداء مع موضوع البحث ومنهجه، وأيضا كفاءتها للقيام بالوظيفة التي أختيرت لها. يعتمد بحثنا على إستمارة تحليل المحتوى كأداة لجمع المعلومات التي

تم إعدادها وفقا لتساؤلات الدراسة ومتغيراتها التي أستقاها الباحث من خلال دراسة إستطلاعية على بعض أطاريح الدكتوراه ومن معايشته لهذه الأطروحات لمدة زمنية معقولة وهي المدة التي خصصها الباحث للبحث عن مجتمع البحث وعينته سواء من المستودع الرقمي لكلية الإعلام والإتصال بجامعة الجزائر 3 أو من خلال مكتبة كلية الإعلام والإتصال لجامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3.

وقد أشتملت إستمارة تحليل المحتوى المحاور الآتية:

المحور الأول: متعلق ببيانات الوثيقة (الأطروحة)

المحور الثاني: وتعلق **بفئة الموضوعات المطروحة في الدراسات:** وهي الموضوعات التي تناولها باحثو الدراسات العليا وأختاروها لتكون موضوع أطروحاتهم في الدكتوراه. وقد أقتصرنا في دراستنا على موضوعين رئيسيين كانا الأكثر تواترا في أطروحات الدكتوراه وهذا بناء على دراستنا الإستطلاعية وتعلق الأمر 1: **العلاقات الإجتماعية للفرد، 02: النسق القيمي الإجتماعي.**

المحور الثالث: وهو المحور الذي أرتبط **بالنظريات المستخدمة** في دراسة العينة للتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي:

- نظرية الحقنة تحت الجلد (الطلقة السحرية)
- نظرية الحتمية التكنولوجية
- نظرية دوامة الصمت
- نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين
- نظرية إنتشار المبتكرات
- الإستخدامات والإشباع
- نظرية ترتيب الأجندة
- نظرية الإعتماد المتبادل
- نظرية الغرس الثقافي
- نظرية حارس البوابة
- نظرية ثراء الوسيلة
- نظرية الفجوة المعرفية
- نظرية الحتمية القيمية
- النظريات النقدية
- النظرية البنائية الوظيفية
- نظرية التفاعلية الرمزية
- نظرية التلاقي أو الدمج
- نظرية الرقمنة
- نظرية الذات الثانية
- نظرية الكبسة الواحدة
- أخرى
- دون نظريات

المحور الرابع: وهو المحور الذي أرتبط **بالأطر المنهجية** في دراسة العينة للتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي وشمل المحور الفئات التالية:

- فئة نوع الدراسة من حيث الهدف.
- فئة نوع الدراسة من حيث طبيعة البيانات.
- فئة نوع الدراسة من حيث أدوات جمع البيانات.
- فئة المناهج المستخدمة.
- فئة المبحوثين التي أجريت عليهم الدراسة.
- فئة أدوات جمع البيانات.
- فئة طرائق إختيار العينات.

14-1. إجراءات الصدق والثبات.

تحكيم الاستمارة:

إستمارة تحليل المحتوى تم عرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام والاتصال المذكورين في الجدول أسفله، الذين قدموا لنا ملاحظاتهم شملت إضافات وتعديلات وحذف ومن التعديلات التي قمنا بها:

تعديل عبارات في فئة المبحوثين حيث تم إستبدال طلبة الثانوية بتلاميذ الطور الثانوي وإستبدال طلبة المتوسط بتلاميذ الطور المتوسط وطلبة الإبتدائي بتلاميذ الطور الإبتدائي. هذا وقد تم تغيير فئة المبحوثين بعبارة الجماهير المستهدف من الدراسات.

في المحور الثاني المتعلق بالموضوعات المطروحة تم حذف كلمة القضايا والإبقاء على كلمة الموضوعات فقط ، أما في المحور الرابع والمتعلق بالأطر المنهجية المعتمدة، تم إستبدال عبارة بحث نوعي بالبحث بالكيفي، بالإضافة لإباعتاد- ضمن فئة المناهج المستخدمة- تحليل المحتوى الكمي وتحليل المحتوى الكيفي.

وبعدالأخذ بملاحظات الأساتذة المحكمين وعلى ضوء مقترحاتهم تم إخراج إستمارة تحليل المحتوى في شكلها النهائي كما هو موضح في الملاحق. ثم أنطلقنا في تحليل أطروحات الدكتوراه عينة الدراسة.

جدول رقم(02): يبين قائمة محكمي إستمارة تحليل المحتوى.

الاسم واللقب	الرتبة	التخصص	جامعة الانتماء
فوضيل دليو	أستاذ التعليم العالي	علوم الإعلام والاتصال	صالح بونيدر قسنطينة3
نصر الدين بوزيان	أستاذ التعليم العالي	علوم الإعلام والاتصال	صالح بونيدر قسنطينة3
الطاهر اجغيم	أستاذ التعليم العالي	علوم الإعلام والاتصال	صالح بونيدر قسنطينة3
وحيدة سعدي	أستاذ التعليم العالي	علوم الإعلام والاتصال	جامعة باجي مختار عنابة

الإطار المعرفي للدراسة

2- بحوث التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي بين الأساليب الكلاسيكية وتحديات البيئة الرقمية

1-2. بحوث الإعلام والاتصال

1-1-2. تاريخ البحث في علوم الإعلام والاتصال

إن علم الإتصال الذي يهتم بتفسير أبرز السلوكيات الإنسانية، تعود أصوله إلى أزمنة غابرة، ذلك أن السلوك الإتصالي يعد عنصرا هاما وحيويا للحياة الإنسانية عامة. وإن كان يصعب تحديد البدايات الأولى للدراسات الأولى للإتصال، فإن الثابت هو قدم الإهتمام بعلم الإتصال. ونحن في هذا المقام سنبدأ الإشارة إلى هذا الإهتمام انطلاقا من أرسطو. إذ يعد كل من أرسطو الذي عاش فيما بين عامي (322-385) قبل الميلاد ومعلمه أفلاطون الذي عاش فيما بين (347-427) قبل الميلاد من مؤسسي الدراسات القديمة لفن الإتصال. وقد توصل كل واحد منهما إلى أن الإتصال فن أو صناعة يمكن تعليمها بالتمرين، وأنه علم قائم بذاته (روبن، 1991/1984 ص67)

وقد نظر أرسطو إلى الإتصال بأنه تلك العملية التي يقوم فيها الخطيب بصناعة حجة واضحة وقوية يقدمها للمستمع ليقتنعه بقضيته وتحقيق الاستجابة المرغوبة منه. فالإهتمامات الأولى للإتصال ارتكزت على فن الخطابة والبلاغة وأرتبطت بالحديث السياسي ودراسة الطرق التي يمكن التأثير بها على الناس. لكن إذا تحدثنا عن التاريخ الحديث لبحوث الإتصال فإن هذه الدراسات بدأت مع الحرب العالمية الأولى إثر الأثر الكبير الذي أحدثته الدعاية على المتلقي في تلك الفترة.

ففي بداية الحرب العالمية الثانية بادرت الحكومة الأمريكية إلى تجنيد المؤسسات والنخب من أجل صنع إجماع من الشعب الأمريكي للدخول في الحرب وزيادة إسهامه في المجهود الحربي ومن أجل تحقيق ذلك قامت بصناعة برامج دعائية لتعبئة المواطن الأمريكي للتعامل مع الوضع الجيوسياسي في تلك الفترة، وقد كانت الدعاية هي وسيلة تحقيق هذه الأهداف حيث تم التركيز على تحريك الأحاسيس ومشاعر الولاء لكي يغرسوا في نفوس المواطنين البغض والخوف من العدو بغية رفع معدل التأثير على الرأي العام الأمريكي ودفعه إلى المساهمة في الحرب. (ديفلير، روكيتش، 1992/1989).

إن هذه الدعاية الحربية التي أحدثت آثارا على المتلقين بشكل ملحوظ لفتت إنتباه بعض المختصين وإدراكا لمسألة خطورة الدعاية التي تمارس مراقبة إجتماعية على الجماهير وعلى أرائهم وتوجهاتهم، فقد قامت national education association سنة 1929 بنشر تقرير تنتقد فيه الدعاية حيث طلب من الأساتذة أن يكونوا واعين أمام الأشكال المختلفة للدعاية التي يمكن أن تصل إلى جماهير الشباب. ومع نهاية الحرب العالمية والتي تعد منعرجا مهما لبحوث الإتصال إذ وبعد أن وظف الباحثون في مكاتب حكومية وعسكرية لوضع مؤسسات للدعاية أثناء الحرب قام هؤلاء الباحثون بالإهتمام أكثر بتأثير الدعاية على عدة مستويات بعد إنتهاء الحرب من خلال فرق بحث و في معاهد ومؤسسات مختصة بالقضايا الإتصالية. (مرتاض نفوسي، 2018، ص5)

وفي هذا السياق، تجدر الإشارة إلى الدور الذي لعبته مؤسستروكفلارفي التأسيس للبحث في علوم الإعلام والاتصال من خلال الندوات التي كانت تعقدتها أين قامت بدعوة في الأربعينات إلى نخبة من المفكرين المهتمين بالاتصال وكان من أبرزهم لازار سفيلدوهارولد لازويل وكان محور النقاش في هذه الندوات هو إنشاء إطار نظري عام يسمح للمؤسسة بتحديد المعايير ذات الصلة بدعم المشاريع المتعلقة بالاتصال. وكان من أهم مخرجات الندوة ما توصل إليه هارولد "نموذجه" الشهير عن الاتصال من يقول ماذا؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ وبأي أثر؟ الذي كان له تأثيرا على البحث المساعد في الاتصال. لقد سطر لاسويل برنامج عمل للباحثين، بحيث يجد كل واحد منهم ذاته فيه من جامعيين ومسؤولي الوسائط والقادة السياسيين، ذلك أن التقسيم المقترح يحدد بدقة إختصاصات كل تخصص. (مبيج، 2011/2005).

وقد بدأ إهتمام لازويل ببحوث الاتصال الجماهيري نتيجة ما حققته وسائل الاتصال في تلك الفترة لا سيما الإذاعة والصحافة، والقلق التي أثارته في المجتمع والتخوف التي حركته خاصة تأثيرها على الإرادة السياسية للأفراد، وهذا الإهتمام العميق للازويل قد أرسى فيما بعد أسس صلبة للبحث الأمبريقي ويرجع إليه الفضل في التأسيس لبحوث تحليل المضمون وهو المنهج الذي أصبح ركنا أساسيا في بحوث الاتصال. وربما الأكثر أهمية من كل ذلك هو ما سبق ذكره وهو التساؤل الشهير ذو العناصر الخمسة الذي صكه في تلك الفترة. كما أسهمت مؤسستروكفلار في تأسيس "مركز أبحاث الراديو" والذي تولى رئاسته لازار سفيلد سنة 1937 وأهتم المركز بدراسة الراديو وعلاقته بالجمهور حيث كلل جهد لازار سفيلد سنة 1946 بتأليف كتاب عن الاستماع للراديو في أمريكا، وقد تحول المركز إلى جامعة كولومبيا تحت إسم مركز الأبحاث الإجتماعية التطبيقية. (بن مرسي، 2010، ص44)

وعطفا على ما سبق ذكره يمكن أن نقرر أن تطور البحث في علوم الإعلام والاتصال قد ارتبط بالدعاية والحرب ومفهوم الإقناع والمناقشات التي تم تحريكها حول الدعاية وتطبيقاتها في المجتمع الأمريكي الذي يعد مجتمعا ديمقراطيا، فظهور الدعاية بعد الحرب العالمية الأولى خاصة الفاشية والنازية في أوروبا، وكذا أثناء الحرب العالمية الثانية أين كانت كل الأنظمة السياسية تستخدم الاتصال الجماهيري والإذاعة على وجه الخصوص من أجل التحكم في المجتمعات والتلاعب برؤاها وتوجهاتها، فظهرت على إثرها دراسات تحليل المحتوى خاصة مع التطورات التي شهدتها العلوم الإجتماعية التطبيقية. وتجدر الإشارة أيضا إلى أنه قبل الحرب العالمية الثانية لم تكن معالم مجال الاتصال كمجال أكاديمي واضحة، وقد كان كل الباحثين الذين يشتغلون وبيحثون في هذا المجال هم من مجال العلوم الإجتماعية الذين كانوا يطبقون المفاهيم والنظريات والفرضيات الخاصة بمجالهم ضمن حقل علوم الإعلام والاتصال. إلا أن هذه الأبحاث شكلت قاعدة معرفية مهمة في التأسيس لعلم جديد هو علم الإعلام والاتصال.

وبعد الحرب العالمية الثانية بدأت تظهر الرغبة في إنشاء علم اتصال مستقل، لكن المهتمين والباحثين في هذا المجال لم يتفقوا في ذلك وأنقسموا إلى مدرستين هما المدرسة الأمبريكية بقيادة لازار سفيلد، والمدرسة النقدية بقيادة قداماء مدرسة فرانكفورت (دليو، 1995، ص117-122).

المدرسة الأمبريكية:

إن هذا الإنقسام يعد طبيعياً على إعتبار أن علوم الإعلام والاتصال جاءت نتيجة جهود الكثير من الباحثين الذين يحدرون من تخصصات وميادين معرفية مختلفة، وبحكم هذا التنوع في قد انعكس ذلك على تناول الظاهرة الإعلامية والاتصالية وتعددت الإتجاهات والمجالات البحثية في التخصص وظهر على إثر ذلك في عشرينات القرن الماضي الإتجاهين الرئيسيين كما سبق ذكره إتجاه أمبريقي ينتمي فكرياً إلى الفكر الرأسمالي وإتجاه نقدي يستلهم من تراث الماركسية.

والمدرسة الأمبريقية التي قادها لازارسفيلد تميزت باستخدام المنهج الكمي وتبني الوضعية والوظيفية الإجتماعية في تفسير الظواهر الاتصالية وهكذا أسهمت العلوم الإجتماعية بشكل كبير سواء على الصعيد النظري أو المنهجي في تطور بحوث الإتصال، والمدرسة الأمبريقية وهي الطريقة الأمريكية في بحوث الإتصال الجماهيري بصفة عامة، التي تتميز بطابعها وتوجهها التحليلي الأمبريقي البراجماتي، كما أنها كانت تنعت بالدراسات الإدارية لإرتباطها بخدمة المؤسسات التجارية والإعلامية وخاصة دراسة الجمهور كمستهلك لهذه المؤسسات، فالعامل التجاري كان من العوامل الأساسية التي حرك هذه البحوث والدراسات، بعد إدراك المعلنين لأهمية الحصول على البيانات عبر البحوث لاستغلالها في إقناع العملاء لشراء المنتجات.

ويمكن الإشارة هنا إلى بعض المراحل التي مرت بها تطور المدرسة الأمبريقية خاصة وأن موضوع دراستنا يتعلق بمحور التأثيرات هذه الأخيرة التي كانت من أهم مجالات الدراسة لدى المدرسة الأمبريقية، فقبل الأربعينات سادت خلال تلك المرحلة نظرة سلبية للجمهور، الذي يتلقى المضامين الإعلامية وتؤثر فيه بشكل قوي ومباشر، وقد تكونت هذه الرؤية بناء على تأثير الدعاية أثناء الحرب العالميتين أين تحولت وسائل الإعلام آنذاك خاصة الراديو والأفلام إلى أدوات قوية لإخضاع والتحكم في الشعوب. ومن الناحية المعرفية فقد أستلهم المطلق من نظريات علم النفس السلوكي، وقد ترتب عن هذه المرحلة إهتماماً كبيراً ببحوث تحليل المضمون وبعث استطلاعات الرأي العام وقد جند لهذا الأمر تأسيس مراكز بحثية لهذا الغرض. بعدها وإنتلاقاً من 1940 برزت مرحلة التأثير المحدود وغير المباشر لوسائل الإعلام بعد أن بينت نتائج الإنتخابات الأمريكية في تلك الفترة أن الرئيس الذي كان يحظى بتدعيم كبير من وسائل الإعلام فشل في الفوز بالانتخابات مما حرك الكثير من التساؤلات حول طبيعة تأثير وسائل الإعلام وتبين بعد ذلك وجود عوامل أخرى إلى جانب وسائل الإعلام تؤثر على الجمهور من بينها العوامل الإجتماعية المتمثلة أساساً في قادة الرأي. وقد قاد هذه الدراسة لازارسفيلد أحد رواد المدرسة الأمبريقية وهو عالم إجتماع أمريكي من أصل نمساوي الذي ركز في أغلب أبحاثه على تحليلات للمستمعين وللمنتخبين من خلال دراسة العلاقة بين الإتصالات الشخصية وتأثير الإتصال الجماهيري على التوجهات السياسية. ويسجل هنا أن بول لازارسفيلد قام على مستوى تجاربه العلمية المذكورة بإجراء دراسات قياسية لأراء جماهير وسائل الإعلام خاصة لأراء جمهور الراديو، قصد تحديد حجم الإستماع لهذه الأخيرة أو بهدف التعرف على أنواع البرامج الواسعة الإلتقاط. بالإضافة إلى معرفة الأسباب التي تجعل المستمعين يميلون إلى الإستماع إلى برنامج دون الآخر، وكذا الطرق المستخدمة في الإستفادة من البرامج وتأثير محتوياتها على عاداتهم الإجتماعية وسلوكياتهم الإنتخابية. (بن مرسل، 2010، ص44)

وفي نفس السياق وفي إطار الحديث عن عمليات التأسيس للبحث في علوم الإعلام والاتصال يمكن الإشارة أيضاً إلى مساهمات "كورت لوين" من خلال تجاربه العلمية والتي تمحورت أساساً حول

حركية الجماعات والاتصال. أما الإسهام الرئيسي " لكارل هوفلاند" في بحوث الإتصال الجماهيري فيتمثل في تطوير وتنفيذ بعض التحليلات التجريبية تحت ظروف معملية إبان سنوات الحرب العالمية الثانية وقد تركزت تلك البحوث والتحليلات المعملية على آثار المضامين الدعائية التي تبثها وسائل الإتصال الجماهيري ودورها في تغيير الآراء.(محمد الجوهري،حسن الخولي،فاطمة القيني، منى الفروناني، الفت حسن أغا، السيد عفيفي، 1992، ص13).

والمدرسة الأميركية رغم منبعها الفكري الواحد إلا أنها تفرعت إلى مداخل وتوجهات تبعا للزاوية التي كان ينطلق منها كل فصيل في دراسته لعملية الإتصال، وربما أبرز هذه التوجهات كان ذلك التوجه الذي غير مجرى البحث في علوم الإعلام والاتصال من خلال قلب التساؤل الذي كان يبحث العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وكان منظورا جديدا للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، هذه العلاقة التي كانت حسب منظور النظريات الأولى في الإتصال خاصة نظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية كانت لصالح الوسيلة مقابل ضعف وسلبية الجمهور، في حين أدرك "الهو كاتز" من خلال نموذج الإستخدامات والإشباع أن الوسيلة مهما كانت قوية إلا أن الجمهور يبقى هو المقرر في التأثير بوسائل الإعلام. وحسب هذه النظرية فإن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور يتميز بخصائص عديدة، أهمها القدرة على إختيار الرسائل الإعلامية التي تلبى رغباته وتشبع حاجاته الكامنة في ذاته، ومعنى ذلك هو التراجع عن المنظور القديم للأثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن أشخاص سلبيين ومنفصلين، يجتمعون في نسق واحد من التصرف والسلوك. في حين الجمهور وفق منظور الإستخدامات والإشباعيات يتسم بالإيجابية ولا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام والاتصال، فله أهداف محددة من إستهلاكه لوسائل الإعلام حيث يقصد تحقيق غايات من خلال اقباله الإختياري الذي تتبع أساسا من حاجاته ورغباته .

وهكذا برز نموذج التأثير المحدود الهادئ والمستمر لوسائل الإعلام، حيث ركزت البحوث على دراسة القائم بالاتصال وأساليب العمل داخل المؤسسات الإعلامية وتحول الإهتمام من التأثيرات المباشرة قصيرة الأجل إلى التأثيرات غير المباشرة طويلة الأجل. وتزايد خلال هذه المرحلة من 1967 حتى 1992 الإهتمام ببحوث وضع الأجندة وبناء الأجندة وتحليل الأطر الإعلامية ودوامة الصمت والفجوة المعرفية والغرس الثقافي، وبرزت إسهامات ولبرشرام، وماكومبس وشو وألفين توفلر وجون روبنسون واليزابيت نيومان وجيمس ليمرت وكولين سيمور، وجاءت نتائج تلك البحوث لتدعم نظام الهيمنة الإعلامية والثقافية للإعلام الأمريكي، وتساعد الدور المركزي لوسائل الإعلام الأمريكي في السيطرة على النظام الاقتصادي العالمي والتأثير على السياسة الدولية. (سعد ابراهيم، 2017، ص6).

إن ما توقفنا عنده من إسهامات المدرسة الأميركية في بحوث علوم الإعلام والاتصال هو توقف ليس على سبيل الحصر ولكن توقف عند بعض المحطات الرئيسية في جسم بحوث الإعلام والاتصال، هذا الحقل المعرفي الذي تشكل من أنظمة معرفية متعددة جذورها ممتدة في عمق التاريخ وهذه الأنظمة المعرفية موزعة على علوم متعددة منها الإجتماعي والإنساني والرياضي وعلم الحاسوب وغيرها ولهذا تناول الإتصال بالبحث والدراسة قد تم من زوايا عديدة مما أسفر على تعدد الرؤى والتوجهات. حيث رأيت بعض النظريات في محور تأثيرات وسائل الإعلام أنه ستكون هناك تأثيرات سلوكية فورية وعامة ومباشرة وقوية على الجمهور دون إستثناء كما في نظرية الرصاصة التي

أستحوذت على إهتمام الباحثين قرابة 3 عقود من الزمن من (1940-1917) بينما تقول أخرى أن مثل هذه التأثيرات محدودة وغير مباشرة كما في نظرية تدفق الإتصال على مرحلتين التي أستحوذت على إهتمام الباحثين من (1940-1967) وتقول أخرى أن هذه التأثيرات معرفية وليس سلوكية كما في نظرية ترتيب الأولويات التي استحوذت على إهتمام الباحثين خلال الفترة (1967 إلى 1974) وتقول رابعة أن مثل هذه التأثيرات قوية وشاملة مثل نظرية دوامة الصمت التي أعادت القوة لوسائل الإعلام من جديد بداية التسعينيات، وبخاصة مع ظهور الإعلام الجديد والتي ترى أن تكوين الرأي العام عملية ديناميكية تتشابك فيها عوامل إجتماعية نفسية وثقافية وسياسية. (القعاري، 2019، ص11)

وما يمكن قوله أن المدرسة الأمبريقية في البحث في علوم الإعلام والإتصال تميزت إجمالاً بمايلي:

- إنطلاقها من الأسس الفكرية للنظام الليبرالي الرأسمالي.
- تستخدم المدرسة الأمبريقية المنهج الكمي الذي يعتمد على الإحصائيات الرياضية .

الإنطلاق من الوضعية

- المدرسة الأمبريقية عموماً تقوم على المدخل الوظيفي و التحليل الوظيفي للإتصال يركز على الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في الحفاظ على النظام والبناء الإجتماعيين كما يبحث في كيفية أدائها أو عدم أدائها لمهام محددة وضرورية للحفاظ على التوازن .

المدرسة النقدية:

تقوم المدرسة النقدية على التأويل في تفسير الظواهر وتتخذ البحوث الكيفية منها علمياً لتفسير الظواهر الإتصالية والإعلامية، على عكس المدرسة الأمبريقية التجريبية التي تعتمد المنهج الكمي منها علمياً. وتنتمي المدرسة النقدية إلى الفكر الماركسي الذي يعد الإطار المرجعي الذي ألهم كل النظريات النقدية بعد ذلك. حيث تنظر إلى وسائل الإعلام من زاوية مختلفة تماماً عن تلك التي تنظر إليها النظريات الأمبريقية فهم لا ينظرون إلى تأثيرات وسائل الإعلام المباشرة بل يبحثون في العلاقة بين وسائل الإعلام والمؤسسات الإجتماعية الأخرى وينطلقون من تصورهم للنظام الإجتماعي السائد وهو أن المحور الأساس للنظام الإجتماعي هو الطبقة التي تبنى عليها أي تفسير لتأثير وسائل الإعلام. (القعاري، 2020، ص263)

وتأثرت المدرسة النقدية منذ البداية بالفكر الماركسي حيث كان أتباعها يركزون أساساً على المحيط الإجتماعي، السياسي والاقتصادي للبلد التي تمت فيه عملية الإتصال. فكانوا يتساءلون دائماً من يتحكم في الإتصال؟ لماذا؟ لفائدة من؟ بالإضافة إلى رفضهم للجانب الإداري للمدرسة الأمبريقية التي يعيرون عليها تركيزها على الإتصال وإهمالها للمحيط التاريخي والثقافي وهو الأمر حسبهم الذي يشوه حقيقتية الإتصال. (دليو، 1995، ص117) ترى المنظومة النقدية أن مهمة وسائل الإعلام هي مساندة طبقة السلطة في المجتمع على فرض سلطتهم وعلو الحفاظ على الوضع الموجود والقائم لذلك كان تركيزهم على نقد المنظومة الإعلامية، وانتشار الثقافة الجماهيرية بدلاً عن الثقافة الراقية أو الرفيعة التي ترتقي بأذواق الجماهير لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات والطبقات المسيطرة على المجتمع. (عبد الحميد، 2004، ص147).

ويشير بيار بورديو إلى مجموعة من الأسئلة كيف تقوم هذه الوسائل بتشكيل الأفكار والوعي العام؟ كيف تعمل هذه الآليات في توجيه الوعي والرأي العام وتشكيلهما؟ من يقوم بالتحكم في هذه الآليات وإدارتها؟ هل هم الصحفيون الذين يعملون في هذه الأجهزة أو أنه النظام أو البنية التي يعملون في إطارها؟ وثمة مستوى آخر من التفكير والتأمل يمكن أن نصل إليه يتعلق بطبيعة المجتمع ككل هذه الآلة المركبة أي المجتمع تخضع لأدوات ضبط وتحكم يتم توجيهها نحو إستراتيجيات محددة ودور أدوات الضبط والتحكم هذه هو إحكام السيطرة على المحاور والتروس والحركات المختلفة التي تتم داخل هذه الآلة. (شيللر، 1986، ص155).

أستحدث أدرنو وهوركهايمر في منتصف الأربعينات مصطلح الصناعة الثقافية إذ قدما دراسة نقدية للإنتاج الصناعي للمواد الثقافية باعتبارها ظاهرة شاملة تهدف إلى تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع. فالمنتجات الثقافية والأفلام والبرامج الإذاعية والمجلات تحيل على نفس العقلانية التقنية ونفس التنظيم والتخطيط الإداريين المتبع في نموذج صناعة السيارات والمشاريع الحضرية. لقد تم الإعداد لكل شيئاً مسبقاً ليجد كل فرد ما يناسبه، بحيث لا يستطيع أحد الفكك (ماتلار، 2004/2005) ص89. مما سبق يتكشف لنا أن المدرسة النقدية تعتبر وسائل الإعلام جهاز إيديولوجي وبالتالي يسعى المنظور النقدي إلى كشف الجوانب الإيديولوجية الذي تتستر وراءه الأنظمة المؤسسية، كما تسعى أيضاً للتسليط الأضواء عن عملية التزييف الممنهج للوعي الذي تقدمه وسائل الإعلام وتسوقه داخل المجتمعات الرأسمالية.

وقد أنقسم أتباع المدرسة النقدية إلى عدة إتجاهات الذي كان أهمها:

اتجاه مقارنة الاقتصاد السياسي:

وهو الإتجاه الذي ركز على العامل الإقتصادي، حيث أن وسائل الإعلام ضمن هذا المنظور هي شركات إقتصادية هدفها الأول هو تحقيق الربح فقط، وأن مضمون وسائل الإعلام مرتبط بالممولين ورجال الأعمال الذين هم من يحددون في الأخير نوع المضمون بهذه الوسائل.

- **إتجاه المقاربة الشمولية:** وهي شبيهة بسابقتها مع فرق وحيد يتمثل في كون أصحاب هذه الأخيرة يعطون الأولوية للعامل الأيديولوجي على حساب العامل الإقتصادي، فهم يهتمون بدراسة مظاهره المختلفة وآليات ديمومته. (دليو، 1995، ص118)
- **إتجاه السيطرة أو الهيمنة الثقافية:**

وهو الإتجاه الذي ينظر إلى وسائل الإعلام على أنها مؤسسات ثقافية تقوم بنشر وبتث الإيديولوجية، وتشتغل منظومة الاعلام على عملية تدجين الجماهير لأجل فقط مساندة الطبقة الحاكمة. أما عن طريقة التحليل في هذا السياق هو تحديد القيم وإيديولوجية الطبقة الرأسمالية عبر مضامين وسائل الإعلام فيما تبثه هذه الوسائل من أخبار وإعلانات وأفلام وبرامج وغيرها. ولهذا السبب يرى تيار الدراسات الثقافية أن وسائل الإعلام صناعة مثلها مثل باقي المنتجات المادية فهي ليست صنعة المهنيين في الإعلام، بل هي نتاج مصالح الطبقة الرأسمالية.

وإضافة إلى الاتجاهين الرئيسيين المذكورين أعلاه، هناك توجه ثالث في البحث في علوم الإتصال وهو توجه يتميز كلياً عن التوجهات السابقة، ويتمثل في مايسمى "بالحتمية التكنولوجية"، أنها نظرية جديدة لا تلتقي مع أي من المدرستين الكبيرتين النقدية والأمبريقية. وترجع أصول هذه

النظرية إلى أعمال "هارولد أنيس" و"مارشال ماكلوهان" الذين أعطيا في أعمالهما دورا رئيسيا للوسائل الإتصالية، بل وحتى في تنظيم المجتمع كله. (دليو، 1995، ص119)

وترى الماكلوهانية أن طبيعة وسيلة الإعلام التي يتصل بها الناس هي التي تشكل المجتمع أكثر مما يشكله مضمون الوسيلة الإعلامية، فالوسيلة هي الرسالة، أو بمعنى آخر أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع هي من ستحدد طبيعة المجتمع وتؤثر في طريقة تفكير أفرادها.

وخلاصة القول أنه من الصعب جدا الإمساك بتاريخ البحث في علوم الإعلام والإتصال، نظرا لطبيعة علم الإتصال الذي يعد من العلوم القليلة التي يتقاطع فيها العديد من التخصصات وتتجاذبها الكثير من المعارف، فلقد أثار الإتصال اهتمام جلة التخصصات العلمية، وقد مهدت الكثير من الظروف الإجتماعية والإقتصادية والسياسية لإنطلاق الدراسات الإتصالية، وكان السياق العسكري وخاصة فيما بين الحربين العالميتين من أبرز السياقات التي غذت ظهور بحوث الإعلام والإتصال وخاصة دراسات الجمهور في تلك الفترة وعلى وجه الخصوص بحوث التأثير، وقد أعمدت هذه البحوث على ميراث التنظير والأدوات المنهجية للعلوم الإجتماعية. ولكن رغم أن سياق الحرب العالميتين مهدت ظروف ظهور البحث في الإتصال إلا أن الثابت أيضا أن دراسات الإتصال استلهمت قبل ذلك من أفكار الفلاسفة أمثال أفلاطون وأرسطو في علم البلاغة وفن الخطابة عند العرب.

ولقد لعبت أيضا الصناعة و التحضر دورا أساسيا في إيجاد الظروف الإجتماعية لتطور وسائل الإتصال الجماهيري ولقد أنتجت هذه السيرورة للتغيير الإجتماعي في أوروبا و أمريكا مجتمعا على علاقة وطيدة بوسائل الإتصال، خصوصا في ظل تزايد جماهيرية الصحافة وظهور الإذاعة في العشرينات و أتسعت رقعة الدراسات فظهر ما يسمى بعلم الجريدة بألمانيا و بحوث الإذاعة بالولايات المتحدة (سعد، 2017، ص89). فنظرا للدور الذي كانت تلعبه وسائل الإعلام في تلك الفترة لفت ذلك إنتباه الكثير من الباحثين إلى القضايا والمشكلات التي تحدثها مضامين وسائل الإعلام في المجتمعات، في نفس الوقت تنبعت الحكومات إلى الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والإتصال خاصة في توجيه الرأي العام، وهنا ظهرت الحاجة الماسة إلى بحوث خاصة بحقل علوم الإعلام والإتصال.

غير أن الانطلاقة الحقيقية لبحوث الإعلام كانت في نهاية العشرينات من القرن الماضي أعمدت أساسا على نظريات التأثير المستمدة من نظريات المجتمع الجماهيري، فقد تميزت بحوث الإعلام قبل هذا التاريخ بعدم التنظيم و لم تذكر بوضوح تأثير وسائل الإعلام على الجمهور بمفهوم علمي، فقد ساهم تطور طرق و أدوات البحث في العلوم الإجتماعية، لا سيما القياس الكمي إلى تطور البحث في تخصص الإعلام والإتصال، هذا بالإضافة إلى عوامل أخرى:

الدعاية في الحرب العالمية الأولى والدور الذي لعبته ظاهرة الإحتكار و التي ساهمت في تسريع وتيرة ما يعرف بالدراسات الإدارية .

بدافع المنافسة الشديدة و تحقيق الأرباح ركز مالكي وسائل الإعلام على معرفة الخصائص السوسيوثقافية للجمهور لتحقيق أكثر إنتشار و ربح .

نظرا للاعتقاد الراسخ حول قوة وسائل الإعلام، اهتم السياسيون بمعرفة دورها في عملية التصويت و الإنتخابات .

- كان الإشهار و فن التسويق عاملين هامين في تطوير بحوث الإعلام خاصة بعد انتقال الإشهار من عملية توفير المعلومات إلى عملية تصنيع الطلب عند المستهلك (بوعريشة نعيمة، 2018، ص85).
 - فهم أنواع الإتصال ووسائله: على الرغم من سهولة التعرف على هذا الحافز بشكل مجرد وسطحي إلا أن الحاجة إلى سبر أغوار العملية الإتصالية وما يحيط بها من جزئيات تظل صعبة ومعقدة. وهذا ما دعا إلى حتمية وجود منهجية واضحة يعتد بها في شرح أبعاد تلك العملية ليضمن التخطيط السليم لكل ما يتعلق بتوظيف الإتصال بشكل صحيح بما يخدم القائم بالإتصال والمستقبل ويحقق أهداف الإتصال. (عبد الله، 2010، ص163).
 - نمو تخصص الإعلام والإتصال وتعدد مجالاته: لقد كان طبيعياً أن يؤدي العاملان السابقان والتطور الملحوظ في وسائل الإتصال إلى تطور التخصص ذاته، وإلى الحاجة إلى المزيد من التخصص فيه. وقد قاد ذلك في نهاية الأمر إلى إنشاء مزيد من اقسام الإعلام والإتصال في العديد من جامعات العالم، التي أعطت بدورها أولوية خاصة لتدريس أساليب البحوث ومناهجها كأداة لا غنى عنها في هذا المجال الجديد. (عبد الله، 2010، ص163).
- وتجدر الإشارة إلى أن تخصص الإتصال منذ نشأته وهو يبحث عن هوية خاصة به لا سيما وأنه يغترف من العديد من التخصصات، وعدم إستقلاله بنظريات ومناهج بحثية خاصة وإعتماده على العدة النظرية والمفاهيمية للعلوم الإنسانية الأخرى كعلم الاجتماع والنفوس والفلسفة وغيرها جعله كتخصص أكاديمي موضع تساؤل في الكثير من جوانبه، ويذكر (دونسباخ، 2011/2006) في مقال له أنه عندما طالبوا كمختصين في الإتصال بأن يتمأسسة الإتصالي إلى جانبعلم الاجتماعفيالنظام الأكاديمي الألماني، رفض رئيس جمعية علماء الاجتماعالألمان إدماجه بحجة تهكمية مقارنة مفادها"عدم حاجتنا لعلم الدجاج أو البط داخل البيولوجيا"، فتخصص علوم الإعلام والإتصال يأخذ عنه دائماً أنه غير واضح المعالم بسبب تشابهه معمجمل العلوم الإنسانية الأخرى وحتى التقنية منها.

(دونسباخ، 2011/2006)

إلا أن اليوم البحث في علوم الإعلام والإتصال كسب مساحات كبيرة خاصة بعد فتح التخصص في كل الجامعات وظهور العديد من المجالات العلمية في المجال وإتساع النشر العلمي به وأزداد حجم المؤتمرات العلمية التي تقام لأجل تعميق وتجويد البحث في علوم الإعلام والإتصال الأمر الذي أسس ويؤسس لان يرتقي تخصص علوم الإعلام والإتصال كعلم قائم بذاته له أطره المعرفية ومناهجه وأدواته البحثية الخاصة به .

2-1-2. خصائص البحث في علوم الإعلام والإتصال:

لكل علم موضوعه ومسائله وأصوله وقواعده ومسلّماته ونظرياته، فالعلم مخصص بموضوع بعينه، وهذا العلم يتصف بمبادئ وقواعد ومناهج لتحصيل المدركات تكون في شكل نظريات أو قواعد أو مسلمات أو قوانين. ومن هذه الزاوية كثيراً ما كانت علوم الإعلام والإتصال تعاني جملة من الانتقادات حول هويتها الشخصية ومدى استقلاليتها بنظريات ومناهج بحث تخصها كحقل معرفي مستقل. ولهذا البحث في علوم الإعلام والإتصال له خصائص خاصة به انطلاقاً من خصوصية تخصص الإعلام والإتصال الذي يعد ملتقى مجموعة واسعة من التخصصات الإنسانية والاجتماعية وحتى التقنية منها.

وتكمن خصوصية البحث في علوم الإعلام والاتصال كمجال للتقصي والفحص في ارتباط الظاهرة الإعلامية والاتصالية بالظاهرة التكنولوجية التي لم تتوقف ولن تتوقف عن التطور والتجديد. الأمر الآخر وهو أن الظاهرة الإعلامية والاتصالية ذات طبيعة اجتماعية تتفاعل وجوبا مع السياقات الاجتماعية بأشكالها المختلفة وتشابكها بذلك مع جملة كبيرة من التخصصات، والأمر الثالث هو تأثرها بمنظومة القيم والأفكار والمعتقدات في كل المجتمعات. وهذه الحركية سواء التقنية أو الاجتماعية منها جعلت الممارسة الإعلامية والاتصالية ظاهرة اجتماعية تزداد تعقدا باستمرار تبعا للتجدد الحاصل في الشق التكنولوجي التي تتوسلها والتي لا تتوقف عن التطور وهكذا يجد الباحث في علوم الإعلام والاتصال نفسه كل مرة أو كل فترة أمام وجوب التوقف وإعادة تكييف التصور مع المستجدات وإعادة التفكير لفهم مجموعة المصطلحات والمفاهيم التي تؤطر تفكيرنا.

تشكل بحوث الإعلام بعدا مهما ومجالا أساسيا في الدراسات الاجتماعية والإنسانية المختلفة باعتبار أن علوم الإعلام والاتصال جاءت بالأساس نتيجة لقاء جهود الباحثين من ميادين متعددة بحكم تنوع الأصول التاريخية والفلسفية والفكرية لهذا العلم تعددت بطبيعة الحال الإتجاهات والمجالات البحثية التي عكفت على دراسة الظواهر المتعلقة به. وقد ظهر بداية عشرينيات القرن الماضي اتجاهين اثنين ساد الدراسات الإعلامية عرف الأول بالاتجاه النقدي والثاني بالاتجاه الامبريقي فالأول ينتمي للفكر الماركسي فيما ينتمي الثاني إلى الفكر الليبرالي الرأسمالي. (القعاري، 2018، ص28) وهكذا كان البحث في علوم الإعلام والاتصال متعدد الإتجاهات ومتعدد المشارب يغرف من كل التخصصات، وتذكر العبد الله (2010) من خلال تجربتها البحثية " وفي مشوارنا البحثي تأكدنا من أن البحث العلمي قد دخل إلى علوم الإعلام والاتصال عبر بوابتي علمي النفس والتربية، وخصوصا فيما يتعلق بدراسة وقياس نماذج محددة في السلوك البشري اتجاه وسائل الاتصال بطريقة ساعدت على فهم وتفسير الكثير من الظواهر". (العبد الله، 2010، ص162).

وهكذا ظهر حقل الدراسات في الإعلام والاتصال كأنه حقل غير متجانس بأنظمة متعددة موسومة بالمجابهات الإيديولوجية والصدامات المعرفية داخل الأطر. والسؤال كيف يمكن ربط هذه المقاربات المعرفية في تيار موحد. وهكذا كان أمام الرواد الأوائل الذين أسسوا الحقل الدراسات الإعلامية وتقنياتها والأغراض العلمية والمجتمعية منها تحديات كبيرة، هو كيف يمكن ربط هذه المقاربات المعرفية في تيار موحد يأخذ بيد هذه العلوم الناشئة (علوم الإعلام والاتصال) إلى النضج وتكوين عوالمها المعرفية الخاصة به. (سعد، حسن، 2017، ص68).

لكن من المؤسف تقول العبد الله (2010) أنه على الرغم من الفائدة التي جنتها علوم الإعلام والاتصال بشكل عام من تجارب الآخرين في الوصول إلى المعرفة وسبر أغوارها يبدو لنا واضحا أنها ما زالت تعاني من غياب شخصيتها المميزة والمطلوبة في أسلوب التعامل مع منهج البحث الجديد، بل أنها تدور في فلك المنهجية التي طورها باحثو علمي النفس والتربية دون تطويرها بما يتناسب مع طبيعة موضوعاتها. (العبد الله، 2010، ص163)

إن تقاطع التخصصات هذا حسب البعض عقد من مشكلة علوم الإعلام والاتصال في سعيها إلى الانفراد بهوية خاصة بها وطرح أمام تخصص الاتصال. هذا التقاطع إشكاليات متنوعة سواء في الجانب النظري والمعرفي أو المنهجي الإجرائي. فاستدارة علم الاتصال عائدا على الدوام إلى العلوم

الأخرى من أجل الاستعانة بنظرياتها أو بمناهجها جعل البعض ينظر بضعف نضج هذا التخصص وبغياب ركائز العلمية فيه لافتقاره لنظريات إتصال خاصة به.

طرحت مسألة انتساب الإعلام والاتصالي إلى نسق العلم الحديث، واستعارة أبحاثه لطرق البحث المعروفة، حرّك أسئلة عن مدى نضج هذا العلم؟ وهل يمكن أن يشكل فرعاً من فروع البحث والمعرفة وهو يفتقر إلى تقنيات خاصة به، ذلك لأنه يأخذ بتقنيات الدراسات الأدبية، لجأ إلى الخطابة، السيمياء، وعلم الدلالات، أما إيمانه على الوثائق المادية والمكتوبة، أو التحقيقات الاستقصائية فهي ارتباط بعلم التاريخ ومهمة المؤرخ، فضلاً على أن المقابلة واستقصاء الرأي العام مرتبطة بتطور علم النفس في سياق اكتشاف الآراء، أو في سياق تكوين وتشكيل الآراء المستهدفة كموضوع بحث. (سعد، حسن، 2017، ص 68).

إن خصوصية البحث في علوم الإعلام والاتصال تستند أيضاً حتى إلى ظروف ظهور هذا التخصص الأكاديمي، فعلوم الإعلام والاتصال لم تكن حصيلة نقاش فكري بل فرض ظهور تخصص الاتصالي الوجود دخول المجتمعات في مجتمع ما يمكن أن نطلق عليه مجتمع الإتصال مع ظهور وسائل الإتصال الجماهيري وما نتج عنها من ظواهر، عند هذه اللحظة التاريخية كان هناك حاجة ماسة إلى تخصص يدرس عمليات الإعلام والاتصال. والملاحظ في هذا الحقل هو تسارع أدوات الإتصال في التغيير تقنيا باستمرار، وهذا ما يجعل الممارسة تسبق التنظير فيه الذي يأتي تابعا لملاحقة هذه التطورات، على العكس من ذلك في الكثير من التخصصات التي تعد النظرية موجه أساسي للتطبيق ولهذا كثيرا ما كانت بحوث الإعلام والاتصال ملاحقة لعملية التجدد المستمر للعملية الإعلامية والاتصالية. ويذكر مرسلي (2010) أن العلوم في أغلبها نمت وفق نموذج تطوري تبدأ عادة بالمرحلة الفلسفية بالنسبة للعلم الذي هو في طور الظهور بحصول تراكم معرفي كبير على مستوى تخصص علمي ما. مما يؤدي إلى عجز أدواته التحليلية (مناهج، أدوات بحث) عن معالجة هذا الكم المعلوماتي. الأمر الذي يدفع إلى التفكير في إيجاد أدوات تحليل بديلة للقيام بالمهمة المذكورة. ومن أجل تحقيق هذه الغاية لا بد من الدخول حتما في مرحلة فلسفية للعلم حيث يتم في هذه المرحلة التركيز على تحديد مجالات إهتمام أساسية جديدة عبر تكوين مفاهيم عامة وإعادة النظر في الافتراضات الأساسية المعروفة وكذا في مناهج البحث وأدواتها المستخدمة في جمع المعلومات [...] لئتم الانتقال مباشرة إلى المرحلة التجريبية التي يختبر فيها مضمون هذا الاتفاق ميدانيا من خلال القيام بتطبيق أدوات التحليل الجديدة في بحث الموضوعات المحددة (بن مرسل، 2010، ص 26 ويمكن إرجاع أسباب التداخل و القصور في دراسات بحوث الإتصال في العالم العربي للأسباب التالية. (العبد الله، 2005، ص).

- خلط واضح بين النماذج والنظريات والمداخل وعدم الاتفاق على تصنيف موحد لدراسات تأثير الإتصال نفسه حيث يؤكد عدد من الباحثين أن علم الإتصال لم ينتج نظرية رئيسية قابلة للتطور المستقبلي لعلم الإتصال ويمكن إرجاع ذلك إلى أسباب منهجية وتاريخية مرتبطة بالجذور والنشأة لعلم الإتصال ونظرياته المرتبطة أساسا بعلم الاجتماع وعلم النفس والاتصال السياسي.
- تبني الباحثين في حقل الإعلام لطرق بحثية كمية لم تسهم في تأسيس إطار نظري لبناء نظريات مستقلة في المجال الإعلامي.

- الاختلاف والتداخل في بنية النظريات وحدودها مما أوجد تعارضا بين نظرية وأخرى في بنائها وليس في تعريفها أو مسماها وكما يرى العديد من الباحثين من العوامل أبرزها التغيير الإنساني وتعدد المجتمعات المعاصرة وطبيعة الأحداث العالمية والتطورات التكنولوجية المتلاحقة والمصالح المادية وطبيعة العلوم الإنسانية ذاتها.

- إحساس بعض الباحثين في مجال الإتصال بعدم وجود نظريات صلبة في ميدانهم. وتم نقل النظريات الغربية وتم نقل واقع تلك الدراسات والبحوث إلى البيئة العربية دون فحص وتمحيص واستقراء لواقعنا وبيئتنا الإتصالية دون أخذ في الاعتبار الفروق الجوهرية بين البيئتين وعدم معرفة عناصر التماثل والمؤاممة في تلك الأبحاث والمناهج وطرق قياسها إلى جانب ضعفها العام في البيئة الأصل ذاتها مما أدى إلى بروز عدد من الانعكاسات السلبية في واقع البيئة البحثية العربية.

- ومن الثابت أن هذا العلم لا يزال طري العود، لا سيما في الثقافة العربية فلا حذق فيه ولا سيطرة عليه، أولا لحدائته وثانيا لقلّة المشتغلين بالإحاطة بمبادئه وقواعده والوقوف على مسأله. واستنباط فروع من أصوله. و هؤلاء المشتغلون بهذا العلم لا ملكة لديهم للقيام بهذه المسؤولية الوطنية المعرفة الجليّة. (سعد، حسن، 2017، ص82).

لكن كل ما ذكر حول تحديات البحث في علوم الإعلام والإتصال وما ظهر على أنه قصور وقلة نضح في التخصص فإنه لا يمكن بأية حال من الأحوال أن ننكر تأسيس هذا العلم لقاعدة من المعارف والمعلومات والدراسات الميدانية، دفعت إلى أن أرتقت بحوثه إلى الموضوعات العلمية وأن هذه العلوم تتحول إلى علوم تستقل بنظريات ومناهج وتقنيات ومقاربات معرفية.

وما تعلق بتقاطع علوم الإعلام والإتصال مع العلوم الأخرى وتناهجها معها يرى لوصيف (2015) إن التعقيد خاصة من خصائص التفكير المنهجي والعلوم الحديثة، لذلك فإن الظواهر الإتصالية والإجتماعية تتميز هي الأخرى بالتعقيد [...] ويتضح من منظور التعقيد أن مكونات الظواهر الإجتماعية هي متباينة، مما يستدعي من الناحية النظرية والمنهجية أن نفعل عدة تخصصات ونبني بينها جسورا معرفية ونرغمها على الاندماج والتعاون فيما بينها، بغية تحقيق غاية الاستكشاف والفهم والوصف والتحليل. ويضيف لوصيف (2015) أن التخصص المفرط من شأنه أن يضيق من منظور الباحث وأفقه العلمي وأن يفقر التخصص المزمع في حد ذاته. (لوصيف، سعيد، 2016، ص41-99)

إن تعدد الظاهرة الإتصالية يستدعي منا أن نطل عليها من خلال نوافذ متعددة، وتعدد التخصصات والتداخل بينها يعد مهماً في التحليل الإعلامي والإتصالي، فالفهم النفسي يمكن أن يساعدنا جدا في فهم وتفسير سلوكيات الأفراد وتفاعلهم مع وسائل الإعلام. كما أن أخذ السياقات الإجتماعية بعين الاعتبار يمنح لنا فهما للظواهر الإتصالية، فيجب النظر إلى كيفية تأثير مؤسسات مثل الأسرة والمدرسة والحكومة والكنيسة، فوسائل الإعلام تعمل داخل هذه البنية الإجتماعية كافة وتؤثر فيها، وفي المقابل يلعب الاعلام دورا حيويا في تشكيل القيم. (اندريا، بروس 2010/2017)، ولهذا تعدد البحوث الإعلامية تخصصا متميزا نظرا لأنها تضع بيئة الإعلام في بؤرة تركيزها وتصر على أن وسائل الإعلام هي ملمح أساسي للمجتمع الحديث ومحوري في أي تحليل دقيق للحياة في القرن العشرين. ومن هنا كمتخصصين يجب أن ندرك أن البحث والتحليل الدقيق يتطلب التكامل والتعاون بين مجموعة من التخصصات. (اندريا، بروس 2010/2017).

ومن المنظور الاستمولوجي أنه ومن خلال استقراء دراسات وبحوث علوم الإعلام والاتصال يمكن أن نخلص إلى خاصية في بحوث الإعلام والاتصال وهي تتجاذب هذه البحوث أي بنية دراسات الإعلام والاتصال فلسفتين بحثيتين مختلفتين وهما الوضعية والتأويلية. فالوضعيون أو البراد يغم الوضعي يرى أن العلم هو تكميم للظواهر، وتكمن المعرفة الحقيقية في البيانات المستخلصة من التجربة الحسية والمعالجات الإحصائية الرياضية، فالبحث بمنظور الوضعية هو صياغة ادعاءات ومن تم يتم إثباتها أو التخلي عن بعضها لصالح ادعاءات أخرى تم تبريرها بقوة أكثر.

أما عن البراد يغم أو المنظور التأويلي فيرى أن الظواهر الاجتماعية هي أعقد بكثير من أن تكتم مما يحتم على الباحث الرجوع إلى المبحوثين للتعرف على المعاني والدلالات التي يضيفها هؤلاء على ممارساتهم وأفعالهم. في الوقت الذي يعتقد الكثير من منظري المدارس الاجتماعية المعاصرة كالظاهرية والتفاعلية الرمزية على أن أهم مشكل أوصل علم الاجتماع الغربي إلى الأزمة التي عايشها ويعيشها يرتبط بارتباط هذه الدراسات بالقوالب الجاهزة التي المتصلة بالمبادئ و بالقواعد النظرية البعيدة عن الواقع كما يعيشه الناس في عالم الحياة اليومية لذلك فإن أهم تحدي يواجه الدراسات الاجتماعية والاتصالية على حد سواء هو التحرر من علم الاجتماع الفرضي والاقتراب من علم الاجتماع الفهم والتحرر من الفرضيات التي توجه البحث وتقيده أكثر مما تؤطره (بوجمعة، 2006، ص65).

ويرى البعض أن الدراسات المتعلقة أو التي تنتمي إلى شق الممارسة المهنية غالباً ما يغلب عليها المنظور الكمي أو يتم تناولها انطلاقاً من الوضعية، في حين تنتمي الدراسات في شقها الاجتماعي للمنظور التأويلي، وهي خصوصية أخرى للبحث في علوم الإعلام والاتصال هذا الأخير الذي يحتضن بعد إعلامي وبعد إتصالي حيث أن بعض الفضاءات الأكاديمية ربطت الإتصال بالجانب الممارسات المتصلة بالتفاعل بين الأفراد وأضفت اسم علوم الإعلام على كل ما هو تفاعل بين الآلة والإنسان .

وقد طرحت هذه الثنائية اختلافاً حاداً بين المدارس الغربية الأولى التي تأسس في أحضانها هذا العلم فقد فرقت المؤسسات الأكاديمية الانجلوساكسونية بين الدراسات الاتصالية والإعلامية، أما في الفضاء الفرنسي فقد تم دمج الحقلين تحت مسمى علوم الإعلام والاتصال، فقد أشار "جون ميريا" عندما تم إنشاء لجنة علوم الإعلام والاتصال لأسباب تتعلق بفاعليته فتعتبر كلمة الإعلام الأكثر تحديداً وتضفي نوعاً من الدقة على فكرة الإتصال التي تضل مبهمه، ويسمح هذا التزاوج بخدمة مجموعات كبيرة من المتخصصين ذوي الإهتمامات المختلفة، دون اتخاذ موقف نهائي حول هذا الحقل. (العبد الله، 2009، ص11).

ورغم الأهمية الكبيرة للجانب الاستمولوجي في مسار أي بحث والذي يعد بوصلة حقيقية في تحديد العملية البحثية من بناء الإشكالية حتى الوصول إلى النتائج، إلا أن هذا الجانب عادة ما يغفل عنه في الدراسات الإعلامية والاتصالية وهو ما سنتناوله في مبحث آخر.

3-1-2. أنواع بحوث علوم الإعلام والاتصال:

تتعدد المعايير التي تصنف حسبها البحوث في علوم الإعلام والاتصال فهناك من يقسمها حسب دوافع البحث أو حسب مناهج وأساليب البحث المستخدمة أو حسب عامل الزمن وغيرها من التقسيمات الأخرى، ويعود هذا التعدد إلى صعوبة حصر أشكال البحث العلمي في حقل معرفي مثل علوم الإعلام والاتصال الذي يعد من التخصصات الديناميكية وشديدة التطور والتحريك. وبغض النظر على هذا التعدد في التقسيمات فإنه يلاحظ أن أهم أنواع البحوث في علوم الإعلام والاتصال تتمثل في:

البحوث الاستكشافية:

وهي البحوث التي تستخدم من أجل التعرف على موضوع معين لا يزال الرصيد المعرفي حوله ناقصاً، فيتم استطلاعه ابتداءً لاستجلاء بعض الجوانب والجزئيات الغامضة فيه، ويفيد بذلك هذا النوع من البحوث في الإدراك الجيد لأبعاد ظاهرة ما وتحديد متغيراتها وتمهّد هذه الدراسات إلى التوصل إلى بناء فرضيات قابلة للاختبار لاحقاً. ويذكر (بن مرسل، 2003، ص49). إن هذا النوع من الأبحاث يستخدم في تحديد إشكالية البحث بصورة دقيقة قبل معالجتها، وهي بذلك الخطوة الأولى في عملية البحث لاستكشاف الظواهر غير المعروفة كلياً أو جزئياً دون الذهاب أبعد من ذلك.

إن البحوث الاستكشافية قد تنجز لأهداف مستقلة أو في إطار أهداف المساعدة مع دراسات أخرى بغرض تحديد أكثر للمشكلة والوصول إلى بناء فرضيات حول الظواهر المدروسة وفي كلتا الحالتين تكتسي الدراسات الاستطلاعية في علوم الإعلام والاتصال أهمية كبيرة ويشير في هذا السياق (لارامي، فالي، 2009، ص222) أن الباحث في هذه العلوم لا يجد أمامه الكثير من البحوث السابقة والمسالك المدروسة. فنظرياتها إما عامة جداً أو مفرطة في التخصص مما قد لا يجعلها صالحة لتوجيه البحث بدقة ووضوح كما يسمح البحث الاستطلاعي باكتساب الخبرة التي تساعد على إعداد الفرضيات الملائمة لبحوث أكثر إنجازية. كما تتجلى أهمية البحوث الاستطلاعية في طبيعة علوم الإعلام والاتصال فهو من التخصصات الحديثة مقارنة بالعلوم الأخرى وكذا التطور المستمر والسريع خاصة في ميدان وسائل الإعلام والاتصال التي لم تتوقف عن التطور ولن تتوقف عن ذلك مستقبلاً.

وحسب تقدير الباحث فقد زادت الحاجة إلى البحوث الاستطلاعية في ظل البيئة الجديدة للاتصال التي أنتجت لنا ظواهر إتصالية جديدة ومواضيع بحثية مستجدة لم نشهدها في عصر الاتصال الجماهيري، فالإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي والتي أصبح إستخدامها منتشر بشكل واسع في المجتمع رافقته تغيرات اجتماعية معقدة مما يستوجب على الباحث في علوم الإعلام والاتصال توظيف البحوث الاستطلاعية من أجل تكوين رصيد معرفي حول هذه الظواهر الجديدة لفهم وتحديد الإشكاليات المراد دراستها، خاصة وأن هذا المجال البحثي مجال بحوث الإعلام الجديد أصبح يحتل حيزاً كبيراً في تخصص علوم الإعلام والاتصال، ونظراً لحدائته فهو لا يزال يواجه مشكلة غياب الإطار النظري لمقارنته بعد أن عجزت نظريات الاتصال الجماهيري الكلاسيكية على استيعابه بشكل كافي .

البحوث الوصفية:

البحوث الوصفية هي أكثر أنواع البحوث إستخداماً في علوم الإعلام والاتصال وخلافاً للبحوث الاستكشافية، تركز البحوث الوصفية على التعرف على فئات الظواهر المدروسة وأصنافها والعناصر

المكونة لها وإيجاد طبيعة العلاقات التي تربط هذه المكونات بعضها ببعض، فهي أيضا وصف دقيق للظاهرة وتحديد خصائصها وعادة ما يكون هذا الوصف تعبيراً كمياً يوضح مقدار الظاهرة وحجمها. وهي عكس البحوث الاستكشافية أيضاً من حيث أن البحوث الوصفية تستدعي معرفة مسبقة للمشكلة محل الدراسة من خلال التحديد الدقيق لما يريد الباحث قياسه.

إن الهدف الأول والنهائي للبحوث الوصفية حسب ما يذكره ((بن مرسل، 2003، ص51) هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة، كما هو في الحيز الواقعي. أي وصف ما هو موجود في الواقع من زوايا مختلفة محققة للأهداف المتوخاة من إجراء الدراسة دون التدخل في الأسباب الكامنة وراء وجود الظاهرة المدروسة في هذه الوضعية أو تلك، أو التحكم فيها بصورة جزئية أو كلية. وهنا لا بد من الإشارة إلى أن البحوث الوصفية ليست مجرد جمع بيانات عن الواقع المدروس، بل هي أيضاً عملية تصنيف هذه البيانات إلى عناصرها الرئيسية والفرعية، وتفسيرها تفسيراً شاملاً من أجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعد على الوصول إلى تعميمات حول المواقف المدروسة وعلى بناء الأرضية التي يقوم عليها وضع الفرضيات بالنسبة للدراسات التفسيرية للعلاقات السببية.

وفي بحوث الإعلام والاتصال تستخدم البحوث الوصفية إجمالاً لوصف الأفراد واتجاهاتهم ودوافعهم واحتياجاتهم واستخداماتهم لوسائل الإعلام، ووصف التفضيلات والإهتمامات والمقارنة بينها لدى جمهور وسائل الإعلام أو المجموعات والجماعات، ولهذا عادة ما يكون منهج المسح بأساليبه وأدواته الكمية الأكثر ملائمة لهذا النوع من البحوث. ويمكن أن نشير في هذا الصدد إلى مجموعة المناهج التي تستند إليها الدراسات الوصفية وأبرزها منهج المسح بإشكاله المتنوعة مسوح الرأي العام ومسوح جمهور وسائل الإعلام ومسوح وسائل الإعلام والممارسات الإعلامية وكذا تحليل المضمون، بالإضافة إلى منهج دراسة العلاقات المتبادلة الذي يركز على دراسات الحالة التي تدور حول إختيار مفردات بعينها ودراسة متعمقة أو الدراسات الارتباطية التي يسعى فيها الباحث إلى إثبات أو نفي وجود علاقات ارتباطية بين المتغيرات.

ويمكن أن نوجز أنواع الدراسات الوصفية في **الدراسات المسحية** وهي الدراسات التي تحاول تحليل وتفسير وعرض ظاهرة ما، أو العمل على تحليل محتوى وسائل الإعلام للوصول إلى نتائج أو تعميمات، و**الدراسات الارتباطية** وهي الدراسات التي تقوم على توضيح العلاقات الارتباطية ما بين المتغيرات ودرجة الارتباط بينها وعرضها بطرق كمية لتأكيد أو نفي الارتباط، و**الدراسات التطورية** وهي تقوم على دراسة التغيرات التي تحدث في المتغيرات نتيجة لمرور الزمن.

ويجمل (عبد الحميد، 2004، ص13) سمات البحوث الوصفية في علوم الإعلام والاتصال فيما يلي:

- إن هذه الدراسات تستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن.
- إن هدف الوصف لا يقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة وحركتها وعناصرها ولكن يمتد ليشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها، للوقوف على الأسباب والمقدمات في علاقاتها بالنتائج وهذا هو جوهر عملية التشخيص الذي يشير بالتالي إلى أنسب الحلول للمشكلات الخاصة بالظاهرة نفسها وتفاعلاتها.

- إن هذه الدراسات وإن أهتمت في إجراءاتها المنهجية بجمع البيانات وتسجيلها إلا أن ذلك لا يمثل الإهتمام الأساسي حيث يجب أن تكتمل البحوث الوصفية بأهداف التحليل والتفسير المقارن.
- لا تعتمد الدراسات الوصفية على الأساليب الكمية فقط ولكنها تعتمد أيضا الأساليب الكيفية وإن كانت الصدارة دائما للأساليب الكمية والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات.

بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض:

تهدف بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات والفروض إلى إجراء اختبار مدى صحة فرض بين متغيرين أو أكثر من المتغيرات المؤثرة في الظاهرة محل الدراسة، والمتغير هو المفهوم عندما يتم إعداده للقياس من خلال التعبير عنه كميا ويكون له عادة قيمة أو قيمتين فأكثر.

وهناك ثلاث أنواع شائعة من المتغيرات وهي المتغير المستقل والتابع والوسيط والمتغير التابع هو المتغير الذي يرغب عادة الباحث في شرحه، أما المتغيرات التي ستفسر لنا الظاهرة فهي المتغيرات المستقلة أي أن المتغير المستقل هو السبب الإفتراضي للمتغير التابع والمتغير التابع هو الناتج المتوقع من المتغير المستقل. (بدر، 2008، ص21).

وإذا كانت الدراسات الإرتباطية نخلص غيرها إلى تأكيد وجود علاقات بين ظواهر معينة فلا يعني ذلك أننا لدينا القدرة على إطلاق حكم التأثير أي تأثير ظاهرة في أخرى إلا عبر إستخدام بحوث السببية، والعلاقة هي حدوث تغير منظم بين المتغير المستقل والتابع وقد تكون العلاقة إيجابية أو سلبية ففي الاتجاه الإيجابي يزيد المتغير المستقل فيزيد المتغير التابع والعكس، بينما يكون الاتجاه سلبيا كلما زاد المتغير المستقل نقص المتغير التابع والعكس. وبناء على ما سبق فالبحوث الوصفية ترشدنا لوجود علاقة في حين بحوث السببية توصلنا إلى استنتاج العلاقات السببية بين المتغيرات. فالعلاقة بين المتغيرات لا تعني السببية بل قد تكون إحدى أهم مؤشرات السببية. وهذا وجه التكامل بين البحوث الوصفية وبعوث السببية فإذا كانت البحوث الوصفية تعمل على جمع البيانات والمعلومات التي توصلنا إلى تقرير وجود ارتباط بين متغيرات معينة، فذلك يشكل مدخل أو قاعدة لصياغة فروض علمية في إطار بحوث اختبار العلاقات السببية والعمل على التأكد من صحة هذه الإفتراضات. ويعد تصميم أبحاث العلاقات السببية من الأمور الصعبة نظرا لتعدد الظاهرة الإعلامية وتعدد ارتباطاتها وصعوبة الضبط المعملية لجمهور المتلقين بسبب إرادته الحرة وصعوبة عزله عن التأثيرات الإجتماعية المتعددة. ويستخدم على مستوى أبحاث اختبار العلاقات السببية العديد من المناهج العلمية مثل المنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة والمنهج التتبعي، إلا أنها تعتمد بصورة أساسية على المنهج التجريبي نظرا لما يوفره من إجراءات تمكن الباحث من التحكم الدقيق في المتغيرات المؤثرة في الظاهرة وضبطها وفق متطلبات الدراسة. (احمد بن مرسل، 2003، ص 56).

البحوث التاريخية:

تكمن أهمية الدراسات التاريخية في أن الأنشطة بجميع أشكالها السياسية والاقتصادية والإجتماعية وغيرها يصعب فهمها إذا لم نبحث ونتعرف على جذورها وتشكلها عبر المراحل التاريخية المختلفة ونفس الشيء يمكن أن يقال عن الإتجاهات المعاصرة مهما كان شكلها فإنها ستكون

عسيرة على الفهم إذا لم يبحث في أصولها. وبالتالي تسهم البحوث التاريخية في دراسة الخصائص المتعلقة بالظواهر الاجتماعية التي كانت في الماضي ولا تزال قائمة في المجتمع والتعرف على ظروف نشأتها وانتشارها في الماضي وعلى عوامل إنتشارها في الحاضر من أجل التوصل إلى الأفضل طرق معالجتها. وتهتم البحوث التاريخية بذلك بوصف أحداث الماضي وتفسيرها بغرض إما فهم الماضي والحاضر أو التنبؤ بالمستقبل ذلك أن التاريخ ما هو إلا نصوص للأحداث المتعددة والتغيرات التي تعترى حياة الإنسان ومؤسسات المجتمع على غرار اللغة والعادات والفنون وغيرها وهذه الأحداث هي ما تتناوله البحوث التاريخية. وبهذا يغوص الباحث ضمن الدراسات التاريخية في عمق التاريخ ويعمل على إعادة تركيب وترتيب الأحداث الماضية يجمع خلالها الأدلة يقومها ويتحقق منها بطرق موضوعية ومنهجية ليستخلص في النهاية مجموعة من النتائج .

وتساعد الدراسات التاريخية على الكشف عن المشكلات التي واجهها الإنسان وفي كيفية التغلب عليها، وكذا تحديد العلاقات بين الظواهر والبيئة السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي أدت إلى نشوئها. ويعتبر المنهج التاريخي أداة البحث في المشكلات أو الظواهر الإعلامية في بعدها التاريخي أو سياق الوقائع والأحداث التي وقعت في الماضي سواء لأغراض وصف الظاهرة الإعلامية وتسجيلها كما حدثت في الماضي مثل تسجيل تاريخ المؤسسات والوسائل الإعلامية والبارزين فيها أو لأغراض تفسير علاقة الظاهرة الإعلامية وعناصرها بالوقائع والأحداث التي حدثت أيضا في الماضي وفي جميع الحالات يعتبر المنهج التاريخي هو أداة البحث في دراسة مثل هذه المشكلات أو الظواهر. (محمد عبد الحميد، ص276). وتعتبر التقارير الصحفية مصادر مهمة تزودنا بالحقائق الضرورية كما تعد من السجلات المهمة للأحداث في العالم. حيث يشير بدر (2008) إلى أن أهمية الصحف كمصادر للمعلومات تزداد عندما لا تكون هناك رقابة عليها في البلد الذي تصدر فيه، ومع الرقابة تصبح الصحف مجرد وسط إعلامي للدعاية الرسمية حيث تميل نحو التحيز السياسي أو الاقتصادي.

وفي ظل البيئة الإتصالية الجديدة شهدت البحوث الإعلامية تطورات كبيرة بسبب تأثير ثورة المعلومات وتكنولوجيا الإتصال الحديثة، وظهرت إتجاهات بحثية لتستجيب للتغيرات في الظواهر المرتبطة بوسائل الإعلام الجديد خاصة شبكات التواصل الإجتماعي وفي هذا الصدد يمكن أن نستعرض بعض أنواع البحوث المرتبطة بهذه الأخيرة:

بحوث الإنتاج:

وهي البحوث التي اهتمت برصد ووصف التغيرات في عملية إنتاج المضمون الإعلامي ذلك أن محتوى وسائل الإعلام التقليدية يختلف كثيرا عن محتوى الإعلام الجديد، فإذا كان المحتوى الأول له أشكاله وقوابله التقليدية، فإن مضمون الإعلام الجديد متعدد الوسائط ويتضمن فنون تعبيرية مختلفة فنجد في شكل تغريدات وتعليقات ويتضمن الصور والفيديوهات والأشكال الإيقوني على غرار الإعجاب والمشاركة والمشاعر، ولهذا يلاحظ أن بحوث الشكل في الإعلام الجديد هي أكبر بكثير من بحوث المحتوى، ويمكن أن يدخل تحت مظلة بحوث الإنتاج صحافة الفيديو، صحافة الموبايل، صحافة الانفوجراف، صحافة الذكاء الاصطناعي. ولتوضيح هذا النوع من البحوث نذكر بحث (الربيعي، الفيصل، 2019) التي جاء تحت عنوان التوظيف الصحفي للانفوجرافيك في المواقع الإخبارية الذي هدف من خلاله إلى معرفة أساليب توظيف الانفوجرافيك عبر إستمارة تحليل المضمون. دراسة (باقاسي، 2018) الموسومة بالإتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات

(الانفوجرافيك) في الصحف السعودية دراسة تطبيقية على صحيفة عكاظ، سعت الباحثة من خلالها إلى معرفة أهم الفنون الصحفية الأكثر استخداماً لتصميمات الانفوجرافيك ومعرفة أهم التصميمات البصرية المستخدمة في تصميمات الانفوجرافيك. ومن الدراسات أيضاً في هذا السياق دراسة (زناتي، 2020) بعنوان توظيف الانفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" دراسة حالة على موضوع فيروس كورونا، دراسة (علوان، 2015) الموسومة بتحرير صحافة الفيديو الإلكترونية المصرية واليات إنتاجها دراسة مسحية والتي هدفت إلى البحث في صحافة الفيديو الإلكترونية المصرية من خلال رصد حجم الإنتاج الإعلامي المصري لصحافة الفيديو واليات تحريرها.

بحوث الاستخدام:

إن نظرية الاستخدامات والإشباع هي التصور الذي أخرج الجمهور من السلبية التي نظرت به النظريات السابقة إليه على أنه جمهور سلبي لا تزيد وظيفته عن الاستهلاك ويخضع لتأثير وسائل الإعلام، ومن هنا فتحت هذه النظرية باب جديد في دراسة علاقة الجمهور ووسائل الإعلام من خلال إعادة النظر في الإختيار الفردي وجعله المدخل إلى دراسة هذه العلاقة وأنهاء التصور الاستخفاي بجمهور وسائل الإعلام من خلال طرح السؤال ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام خلافاً للفلسفة السابقة القائمة على سؤال ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور. ولهذا فرغم قدم منظور الاستخدامات والإشباع وارتباط ظهوره بوسائل الإعلام التقليدية يبقى من أكثر المنظورات استخداماً في بيئة الإعلام الجديد إلا أن البيئة الإتصالية الجديدة المتمركزة حول التشاركية والتفاعلية قد أنتجت دوافع واحتياجات جديدة لدى الجمهور المستخدم، وفي دراسة لعياضي (2019) التي دارت حول مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية باستخدام ميثا التحليل الكيفي ل35 بحثاً شمل أطاريح دكتوراه ورسائل ماجستير نشرت بين سنة 2009 و2018، حيث توصلت الدراسة إلى العديد من الدوافع لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الأبحاث محل الدراسة وكانت كالتالي:

دافع الإعلام /مراقبة المحيط:

التعريف بالذات وإعلاء مكانتها الاجتماعية والمهنية: ويشمل

دافع تشكيل علاقات إجتماعية وتطورها

دافع الترفيه

وكتعليق على هذه المصنوفة من الدوافع وراء إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في عينة الدراسة المذكورة فإنه يلاحظ أن معظم الدراسات لم تخرج عن المصنوفة التقليدية في السعي لمعرفة دوافع التعرض والإشباع المترتبة عليه برغم الاختلافات الكبيرة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

وفي هذا النوع من البحوث يمكن أن نشير إلى مسار بحثي مهم وهو مسار يركز على استخدامات الصحفيين والإعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة من وراء ذلك، فقد أحدثت تكنولوجيا الإعلام والإتصال تأثيرات كبيرة على العمل الإعلامي خاصة مع إنتشار صحافة المواطن فلقد وجد الكثير من الصحفيين أنفسهم مضطرين لتبني الفضاءات التواصلية الجديدة، سواء

كأدوات للتواصل مع الصحفيين الآخرين، أو كوسيلة للحصول على المعلومات، أو كوسيلة للحصول على المضامين الجاهزة (فيديوهات-تسجيلات..إخ). فالصحفيون إذا قد صاروا يعتمدون بشكل واضح في مهنتهم على شبكة الأنترنت عموماً، ولهذا اهتمت بحوث الإعلام والاتصال إلى رصد استخدامات الإعلاميين لهذه الشبكات وكيف تم إدماجها في الحياة المهنية الشخصية لهم.

بحوث نقدية حول مدى صلاحية المرجعيات النظرية والمنهجية المرتبطة بالإعلام التقليدي لدراسة وسائل التواصل الاجتماعي.

طرحت العديد من التساؤلات حول التعامل النظري والمنهجي مع شبكات التواصل الاجتماعي هل يتم مقاربتها انطلاقاً من المرجعيات المرتبطة بالإعلام التقليدي أم أن سمات شبكات التواصل الاجتماعي التكنولوجية سواء من جهة طبيعة المحتوى أو ما تتيحه من تفاعلات بين المستخدمين تستدعي مقاربات نظرية ومنهجية جديدة وضمن هذه النقاشات التي حركتها التطورات التي عرفتها البيئة الاتصالية الحديثة ظهرت في بحوث علوم الإعلام والاتصال الكثير من الدراسات والبحوث التي حاولت طرح مسارات للتعامل مع التحديات والصعوبات المنهجية التي يطرحها الإعلام الجديد حيث ظهرت حاجة ماسة إلى نظرية اتصال يمكن على أساسها التعامل مع المتغيرات الحديثة التي أفرزها الواقع الاتصالي الجديد وهو ما دعا الباحثين في حقل علوم الإعلام والاتصال لإعادة تقييم ومراجعة التوجهات البحثية في الحقل الاتصالي والسعي إلى تطوير مداخله النظرية ما تمخض عنه مجموعة دراسات حاولت خصوصاً إعادة قراءة نظريات التأثير وتكييفها لتناسب مع التحولات التقنية في مجال الاتصال. وفي هذا المقام يمكن الإشارة إلى دراسة vilma luoma-aho (2010) حيث طرح نموذج قام من خلاله تصنيف نظريات الاتصال إلى 03 مستويات من حيث صلاحيتها للبيئة الاتصالية الجديدة فالصنف الأول من النظريات هي نظريات في طريقها إلى الموت ويذكر منها نموذج ليمان، نظرية دوامة الصمت، نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين. أما الصنف الثاني فهي النظريات المتعايشة ومنها نظرية الأجندة، نظرية ثراء الوسيلة، نظرية التعرض الانتقائي. في حين يحتوي الصنف الثالث على النظريات التي ارتبط ظهورها بالأنترنت وعلى رأسها نظرية واجهة المستخدم، نظرية الديمقراطية الإلكترونية، نظرية التعقيد. هذا ويمكن أن نشير إلى أن مجال النظرية قد أخذ حيزاً كبيراً ضمن مجال بحوث الإعلام الجديد من خلال الإهتمام بالدراسات حول الإتجاهات الجديدة والحديثة لبحوث وضع الأجندة وكذا التوجهات الحديثة أيضاً في مجال دراسات حراس البوابة وذلك بما يتناسب مع طبيعة البيئة الاتصالية الجديدة.

4-1-2. البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر.

البحث العلمي من الرهانات الأساسية لجميع المجتمعات، على اعتبار أنه الرصيد الاستراتيجي التي تعرف منه كل القطاعات، فهو الذي يغذي المنظومات جميعاً بإشاعة الفهم الموضوعي والعلمي، ويوفر لها الرؤية العلمية المتخصصة لإحداث التطوير في جميع مناحي الحياة.

ويؤدي البحث في علوم الإعلام والاتصال دوراً محورياً في تطوير المعرفة العلمية التي تنقل بالتعليم، فضلاً على أن الاستحواذ على المواقع الرائدة داخل المنظومة الاقتصادية الدولية لايجزى إلا عبر البحث العلمي وحسن جني ثمار ذلك في ظروف تنافسية غير متكافئة تتجاوز الأسوار المحلية والإقليمية. (العبد الله، 2010، ص160).

فالبحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال يقدم للمجتمعات فهما أفضل للعملية الاتصالية ويسهم في تطوير المجتمعات من خلال إشاعة الفهم وتنوير الأفراد ونشر الثقافة وإثراء المجتمع بالأفكار والمعلومات. وبالتالي يعد البحث في هذا الحقل المعرفي رهانا استراتيجيا لارتباط هذا التخصص بقطاعات مهمة في المجتمع، ونظرا أيضا للمركزية التي تحتلها الظاهرة الاتصالية في العصر الحديث على وجه الخصوص. ولهذا تولي المؤسسات الجامعية عبر العالم أهمية قصوى وعناية أكبر بأساليب البحث العلمي وبمتطلباته المعرفية والمنهجية لأجل تجويد مخرجاته وإحداث التراكم المعرفي الايجابي الذي يطور العلوم والمعارف.

2-1-4-1. الجذور التاريخية لتخصص الإعلام والاتصال في الجزائر:

تجدر الإشارة أولا أن التكوين في علوم الإعلام والاتصال حديث النشأة في الدراسات الجامعية، ولم يظهر للوجود إلا في بدايات القرن الماضي في الولايات المتحدة ثم في أوروبا، هذه الفترة التي كانت أغلب الدول العربية تحت الاستعمار وكانت الجزائر تزرع تحت وطأة الاستعمار الفرنسي مما عطل عملية الإهتمام بمجال التعليم في الجزائر الأمر الذي جعل ظهور تدريس الإعلام والاتصال في الجزائر إلى ما بعد منتصف القرن الماضي أي سنة 1964.

ومن تم فالحديث عن التكوين الجامعي في الإعلام والاتصال أنطلق من الولايات المتحدة الأمريكية

حيث تم تأسيس برامج ما بعد التدرج تتوجه نحو البحث العلمي، ونقد الظاهرة الإعلامية وآثارها في المجتمع المعاصر وقد قامت جامعة كولومبيا بتوفير برنامج إعلامي يخص مرحلة ما بعد التدرج (ماجستير) سنة 1935، وتأسيس أول برنامج في الإعلام على مستوى الدكتوراه في جامعة ميزوري سنة 1943. ثم تبعتها جامعات أخرى مثل جامعة ايوا التي نظمت برنامجا يخص مرحلة الدكتوراه سنة 1944، وكانت هذه البرامج جد مرتبطة مع الفروع المعرفية الأخرى كعلم النفس وعلم الاجتماع سواء في مناهج هذه الفروع أو أطرها النظرية والفلسفية.

وتأسست الجمعية الأمريكية لأساتذة الإعلام قصد تبادل الخبرة ورفع معايير التدريس سنة 1912، ثم تأسست الجمعية الأمريكية لمعاهد وأقسام الإعلام سنة 1917 وضمت في بداياتها 8 معاهد وأقسام إعلامية، وقد أصدرت الجمعيتان مجلة متخصصة في الدراسات الإعلامية سميت journalism bulletin سنة 1924. (عزي، 1990، ص9)

أما بخصوص دراسات الإعلام والاتصال في أوروبا فقد جاءت نوعا ما متأخرة عن نظيرتها الأمريكية. وقد بدأت الجامعات ومعاهد التكوين تهتم بالصحافة منذ نهاية الحرب العالمية الثانية. ونشأت في ظل التقاليد الفلسفية التي تميز التعامل الأوروبي مع العلوم الإنسانية والاجتماعية والتي تختلف مع التعامل الامبريقي الأمريكي معها. هذا إضافة إلى الاعتقاد الفعلي أو المفتعل الذي ساد أوروبا والذي يؤمن بمقدرة الصحافة في تشكيل الآراء وفي تفعيل النضال من أجل تشييد الديمقراطية في ظل الحرب الباردة المتأججة. لهذا السبب كان تكوين الصحفيين في أوروبا يجنح أكثر نحو البعد النظري في سعيه لاكتساب مشروعية علمية أو أكاديمية. (لعياضي، 2002، ص5).

وقد تم تأسيس معهد الصحافة سنة 1957 (واليا يسمى باريس 2) التي فتحت تخصص إعلام وإتصال على مستوى الدكتوراه. وفي نفس السنة تم إنشاء المدرسة العليا لتدريس علوم الإعلام والإتصال، (ما يعرف حاليا بباريس 4) في منطقة بوردو، وفي سنة 1969 تم جمع معهد الآداب والتقنيات الفنية للجمهور مع مركز الدراسات في الصحافة ومركز الدراسات والبحث المسرحي في مركز الدراسات والبحث في معالجة المعلومات والإتصال. (بركون، 2018، ص72)

وبالانتقال إلى الحديث عن الجذور الأولى لبدايات الدراسات في علوم الإعلام والإتصال في العالم العربي، فالبدايات كانت من مصر سنة 1939 أين فتحت جامعة القاهرة أول معهد عربي أكاديمي لتدريس علوم الإعلام والإتصال تحت مسمى معهد التحرير والترجمة والصحافة. هذا الأخير الذي تحول إلى قسم سنة 1954 تابع لكلية الآداب يمنح درجات الليسانس والماجستير والدكتوراه ، ليتحول بعد ذلك سنة 1969 هذا القسم إلى معهد للإعلام ليرتقي سنة 1974 إلى كلية للإعلام لتكون هذه الكلية هي أول كلية مستقلة للإعلام في الشرق الأوسط.

وإذا تحولنا نحو المغرب العربي، فالتكوين في ميدان علوم الإعلام والإتصال في تونس كان في سنة 1976 عبر إنشاء معهد الصحافة وعلوم الأخبار. وتنقسم الدراسة في هذا المعهد على مرحلتين مدة كل منهما عامين والمرحلة الأولى عامة ويحصل في نهايتها على درجة الكفاءة في الصحافة، أما المرحلة الثانية فمتخصصة ويحصل الطالب في نهايتها على درجة الأستاذية في الصحافة وعلوم الأخبار.

بينما أعلن عن تأسيس المعهد العالي للصحافة في المغرب سنة 1977، وقد تم وضع إطار خاص للمعهد في عملية التكوين ذو أبعاد 03 البعد المحوري، والبعد الجامعي، كما كان حاضرا أيضا البعد الأكاديمي ويتجلى في إيجاد النواة الأساسية والضرورية بإيجاد شروط البحث العلمي في ميدان الإعلام بغية المساهمة في النقاش الدائر وإغنائه وتحديد موقف علمي بخصوصه.. (العابد، 2018، ص81) وبالوصول إلى التكوين في مجال الإعلام والإتصال في الجزائر فقد كانت الانطلاقة من سنة 1964 مع تأسيس المدرسة الوطنية العليا للصحافة، والتي ارتبط ظهورها بجملة من الظروف السياسية كان في مقدمتها محاولة جزائر الاستقلال إنهاء أو القطيعة مع كل ما يمكن أن يرمز للاستعمار الفرنسي بعد الاستقلال، والسعي إلى إقامة إعلام وطني بعيدا عن التبعية للإرث الاستعماري. ونتيجة لذلك جاءت فكرة إنشاء هذه المدرسة التي أوكلت لها مهام تكوين في علوم الإعلام والإتصال. وفي هذا السياق يذكر شطاح (2012) إن المدرسة الوطنية العليا للصحافة قد تأسست من قبل وزارة الإعلام وضمت لوزارة التعليم العالي سنة 1970 ، وكان عدد سنوات الدراسة بها 03 سنوات إلى غاية 1974، ولغة التدريس بها الفرنسية للفصيلة المفرنسة واللغة العربية بالنسبة للفصيلة المعربة. أما الكادر المؤطر فكان من المشرق بالنسبة للشعبة المعربة وفرنسيين وبلجكيين وأفارقة بخصوص الشعبة المفرنسة. وكانت فلسفة التدريس في المدرسة تهدف إلى تكوين صحفيين مناضلين لبناء الاشتراكية. ويمكن إجمال ما ميز التكوين بالمدرسة في النقاط التالية:

- التكوين نخبوي
- تلازم التدريس مع التدريب
- ازدواجية لغة التدريس
- اقتصار الدراسة على مرحلة الليسانس.

انطلاقاً من مطلع السبعينات وبالتحديد سنة 1974 تم دمج المدرسة الوطنية العليا للصحافة مع معهد الدراسات السياسية ليصبح مسمى المعهد معهد العلوم السياسية والإعلام تحت وصاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. ويذكر عزي (1990) أضحي البرنامج الذي يتكفل بالتكوين الإعلامي يحمل طابع التكوين السياسي حيث تسود وحدات العلوم السياسية. واستمر الوضع على هذا الحال إلى غاية 1982 إذ تم فصل المعهدين، وأصبح المعهد المكلف بالتكوين الإعلامي: معهد علوم الإعلام والاتصال. وتميزت هذه الفترة بالتعريب الكامل للتدريس، والإعتماد على الكوادر الجزائرية وخاصة بعد عودة البعثات الطلابية من الخارج. كما تميزت بديمقراطية التعليم ومجانيته ولكن ظلت صفة المناضلة والالتزام بالاشتراكية ترافق التكوين الإعلامي. (كويبي، 2016، ص307).

وفي فترة التسعينيات وتبعاً للتغيرات السياسية التي أحدثتها أحداث 1988 والتي مست الكثير من المجالات كان من بينها مجال التعليم العالي، خلال هذه المرحلة وانطلاقاً من سنة 1999 الغي نظام المعاهد وحل محله نظام الكليات والأقسام. وكانت البداية من جامعة عنابة في الشرق الجزائري التي حاولت في البداية أن يتميز التكوين في الإتصال بالإهتمام بالعلاقات العامة والإتصال في التنظيمات ثم فتح قسم الإعلام والاتصال في جامعة وهران بالغرب الجزائري، فجامعة مستغانم، ثم جامعة قسنطينة بالشرق الجزائري، وفي فترة وجيزة تعددت أقسام التدريس للإعلام والاتصال في الجامعات الجزائرية. (شطاح، 2012، ص37)

وانطلاقاً من السنة الدراسية 2006/2007 شرع في تطبيق نظام (ل.م.د) في مختلف الجامعات الجزائرية، ويدخل تطبيق هذا النظام ضمن إصلاحات الدولة الجزائرية لمنظومة التعليم العالي، وهو نظام مستوحى من النظام التعليمي الأوروبي يقوم تقسيم مسار التعليم فيه إلى فترات، مرحلة الليسانس وتدوم 03 سنوات ومرحلة الماستر وتدوم لسنتين، ومرحلة الدكتوراه التي تمتد لثلاث (03) سنوات وهي المرحلة التي تنتهي بإعداد ومناقشة لأطروحة الدكتوراه وهدفها أكاديمياً حيث يتوجه صاحبها إلى البحث العلمي والتدريس الأكاديمي. وقد حدد شطاح (2012) موقع التكوين الإعلامي في هذا النظام الجديد في النقاط التالية:

- عدم اعتبار حقل علوم الإعلام والاتصال حقلاً معرفياً مستقلاً.
- تغييب السنة الأولى من خلال دمجها ضمن العلوم الاجتماعية، أو الآداب، أو العلوم السياسية، وهذا على حساب مواد ومساقات هامة في التكوين الإعلامي للطالب.
- تقليص فترة الدراسة إلى 03 سنوات، وهو مل يجعلنا نتساءل عن إمكانية أن يلم الطالب باختصاصه في هذه الفترة القصيرة ما اخذ بالاعتبار السنة الأولى المشتركة مع ميادين تكوينية أخرى.
- نظام (ل.م.د) يتماشى مع الأعداد المحدودة من الطلبة، فكيف يمكن تحقيق نجاحات مع الإعداد التي تتضاعف مع كل دخول جامعي.
- نقص التأطير والمختصين أمام الأعداد المتزايدة من المنتسبين لهذا الميدان المعرفي وبخاصة في الجامعات الصغيرة والمراكز الجامعية الحديثة.
- عزز المؤسسات الإعلامية والمؤسسات ذات العلاقة بالاختصاص، عن استيعاب هذه الأعداد في التدريب أو التوظيف إذا ما علمنا أن هذا النظام مرتبط أكثر باليات السوق.

2-4-1-2. قراءة في خصائص بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر:

إن هذا التتبع التاريخي لتعليمية علوم الإعلام والاتصال، كان ضروريا لمعرفة الخطوات الأولى لهذا الحقل المعرفي في مؤسسات التعليم العالي، وإنهتامنا في الصفحات القادمة هو الحديث والبحث عن مساق البحث الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال في الجامعة الجزائرية، بعد أن عرّجنا على الشق المهني الفني. ويثير موضوع البحث الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال في مؤسسات التعليم العالي في الجزائر الكثير من الإشكاليات، شق منها مرتبط بالأطر المعرفية والنظرية وشق آخر مرتبط بالممارسات المنهجية. من خلال الملاحظة الأولى فإن البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال لا يزال فتيا، فالبيدات الأولى لحقل الإعلام والاتصال في الجزائر كان الإهتمام منصبا كلية على الشق الفني المهني ففي الستينات ومع تأسيس أول مؤسسة تعنى بهذا التخصص كان الهدف الأساسي من وراء المدرسة الوطنية العليا للصحافة سنة 1964 كما سبق ذكره، هو تكوين صحفيين وكوادر إعلامية من أجل إقامة إعلام بروح جزائرية خالصة. وبالتالي فهذه الفترة هي فترة الإهتمام بالإعلام والاتصال كمهنة أكثر منها علم، ومصعب الإهتمام هو الجانب التطبيقي الفني في التكوين ومحور ذلك كله صناعة الأخبار، وإنجاز التحقيقات، وإعداد وإجراء الحوارات، وإنتاج البرامج وغيرها، وكما سبق وان تتبعنا تاريخ تعليمية الإعلام والاتصال في الجزائر، كان صناعة الأخبار تتم عبر بوابة الإيديولوجية وكان مفهوم الإعلام ليس إعطاء الحقائق فقط بل الحقائق التي تخدم التوجه السياسي للدولة الجزائرية. فوظيفة وسائل الإعلام كانت وظيفة دعائية تضليلية وقمعية ذات وظائف إيديولوجية، على عكس ما كان قائما في الدول الغربية التي كانت فيه وسائل الإعلام تؤدي وظائف اجتماعية مختلفة إعلامية وتنقيفية وترفيهية. وقياسا على ذلك فهذا التصور الإيديولوجي لوسائل الإعلام لم يسمح بنشأة دراسات إعلامية وإتصالية. وفي هذا السياق يشير قسايسية(2007) أنه لم تكن أية ضرورة لإجراء دراسات حول دور وسائل الإعلام ووظائفها وعوامل النجاح والفعالية في السياسات الإعلامية والتخطيط الإعلامي خارج الأدوار والأهداف التي تضبطها السلطات العمومية، وذلك على الرغم من وجود مؤسسات أكاديمية جامعية مهمتها النظرية، تأطير المهنيين الإعلاميين وتطوير البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال، وعلى الرغم أيضا من البعثات الطلابية لجامعات أوروبية وأمريكية وعربية.

مع دستور 1989 وإقرار التعددية السياسية في الجزائر، وتبعاً للتغيرات التي أحدثتها أحداث أكتوبر أنعكس ذلك أيضا على قطاع الإعلام ومن تم على طبيعة الدراسات الإعلامية، التي كانت قد أنطلقت في الثمانينات في جامعة الجزائر، وبالذات على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال، وريث معهد الإعلام والاتصال وقبله المدرسة العليا للصحافة.(قسايسية،2007،ص148).

وعليه وبعد التوسع الكبير في فتح أقسام لعلوم الإعلام والاتصال على مستوى جامعات الوطن، فقد أصبح لدينا كم هائل من الدراسات خاصة في مستويات ما بعد التدرج ونذكر بالخصوص رسائل الماجستير وأطاريح الدكتوراه هذه الأخيرة التي تنجز بصرامة أكثر من غيرها من الدراسات على أساس أن الدكتوراه هي أعلى شهادة جامعية بالجزائر.

وتعاني بحوث الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من نقائص شديدة منذ سنوات، مردها تراكمات عملية (ممارستية) شوهت كثيرا التخصص، إلى الحد الذي طرح بشدة فكرة جدوى هذه البحوث التي انتقلت من محاولة تقديم الإضافة إلى مجرد بحث إداري، الهدف منه الحصول على الشهادة فقط وان على حساب عملية البحث وسمعة التخصص.(فلاق، لعلاوي، 2018، ص92).

3.4.1.2 الإشكاليات النظرية: ضعف الأفق النظري في بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر

إن النظرية بالنسبة للعلم هي بمثابة البوصلة للمكتشف، أنها دليل لا غنى عنه في إختيار المسالك والطرق التي سيعبرها الباحث، حيث تسمح له بتنظيم الملاحظات الكثيرة وتبرر الأدوات التي يستخدمها، وباختصار أنها توجه البحث، بعد التحقق منها وتدقيقها، تصبح النظرية عبارة عن نسق من المعلومات تسمح للباحث أن ينطلق منها لفهم ووضع صياغات جديدة وتفسيرات أكثر عمق وعمومية وهكذا، فمشاهير المنظرين في ميدان معرفي ما هم إلا أولئك الذين استطاعوا إقامة نظرية ما زالت تستعمل من قبل الباحثين الحاليين كمرشد ودليل. (أنجرس، 1996، ص55).

النظرية بمفهومها العام والتي تعرفها دائرة المعارف البريطانية بأنها خطة ذات مراحل ذهنية مرتبة ذهنياً، تشمل مجموعة من النظم والعمليات والافتراضات والاقتراحات التي تسبب في إحداث نتيجة قائمة على الاستدلال الذهني المنطقي، هي ترتيب منطقي منهجي للحقائق طبقاً لطبيعة العلاقة بين هذه الحقائق وبين فروض مسبقة، وهي تفسير لصحة بعض الفروض التي لا ترق لمستوى القانون. (رضا عبد الواحد امين، 2007، ص21).

يعرفها المعجم الفلسفي لا لاند على أنها إنشاء تأملي للفكر يربط نتائج بمبادئ وانطلق لا لاند من هذه الفكرة إلى اعتبار أن النظرية بناء فرضي استنباطي يعكس رؤية العالم حول قضية متنازع حولها، كما أنها تقابل المعرفة الجزئية على أن النظرية تركيب كلي يسعى إلى تفسير عدد من الظواهر، ويسلم بها كفرضية تحتمل التصديق أو التكذيب. (المشاقبة، 2011، ص79).

موريس أنجرس فإنه إذا كانت الفرضية هي إقرار غير حقيقي بوجود علاقة بين متغيرين أو أكثر فإن النظرية هي إقرار حقيقي لوجود علاقة ما بين متغيرات محققة امبريقياً. (انجرس، 2006، ص54).

إذا استخدمت النظرية الإعلامية والاتصالية في البحث العلمي ليس بناتا امراً كمالياً، بل من الضروريات العلمية في البحث العلمي الاتصالي، ذلك وحسب ما طرح من تعريفات خاصة تعريف موريس أنجرس أن النظرية هي القاعدة والخلفية العلمية والتأسيس النظري للبحث، وهي الأرضية لبناء وإنتاج المعرفة وضرورة موجبة لكل ملاحظات الباحث. وتكمن أهمية توظيف النظرية في البحث العلمي الإعلامي (الديرير الشريف،... ص48).

- إعطاء الدراسة أو البحث الإعلامي وزناً علمياً.
- تكسب الدراسة أو البحث العلمي الإعلامي لونا تنظيرياً لأحد المنظرين في حقل علوم الإعلام والاتصال.
- إعطاء الدراسة أو البحث الإعلامي طابعاً أكاديمياً يعكس الإسهام والاستفادة من أدبيات أو معارف الطرح المنهجي العلمي للظاهرة أو الموقف أو الحدث للموضوع الإعلامي المدروس ودرجة حدائته في التراث العلمي الأكاديمي الإعلامي، أي عندما يستخدم الباحث أي نظرية إعلامية جديدة أو حديثة فإنه يشير إلى درجة تواصله مع التطورات العلمية الدائرة في مجال البحث الإعلامي .
- إن توظيف النظرية الإعلامية في البحث الإعلامي يمنع أن تكون نتائج البحث في الدراسة مجرد آراء أو أحكام شخصية مبنية على المواقف الذاتية تعكس تساؤلات المبحوثين وكأنها إجابات لمقابلات صحفية أو استطلاعات رأي.

- إن توظيف النظرية في البحث العلمي الإعلامي تجعل أسئلة الدراسة وفروضها ذات محتوى غير عشوائي بل مرتبط بنتائج فكري معرفي ومعلوماتي في مجال العلام والإتصال.
- إمكانية مقارنة الواقع الخاضع للدراسة والتحليل بالمنطق التجريدي للنظرية الإعلامية المختار.

ويتفق الكثير من الباحثين في الجزائر على ضعف وقصور في البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ويرجع جزء كبير منهم هذا القصور إلى عدم الإهتمام بالإسناد النظري في بحوث علوم الإعلام والإتصال. ويذكر لعياضي (2016، ص10) أن هناك سوء فهم لماهية النظرية، ونقصا في إدراك أهميتها في بناء مواضيع البحث العلمي في حقل علوم الإعلام والإتصال. ويشير قسايسية (2006) في دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر (2006-1995) أن إشكاليات عينة الدراسة جاءت في صياغات عمومية تتداخل فيها الحدود الفاصلة بين الانطباعات العام والتساؤل العلمي الصارم المبني على خلفيات معرفية ونظرية. أما الباحثان (فلاق، 2018) و(لعلوي، 201) فيطرحا في بحثهما حول إشكاليات منهجية في أطروحات الدكتوراه لعلوم الإعلام والإتصال بالجزائر قضية فشل الكثير من الطلبة في الجزائر في مرحلة الدكتوراه من إبراز الخلفية في اشكالياتهم بسبب عدم القدرة على طرح المواضيع في أبعادها المختلفة الفكرية والمعلوماتية والتقنية. وفي نفس السياق يذكر لعياضي (2015) في دراسة حول مواقع الشبكات الإجتماعية في المنطقة العربية بين الابستمولوجيا والايديولوجيا أن بحوث عينة الدراسة لم ترفد بمقاربة نظرية تحوصل النقاش العلمي الذي تنيره.

وبناء على ما وصلت هذه العينة من الدراسات، فإن غياب توظيف النظرية في بحوث الإعلام والإتصال في الجزائر، سيطرح مجموعة من التساؤلات حول الجدوى المعرفية لهذه البحوث، وربما أول إشكال سنقع فيه إذا غاب إستخدام النظريات في البحوث هو طبيعة الإشكاليات التي تطرحها الدراسات. فالإشكالية ذات علاقة مباشرة بالنظرية المستخدمة في البحث ولهذا يصعب الحديث عن إشكالية ذات بناء معرفي من دون استناد البحث إلى النظرية، فقد عرف ريمون كيني في كتابه دليل الباحث في العلوم الإجتماعية بأن الإشكالية ماهي إلى المقاربة أو المنظور النظري الذي قررنا تبنيه لمعالجة المشكلة المطروحة عبر السؤال الأولي. فكل سؤال بحثي لا يأتي من العدم بل يترجم هاجسا معرفيا، وتتضح قيمته العلمية في ظل السياقات النظرية والمعرفية التي أفرزته. (لعياضي، 2015، ص229).

ومن بين المحاذير التي يقع فيها الباحث عندما يغيب التأطير النظري للبحث هو وقوع هذا الأخير في الخطابات الايديولوجية والأخلاقية، لأن البحث يتطلب تشغيل المفاهيم والمصدر الرئيسي للمفاهيم هو الجانب التنظيري حول الظاهرة المدروسة، وهدف الباحث هو فهم الظاهرة كما هي موجودة في الواقع وليس الحكم عليها قبل الانطلاق في البحث، في هذا السياق يشير الحمامي (2012) بان البحوث العربية في الإعلام والإتصال لطالما خضعت إلى رؤية ايديولوجية واخلاقية جعلت من قضايا الاختراق الثقافي واستلاب الهوية من جهة، وأزمة القيم الثقافية من جهة أخرى، المشكلات الفكرية المهمة والتي تحول البحث في علوم الإعلام والإتصال بسببها إلى خطاب معياري وهذا نتيجة طبيعية لغياب استثمار المفاهيم النظرية. ويشير لعياضي (2020) في دراسة بعنوان التفكير في عدة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الإستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية إلى غلبة الوازع

الأخلاقي على هاجسها الاستكشافي في البحوث العربية، يتجلى ذلك من خلال التأكيد المطلق على إن لمواقع الشبكات الإجتماعية تأثيرا سلبيا على عفة المستخدمين وأخلاقهم دون تفكيك مفهوم الأخلاق وتشخيصه في وحدات تكوينية ملموسة يمكن قياسها. فكلت هذه البحوث بإصدار مجموعة من الأحكام تقترب من كونها إيديولوجية قيمية ومن كونها أيضا قناعات ذاتية على البحث تشكّل في الأخير حسًا مشتركًا وليس معرفة علمية رصينة.

إن حقل علوم الإعلام والاتصال يعد ملتقى العديد من التخصصات، وهذا نظرا لتعدد الظاهرة الإعلامية والاتصالية، ولهذا يستوجب فهم الظاهرة الاتصالية الإطلال عليها من عدة نواذ نظرية وفكرية، وتشغيل بذلك ربما العديد من النظريات للوصول إلى فهم أعمق للظواهر الاتصالية المدروسة، فلهذا قد يكون من غير المعقول تغييب الاستناد إلى النظريات في الممارسة البحثية في علوم الإعلام والاتصال خاصة عند الحديث عن الإتصال الجماهيري الذي أنتج الكثير من النظريات. لكن الملاحظ على بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر هو الإسراع في جمع المعطيات والإهتمام بتقنيات جمع البيانات إلى درجة يتحدث الطلبة عن إختيار الأداة قبل حتى تحديد الموضوع والخلفية النظرية للبحث، وكأن إختيار الأداة هو إختيار مزاج وافتنان، بينما يتحكم في إختيار الأدوات تموقع الباحث الاستمولوجي. وبناءا عليه فإننا بحاجة إلى اكتساب مهارة التفكير النظري قبل التحول إلى جمع البيانات من الميدان.

ويطرح الكثير من المتخصصين في البلاد العربية إشكالية إعتقاد الباحث العربي على النظريات الغربية ويرى جزء منهم أن قصور البحث في علوم الإعلام والاتصال يعود إلى هذا الإعتقاد على نظريات أنتجت سياقات مختلفة كثيرا عن سياقتنا العربية وهذا فيه وجه كبير للصحة ويمكن هنا الإشارة إلى دراسة تمار (2005) الذي قام فيها باختبار فروض نظرية ترتيب الأولويات في السياق الجزائري وكانت النتائج المتوصل إليها عبر الدراسة لا تتوافق تماما مع فرضيات النظرية، وقد ردّ الباحث ذلك اختلاف السياق التي أنتج النظرية مع الواقع الجزائري وساق في هذا المعنى الباحث مجموعة من العوامل التي أبطلت تحقق فرضيات نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات) مع الجمهور الجزائري منها:

- اختلاف في طبيعة الجمهور
- اختلاف في درجة الحرية الممنوحة للصحافة في المجتمع الأمريكي مقارنة بالمجتمع الجزائري.
- اختلاف في المكانة التي تحتلها وسائل الإعلام في المجتمعين الأمريكي والجزائري.

لكن هذا لا يجيز التخلي عن تشغيل والاستناد إلى النظريات الغربية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في بلداننا العربية، لأنه مهما يكن من نقص في نظرية ما وعدم ملائمتها ربما لسياق معين فإنها تمتلك جزء معينًا وبقدر ما قدرة على تفسير جزء من الواقع. ثم يمكن إذا لم تتحقق فروض نظرية ما في سياقتنا الجزائري أو العربي، هو ليس بالضرورة يكون القصور كامنا في النظرية قد تكون المشكلة في الممارسة المنهجية والأدوات التي جندت لجمع المعلومات في الدراسة. ثم إن عدم وجود نظريات في علوم الإعلام والاتصال عربية المنشأ لا يعني أيضا التخلي على الاستناد النظري والاستفادة من التنظير الغربي الموجود، بل يحفز بدلا من ذلك تحفيز الباحثين على العمل على تبيئة وسيفنة أفكار النظريات لتلاءم السياقات الجزائرية والعربية. والأكثر من ذلك هو التحول إلى النظرية

المتجذرة التي تغيب كلية في بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر، ويقصد بالنظرية المجذرة هي النظرية التي تبنى من البيانات والمعطيات التي يتم جمعها من الميدان. وتعتبر النظرية التأسيسية(المجذرة) مفيدة بشكل خاص عندما لا تفسر النظريات الأخرى الظاهرة قيد الدراسة. (دليو، 2021، ص24).

وتعد الحاجة اليوم في ظل البيئة الإتصالية الجديدة التي تختلف في جوانب كثيرة مع البيئة الإتصالية التقليدية بشكل كبير إلى تفعيل بحوث النظرية المجذرة، وهذا في ظل عجز الجذر النظري الذي أطر عمليات التفكير في الظاهرة الإتصالية المرتبطة بوسائل الإعلام والاتصال التقليدية في تفسير الظاهرة الإتصالية الجديدة والتي ترتبط بالتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لا سيما شبكات التواصل الإجتماعي. وأمام هذا السياق لجأ بعض الباحثين إلى تكيف بعض النظريات الكلاسيكية والاستناد إليها في بحوثهم والبعض الآخر ينجز الدراسات والبحوث بعيدا عن توظيف النظرية وهذا ما سيسقط بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر من الأفق النظري وقد طرحنا في الصفحات السابقة فكرة أهمية النظرية في البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال والمحاذير التي يمكن أن يقع فيها الباحث لدى إسقاطه الإعتماد على المداخل النظرية في البحث.

فقد أصبح الكثير من المتخصصين يعتبرون أن كل البحوث والدراسات الإعلامية التي لا يتم فيها توظيف الإطار النظري في نسيجها العام تصبح لا معنى ولا جدوى لها، بل ربما تصنف بأنها ناقصة وليست ذات مرجعية فكرية وقواعد فلسفية تؤسس عليها هذه البحوث لتحقيق النتائج المرجوة والتي تفسر في ضوء النظريات الإعلامية التي وظفت فيها. (الشريف، 2015، ص11).

4.4.1.2 الإشكاليات المنهجية: التفكير بالمنهج دون التفكير في المنهجية.

كانت البدايات الأولى كما أشرنا سابقا لتدريس الإعلام والاتصال في الجزائر مع فتح المدرسة الوطنية العليا للصحافة، لكن شهدت الجامعات الجزائرية فيما بعد إهتمام كبير بتخصص علوم الإعلام والاتصال، وتشير إحصائيات الموسم الدراسي 2015-2016 إلى وجود ما لا يقل عن 35 مؤسسة للتعليم العالي تهتم بالتكوين الإعلامي في الجزائر. (ميلود، 2018، ص308-318).

وعليه تنصدر الجزائر الدول العربية من حيث عدد أقسام علوم الإعلام والاتصال، ولكن رغم هذه الأسبقية يبقى التكوين في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر " ويعنينا هنا "الشق المتعلق بالبحث في التخصص لا يزال يلقي انتقادات من قبل المتخصصين. يذكر لعياضي (2013، ص8) إن قسم كبير من البحوث العربية ومنها الجزائر توصلت إلى نتائج تضع مواضيعها، إشكالياتها، ونظرياتها، ومناهجها وأدواتها البحثية موضع مساءلة.

ومن العوائق التي تجعل بحوث الإعلام والاتصال تثار حولها الكثير من الإشكاليات، عقدة مساءلة المنهج، فقد تعودنا كباحثين على تقاليد بحثية روتينية سجنتنا وحددت لنا أطر تفكيرنا، فمن عادة الطلبة الالتفاف زمنيا ومكانيا على الأفكار البحثية المنجزة مع إعادة تشغيل نفس العدة المنهجية دون النظر في قدراتها على إنتاج المعرفة. إن تخييب النقاش الأكاديمي حول المنهج في السياق الأكاديمي الجزائري فتح المجال إلى طغيان التكميم وميل البحث في علوم الإعلام والاتصال إلى استخدام المنهج الكمي الذي يرتبط بالرؤية الوضعية للأشياء ويعتمد المنهج الاستنباطي المبني على التحقق من النظرية. يذكر بوعمامة(2019) أن البحث العلمي والأكاديمي في حقل الإعلام والاتصال في الجزائر

يتسم بجملة من الخواص أهمها تبعيته المعرفية الاستمولوجية، افتقاره للتأصيل النظري والمعرفي، إيماده على النظريات الغربية الجاهزة وانفصامه عن واقعه التاريخي والثقافي. إضافة إلى هوسه بالتكميم وطغيان الجوانب الأمبريقية على مختلف المقاربات الكيفية وأولويتها عليها

وتشير دراسة نايلي(2018) التي تمت على عينة من الباحثين في الإعلام والاتصال بالجزائر للبحث في رهانات التوجه نحو البحث الكيفي في ظل الإعلام الجديد أن هناك خلط في المفاهيم الخاصة بالبحث الكيفي لدى عينة البحث، وأن أغلب المبحوثين لا يعرفون أدوات ومناهج البحوث الكيفية على غرار الجماعات البورية، البحث الاثنوغرافي، المقابلة المركزة وخاصة منهج دلفاي، وكذا أن نصف العينة لا يعرفون خصائص البحث الكيفي.

ويشير لعياضي(2010) في دراسة حول الرهانات الاستمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي أن متابعة ما ينشر من بحوث علمية في المنطقة العربية حول علوم الإعلام والاتصال تؤكد شبه غياب البحث الكيفي ويشير (فلاق، لعلاوي، 2018) إلى توجه شبه كلي للبحوث الكمية في الجزائر، لا اعتقاد خاطئ بان عملية البحث تقتضي استخدام الأرقام والإحصائيات والرسوم البيانية، متأثرين بالكثير من الأساتذة من ذوي الخلفيات المعرفية الأخرى. وينظر بذلك إلى الظواهر الإعلامية والاتصالية بنظرة ميكانيكية قريبة جدا لما يحدث في العلوم الدقيقة. ومن مظاهر التمسك الزائد بالمقاربة الكمية أن بعض الباحثين ورغم أنه يدرس ظاهرة أو موضوع بحث مرتبط بمتغيرات غير قابلة للتأشير وتعتبر عن حقائق اجتماعية إنسانية يصعب جدا إخضاعها للقياسات الكمية العددية مثل الذوق، القيم وغيرها إلا أنه يستخدم مع هذه المواضيع المناهج الكمية. وأصبحنا بذلك أمام توجه بحثي يرى أن كل المواضيع تصلح معالجتها بالمنهج الكمي وبالاستمارة كأداة لجمع المعلومات والبيانات. في حين الظواهر الاجتماعية معقدة خاصة ما ارتبط منها بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، مما جعل فهمها يصعب تحقيقه من خلال الاكتفاء بالتكميم والقياس، الأمر الذي قد يسقطنا في تواضع النتائج المتوصل إليها. إلا أنه لا بد أن نشير في هذا السياق أن درجة الهيمنة التي يحتلها المنهج الكمي في الفضاء البحثي لعلوم الإعلام والاتصال هي ليست دعوة لإقصاء منهج مقابل منهج آخر، وإنما هو فسح المجال للتفكير في استخدام المنهج وفتح النقاش العلمي بهدف تطوير المعارف العلمية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الجزائر. في الوقت الذي كان هذا النقاش يسري في البيئة البحثية الغربية يذكر بوجمعة(2007) في أطروحته للدكتوراه أن الكثير من منظري المدارس الاجتماعية المعاصرة، كالمظاهر الاجتماعية والتفاعلات الرمزية على أن أهم مشكل أوصل علم الاجتماع الغربي إلى الأزمة التي عايشها ويعيشها يتمثل في ارتباط هذه الدراسات بالقوالب الجاهزة المتصلة بالمبادئ والقواعد النظرية البعيدة عن الواقع كما يعيشه الناس في عالم الحياة اليومية، لذلك فإن أهم تحدي يواجه اليوم الدراسات الاجتماعية والاتصالية على حد سواء، هو التحرر من علم الاجتماع الفرضي والاقتراب من علم الاجتماع الفهم، والتحرر من الفرضيات التي توجه البحث وتقيد أكثر مما توطئه. هذا يوضح بشكل جلي الصراع المعرفي التي انخرطت فيه البيئة الأكاديمية الغربية للتفكير في المنهج الذي يمكنهم من إنتاج المعرفة، في المقابل لا نثير مثل هذه التساؤلات على مستوى فضاءاتنا البحثية. وقد عاشت بحوث الاتصال في الجزائر منذ نشأتها على مدار الخمسة عقود الماضية هذا الإشكال المنهجي، من خلال التورط في استخدام المقاربات الأمبريقية إلى حد ما في مقابل إغفال أبعادها الكيفية، بل وصل الأمر في بعض الأحيان إلى التعصب للأولى على حساب الثانية

وحسب تقدير الباحث فإن غياب النقاش حول المنهج قد يعود إلى النظرة التقنوية للمنهجين الكمي والكيفي دون الوعي بالخلفية الفلسفية وراء كلا المنهجين.

ومن أوجه القصور المنهجي في بحوث علوم الإعلام والاتصال هو عدم الملائمة بين الترميز الابستمولوجي للباحث وممارساته المنهجية داخل البحث، ويقصد بالتموضع الابستمولوجي هو الإطار المعرفي أو البراد يغم كما أشار إليه توماس كون، الذي من خلاله يتخذ الباحث موقفا نحو تصوراته للحقيقة هل الحقيقة واحدة أو متعددة، وبالتالي يأخذ موضعا واضحا منذ الانطلاقة في بحثه. ومنذ تلك اللحظة يستوجب على الباحث التناسق في تصميماته البحثية والمنهجية مع ما اختاره من موقف ابستمولوجي سابقا. ومن مظاهر غياب وضعف الوعي بالبراد يغم البحثي في بحوث علوم الإعلام والاتصال هو ما نشهده في الوسط البحثي من خلال طلب الباحث حتى في طور الدكتوراه من مشرفه أن يقترح له مدخل نظري أو أدوات بحث، بل في بعض الأحيان يختار الباحث منهج البحث حتى قبل إختيار الموضوع وبناء الإشكالية وكان القضية قضية مزاج. هذه المظاهر تحيل إلى التصور الذي نحمله نحو التفكير المنهجي الذي اختصر فقط في مجموعة تقنيات. يذكر ريمون كيفي في كتابه دليل البحث في العلوم الاجتماعية أنه من المهم اكتساب عادة التفكير قبل التهافت على جمع المعطيات حتى وإن كان ذلك بأكثر تقنيات التحليل تطورا وتعقيدا. ص 60، فالوعي إذا بالبراد يغم الذي ينطلق منه الباحث يبصره بأن هناك براد يغمات أخرى تكون مناقضة لما انطلق منه الباحث مما يحفز على التفكير والفتح على المناهج البحثية الأخرى، ويقبل عنده الافتتان والتعصب الزائد لمنهجيات وأدوات دون أخرى.

خلاصة القول حول ماسبق طرحه أن الوعي بالبراد يغم الذي ينطلق منه الباحث، يمنع من الوقوع في السطحية البحثية، ويعمق بشكل كافي منظور الباحث لبحثه ويجعله متناسقا في السيرورة البحثية فلا يتموقع ابستمولوجيا بشكل ما ويمارس إجراءاتا أشياء مناقضة لما انطلق منه. ذلك إن التوقع الابستمولوجي هو الذي يوجه جميع مراحل البحث. إن الوعي بالبراد يغم أيضا يمكنه من القدرة على التوجه بفعالية نحو التكامل المنهجي.

5.4.1.2 إشكالية النمطية وغياب التجديد والإبداع:

من بين نقاط ضعف بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر هو إشكالية النمطية والتي تشير إلى عملية النقل والاستنساخ للمواضيع والمناهج والأطر النظرية، ولهذا تشابهت الأفكار البحثية واختلفت في طبيعة الوسيلة المدروسة وربما البعد المكاني والزمني لعينات البحث. ومن مظاهر هذه النمطية ما ذكره فلاق، لعلاوي (2018) بخصوص إختيار طلبة الدكتوراه لمواضيع أطروحاتهم، حيث يشير إلى أن الانتقاء لم يكن وفق التراكم المعرفي المطلوب حول الموضوع، ولكن يضطر الطلبة إلى انتقاء مواضيع سبق تناولها مع إضافات طفيفة، في حين في عديد المرات ينتقي الطلبة المنهج قبل الموضوع، فتجد منهم من اجتذبه المقاربة السيميولوجية فيختار الوعاء الذي سيدرسه فيما بعد، فيتضح ذلك جليا في العنوان الذي يفتقد إلى موضوع وإشكالية. وفي هذا السياق أيضا يذكر ابراهيم (2018) في دراسة حول إشكاليات وتحديد وصياغة المشكلة البحثية في بحوث الإعلام بين النمطية والتجديد في عالمنا العربي أن الإنتاج العلمي يتسم بالنمطية والأدائية وإعادة إنتاج أفكار بحثية قديمة على عينات زمانية ومكانية جديدة. وتتمدد النمطية أيضا إلى أدوات جمع البيانات فأصبح الكثير من الباحثين يتحدثون عن صنمية الإستمارة في بحوث علوم الإعلام والاتصال دون الانتباه إلى مدى فاعلية

هذه الأداة وملائمتها في السياق العربي والجزائري. فيمثل الاستبيان الأداة الأكثر إستخداما في أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والإتصال إلى الحد الذي ترسخ في ذهن الطلبة أنه لا يمكن تصور بحث من دون استبيان. فصنمية الاستبيان تدفع بعض الطلبة حتى إلى تكيف دراستهم لتتوافق مع الاستبيان تقاديا لإستخدام أدوات أخرى تتطلب مجهودا فكريا وإجرائيا أكبر مثل الملاحظة العلمية. (فلاق، لعلاوي، 2018، ص102). ويوجه النقد للاستبانة في المجتمعات العربية لعدم مقدرتها على النفاذ إليها يقتنع فيه المبحوثون أو ما يحسّون به. فضيق هامش حرية التعبير والتفكير يصعب على الاستبانة أن تنتزع معلومات صادقة وكاملة ودقيقة من المبحوثين. فإجاباتهم على جزء من الأسئلة التي تحويها الاستبانة تكون محددة مسبقا بحالة من الريبة أو الخوف من سيف الحجاج أو طمعا في ذهب المعز. (بوخنوفة، 2004، ص).

ولا تتوقف النمطية عند الموضوع والأدوات المنهجية بل حتى في الأطر المرجعية المستخدمة في بحوث الإعلام والإتصال يذكر في هذا الصدد لعياضي (2020) في دراسة نقدية حول التفكير في عدة التفكير في حقل الإتصال أن جل البحوث العربية ومنها الجزائر التي تناولت المواقع الإجتماعية في إطار علوم الإعلام والإتصال استعانت بنظرية الإستخدامات والإشباعا إلى درجة بات الاعتقاد لدى قطاع واسع من الطلبة ودارسي علوم الإعلام والإتصال أنه لا توجد نظرية غيرها لدراسة مواقع التواصل الإجتماعي.

وحسب تقدير الباحث فإن من أسباب هذه النمطية التي تطبع بحوث الإعلام والإتصال في الجزائر هي:

- ندرة البحوث النقدية، التي تطلع بمهمة النقد والتعديل على البحوث التي تنجز في حقل الإعلام والإتصال والسعي من أجل إحداث تطوير وتحديث في البناء الفكري والمنهجي للباحثين في البيئة الأكاديمية للتخصص، وإجراء نقد ذاتي معمق بين الفينة والأخرى للانتقال بهذه البحوث إلى محطات أكثر رصانة.
- غياب خطط بحثية واضحة لكليات وأقسام علوم الإعلام والإتصال، تزواج فيها بين البحوث ذات المرجعيات الوضعية والتأويلية على اعتبار أنهما الأكثر تأطيرا لبحوث الإعلام والإتصال، وتزواج أيضا بين البحوث النظرية والتطبيقية، والحرص باستمرار على مواكبة التحولات سواء كانت اجتماعية أو ثقافية أو تكنولوجية.
- التوسع في فتح أقسام علوم الإعلام والإتصال كما سبق الإشارة إليه، أحدث ضعف في التأطير على مستوى هذه الأقسام، وزادت بذلك الحاجة إلى كفاءات متكاملة للإشراف على البحوث.
- غياب شخصية الباحث، والتي نلاحظها في النقد الشكلي للبحوث من خلال السرد لخطوات البحث دون لمس لحضور شخصية الباحث في متن البحث من خلال الاستخلاصات والتعقيبات والشرح والتفسير والمقارنة والربط، وحسب تقديرنا فإن هذا يتكون باكتساب المهارات مثل مهارة القراءة والكتابة الناقدة، وهو الأمر الغائب في التكوين في المنظومة الجامعية الجزائرية والمنظومة التربوية أساسا فطبيعة التعليم في الجزائر يقوم على الاسترجاع أكثر مما يعلم مهارات ممارسة التحليل والنقد.

- أزمة اللغات الأجنبية والذي ينعكس على نمطية البحوث حيث غياب التمكن من اللغة الأجنبية كالانجليزية مثلا يغيب التراكم المعرفي الذي شهدته الكثير من المواضيع، فيبقى الباحث يكرر ما قتل بحثا.
- إختيار الخيارات والمسارات الأسهل وليس الأغنى للبحوث: وهذا من خلال إختيار مثلا عينات سهلة الوصول إليها، فجل البحوث يكون عينتها طلبة أو أساتذة جامعيين في حين تبقى فئات كبيرة من المجتمع مهملة.

2-2. البراديغمات الكلاسيكية في علوم الإعلام والإتصال بين الأسس التاريخية وتحديات البيئة الرقمية

إن ما تناولناه في فصل البراديغمات في علوم الإعلام والإتصال ينطلق من مجموعة من النقاط لعل أولها هي التأكيد على أهمية البراد يغم في العملية البحثية، فمما لا شك فيه أن كل شيء يتم التفكير فيه يتم ضمن إطار مرجعية أو براديغم، ووضوح هذا البراديغم منذ البداية لدى الباحث يضيف نوع من الرصانة في المسار البحثي ويزيد مصداقية التفسير.

النقطة الثانية التي جعلتنا نتناول البراديغمات ونكوّن فكرة حولها هو انطلاقنا من فكرة أن علوم الإعلام والإتصال- كما أوضحنا في العديد من المحطات في البحث- ملقّى العديد من التخصصات، وبالتالي من الطبيعي أن تتنوع وتتعدد البراديغمات التي يمكن للباحث الاستناد إليها في تفسيره للظواهر الإعلامية والإتصالية ولهذا كان من المفيد الإجابة عن التساؤل الذي مفاده ضمن أي براديغم ندرس الإعلام والإتصال؟

في نقطة أخرى يجب أن ننوه أننا لم نهدف إلى الوقوف عند تفصيل معرفي كبير للبراديغمات لأن الغاية كانت تشكيل فكرة حول جوهر كل براديغم ومنطلقاته الفكرية، لنرى فيما بعد كيف تموقع الباحثين الجزائريين عند تناولهم للتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي موضوع الأطروحة.

2-2.1. البراديغم دلالات، مفاهيم ومكونات:

أول من استخدم كلمة البراديغم هو Thomas Samuel Kuhn « » في سياق الحديث عن نظريته لتاريخ تطور العلوم، فإذا كانت النظرة السائدة عن تطور العلوم قبل "كون" تشير إلى أن العلم يتطور تراكميا حيث كل جماعة علمية تضيف جديد ما إلى لبنة العلم، يرى توماس كون أن العلم يتطور بسبب الثورات العلمية، فيحدث أن يسود علم عادي في فترة ما، وأمام المستجدات التي تحدث في الظواهر والموضوعات تحدث أزمة نابعة من عدم قدرة المنهجيات والنظريات القائمة على تفسير هذا المستجد، مما يولد الحاجة إلى ظهور براديغم جديد بتصور جديد على أنقاض هذه الأزمة.

وقبل ظهور نظرية البراديغم كاستمولوجيا جديدة في المعارف والعلوم التي جاء بها كون كانت المعرفة تنتقل من المبادئ والنظريات إلى الظواهر، وكانت التجريبية تعتبر التجارب محك صدقية المبادئ والقوانين العلمية. وركزت الوضعية والتطورية على المطابقة ما بين النظريات والواقع المدروس والمشاهد لتبين الصدق من الخطأ. لكن مع المدرسة الثورية ل"كون" تبدلت صورة العلم وتطور البحث بدلالة البراديغمات مقابل تفسير تقدم العلم بدلالة المبادئ. (سعد، 2011، ص46).

إذا قدم توماس كون في كتابه الذي أصدره سنة 1962 بنية الثورات العلمية نظرة مختلفة لتاريخ تطور العلوم، وأطلق مسار جديد لإعادة التفكير في كيفية تراكم المعرفة العلمية وكان من أهم إنجازاته مدلول البراديغم الذي أحدث ثورة ليس في العلوم الطبيعية فقط بل العلوم الإنسانية والاجتماعية كذلك. ولهذا سنبحث في هذا المقام مفهوم البراديغم وأهميته في البحث العلمي وأهم البراديغمات التي يعتمد عليها في بحوث علوم الإعلام والاتصال.

1.1.2.2 مفهوم البراديغم:

كلمة مأخوذة من الأصل اليوناني « paradigm » وتعني نموذجاً أو مثلاً، والبراديغم يعني المثال أو النمط والنمط لغويًا هو أسلوب، أو طريقة طراز، نوع، صنف.

ويعرف البراديغم المعيار الذي يضفي الشرعية على النشاط داخل المجال العلمي، ينسق ويوجه عمل العاملين في العلم العادي، الذي يرتكز على حل الألغاز في المجال العلمي المعني. (سعد، 2011، ص54).

النموذج النظري paradigme: يحدد مجموع التصورات والممارسات التي يهتدي بها الباحثون، وحسب تخصصاتهم والمدارس الفكرية السائدة في مرحلتهم، فإن الباحثين لا يستعملون نفس النموذج النظري أو نفس الإطار وهو مصطلح آخر معادل، يمكن اعتبار النموذج النظري كنموذج أعلى أو مجموعة من المرجعيات النظرية والتطبيقية الخاصة بميدان معرفي معين والتي يشترك فيها خلال فترة زمنية محددة الباحثون في هذا الميدان. أنه يسمح لهم بامتلاك نظرة خاصة حول الوقائع والأحداث. (اجرس، 2004، ص100).

البراديغم نموذج مرشد للفكر والعمل، أنه جملة من القضايا الأولية المسلم بها. يتكون من قوانين نظرية وتقنيات عامة للعمل مصادق عليها من قبل أعضاء مجموعة علمية ما، وذلك بهدف تحديد نهائي ومسبق للمعايير التي يتعين على الأبحاث الالتزام بها.

وعليه البراديغم هو الإطار العقلي الإدراكي الذي نفهم العالم من خلاله، فهو يعبر عن نظرة مخصوصة للعالم، فكل شيء يفكر فيه يتم في إطار نظرية أو مرجعية وذلك هو البراديغم. فكأن البراديغم محيط تفكر من داخله بالمشاكل والظواهر التي تواجهها.

والبراديغم مصطلح استخدمه كوهن ليفسر عملية التغيير التي تحدث ضمن المقدمات والفرضيات الأساسية لنظرية لها القيادة للعلم في مرحلة محددة من الزمن.

فالبراديغم ثورة في نمط التفكير العلمي، وتحدث هذه الثورة عندما يواجه العلماء مشاكل لا يمكن حلها حسب النمط السائد عالمياً، ولهذا يستوجب حل هذه المشاكل تجاوز هذا نمط التفكير السائد وتكوين نظرية جديدة. فعندما تتراكم المشاكل أمام براديغم فإن النظام العلمي سيقع في أزمة خلال هذه الأزمة لا بد من إحلال أفكار جديدة مكان ما هو سائد وتتشكل معركة علمية بين الجديد من الأفكار والتصورات وما درجت الجماعة العلمية عليه سابقاً، وبالتالي سيولد براديغم جديد وسيكون له مدافعون عنه ومناصرين له.

2-1-2.2 مكونات النموذج المعرفي (البراديغم):

ينطوي البراديغم على أربع منظومات من المعتقدات والتصورات والافتراضات والأبعاد والتي تلخصها الأسئلة الأربعة التالية:

• السؤال الأخلاقي:

ومفاده ما طبيعة الأخلاق البحثية أو ماهي أخلاقيات البحث التي يقوم عليها براديغم معين.

• السؤال الانطولوجي:

ومفاده ما طبيعة الواقع الحقيقي الذي يستهدف دراسته منهج قائم على براديغم معين؟.

• السؤال الاستمولوجي:

ومفاده ما طبيعة المعرفة وما علاقة الذات العارفة (الباحث) بالبحث؟.

• السؤال الميتودولوجي أو المنهجي:

ومفاده ما طبيعة الإجراءات التي يقوم بها الباحث لتحقيق الفهم والمعرفة المنشودين؟.

وبناء على هذه البنية يتبين لنا أن البراديغم منظومة متكاملة ومتجانسة من المعتقدات الفكرية والقيم والنظريات والأدوات والتطبيقات التي يتقاسمها أعضاء مجتمع علمي محدد، وتصبح بالنسبة لهم تقليدا بحثيا وطريقة في التفكير والممارسة، ومرشدا أيضا يقود الباحثين في حقل من حقول المعرفة. ولهذا يصبح الوعي بالبراديغم الذي يشتغل فيه الباحث من أساسيات إنتاج المعرفة الرصينة .

2-2-2. أهمية النموذج المعرفي في العملية البحثية:

قد يقول البعض أن الكثير من الباحثين ينجزون بحوث دون أن تكون لهم دراية بالبراديغمات، ذلك قد يكون صحيحا، فالباحث قد يقتفي أثار بحث قبله كان قد أنجز تحت وعي كامل بالبراديغم الذي أطّره، لكن إنجاز بحوث ودراسات دون وعي بالبراديغم سيكون له انعكاسات سلبية تظهر في مفاصل البحث والدراسة. على اعتبار أن البراديغم العلمي هو المنظومة التي يرجع إليها الباحث من أجل تفسير وفهم الظاهرة التي يدرسها، والبراد يغم هو الخيط الناظم الذي يربط كل أجزاء البحث انطلاقا من سؤال الانطلاق إلى غاية تفسير النتائج . فكل مرحلة في البحث تستدعي استحضار البراديغم، ولتوضيح المعنى أكثر لو طرح الباحث سؤالا مفاده ماهي الأدوات أو التقنيات البحثية الأفضل لجمع المعلومات التي سأستخدمها؟، فالأمر ليس متروكا لهوى ومزاج الباحث وليس متروكا أيضا لإختيار الباحث وإنما إختيار هذه التقنيات يعكس البراديغم الذي اختاره الباحث ابتداء.

فلو كان الباحث ضمن البرايغم الوضعي الذي يشجع البحوث الكمية، وهو البراديغم الذين يعتبرون أنصاره، العالم الإجتماعي هو امتداد للعالم الطبيعي، ومن تم لا بد أن يخضع لنفس المنهج المستخدم في العالم الطبيعي، فالأدوات الكمية كالإستمارة والمقابلات المقننة والاختبارات والمقاييس هي التي تستخدم في مثل هذا التوضع، وعلى العكس من ذلك فالباحث الذي اختار البراديغم التأويلي منطلقا له في دراسة الظاهرة الإتصالية مثلا، وهو البراديغم الذي لا يسعى إلى تكميم الظواهر مثل البراديغم الوضعي وإنما يسعى إلى فهم المعاني والدوافع الكامنة وراء سلوك الأفراد، سيختار بالضرورة من علبة أدوات جمع البيانات، الأدوات المفتوحة على غرار المقابلة المفتوحة. وما قيل عن

الأدوات ينسحب على صياغة العنوان وإختيار المفاهيم وتحديدها وصياغة الفرضيات وإختيار المنهجيات. وهكذا البراديجم طريقة خاصة للنظر يبطن مجموعة من الافتراضات الفلسفية توجه التفكير وتنعكس على الممارسة المنهجية بالضرورة.

إن الاطلاع على البراديجم الذي يشكل الخلفية الفلسفية للبحث، سيؤسس لعمق معرفي لدى الباحث بطبيعة بحثه وطبيعة منهجه ومنهجيته المستخدمة، ولا ينحدر بالبحث إلى إجراءات تقنية تخلو من روح الخلفية الابستمولوجية التي تبرر الإختيارات البحثية، إن إدراك أهمية الوعي بالاستناد إلى براديجم في البحث سيجنب الباحث من الوقوع في التناقض بين الخلفية الفكرية والابستمولوجية والممارسة المنهجية، فلا يمكن مثلا الانطلاق من دراسة ظاهرة لا تقبل التكميم ثم نجد الباحث يختار الإستمرار من أجل جمع البيانات مثلا.

وإضافة لما سبق فإن الإعتقاد على البراديجم يؤسس أيضا لأن يجعل البحوث أكثر قربا من المسار الصحيح لإنتاج المعرفة الرصينة، ويدعم الجهاز التحليلي والتفسيري للباحث وجعله قادر بصفة أعمق على تفسير الواقع ويذكر عبادة (2021) أنه عند تمعن ومراجعة أطروحات الدكتوراه ومذكرات الماستر في تخصص الإعلام والإتصال نجد أن الكثير منها وليس معظمها، خال من وعي بالتوظيف أو التبنّي النظري، فلا تكاد تخرج حضورية النظرية في منجزاتهم العلمية عن مجرد تزيين للبحث أو اعتبار وجود نظرية في الدراسة عنصر تدعيمي سيغني من كفاءة الطرح وقيمه، لذلك تم إهمال منهجية توظيف النظريات ومعاييرها كما غاب الجانب المعرفي المتعلق بفهم اشتغالها وحدود تفسيرها. مما جعل النتائج التي يتحصل عليها الباحثون بعيدة كل البحث عن متطلبات وراهن البحث الاستنباطي. (عبادة هشام، 2021، الملتقى الدولي الإقتراضي حول معايير الجودة في بحوث علوم الإعلام والإتصال المنظم يومي 16-17-18/02/2021).

2-2-3. أبرز البراديجمات المستخدمة في علوم الإعلام والإتصال.

2-2-3-1. البراديجم الوظيفي:

تستمد الوظيفية أسسها الفكرية الفكرية من مساهمات متنوعة لعلماء إجتماع تقليديين ومعاصرين، الذين نشأوا في المجتمعات الرأسمالية الغربية، تميزوا بالتركيز في أفكارهم على البنى والأنظمة الإجتماعية وفهم وظائفها بغرض المساهمة في الحفاظ على النظام الإجتماعي وإستقراره. ويؤمن هؤلاء المساهمين بأن البنى الإجتماعية لها دورا كبير في توجيه سلوك الأفراد والمجتمع بشكل عام. ومن أبرز رواد علم الاجتماع الغربيين أوجست كونت، ايميل دوركايم، وهربرت سبنسر، وأيضا العديد من علماء الاجتماع الأمريكيين المعاصرين أمثال تالكوت بارسونز و بوبرت مرتون الذين أستمروا في تطوير الوظيفية وتطبيقاتها على الساحة الإجتماعية. (عبد الرحمان، 2002، ص146).

وبالتالي تعود الوظيفية تاريخيا إلى النظرة العضوية للمجتمع، ومفاد هذه النظرة هو أن المجتمع في حالة مماثلة للكائن الحي، أي تشبيه المجتمع بأعضاء جسم الإنسان وما يحتويه من أعضاء تتساند فيما بينها لإبقاء الجسم في حالة توازن، والمجتمع من خلال جميع نظمه وطبقاته التي تؤدي وظائف وادوار تساهم بذلك في استنقرار وتوازن المجتمع. وهو ما أشارا إليه ماتلار في كتاب نظرية تاريخ الإتصال عند الحديث عن مساهمات فكر هيربرت سبنسر في بلورة مفهوم الإتصال بحديثه عن تكامل وتواصل النسقين البيولوجي والإجتماعي

ترتكز نظرية البنائية الوظيفية على فلسفة أساسية تكمن في أن تنظيم المجتمع وبناءه هو من يضمن استقراره وهذا نظرا لتوزيع الأدوار بين عناصر هذا التنظيم مما يحقق درجة من الاعتماد بين هذه العناصر.

ويمكن تلخيص الفرضيات الأساسية الخاصة بالوظيفية كما يلي:

- المجتمع هو نظاما لأجزاء مترابطة، وأن تنظيم الانشطة فيه يكون بشكل مترابط ومتكرر يحاكي كل منها الآخر.
- يميل المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن.
- جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع تساهم بعض الشيء في استقراره، وبمعنى آخر، فإن كل الأشكال القائمة من النماذج تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.
- بعض الأنشطة المتماثلة والمتكررة في المجتمع على الأقل لا يمكن الإستغناء عنها لأنها هي من تضمن إستقرار الوجود في المجتمع، (ديفلير، ملفين، روكيتش، ساندربول، 1992، ص67)

إن تيار الوظيفية جاء كمحاولة لإعادة النظر في المقولات التي تعتبر أن الإتصال أحادي الاتجاه، انطلاقا من نظرية لازويل التي تنظر على أن الإتصال له بداية ونهاية، فهذا التيار يرفض فكرة التأثير المباشر والنظرة السلبية للجمهور، معتبرا أن العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور تتوسطه الكثير من المتغيرات الوسيطة.

الوظيفية ترى أن المعالجة المنهجية لوسائل الإعلام لا بد أن تنطلق من رؤية قوامها وحدة الظواهر الإجتماعية وترابطها على اعتبار أن الظواهر الإجتماعية تتأثر بمجمل الظروف والأوضاع السياسية والثقافية السائدة في المجتمع وهذه الظواهر تتفاعل فيما بينها وتتأثر ببعضها، وأن الإتصال الجماهيري ما هو إلا عملية تخضع لمؤثرات كثيرة داخلية وخارجية وتتحكم في نتائجها عدة عوامل.

ولهذا يقترح البراديجم الوظيفي طريقة وتصور جديد لدراسة وسائل الإتصال الجماهيري، من خلال الإهتمام بإستخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والإشباعات المحققة من هذا التعرض، وعليه يصبح هذا محور الإهتمام لدى الباحثين والانزياح عن محور التأثيرات الذي ساد لفترة طويلة في مقاربة وسائل الإعلام وعلاقتها بالجمهور الذي كان ينظر له نظرة سلبية. وسوف نتطرق في المبحث القادم إلى النظريات التي تدخل ضمن المنظور الوظيفي.

ويمكن أن نخلص إلى أن من مميزات التوجه الوظيفي هو أنه ركز على دراسة وظائف وسائل الإتصال الجماهيري وتأثيراتها في المجتمع، كما أنه لا يجيز ولا يعتقد بالتأثير المطلق الذي تحدثه وسائل الإعلام. ومن رواده الرئيسيين ولبر شرام، وبول لازارسفيلد وهارولد لازويل، وبرلسون.

2-2-3. البراديجم السيبرنتيقي

خلال الأربعينات من القرن الماضي ظهر حقل معرفي جديد على يد العالم الأمريكي نوربرت فينر أطلق عليه اسم السيبرنتيقا والذي يهتم بدراسة الأوامر والإتصال لدى الإنسان والآلة، وقد أدى ظهور السيبرنتيقا إلى ظهور الآلات والأجهزة الذكية واعتبر ذلك ثورة في ميدان التكنولوجيا.

فعلم السيبرنتيك هو العلم القائم على مبدأ السببية الدائرية وعلى ظواهر التعقيد في الأنظمة الآلية والإنسانية والحيوانية، وتأسس في حضور تناهج بين علوم مختلفة رياضية وفيزيائية وطبيعية فالسيبرنتيك بوصفها علم التنظيم الذاتي الذي يدرس مستويات التفاعل بين عناصر النظام تشكل من إسهامات باحثين ينحدرون من تخصصات مختلفة..(الحيدري،2018، ص151).

إن ميلاد السيبرنتيقا جاء في إطار سياق عسكري، خلال الحرب العالمية الثانية، عندما طلبت الولايات المتحدة الأمريكية من عالم الرياضيات نوربرت فينر إيجاد حل للصعوبات الكبيرة التي تجدها القوات الأمريكية في إسقاط الطائرات الألمانية، وقد تمكن العالم الأمريكي رفقة جمع من الباحثين من إنشاء منظومة مدفعية مزودة بحاسبة تمكن من تحديد موقع الطائرات. وتقوم السيبرنتيقا على دراسة الفعل ورد الفعل وترتكز على حساب كمية المعلومات وليس الإهتمام بمعناها. ولتقريب المعنى أكثر يمكن ضرب المثال بمبدأ عمل الثلاثة التي تعد مثالا جيدا للمبدأ السيبرنتيقي، ذلك أن جهاز قياس البرودة سيتنبأ بذلك ويصدر أمر للمحرك لبدء العمل مجددا.

إذا البراديعم السيبرنتيقي نتج عن العلم الذي يدرس آليات الإتصال والتحكم في الآلات وعند الكائنات الحية، فالسيبرنتيقا بالمختصر علم الأنظمة الموجهة والمتحكم فيها. وملخص هذا المعنى هي أن المرسل قد يعود إلى تعديل رسالته بفعل المعلومات التي يحصل عليها من خلال ردود فعل المستقبل من أجل أن يتحقق الهدف.

البراديعم السيبرنتيقي يدرس عمليات الضبط والتوجيه في العملية الإتصالية ويحوي هذا البراديعم مجموعة من النماذج أهمها نموذج الرياضي لشانون 1949. وهو عالم رياضيات كان يعمل في شركة ابل الأمريكية للهاتف، والنموذج عادة هو يطلق على عملية تبسيط وتوضيح للواقع الذي يحافظ

على أهم العناصر والمتغيرات التي تعتبر ضرورية في فهم ظاهرة ما. وهنا سنتحدث عن نموذج شانون وويفر للإتصال من خلال تصورهما للعناصر الرئيسية للعملية الإتصالية وتبيان العلاقة بينها.

ومن بين الإضافات التي أدخلها نموذج شانون هي فكرة التشويش وهو ما يطرأ على الرسالة في مسيرتها من المصدر إلى المستقبل، فقبل أن تصل إلى المستقبل، فإن المعلومات قد تتعرض لمجموعة من الظروف تعرقل وتشوش على فهم الرسالة.

وقد أخذ الكثير من الباحثين المنتمين إلى تخصصات مختلفة مفاهيم المعلومات ونقل المعلومات والتشفير وفك التشفير وإعادة التشفير والإطباب والتشويش وحرية الإختيار. وقد تبنى الكثير من العلوم الإنسانية هذا النموذج مصحوبا بالافتراض القائل بحيادية الجهات المرسل والمرسلة والمتلقي للرسائل، فالمصدر من حيث هو نقطة انطلاق للإتصال يعطي شكلا معيناً للرسالة التي يحولها المرسل إلى معلومة يقوم بتشفيرها، لتصل في النهاية إلى آخر نقطة من السلسلة الإتصالية.

فنظرية المعلومات لشانون التي تركز على حساب كمية المعلومات ولا تهتم بمعنى المعلومات والتي يترك للإنسان ليديره، هي من سياق العلوم الهندسية، فهي اقرب للعلوم الدقيقة منها لعلوم

الإعلام والاتصال، إلا إن هذا التصور للإتصال انعكس بشكل كبير فيما بعد في التوجهات والمدارس البحثية في الإتصال فيما بعد.

2-2-3. البراديغم السلوكي:

يرتكز البراديغم السلوكي على نموذج (مثير - استجابة)، فكل مثير استجابة متوقعة، وقد تم اشتقاقه من التجارب التي أجريت على الحيوانات وتم إسقاطها على الإنسان، هذا الأخير الذي كان ينظر إليه أنه ورث مجموعة كاملة من الآليات البيولوجية الداخلية التي تزودهم بالدوافع والطاقات اللازمة للاستجابة للمؤثرات المقترحة بطرق معينة، وقد تم استنباط الكثير من الجوانب الطبيعية غير المنطقية أو العاطفية لهذه الصفات الموروثة (الآلية) وخاصة من جانب واضعي نظريات منحنى التحليل النفسي. (ديفلير، ملفين، روكيتش، ساندربول، 1992، ص 225)

فالسوكية هي علم نفس الحافز والاستجابة ومحور اشتغالها دراسة الحوافز والمؤثرات التي تنتج لنا أشكالاً محددة من السلوكيات.

لقد كان للبراديغم السلوكي تطبيقات في دراسات علوم الإعلام والاتصال، من خلال النظر إلى رسائل الإعلام كمثيرات قوية جداً، مقابل أفراد ضعاف متسلمين لهذه الوسائل، وان القائم بالاتصال بإمكانه تغيير وتعديل السلوكيات لدى الأفراد بالشكل المرغوب لديه، وقد تشكلت بذلك نظرية الطلاقة السحرية أو الحقنة تحت الجلد ضمن هذا المنظور لوسائل الإعلام .

وقد عززت أحداث الحرب العالمية هذا المنظور، من خلال ما تمخضت عنه انعكاسات استخدام الدعاية والتأثيرات الناتجة عنها، إذ كانت بمثابة السلاح والأداة الرئيسية في إحداث الإقناع لدى الأفراد.

ومن مميزات البراديغم السلوكي:

- طبق في دراسة تأثير وسائل الإعلام على الجماهير وان محتوياتها هي عبارة عن مثيرات وأما ردود الأفعال لدى الجماهير هي الاستجابة الشرطية الفورية.
- الجمهور سلبي ويتفاعل بسرعة وسهولة.
- ظهور نظرية الحقنة تحت الجلد.
- تحكم وسائل الإتصال الجماهيري بالرأي العام وتوجيهه.
- تطبيق دراسات السلوكية على علاقة الجماهير بوسائل الإعلام من خلال التسويق

2-2-4. البراديغم التأويلي:

مركز إهتمام البراديغم التأويلي هو المعاني، حيث ينظر هذا البرايغم للمجتمع أنه بناء من المعاني يتشكل من التجارب الذاتية للأفراد. والمعاني موجودة عند الفاعلين الاجتماعيين وليس ضمن الكلمات المتصل بها، فتفسير الرسالة تتوقف بشكل رئيسي على ماتعنيه الكلمات لدى المرسل والمستقبل وليس على شيء آخر.

وهذا التيار التفاعلي الذي يمثله "غوفمان" و"كيري" وهو التيار الذي يعتبر الشأن الاجتماعي حصيلة الأفعال التداوتية intersubjectivity بين الأفراد. فالفعل الاجتماعي ضمن هذا التيار هو بناء قائم على التداوات باستخدام اللغة. (الحيدري، 2018، ص 143).

وينطلق البراد يغم التأويلي من مسلمة مفادها أن الظاهرة الاجتماعية تتمتع بقدر من الخصوصية مقارنة بالظاهرة الطبيعية، وتتمثل الغاية الرئيسية لهذا المنظور هو الفهم من خلال البحث عن المعاني التي يبنيها الناس حول الأشياء داخل محيطهم وسياقهم المعيشي.

فالبراد يغم التأويلي، لا يتفق مع الرؤية التي ترى أن السلوك الإنساني هو الآخر تحكمه قوانين كباقي الظواهر الطبيعية الأخرى، فلا يعقل أن تغفل الجوانب الذاتية في الإنسان، فلكل شخص في المجتمع بصمته الاجتماعية التي تختلف عن الآخرين. ولهذا فهم الإنسان للعالم من حوله هو فهم خاص وذاتي، لأن ما يشكل هذا الفهم هو الخبرات الذاتية، والبيئة والخصائص الثقافية وغيرها وهذه ليس نسخة واحدة لكل الأفراد بل متميزة جدا بينهم. بناء على ذلك يرى مؤيدو البراد يغم التأويلي أن خبرات الفرد ودوافعه هي أساس الدراسة.

ومن إسقاطات هذا التوجه في الدراسات الإعلامية والإتصالية نعثر على التفاعلية الرمزية على سبيل المثال التي تهتم بالعلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع ودور هذه الأخيرة في بناء المعنى وصياغة الحقائق الاجتماعية، فيهتم أصحاب هذا التوجه بدراسة الرمز والمعنى ودور التفاعل الاجتماعي في بناء المعاني.

ومن الإتجاهات أيضا ضمن هذا المنظور الفينومينولوجيا أو الظاهرانية وهي مدرسة فلسفية تركز على الخبرة الحسية للظواهر، ثم الانطلاق نحو تحليل الظاهرة سعيا إلى فهم أعمق لوجود الإنسان والعالم. وتتخلص أفكار هذه المدرسة في أنها تركز وتهتم بالوعي الإنساني لأنه الطريق الموصول إلى فهم الحقائق الاجتماعية وخاصة بالطريقة التي يفكر بها الإنسان في الخبرة التي يعيشها، أي كيف يشعر الإنسان بوعيه. (سراي، 2018، ص 410)

ويمكن أن يؤدي التصور الظاهري دورا أساسيا في وصف الظاهرة الإعلامية كما هي بعيدا عن أي أفكار مسبقة أو ظروف ذاتية خاصة على مستوى التعرف على هذه الظواهر في بيئتها الأصلية التي لم تخضع بعد إلى أي نوع من أنواع البحث والمعالجة. حيث مازالت بكرا للتنقيب على غرار ما تزخر به مجتمعاتنا العربية الإسلامية من عادات اجتماعية وتراث ثقافي نجهله تماما. وبالتالي يمكن توظيف هذا المنهج في استكشاف هذه المجالات التي لا تتوفر حولها دراسات سابقة تكون لنا منطلقا في بعض الجوانب المتعلقة بأسس وخصائص ظاهرة الإتصال في هذه المجتمعات عبر وصفها وصفا موضوعيا في إطار سياقاتها الاجتماعية. (بن مرسل، 1997، ص 232)

واستنادا لما قيل فإننا اليوم أمام ظواهر إتصالية جديدة، وبيئة إتصالية جديدة تختلف عن الظواهر الإتصالية التي أنتجت وسائل الإتصال الجماهيرية، ومن تم فإن المنطلق الظاهري ملائم لاكتشاف هذه الظواهر الجديدة، التي عادة ما يلعب السياق الاجتماعي والخبرات الذاتية لمستخدمي الوسائط الجديدة الأثر الأكبر في فهمها.

2-2-3-5. البراد يغم النقدي:

البراديغم النقدي الذي جاء في سياق انتقاد التوجه الوضعي ، هذا الأخير الذي يعد اتجاها محافظا وخاضعا للنظام الاجتماعي القائم، وذو نزعة في المحافظة على الأوضاع السائدة ومحاربا لأي اتجاه يريد تغيير هذه الأوضاع، ويطالب البراديغم النقدي بتفكير نقدي ثوري على ما هو سائد داخل الواقع،

واقع المجتمعات الغربية، وهو تفكير أيضا يتعارض مع البناء القديم ويكشف تناقضاته، وضد النظام ذو البعد الواحد كما يصفه ماركيز، لان هذا النظام يُفرض عليه من قبل الأنظمة المهيمنة بعدا واحدا في التفكير والسلوك مستخدمة في ذلك أحد أهم الأدوات الناعمة المتمثلة في وسائل الإعلام، التي تغذي الأفراد بمعلومات مغلوبة تهدف أساسا إلى الإبقاء على الوضع القائم وحرمانهم من التفكير خارج إطار التفكير المصنوع إعلاميا.

وعلى عكس أصحاب النظريات البنائية الوظيفية الذين يرون أن العلاقة بين وسائل الإعلام في المجتمع وباقي النظم الاجتماعية الأخرى هي علاقة متوازنة تقوم على الإعتماد المتبادل، وان المحتوى الذي تنشره أو تذيبه هذه الوسائل يحافظ على توازن واستقرار المجتمع الكلي. لأنه يلبي حاجات الجمهور التي تعد الجزء الأساسي من عناصر النظام الإعلامي. وعلى عكس هذه الرؤية فإن النظريات ذات الفلسفة النقدية ترى أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على دعم الوضع القائم، ولذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية وإنتشار الثقافة الجماهيرية بديلا عن الثقافة الراقية أو الرفيعة التي ترتقي بأذواق الجماهير ، لوضع تفسيرات خاصة بإنتشار صور المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع.(عبد الحميد،2004، ص209).

قدمت المدرسة النقدية نقدا شديدا للمجتمع الرأسمالي وما ارتبط به من ايديولوجيات ونظريات، وقد شمل هذا النقد عدة مستويات، على مستوى نقد المجتمع الغربي الذي تحول حسب هذه المدرسة إلى مجتمعا جماهيريا يسهل التحكم فيه وقيادته حسب كتابات ديفيد ريسمان سنة 1950 ، وعلى مستوى آخر اقتصادي أشارت المدرسة النقدية إلى أن الاقتصاد الرأسمالي يهتم فقط بتحقيق اكبر ربح ممكن دون النظر في الآثار الجانبية لذلك. أما على المستوى الفلسفي فقد لقي المذهب الوضعي الذي تدين به المجتمعات الرأسمالية انتقادات كبيرة بسبب طبيعته المحافظ.وتعد مدرسة فرانكفورت من أهم التيارات النقدية وقد أطلق هذا الاسم للإشارة إلى مجموعة من المفكرين الألمان سنة 1960 من أبرزهم هوركايمر ، هابرماس، ماركيز، ادرنو، ابل، وبنيامين.

شكل الاقتصاد الرأسمالي وتاريخ الحركة العمالية موضوع الدراسات الأولية، لكن هوركايمر الذي تسلم كرسي الفلسفة الاجتماعية بالجامعة سنة 1930، تولى رئاسة المعهد (معهد البحث الاجتماعي) وأعطاه دفعا جديدا من خلال إعادة النظر في برنامجه، إذأخذ المعهد ينقد الممارسات السياسية لحزبي العمل الألمانيين الشيوعي والاجتماعي الديمقراطي وخاصة رؤيتهما الاقتصادية التي تعرضت لنقد لاذع. وحرص المعهد على تعديل المنهج الماركسي في قراءة التاريخ، وذلك بإدماج عدة منهجية مستوحاة من الفلسفة الثقافية والاخلاق وعلم النفس السوسولوجي وعلم النفس التحليلي.

المدرسة النقدية أنشأت النظرية النقدية والتي كان الهدف الرئيسي هو القيام بدراسة نقدية لعلم الاجتماع لكن بتوجه نيو-ماركسي وكان إهتمامها هو مواجهة الثقافة الجماهيرية في المجتمعات الصناعية ، حيث قدمت انتقادات مستخدمة في ذلك ما تسميه الصناعة الثقافية.

وجاءت أهمية مدرسة فرانكفورت كمدرسة فرعية من المدارس العلمية السوسولوجية الألمانية والتي امتازت عموماً باستخدامها المناهج التحليلية التاريخية المقارنة، لتحلل بصورة مميزة عملية تطور الأنساق المعرفية والثقافية والاجتماعية والسياسية، التي مرت بها المجتمعات الأوروبية والغربية الرأسمالية، وذلك بدءاً من الأفكار الإغريقية في العصور القديمة مروراً بالأفكار المثالية والأخلاقية والسياسية التي ارتبطت بأفكار كانت وهيجل وغيرها وكيف اختلطت أفكارهما بموجة الماركسية الفكرية عموماً. (طاير، 2016، ص112).

وقد ساعدت معايشة مدرسة فرانكفورت للمجتمع الغربي على قدرتهم على كشف التناقضات التي تميز المجتمع الغربي الرأسمالي، وذلك بعدما تعمقت في دراسة نسق العلاقات الاجتماعية والنظم والمؤسسات وبيدولوجية النظام الرأسمالي، الذي تصب مجمل تصورات في المحافظة على الوضع السائد والطبقة الحاكمة التي يراها المنظور النقدي مهيمنة على جميع وسائل الإنتاج وعلى وجه الخصوص الإنتاج الثقافي. وهنا وجهت مدرسة فرانكفورت انتقادات شديدة لنظم الإتصال الجماهيري التي تسعى إلى تزييف عقول الجماهير من خلال السقوط في سلعة الثقافة وإحلال الثقافة الجماهيرية الاستهلاكية مكان الثقافة الرفيعة.

ترى مدرسة فرانكفورت أن لوسائل الإعلام دور إيديولوجي على اعتبار مضامين وسائل الإعلام هي مضامين ليست حيادية بل يوجه من قبل السلطة والطبقة الحاكمة بطريقة إنتاج رسائل خفية قائمة على بعث الأمل، لإشعار الأفراد وجعلهم يتقبلون أوضاعهما الاجتماعية رغم ما يكتنفها من صعوبات على مستوى الواقع. وبالتالي فوسائل الإعلام كما تشير المدرسة النقدية قد غدت مجرد وسيلة للمهيمنة على الجماهير وبدت وكأنها أفيون جديد للشعوب في المجتمعات الرأسمالية.

وفي هذا السياق سياق الأبوية التي تفرضها السلطة من خلال تقديم وجبة إعلامية متدنية، هذا ما يفسر حسب مدرسة فرانكفورت الفشل الواضح للتغيير الثوري الاجتماعي الذي توقعه ماركس، وذلك لتدخل الطبقة المسيطرة في مضامين وسائل الإعلام وتوجيهها في الطريق الذي يتلاءم مع حاجيات هذه الطبقة. لأن أفكار هذه الطبقة المسيطرة في توجيه وسائل الإعلام أصبحت هي الأساس في عملية الإفساد وهضم حقوق الطبقة العاملة. فمن خلال التجارة العالمية والثقافة الجماهيرية ينجح الاحتكار الرأسمالي في تحقيق أهدافه. وحيث تكون السلعة هي الأساس في الثقافة يمكن تسويقها أيضاً لتحقيق الربح، وتعمل بالتالي من خلال مفهوم صناعة الثقافة على ترسيخ الأفكار الخاصة بسيطرة الطبقة الحاكمة أو المهيمنة على المجتمع بمفهومه الرأسمالي. (محمد عبد الحميد، 2005، ص212).

يرى تيودور أدورنو وهوركايمر في كتابهما جدلية الأنوار وخاصة في فصل صناعة الثقافة أن الرأسمالية تدمر الإنسان والثقافة وتعطل شروط الاستقلالية والحرية أي بمعنى آخر القيم التي قامت عليها الحداثة من خلال هيمنة العقل الاداتي التي سمحت للإنسان بالسيطرة على الطبيعة وإنتاج الوسائل. هكذا امتدت هذه العقلانية إلى الخاصة بإدارة العالم المادي لعالم الإنسان إلى الثقافة وتصنيعها أي إخضاعها لقانون المنفعة. ومن هذا المنظور فإن عصر التكنولوجيا هو عصر الهيمنة واتساع مجال العقلانية. (الحمادي، 2012، ص32)

ويذكر ستيورات هول أحد أبرز رواد النظرية النقدية الأعمال التي قام بها مركز الدراسات الثقافية المعاصرة بجامعة برمنجهام ان دراسة محتوى وسائل الإعلام يجب أن يكون على المستوى

الأوسع بدلا من نماذج التأثير المباشر والذي تعتمد على مثير استجابة، ولذلك ترفض النظريات النقدية الدراسات الجزئية التي تركز على دراسة الجمهور أو تحليل المحتوى، ولكن لا بد من النظر إلى السياق الاجتماعي الذي يتم فيه الإتصال ، لان هذا السياق هو الذي يحدد طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى المسيطرة، ويتضح موقف الهيمنة من خلال الطريقة التي تقدم بها العلاقات الاجتماعية.

والميديا الجديدة بحسب النظرية النقدية تستخدمها كذلك صناعة الترفيه الأمريكية لتوسيع السيطرة على الثقافة والإعلام في الدول النامية كما هو الحال بالنسبة للإعلام الكلاسيكي. وترى الدراسات الثقافية أن العاب الفيديو مثلا تعيد إنتاج التمثلات النمطية ذاتها وسائل الإعلام الكلاسيكية(العنف، الجنس التفاهة) وفي النهاية الأبنية الثقافية. ومن هذا المنظور فإن الفضاء الإلكتروني امتداد لثقافتنا وليس ملاذا بديلا عنها..(الحمامي،2012،ص28)

ويمكن أن نخلص أو نختصر في الأخير جملة السمات الأساسية للإطار التي تجتمع فيه الدراسات النقدية فيما يخص وسائل الإعلام ذكرها محمد عبد الحميد (2005) في التالي:

- تهدف الدراسات ذات الرؤية النقدية إلى العلو بالفرد وتكريس حقه في الحرية والاختيار، ومواجهة كل أشكال الصور المختلفة لفرض أنماط مخصصة من الثقافات أو الأفكار التي تفرض من الطبقات المهيمنة.
- هذه الدراسات أو النظريات ترى أن السياق الاجتماعي هو الميدان الذي يفسر صيغة العلاقات بين وسائل الإعلام والقوى النافذة والمسيطرة في المجتمع.
- إن هذه الدراسات لم تشر بأصابع الاتهام للقائمين بالإتصال في المؤسسات الإعلامية ، لكن مازالت تطرح الأسئلة حول دوافعهم ومعاييرهم المهنية وحقيقة جهودهم لإمداد الجمهور بالخدمات المفيدة.

إن الإهتمام بالمستوى الأكبر لا يعني إغفال المظاهر الأصغر فدراسة التفاعل بين المؤسسات الإعلامية مع البيئة الاجتماعية والسياسية أو تحليل العلاقة في إطار الاقتصاد السياسي يتوجب دراسة العلاقة بين رجال الإعلام ومصادرهم في المؤسسات السياسية

2-2-4: البراديجمات الكلاسيكية في علوم الاعلام والاتصال في العصر الرقمي بين التجاوز والإستدامة

أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغييرات ملحوظة في مجال علوم الإعلام والاتصال، تبعا للتطورات التي أحدثتها هذه التكنولوجيات في الكيفيات الجديدة لإنتاج المعلومات وطرق نقلها وإستهلاكها، في هذا السياق أثرت الكثير من الأسئلة حول مدى بقاء البراديجمات الكلاسيكية في علوم الإعلام والاتصال صالحة لفهم جوانب مهمة أستجدت في الظواهر الإتصالية والإعلامية، أم أن هذه البراديجمات في حاجة إلى التكيف مع التحولات التقنية والإجتماعية لتبقى صالحة للتعامل مع العصر الرقمي.

من هذا المنطلق يمكن الإشارة إلى رأيين مختلفين، رأي ينظر من زاوية التجاوز والذي يدفع بعدم صلاحية البراديجمات الكلاسيكية لفهم الظاهرة الإتصالية الجديدة المرتبطة بالسياق الرقمي وبالذات

شبكات التواصل الإجتماعي، في حين تنطلق النظرة الثانية من أن البراديغمات الكلاسيكية غنية بالأطر التحليلية التي يمكن أن تصلح لتفسير ظواهر الاتصال الجديدة.

ومن ثم سنعرّج على مجموعة التحديات التي تواجه البراديغمات الكلاسيكية والتي دفعت بها التطورات المتسارعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خلقت نقاشاً أكاديمياً حول صلاحيات التصورات التي نشأت مع وسائل الاتصال الجماهيري للتعامل بها في السياق الرقمي ومن هذه التحديات:

- تحديات التكنولوجيا: كل يوم أصبحنا نشهد تغيرات وتطورات سريعة في ميدان التكنولوجيا، سرعة التغيير هذه صعّبت من مقدرة البراديغمات الكلاسيكية وجعلتها تبدو غير قادرة على ملاحقة هذا التغيير. قدمت هذه التكنولوجيا رزمة متنوعة من وسائل الاتصال كشبكات التواصل الإجتماعي، المدونات، البودكاست وغيرها، ممّا مكّن الأفراد من إختيار ما يعبر عن هويتهم بشكل جيّد. فأصبحنا أما هويات رقمية متفرّدة تعكس إهتمامات أصحابها. بل في ظل السياق الرقمي سمحت وسائل التواصل الحديثة في تشكيل هويات جماعية بسبب قدرة هذه الوسائل على التشبيك بين الثقافات المختلفة.
- تغير في إنتاج ونقل وإستهلاك المعلومات: في ظل التكنولوجيا الرقمية تعددت الوسائل وتطورت سمح ذلك للفرد من إنتاج المحتوى بشكل أسرع وأسهل بالإستناد على الكمبيوتر وكذا البرمجيات المختصة، كما أدى تنوع المصادر إلى توفر المعلومات بشكل واسع مما أدى إلى تداول للمعلومات في الوقت الفعلي من إنتاجها من مصادر متنوعة ومتعددة ومختلفة. أما استهلاك المعلومات فقد أصبح الأفراد أكثر قدرة على التفاعل- مما كان عليه مع وسائل الاتصال التقليدية - أين كان الأفراد يميلون إلى السلبية في تعاملهم مع هذه الوسائل، بينما اليوم في السياق الرقمي المستخدمين نشطون فهم يعجبون ويلقون ويشاركون الأخبار والمحتويات ويختارون من هذا المحتوى ما يناسبهم بشكل شخصي لينتهي بهم الأمر في تجربة إستهلاك خاصة. ومنه يمكن القول إجمالاً أن البيئة الرقمية أحدثت ثورة في كفاءات إنتاج ونقل وإستهلاك المعلومات، لهذا يتوجب أن نعيد النظر في البراديغمات الكلاسيكية والتجديد في الأطر التحليلية للتعامل مع السياقات الرقمية.
- تحليل البيانات: في البيئة الرقمية يتم التعامل مع كميات كبيرة وضخمة من البيانات، وهذا التعامل يستوجب تقنيات تحليل من نوع هذه البيانات، التي لا يمكن معالجتها بالأدوات الكلاسيكية.
- التأثير على مفهومي الزمان والمكان: إن البيئة الرقمية سمحت بالتفاعل بين الأفراد ومع وسائل الإعلام في الزمان والمكان الذي يختارونه، فيمكن للمستخدم مشاركة الصور والفيديوهات وغيرها من أشكال المحتوى في لحظة حدوثها.
- التأثير الجماهيري: تخلص الجمهور من قبضة وسائل الإتصال والإعلام الكلاسيكية، فوسائل الإتصال الإجتماعية عززت من قوة الجمهور، فأثبتت كثير من الأحداث أو الحملات التي كانت فردية في بدايتها ثم بفضل هذه الشبكات الإجتماعية أصبحت عالمية وأثرت في الجمهور على المستوى العالمي.
- تأثر هيكل السلطة والتراتبية في المجتمع: تحيلنا النقطة السابقة المتعلقة بالتأثير الجماهيري إلى تأثر هيكل السلطة في المجتمع حيث بفضل هذه الوسائط أصبح حتى الأفراد العاديين إلى جانب المؤسسات والهيئات التي كانت مهيمن عليها بواسطة أدوات الإتصال القديمة قادرة

للوصول بنفسها إلى الرأي العام وتحريك النقاشات داخل المجتمع، دون الحاجة إلى المرور عبر الإتصال التقليدي، وبالتالي أصبحت وسائل الإتصال الحديثة تمثل تحدياً للسلطة الاعلامية في شكلها الكلاسيكي.

- تغير في علاقة الأفراد بوسائل الإعلام: يمكن للأفراد في البيئة الرقمية من الوصول إلى خيارات كثيرة جداً من المصادر الإتصالية والإعلامية، هذه الخيارات التي أصبحت أكثر خصوصية بالنسبة لمستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي، فالتعدد في المصادر منح للأفراد بناء تجربة فريدة في التفاعل مع المعلومات وإستهلاكها.

هذه بعض المعالم وليس كلها التي دفعت بالكثير من المتخصصين إلى القول بأن البراديجمات الكلاسيكية في أزمة علمية حيال التطورات المتلاحقة في وسائل الإتصال الحديثة، وأنه في ظل البيئة الرقمية يستوجب على الباحثين العمل على إيجاد أطر نظرية ومنهجية جديدة.

على عكس الجماعة البحثية التي تنطلق من رؤية التجاوز كما سبق وأشرنا إلى ذلك، تنحو جماعة بحثية أخرى إلى القول بالإستدامة، والبراديجمات الكلاسيكية لا تزال صالحة لدراسة الظواهر الإتصالية في البيئة الرقمية ويستندون في ذلك إلى أن جوهر الظاهرة الإتصالية لم يتغير، وأن العملية الإتصالية لا تزال بنفس عناصرها الرئيسية، والذي حدث لا يعدو أن يكون مجرد تكثيف لعناصر على أخرى (حميدو، 2022).

وأن الجديد في البيئة الرقمية هو مبدأ التفاعلية التي تقوم عليه، فما يطبع الشبكات الإجتماعية الرقمية هوتلك التفاعلية التي تحيلنا إلى التعليقات والمشاركات وغيرها من إمكانيات التفاعل التي تتيحها، والتي بموجبها تغيرت أدوار المرسل والمستقبل فالمستقبل يصبح مستقبلاً والمستقبل يصبح مرسل.

أما الأمر الآخر الذي تنطلق منها الجماعة البحثية الثانية هي قولها بأن وظائف الإعلام والإتصال لا تزال نفسها في البيئة الرقمية، والتغير قد حدث على مستوى الوسائل والأدوات المنهجية وليس في الأطر التحليلية، والتغيير ذا بعد تفاعلي لم يكن موجوداً مع وسائل الإتصال الجماهيري. فالبراديجمات الكلاسيكية إذا لا تزال تتمتع بالقدرة على تفسير ظواهر الإتصال في البيئة الرقمية، وأنها ستتكيف مع المستجدات الرقمية وتطور نفسها وستتوسع جوانب الجودة في الظاهرة الإتصالية الجديدة.

ومنه نستخلص من وجهة النظر هذه أن التغيرات الجارية لم تفقد البراديجمات الكلاسيكية مكانتها في التفسير والتأطير في البيئة الرقمية وإنما يتجلى تأثير هذه الأخيرة على المستوى المنهجي والأداتي، أين أصبحنا نتجه نحو حوسبة أدوات جمع البيانات ليقتررب ميدان علوم الإعلام والإتصال من المعلوماتية بعدما كان قريب من السوسيولوجيا.

ننتهي بالقول أن البيئة الرقمية قد أثرت على ميدان علوم الإعلام والإتصال ومنه جانبها الأكاديمي، وأن البراديجمات الكلاسيكية وإن كانت لا تزال تملك من إمكانيات التفسير في البيئة الرقمية، فهي في حاجة إلى تطعيم وتكييف وتطويع، من أجل أن تستوعب كل عناصر المستجدات التكنولوجية، ومن هنا يصبح ضروري على الباحثين الإستعانة بكل البراديجمات القديم منها والكلاسيكي جنباً إلى جنب من أجل تعميق الفهم للظواهر الإتصالية، ومن هنا تطرح أهمية التعايش البراديجمي في البيئة الرقمية وهو الموضوع الذي سنتناوله في المبحث القادم.

2-2-5. الحاجة للجوار والتعايش البراديجمي في ظل البيئة الرقمية :

تشير الوضعية الاستمولوجية لعلوم الإعلام والاتصال أن هذا الحقل المعرفي قد تأسس من لقاء العديد من التخصصات، حيث يحصي بعض المتخصصين أكثر من عشرة تخصصات ساهمت في ظهور هذا التخصص، منها السيبرنتيك، الفيزياء والرياضيات وعلم الاجتماع، وعلم النفس، واللسانيات، والانتربولوجيا، وغيرها من التخصصات الاجتماعية والإنسانية والدقيقة. هذه الوضعية كثيرا ما كانت تجلب لهذا التخصص الكثير من الانتقادات حول علمية علوم الإعلام والاتصال، فقد كانت تعابير أنها تستلقت عدتها المنهجية والمعرفية من تخصصات أخرى، ولا تملك نظرية خالصة لعلوم الإعلام والاتصال. في حين أن نجد كل علم عادة ما يستقل بموضوعه ونظرياته ومناهجه. فعلوم الإعلام والاتصال وقد بدت بذلك العلم المتناثر في كل العلوم، ويعود هذا التناثر إلى طبيعة البحث في ظواهر الإعلامية والاتصالية، فالبحث العلمي في ميدان علوم الإعلام والاتصال مجالا ثريا وخصبا ومتجددا، وتكمن خصوصية البحث في علوم الإعلام والاتصال كمجال للتقني والفحص في ارتباط الظاهرة الإعلامية والاتصالية بالظاهرة التكنولوجية التي لم تتوقف ولن تتوقف عن التطور والتجديد (التليفون 1930، الفاكس 1970، الأنترنت 1980، البريد الإلكتروني 1980، الرسائل الفورية، 1990، الجيل الأول من الوب 1990، الجيل الثاني من الوب 2000، الجيل الثالث من الوب 2009). الأمر الآخر وهو أن الظاهرة الإعلامية والاتصالية ذات طبيعة اجتماعية تتفاعل وجوبا مع السياقات الاجتماعية بأشكالها المختلفة وتشابكها بذلك مع جملة كبيرة من التخصصات، والأمر الثالث هو تأثيرها بمنظومة القيم والأفكار والمعتقدات في كل المجتمعات. (جبابلية، 2021، ص).

وبالتالي تصبح في ظل هذا السياق المعقد الإطلالة على ظواهر علوم الإعلام والاتصال من نافذة معرفية واحدة، يبدو نوع من الاختزال الذي قد لا يفضي إلى إنتاج المعرفة حول الظواهر الاتصالية بشكل رصين. ومن هنا تأتي الحاجة إلى المزج بين النظريات والمناهج في تناول ومقاربة الموضوعات ضمن حقل الإعلام والاتصال.

ونظرا لأهمية فكر التجاسر المعرفي في فهم الإتصال خاصة في المجتمع الجزائري فقد أنتج مجموعة من أبرز المتخصصين الجزائريين في علوم الإعلام والاتصال المنتمين أغلبهم لجامعة الجزائر3 (نصرالدين لعياضي، سعيد لوصيف، رضوان بوجمعة، مخلوف بوكرواح، عزيز لعبان) كتابا دعوا فيه إلى إعادة التفكير في منهجيات دراسة علوم الإعلام والاتصال، مبرزين ضرورة فكرة التقاطعات المعرفية والتعايش البراديجمي في تناول ظواهر الإعلام والاتصال من أجل إنتاج المعرفة العلمية والتمكن من فهم أفضل للظاهرة الاتصالية خاصة في المجتمع الجزائري وإزالة كل ما يعيق هذا الفكر خاصة من الناحية البيداغوجية بالجامعات الجزائرية .

إن الحاجة إلى الجوار البراديجمي قد أصبح أكثر إلحاحا في ظل البيئة الرقمية، وفي ظل التغيرات التكنولوجية التي لحقت وسائل الإعلام والاتصال.

إننا اليوم أمام بيئة إتصالية أندمج فيها الإعلام والاتصال وغير ظهور شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الإعلامية- الإتصالية إذ تختلف بشكل كبير عن ما عرفناه سابقا مع وسائل الإعلام والاتصال التقليدية ، لقد تقلصت الحدود بين الإتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، وأصبح المرسل مستقبلا والمستقبل مرسلا.

لقد أصبح في ظل هذا التسارع التكنولوجي البحث عن منظور واحد لفهم مختلف جوانب ظواهر الإعلام والاتصال شديد الصعوبة. وفي هذا السياق أصبح الجوار البراديغمي ممارسة متزايدة ومستحبة وضرورية وأصبح من الإتجاهات الرئيسية في البحث خاصة في العالم الغربي، مقارنة بما هو حاصل في الدول العربية، وهنا يرصد نصرالدين لعياضي في دراسة له موسومة بمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي منشورة في مجلة لباب العدد 14 الصادرة عن مركز الجزيرة للدراسات مجموعة من الدراسات ضمن عينة البحث التي نحت نحو توجه المزج بين البراديغمات المختلفة بل حتى المتناقضة في منطلقاتها الفلسفية ويمكن إجمالها في ما يلي :

- المقاربة البنائية والنسقية (والنسقية تتعارض في جوهرها مع البنائية)
- المقاربات السوسيولوجية والنقدية (والنقديون يهتمون الجمهور في دراسة الميديا)
- النموذج التأويلي والسببي (ينتمي الأول إلى البراد يغم البنائي وينتمي النموذج الثاني إلى البراد يغم الوضعي)

تحيلنا إذا مثل هذه الدراسات إلى الحاجة إلى تجاوز وتعايش البراديغمات من أجل فهم ظواهر الاتصالية في البيئة الرقمية والتوقف عن المنظور المهيمن في بحوث الإعلام والاتصال، والتوجه نحو المزج كإستراتيجية بحثية لا مناص منها.

إن ملاحظة بسيطة على ما ينشر من بحوث الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الإجتماعي يرصد حضور البراديغم الوظيفي بشكل كبير في هذه البحوث، إلى درجة يخيل أنه لا يوجد براديغم غيره لمقاربة ظواهر الإعلام والاتصال الجديدة وهذا ما أشار اليه لعياضي(2020) في دراسة له حول مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والإشباع من زاوية التفكير في عدة التفكير ان هذه النظرية من كثرة تواترها في البحوث العربية أصبح الطلبة يعتقدون أنه لا يوجد نظرية أخرى غيرها لدراسة شبكات التواصل الإجتماعي، وهذا أيضا ما تؤكدته دراسة عبد الله عثمان (2018) بعنوان الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في العالم العربي، حيث كشفت الدراسة هيمنة البراديغم الوظيفي الذي يعتمد على الرصد والتوصيف والإحصاء في مجمل بحوث ودراسة الإعلام الجديد.

إن هذا القول لا يعني إقصاء البراديغم الوظيفي في مقاربة شبكات التواصل الإجتماعي لكن هو التنبيه لتوسيع الأفق البراد يغمي لفهم ظواهر إتصالية جديدة فالكثير منها يتطلب براديغم غير الوظيفي لفهمها وتفسيرها. ولتقريب الفهم أكثر يمكن ضرب مثال عن الحدود المعرفية لنظرية الاستخدامات والإشباع في دراسة شبكات التواصل الإجتماعي التي تنتمي إلى البراديغم الوظيفي، وهو أن خوارزمية الفايستوك على سبيل المثال يمكن أن تتدخل وهي في كل مرة تغير كيفية ظهور الشريط الخاص الأحداث مانحا الأفضلية في كل مرة لشيء معين.

ولهذا أصبح المهم في بحوث شبكات التواصل الإجتماعي هو البحث ما تعنيه شبكات التواصل الإجتماعي للمستخدمين خاصة في البيئة العربية عامة والجزائرية على وجه التحديد، ومن تم ضرورة التنقل من الاكتفاء بالمعطيات الإحصائية (عدد مرات الاستخدام، وقت الاستخدام، أماكن الاستخدام، لغة الإستخدام وغيرها) إلى البحث عن تمثل هذه الشبكات وإستخدامها ودلالات إستخدامها، وهذا لن يتم بالبراديغم الوظيفي وحده ولكن يتم ذلك من خلال تشغيل براديغمات متعددة تتعايش في مضمون البحث

لوصول إلى فهم أعمق للظواهر الإتصالية المرتبطة بشبكات التواصل الإجتماعي وإستخداماتها. بعد أن أضحي السؤال الأكثر أهمية من ناحية الهاجس المعرفي الذي يتطلب الإجابة عنه هو ما التمثلات و المعاني التي يمنحها مستخدمو شبكات التواصل الإجتماعي لما يفعلونه في فضاء هذه الشبكات؟

في هذا السياق يطرح الكثير من الباحثين مجموعة من المقاربات التي يمكن أن تعين الباحث في فهم أفضل لشبكات التواصل الإجتماعي لعل من بينها سوسولوجيا الإستخدام ما كان البراديغم الوظيفي ينتمي إلى البرايغم الوضعي فسوسولوجيا الإستخدام متدرج ضمن البراديغم البنائي والتفهيمي.

وتتمحور مقاربة سوسولوجيا الإستخدام حول أهمية فهم العوامل الثقافية والإجتماعية والاقتصادية عند البحث ودراسة تكنولوجيا المعلومات والإتصال في سياق ثقافي معين. فالسياق الإجتماعي العربي مثلا قد يكون له تأثيرات مختلفة في إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي إذا قارناه بالسياق الغربي الذي له تأثيراته الخاصة به. بل الاختلاف في الإستخدامات حتى بين الدول العربية فما يستخدم من شبكات التواصل الإجتماعي في الخليج يختلف عن ما هو سائد مثلا في المغرب العربي، معنى ذلك ان البناء الإجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والإتصال يؤثر في الطريقة التي يستخدم بها الناس هذه التقنيات التكنولوجية.

إن ما تم الإشارة إليه سابقا يحلينا إلى أهمية تشغيل مفهوم التعايش أو التجاسر البراديغمي في فهم علاقات المستخدمين بشبكات التواصل الإجتماعي ، وذلك نظرا لتعدد الظاهرة الإتصالية والإعلامية الجديدة، فمنذ ظهور شبكة الأنترنت حدثت تحولات كبيرة في العملية الإتصالية ولهذا على بحوث الإعلام الجديد وخاصة بحوث شبكات التواصل الإجتماعي أن تأخذ بعين الاعتبار مستويات التحول التي طرأت على البيئة الإتصالية الجديدة.

ويرى علماء العلوم الإنسانية الرقمية أن البنى التحتية للمعلومات والبيانات المفتوحة والكبيرة توفر فرصا هائلة من أجل تطوير نماذج علمية أكثر تطورا وأكثر دقة منها تعزيز التكامل المعرفي والنظري والمنهجي بين مختلف تخصصات العلوم الإنسانية والإجتماعية لتتجاوز نموذج العالم الواحد من خلال توسيع الروابط التحتية، ودراسة وتحليل جمهور جديد على نطاق أوسع، وهكذا يتكامل المؤرخون واللغويون وعلماء النفس والاجتماع والإعلام والمعلومات في تأسيس النموذج الرابع للعلوم. (محمد سعد، 2021، ص19)

وتحلينا الفقرة السابقة إلى أننا أمام براديغم جديد للعلوم وهذا الأخير لا يمكن له أن يكون إلا متعدد التخصصات، وهذا البراد يغم هو نتيجة ثورة البيانات الضخمة، كما يصب في سياق مجالية البيانات(نسبة إلى الجيل)، فالجيل الأول من البيانات اعتمد عليها الجيل الأول من العلوم الإجتماعية والإنسانية وهذه البيانات كان مصدرها بالأساس التعداد السنوي للسكان التي تقوم بها الحكومات، والجيل الثاني من البيانات نتج من استطلاعات الرأي والتي كانت بهدف التعرف على السوق ولأسباب سياسية، بينما نعيش اليوم فترة البيانات الضخمة الناتج عن الإستخدام الواسع للإنترنت والمنصات الرقمية.

لقد أثبتت الأبحاث العلمية في مجال الإعلام الجديد و خاصة شبكات التواصل الإجتماعي، إن هذه الأخيرة لا يمكن أن ينظر لها من الناحية التقنية فقط، بل تقترب كثيرا من عدّها ممارسة إجتماعية لما للعوامل الإجتماعية والثقافة من تأثير في إستخدام هذه الشبكات ليقى بذلك من الأهمية بمكان

التعرف عن التمثلات الحقيقية لمستخدمي الشبكات لهذه الشبكات. هذا الأمر يحيلنا بالضرورة إلى ضرورة الإطلال على الظاهرة الناتجة عن شبكات التواصل الاجتماعي من خلال براديغمات متجاوزة.

2-3. الأطر النظرية للدراسات الإعلامية والاتصالية بين التراث الكلاسيكي وتحديات السياق الرقمي

2-3-1: التصنيف الجديد لنظريات الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية

استنادا إلى التنوع الذي يعرفه تخصص علم الإعلام والاتصال، ونظرا للمنابع العلمية التي تثيري البحث فيه، ونظرا لتعدد التوجهات التي تسير وفقها الأبحاث الخاصة به، فإن إجراء مسح شامل للمداخل النظرية في علوم الإعلام والاتصال، تبدو مهمة عسيرة وتحتاج إلى مساحة زمنية كبيرة. ولكن هناك الكثير من التصنيفات في هذا الشأن فمن الباحثين من يصنف نظريات الاتصال على أساس التطور التاريخي للمدارس الفكرية مثلما فعل ماتلار في كتابه تاريخ نظريات الاتصال، وهناك من تناولها على أساس عناصر العملية الاتصالية التي ذكرها لاسويل في مقولته المشهورة بمن قال ماذا لمن بأي وسيلة وبأي تأثير، هناك من صنفها على أساس العلاقة بين وسائل الإعلام والاتصال والجمهور، وهناك نظريات تصنف وفقا للنطاق، نظريات صغرى (خاصة بالفرد وبناء الاتجاهات)، وكبرى (خاصة بالمجتمع والثقافة والمنظمات)، و(متوسطة) خاصة بالتجمعات الصغيرة واتجاهاتها او ميولها أو تلك الخاصة بالمجتمعات المحلية (Baran et David :2014.p213)

وفي سياق دراستنا هذه والتي تدور حول البحوث التي تناولت التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي في بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر، فإننا سنعتمد تقسيم نظريات الاتصال وتصنيفها انطلاقا من السياق الرقمي التي تشغل فيه، وهو السياق الذي يطرح إشكالية إلى أي مدى لا تزال نظريات الإعلام والاتصال الكلاسيكية صالحة للإستخدام في البيئة الرقمية؟

ضمن هذا المنظور يربّئ Vilma Luoma-aho نظريات الاتصال إلى 03 أصناف أساسية:

الصنف الأول: مجموعة النظريات التي أصبحت قديمة ومتجاوزة.

الصنف الثاني: مجموعة النظريات التي استطاعت التعايش مع تطورات البيئة الرقمية ولكنها تحتاج إلى تطوير.

التصنيف الثالث: مجموعة النظريات التي أرتبط ظهورها مباشرة بظهور الإعلام الجديد.

وضمن هذا التصنيف سوف نحاول تقديم نماذج عن كل مستوى من هذه المستويات ونطرح مجموعة من السياقات التحليلية التي أنتجت كل تصنيف ونعرضها ملخصة ضمن هذا الجدول:

جدول رقم (03): يمثل تصنيف Vilma Luoma-aho لنظريات الإتصال في البيئة الرقمية

مستوى التصنيف	نماذج نظرية ضمن التصنيف	بعض سياقات ومبررات التصنيف
الصنف 01: مجموعة النظريات التي أصبحت قديمة ومتجاوزة	<ul style="list-style-type: none"> - نظرية دوامة الصمت - نظرية الطلقة السحرية - نظرية تدفق الإتصال على مرحلتين 	<ul style="list-style-type: none"> - الإتصال أصبح تفاعليا وليس أحاديا كما كان مع وسائل الإتصال الكلاسيكية. - المستقبل في العملية الإتصالية لم يعد سلبيا، بل أصبح له نفس السيطرة على العملية الإتصالية يتقاسمها مع المرسل - مفاهيم جديدة ظهرت في حقل الإتصال، التفاعلية، الإندماج، الوسائط المتعددة، المستخدم...إخ - بيانات ضخمة - حدوث عملية الإنتقال من الإتصال الجماهيري إلى الإتصالات الفردية
الصنف 02: مجموعة النظريات التي استطاعت التعايش مع تطورات البيئة الرقمية ولكنها تحتاج إلى تطوير	<ul style="list-style-type: none"> - نظرية إنتشار المبتكرات - نظرية الإستخدامات والإشباع - نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام - نظرية ثراء الوسيلة - نظرية المجال العام - ترتيب الأجندة 	<ul style="list-style-type: none"> - نظريات يمكنها أن تتعايش من خلال عملية التطوير والتكيف. - الإطار التحليلي لهذه النظريات لا تزال صالحة للتفسير ويمكن تكيفها مع مستجدات البيئة الإتصالية الجديدة. - بعض هذه النظريات بعثت من جديد في السياق الرقمي - يصعب أن يتم التحول بشكل سريع من سياق إلى سياق آخر بل يحتاج ذلك إلى مراحل وبالتالي تبقى هذه النظريات صالحة إلى غاية إستقرار هذه التطورات. - فالمطلوب فقط هو تكيف المفاهيم والتصورات لإستيعاب عناصر التطور التكنولوجي. - إمكانات التعايش المشترك للأشكال الإعلامية الجديدة والقديمة - العيب البحثي هو قصور لدى الباحثين في إستيعاب ما توفر من نظريات وتعديلها بما يتناسب مع المتطلبات التقنية الجديدة
التصنيف 03: مجموعة النظريات التي أرتبط ظهورها مباشرة بظهور الإعلام الجديد.	<ul style="list-style-type: none"> - نظرية واجهة المستخدم - نظرية التشكل العضوي للإعلام. - نظرية الشبكات - نظرية التلاقي - نظرية الكبسة الواحدة 	<ul style="list-style-type: none"> - قصور في النظريات الكلاسيكية في تفسير الظواهر الخاصة بالإنترنت عموما. - صعوبة تطبيق النظريات التقليدية على شبكات التواصل الإجتماعي نظرا للإختلاف الكبير بينها وبين وسائل الإعلام التقليدية - يجب إنتاج نظريات جديدة تتناسب مع خصائص وبنية وسمات الإعلام الجديد - يجب التعامل مع الإعلام الجديد وشبكات التواصل الإجتماعية على أنها مستقلة

<p>ويستوجب تأسيس بنى نظرية جديدة يلائم خصائصها</p> <p>- لا يمكن الإستمرار في تطويع نظريات كلاسيكية واخضاعها بشكل غير دقيق لتناسب السياق الرقمي.</p> <p>- إقتراب ميدان علوم الإعلام والإتصال من المعلوماتية، هذا القرب الذي كان سوسيولوجيا لفترة طويلة جدا يستدعي منظورات جديدة</p>		
--	--	--

المصدر: إعداد شخصي

2-3-2: أبرز المداخل النظرية في علوم الإعلام والإتصال

مدخل التأثيرات:

وسائل الإعلام كانت ولا تزال محورية في حياة الأفراد والمجتمعات، ولهذا كانت تأثيراتها على الناس وما قد تلحقه بأفكارهم وأرائهم ووجدانهم وسلوكياتهم محل دراسة، فعلى مدار سنوات طويلة حرّكت تأثيرات وسائل الإعلام والإتصال الكثير من الباحثين لإجراء دراسات في مجالات متعددة الحملات الانتخابية، العنف، قضايا الهوية والقيم، في مجال المرأة في الصحة والتعليم وغيرها، وعليه كان محور التأثيرات من أبرز المحاور التي أسست للدراسات الإعلامية والإتصالية، والتي تمخض عنها الكثير من المقاربات والنظريات والتي يمكن أن نصنفها في أربعة مستويات من التأثير، التأثير القوي، التأثير المحدود، التأثير المعتدل، ثم المزيد من التأثير، وكلها تتمحور حول التغيرات التي تطرأ في مواقف ووجدان وسلوكيات الجمهور بسبب تعرضه وإستخدامه لوسائل الإعلام والإتصال.

المدخل الوظيفي:

تعتبر الوظيفية من أبرز النظريات الإجتماعية إستخداما في تفسير الظواهر الإجتماعية، أهم مسلماته هو النظر إلى المجتمع على أنه كل تنظيمي، وتفسّر عناصره بالوظيفة التي تؤديه في التنظيم الكلي.

تعتبر وسائل الإعلام مضمن المنظور الوظيفي نسق كباقي الأنساق الإجتماعية الأخرى، فهي لها وظائف ونشاطات متكررة تساهم في الأخير في إحداث التوازن الإجتماعي، ويمكن أيضا أن يكون الإعلام كنسق اجتماعي مهم في الهيكل الإجتماعي عامل من عوامل الخلل الوظيفي يثير اللاستقرار والتنافر وعدم الانسجام في المجتمع. و سوف نتطرق ضمن هذا المدخل إلى أهم نظريتين فيه وهي نظرية الإستخدامات والإشباعات ونظرية الإعتماد على وسائل الإعلام

المدخل النقدي:

يعد المدخل النقدي اتجاها مختلفا عما سبق طرحه من المداخل من حيث الأسس والمنطلقات التي ينطلق منها، فإذا كان المدخل الامبريقي يركز على وجه التحديد عن التأثيرات الناتجة عن التعرض لمضامين وسائل الإعلام وينطلق من زاوية التغيرات السلوكية التي تطرأ عن هذا التعرض، فإن المدخل النقدي ينظر إلى القضية من زاوية إيديولوجية، ويعتبر وسائل الإعلام وكالات إيديولوجية

لمساعدة الطبقات المهيمنة على السيطرة، وبالتالي بالنسبة لهم ما يهم هو السياق الاتصالي التي يتم فيه عملية الإتصال أو عملية التعرض للإتصال. فعلى خلاف المدخل الامبريقي ينظر المدخل النقدي للنسق الاتصالي على أنه من أدوات الرقابة والضبط الإجتماعي ولهذا السؤال الذي يتوجب أن يطرح هو من يراقب وسائل الإعلام ولمصلحة من؟ فتحليل النسق الاتصالي الذي يتم فيه الإتصال أولى من الاكتفاء بدراسة كيفية حدوث الفعل الاتصالي.

وتعتمد النظرية النقدية في أفكارها على فكرة الثقافة الجماهيرية، أين ترى أن هذه الأخيرة والتي تروجها وسائل الإعلام أداة أساسية في إضعاف الأفراد وسلخه عن واقعه الحقيقي وصناعة له واقع مفتعل لم يشارك في بناءه، في مقابل هذا التحطيم للذات الإنسانية عبر جعله يستسلم للقوى الاتصالية، تزداد الجماعات المسيطرة قوة ونفوذاً.

وتعود أبعاد المدرسة النقدية والتي نجدها تحت تسميات عديدة أكثرها رواجاً مدرسة فرانكفورت إلى عهد النازية في ألمانيا وبالتحديد عام 1923، مع إنشاء معهد الدراسات الإجتماعية التابعة لجامعة فرانكفورت، حيث اعتبر أول معهد للدراسات الماركسية في العالم، كما تشير كذلك إلى حركة فلسفية وفكرية مشروعها تحليل وفهم المجتمع والثقافة الحديثة في علاقاتها بالسلطوية، فهي تجمع لذلك مجموعة من الباحثين المهتمين بنفس الإشكالية ونفس الإستراتيجية. وتعتبر مدرسة فرانكفورت في آن واحد مدرسة فلسفية وخطاباً اجتماعياً وحركة سياسية، حيث لا يمكن حصرها في صنف معين بل هي في مفترق المجالات المعرفية، يشارك فيها مختلف الفلاسفة مثل هربرت ماركوس تيودور ادرنو ماكس هوركيمر، مختصون في الاقتصاد مثل بولاك قوسمان، مختصون في علم النفس مثل اثيريك فروم، أدباء مثل ولتر بن جامين، مختصون في التاريخ مثل فرانز نيومان أو علماء الاجتماع مثل يورقان هبرماس. (تمار، 2004، ص66).

وتتنمي النظريات النقدية إلى المرجعية والفكر الماركسي، وهي مدخل يطلق عليه المدخل الثقافي، وتستمد هذه النظريات أفكارها من مدرسة فرانكفورت، ويقسم محمد عبد الحميد النظريات النقدية إلى اتجاهين رئيسيين:

- **الاتجاه الأول:** يستعير من الماركسية مفهوم الصراع من أجل بقاء الوضع كما هو، وسيطرة الطبقات وأصحاب المصالح المسيطرة وهيمنتها على وسائل الإعلام وتوجيهها لما يضمن استمرار هذه الهيمنة، ويتبنى هذا الاتجاه أصحاب مدرسة فرانكفورت، والنظرية الثقافية النقدية.
- **الاتجاه الثاني:** فيربط بين الثروة أو الجانب الاقتصادي والسيطرة على وسائل الإعلام من خلال نظرية الاقتصاد السياسي. هذا وقد لخص عبد الحميد (1997، ص148) علاقة وسائل الإعلام بالقوى الاجتماعية والسياسية من المنظور النقدي فيما يلي:
 1. إن محتوى وسائل الإعلام يروج إهتمامات الجماعات المهيمنة في المجتمع، ويميل هذا المجتمع إلى التغطية غير المتوازنة للعلاقات الاجتماعية.
 2. تحليل المعاني الرمزية للمحتوى الذي تروجه المصالح الرأسمالية لجذب إهتمام الطبقات العاملة.

فضح أسطورة حياد الدراسات الإعلامية الأمريكية التي يمولها كبار رجال الأعمال لخدمة الثقافات المهيمنة. (محمد عبد الحميد، 1997، ص148)

2-3-3: نظريات التأثير في علوم الإعلام والاتصال وتحديات تطبيقها في العصر الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي

2-3-3-1: نظريات التأثير في علوم الإعلام والاتصال

التأثير القوي ونظرية الطلقة السحرية:

إن الانطلاقة من الحديث عن نظرية الطلقة السحرية قد يبدو للبعض حديث متجاوزا بسبب تغير البيئة الإتصالية الجديدة، في ظل حديث عن اعتبار هذه النظرية من النظريات التي تجاوزها الزمن. لكن هدفنا من هذا هو بلورة التفكير حول قضية تأثير وسائل الإعلام والاتصال وتتبع مسارات هذا التفكير من الناحية التاريخية وكيف تطرأ عليه في كل مرة رؤى وزوايا نظر جديدة ومنعطفات في التقدير والتفكير عند كل تطور تكنولوجي أو اجتماعي أو ثقافي. تفترض نظرية الطلقة السحرية أن الجماهير ذرات منفصلة لا ترابط بينهم، في مقابل وسائل الإعلام كمثيرات قوية، فمضامين وسائل الإعلام بمثابة الرصاص التي تخترق الجلد فتحدث فيه أثار كبيرة، وبالتالي كانت نظرة وسائل الإعلام نظرة سلبية للجمهور المتلقي في حين ينظر إلى وسائل الإعلام على أنها قوية ذات مقدرة على التلاعب بالمتعرضين لها.

استمدت هذه النظرية افتراضاتها الأساسية من النظريات السلوكية والاجتماعية التي كانت سائدة في تلك الفترة التي ظهرت فيها، ففي المحور الاجتماعي كانت نظرية علم الاجتماع الجماهيري تسيطر على فهم الباحثين للمجتمع الذي كان يرى على أنه يتكون من أفراد منعزلين حيث أدى التحضر وعمليات التصنيع خاصة في المجتمع الأمريكي إلى إنتاج مجتمع أعزلا يسهل التلاعب به بعد انهيار شبكة العلاقات الاجتماعية للمجتمعات التي كانت تتميز قبل عملية التصنيع بالتقارب والاستقرار وبالقيم المتوارثة، فكل هذا أدى إلى انعدام المشاعر بين الأفراد الذي أسقطهم في مشاعر الوحدة والقلق أما من الناحية النفسية، فكانت نظرية المنبه والاستجابة وهي نظرية في السلوك ترى أن سلوكيات الأفراد ماهي إلا ردود أفعال على منبهات خارجية، وعليه تكون مضامين الإعلام بمثابة المنبهات الخارجية التي تصنع سلوكيات الأفراد. وهذه المنبهات قوية وتمس الدوافع الداخلية التي يكون الفرد أمامها ضعيفا ولا يملك القدرة للسيطرة عليها.

وإضافة إلى ما ذكر استمدت نظرية الطلقة السحرية أفكارها من ملاحظة أحداث الحرب العالمية وما رافقها من الدعاية الحربية، وكيف كانت وسائل الإعلام من الأدوات الإستراتيجية التي كانت تستخدمها المجتمعات والدول في الحرب وما أحدثته الدعاية من تأثير كبير على الجماهير، فقد استخدمت وسائل الإعلام بشكل موسع في شحذ الهمم وإثارة مشاعر الخوف من العدو لتجنيد الأفراد للالتحاق بالحرب.

مجمل القول أن نظرية القذيفة السحرية تقوم في مسلماتها على النظريات الكبرى العامة في علم الاجتماع و النفس وما خلصت إليه هذه النظريات في نظرتها إلى الفرد والمجتمع في تلك الفترة،

بالإضافة إلى التأثير الكبير الذي أحدثته الدعاية خلال الحرب العالمية، وكأنها كانت بذلك تقدم إثباتات ودلائل على قدرة وسائل الإعلام والاتصال على التأثير على الجماهير.

خلاصة القول أن هذه الخلفية الاجتماعية والنفسية والدعاية الحربية أدت إلى تكوين نظرة قد تبدو الآن مبسطة حول وسائل الإعلام والاتصال وقدرتها على التأثير والتلاعب بعقول الأفراد الذي كان ينظر إليهم نظرة سلبية.

مرحلة التأثير المحدود:

طرأت الكثير من التغييرات على النظرة التي حملتها نظرية الطلقة السحرية لتأثيرات وسائل الإعلام، نتيجة لمعطيات جديدة طغت على هيكل المعرفة الإنسانية خاصة في علم الاجتماع والنفس، وفي تطور أدوات ومنهجيات البحث في كلا العلمين.

لم تظل النظريات الخاصة بالطبيعة البشرية سكونية من ناحية التنظيم الشخصي والنظام الاجتماعي، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تدعمت بشدة أسس علم النفس وعلم الاجتماع، فقد كانا أندان يبتعدان بشكل مطرد عن سيطرة طرق تفكير الأصول الأوروبية. فقد أصبح هذان المجالان يهتمان بالبحث التجريبي.

وبناء على ذلك، فقد حصل تحول عميق في تقييم أثار وسائل الإعلام خاصة في الأربعينات، وأصبحت مسلمات نظرية الطلقة السحرية محل مراجعة، وبالتالي تبلورت نظرة جديدة وظهرت نظريات تقول بالتأثير المحدود. وأن الإتصال الجماهيري ليس بتلك القوة الخارقة والمتلقي (الجمهور) ليس كيانا مغلوبا عن أمره الذي يتلقى الرسالة وينفذ ما يلقي إليه، في مقابل النظرة القديمة التي تؤمن بالتأثير اللامحدود. والتأثير المحدود أساسه اكتشاف الدراسات وجود اختلافات بين البشر، واختلافهم في تفاعلهم مع محيطهم الاجتماعي، بالإضافة إلى الوسطاء الذين لهم دور في التأثير على اتجاهات وسلوكيات الأفراد، مما يتنافى تماما مع ما جاءت به نظرية الطلقة السحرية وقولها بالاستجابة الموحدة للمنبهات الخارجية من ضمنها الرسالة الإتصالية. وظهرت على إثر ذلك نظرية الفروق الفردية ونظرية العلاقات الاجتماعية ونظرية تدفق الإتصال على مرحلتين ضمن ما عرف بنظريات التأثير المحدود وهي النظريات التي كان لها انعكاسات على التفسيرات الجديدة لتأثير الإعلام على سلوكيات واتجاهات الأفراد وهو ما سنتطرق إليه في السطور القادمة.

نظرية الفروق الفردية:

لقد كان الإعتقاد السائد لدى علماء النفس في بدايات القرن العشرين، أن هناك تشابه تام بين الأفراد في تفاعلهم فيما حولهم، فهذه السلوكيات ما هي إلا مجرد ردود أفعال متشابهة على المنبهات الخارجية، أو هي سلوكيات مبنية أساسا على غرائزه الطبيعية مثل غريزة الغذاء، غريزة الجنس لاستمرار السلالة...إخ، وهذه الأخيرة لا يحظى الفرد بقدرة على السيطرة عليها. لكن بمرور القرن العشرين بدأ علم النفس يستقل على الفلسفة ويتوجه نحو الروح التجريبية، وقد توصلت هذه البحوث ذات النزعة التجريبية أن الأفراد لا يسلكون تصرفا بشكل موحد استنادا إلى غرائزهم، وبدأت تتكشف نتائج مفادها تفرد الأفراد في بنيتهم النفسية والإدراكية.

فلقد أصبح التفرد هو الخاصية المميزة للإنسان وأفعاله، ويرجع هذا التمايز إلى فكرة التعلم، فالكائنات البشرية تكتسب شخصياتها الاجتماعية والكثير من ثقافات من بيئتها ومحيطها الاجتماعي الذي يكون عادة ملامحها في الميول والمهارات والإتجاهات. واستنادا إلى هذا السياق الجديد في هيكل المعرفة في علوم النفس، فإن تأثير وسائل الإعلام على الأفراد لن يكون بنفس الطريقة كما كان سائدا، فبحكم الفروق الفردية بين الأفراد فتكون الاستجابات مختلفة على حسب التفرد والبنية النفسية والإدراكية وإتجاهات الأفراد. فهذه المتغيرات أصبحت حاسمة في تفسيرات جديدة لأثار وسائل الإعلام والإتصال.

الخلاصة:

- هناك فروق فردية في البنية النفسية و الإدراكية لأفراد الجمهور، فليسوا على نمط واحد وليسوا متشابهين في تعاملهم مع مثيرات المحيط.
- مجموعة هذه الفروق تجعل إهتمامات الأفراد بالمضامين الإعلامية مختلفة و كيفية تفاعلهم معها مختلفة.

نظرية الفروق الاجتماعية:

ساد اعتقاد في فترة المجتمع الجماهيري وبسبب التحضر وعملية التصنيع أن المجتمع مكوّن من ذرات منفصلة منعزلة عن بعضها البعض، والأفراد مجرد قوالب موحدة ومتشابهة. لكن يبدو أن هذه النظرة تغيرت بتغير أسلوب البحث المعتمد في العلوم الاجتماعية، حيث بدأ علم الاجتماع يجنح نحو أسلوب الاستقصاء بالعينات. هذا الأسلوب المنهجي الجديد مكّن لظهور منظورات جديدة للعلاقات الاجتماعية، حيث تبين فيما بعد وجود طبقات اجتماعية نشأت وفقا لمجموعة من المعايير كالمستوى التعليمي وطبيعة الوظيفة، والعرق، وأماكن السكن وغيرها، حيث تتقاسم هذه الجماعات قيم ومعتقدات وإتجاهات متشابهة ولهم مشاكلهم وتحدياتهم الاجتماعية متماثلة. وهكذا كان لكل فئة اجتماعية معينة في المجتمع ما يشبه نموذج خاص من المعتقدات والإهتمامات تميزها عن الإطار العام، فكان هذا التباين يصنع ويشكل أنماط سلوكية لأفراد كل فئة. وبناء على ما سبق فإن هذه الأفكار الجديدة وجدت لها طريقا لتطبيقها على السلوك المتعلق بالإعلام. واستنتجا لما سبق نقول أن التطورات المعرفية الجديدة في كل من علم النفس وعلم الاجتماع والمتعلقة بمحركات سلوكيات الأفراد داخل المجتمع لم تعد تسند إلى العامل الغريزي، بل بينت المعارف الجديدة أن هناك متغيرات أخرى مستمدة من البيئة والمحيط الاجتماعي تلعب دورا في إنتاج سلوكيات الأفراد وهي كذلك محددة لسلوكياتهم وردود أفعالهم إتجاه وسائل الإعلام.

نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين:

نظرية تدفق الإتصال على خطوتين من أولى الدراسات التي انتهجت النهج الامبريقي، في 1940 وضمن خطة بحث قام بها لازارسفيلد لدراسة تأثير حملة انتخابات الرئاسة من خلال وسائل الإعلام على الناخبين، هذه الدراسة أجريت في أيري كاونتي بولاية أوهايو تم استجواب خلالها 600 فرد على فترات شهرية في المدة من يونيو إلى نوفمبر وكان يتم الالتقاء بعينات جديدة إضافية تتكون كل منها من 600 فرد وذلك خلال عديد من الأشهر ضمن المدة المذكورة. (ديفلير، ملفين، روكيتش، ساندربول، 1992، ص237)

توصلت الدراسة إلى نتائج لم تكن متوقعة بداية، وهي أن وسائل الإعلام المستخدمة في الحملة آنذاك من جرائد ومجلات وراديو لم يكن لها سوى تأثير بدا محدودا على الناخبين. وأن عدد محدود فقط من الأفراد ممن شملهم البحث قد غيروا قناعاتهم الانتخابية بسبب تعرضهم لوسائل الإعلام. وهنا تم اكتشاف دور كبير للعلاقات الإجتماعية في انتقاء الأفراد لمضمون الحملة الانتخابية، وبرزت بذلك متغيرات ووسائل أخرى غير وسائل الإعلام في التأثير في الأفراد وصناعة اتجاهاتهم نحو القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام وكان أهمها وسطاء أطلق عليهم البحث قادة الرأي. هؤلاء هم من يتوسطون بين وسائل الإعلام والأفراد، واقترحت الدراسة حركة المعلومات من خلال خطوتين الخطوة الأولى من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي الذين يكونون على اطلاع جيد حول ما يدور في وسائل الإعلام ثم من هؤلاء إلى أفراد لديهم اطلاع أقل بوسائل الإعلام وعندها تمخضت هذه الدراسة بظهور نظرية تدفق الإتصال على مرحلتين أو خطوتين. وهكذا تراكمت معارف ومنظورات جديدة لعلاقة وسائل الإعلام بالجمهور وتكشف مدى أهمية العلاقات الإجتماعية ومساهماتها في إختيار الناس للمضمون الإعلامي وتفسيرهم له. وفي عام 1955 قدم الياهو كاتز تصورا لفروض تدفق الإتصال على خطوتين تمثلت فيما يلي:

- أن قادة الرأي ووالجمهور الذين يتأثرون بهم، ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية كانت أسرة أم أصدقاء أم زمالة عمل.
- أن قادة الرأي والأتباع يمكن أن يتبادلوا الأدوار في سياقات مختلفة فقائد الرأي في المجال الرياضي قد يكون تابعا في مجال معرفي مثلا.
- يكون قائد الرأي أكثر انتباها وإتصالا بوسائل الإعلام فيما يتعلق بمجال إختصاصهم.
- تؤكد نظرية تدفق الإتصال على مرحلتين على إعتبار العلاقات البيئية الشخصية المتداخلة ووسائل إتصالية، وتمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الإجتماعي

وخلاصة القول أن نتائج البحث الميداني الذي قاده لازار سفيلد قد أدخل إلى ساحة النقاش حول أثر وسائل الإعلام مسألة فعالية الجماعات الأولية للأفراد ومساهمة هذه الأخيرة في تطوير مسألة تأثير وسائل الإعلام عبر إدراج الشبكات الإجتماعية في المسألة.

نظرية إنتشار المبتكرات:

في أواخر الخمسينات قدم إفريت روجرز نظرية إنتشار المبتكرات، وتعد هذه الأخيرة تطويرا لنظرية تدفق الإتصال على مرحلتين، من مسلماتها أن الإتصال يتدفق على مراحل وليس مرحلتين فقط، إذ تنتقل الفكرة من فرد إلى آخر إلى أن تنتشر بشكل واسع داخل المجتمع. وتطرح نظرية إنتشار المبتكرات مسار العملية العقلية التي يمر بها الأشخاص منذ معرفتهم بالفكرة لأول مرة إلى أن تصبح الفكرة جزء من سلوكهم، لقد أخذت نظرية إنتشار المبتكرات بفرضيات تدفق الإتصال على مرحلتين، لكنها طورت خاصة في مفهوم قادة الرأي حيث أضافت تفاصيل أخرى في المفهوم، فقادة الرأي كان من المفاهيم المحورية لنظرية إنتشار المبتكرات ومن أهم ما جاء حول المفهوم مايلي:

- قادة الرأي يقبلون أكثر من إتباعهم على وسائل الإعلام والإتصال فهم خاصة ما تعلق بإهتمامتهم التخصصية.

- قادة الرأي أكثر إبداعاً من أتباعهم ، يتبنون الأفكار الجديدة أسرع من غيرهم وأتباعهم.
- قادة الرأي لديهم تفاعل أكثر من أتباعهم مع مؤطرو مشاريع التغيير في المجتمع.
- قادة الرأي يتوفرون على مركز إجتماعي متميز أكثر من أتباعهم، بسبب وضعهم الثقافي أو السياسي أو الإجتماعي أو الإقتصادي.
- قادة الرأي متفتحين أكثر من أتباعهم، يقدرون على تقبل المستجدات والأفكار التي تطرح من الآخرين.
- قادة الرأي أكثر من أتباعهم مشاركة إجتماعية، ولقادة الرأي دور اجتماعي مميز.

و تفترض نظرية إنتشار المبتكرات أن وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً في زيادة المعرفة حول الأفكار والمبتكرات الجديدة، لكن مقارنة بالإتصال الشخصي الذي يعتمد على شبكة العلاقات الإجتماعية يلعب هذا الأخير الدور الحاسم في تشكيل المواقف. وزيادة على هذا قام روجرز مبتكر النظرية بعرض مجموعة من الخصائص التي تؤثر في قبول إنتشار المبتكرات منها:

- الميزة الاقتصادية: وهي الفائدة الاقتصادية التي تعود للشخص المتبني للفكرة.
- ملائمة الفكرة لقيم جماعة الانتماء: وهو أن توافق الفكرة مع هذه القيم المرجعية يزيد من حظوظ تبني قبول الفكرة.
- درجة التعقيد: ويقصد بها درجة مدى وضوح ويسر استعمال الفكرة
- القابلية للتقسيم والتجزئة: وهي إشارة إلى أن الأفكار التي يمكن تجزئتها أسرع في التبني لدى الأفراد والمجتمعات حسيب ما توصل إليه روجرز.
- القابلية للتداول: ويقصد بها سهولة نشر وتداول الفكرة.

وقد طرحت النظرية مجموعة من المراحل يمر بها الأفراد قبل تبني المستحدثات وحتى تصبح منتشرة في المجتمع وهي:

- أ- **مرحلة الوعي بالفكرة:** وهي المرحلة التي يسمع بها الأشخاص، وتعد هذه المرحلة مفتاح الطريق نحو باقي الخطوات.
- ب- **مرحلة انطلاق الإهتمام:** في هذه المرحلة يبني لدى الأفراد رغبة في المعرفة والإطلاع على الفكرة والتعرف أكثر عليها وعلى سياقاتها.
- ت- **مرحلة التقييم:** يقرر في هذه المرحلة الفرد ما إذا كان يقبل الفكرة وذلك في ضوء موقفه والأحوال السائدة في محيطه، أم يرفض الفكرة دون الوصول إلى عملية تجربتها.
- ث- **مرحلة التجريب:** في هذه المرحلة وإذا قبل الفرد الفكرة الجديدة يقوم بتجريبها على نطاق ضيق، لكي يحدد فائدتها، فإذا اقتنع بفائدتها يقرر تبنيها وإذا ثبت له عدم جدواها يرفضها ويتخلى عنها.
- ج- **مرحلة التبني:** وهي المرحلة التي يتبنى الفرد الفكرة الجديدة بعد أن مر بالمراحل السابقة إلى أن اقتنع بجدواها وقرر الأخذ بها.

التأثير المعتدل:

نظرية ترتيب الأجندة:

تنتقل نظرية ترتيب الأجنحة من فرضية مفادها أن الاعلاميين ووسائلهم، لا يمكنهم أن يقدموا كل ما يحدث في المجتمع من موضوعات، مما يجعلها تسلط الضوء على قضايا دون غيرها، مما يكسب القضايا التي أهتمت بها وسائل الإعلام اهتمام من طرف الجمهور، وهكذا ينتقل إهتمام وسائل الإعلام إلى إهتمام الجمهور حيث يدرك هذا الأخير الإخبار والموضوعات بطرق معينة ويفكرون في محتوياتها. طرح نظرية ترتيب الأجنحة كل من ماكوبس وشو سنة 1972 مؤكدا على وجود علاقة إيجابية بين أجنحة وسائل الإعلام أجنحة الجمهور، بمعنى أنه كلما أهتمت وسائل الإعلام على موضوع ما زاد هذا الموضوع على جدول إهتمام الجمهور فيتابعها بشكل أكبر وتشكل له محور إهتمام، فإذا قررت وسائل الإعلام تسليط الضوء بشكل كبير حول قضية التعليم ستكتسب هذه القضية أهمية كبرى لدى الجمهور بحجم المساحة التي منحها إياها وسائل الإعلام.(حسن، حسين السيد، 2014، ص241).

وكانت نظرية ترتيب الأجنحة النظرية الرئيسية في دراسة أخبار حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية سنة 1969، أين تم إكتشاف أن هناك تطابق كبير بين ما يغطى في الإعلام وبين مستوى الأهمية الإجتماعية لما يغطى. وقد لا يعني ذلك أن وسائل الإعلام قد حققت تغييرا في آراء الناس، لكن المؤكد هو نجاحها في إقناعهم بأهمية موضوعات أكثر من غيرها. ومن تم أصبح جدول أعمال وسائل الأعمال هو جدول الأفراد في المجتمع أي يحدث توافق بين العالم الإعلامي وإهتمامات الناس.

(ديفلير، ملفين، روكيتش، ساندربول، 1992، ص366)

العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات:

تضع النماذج التي تدخل ضمن نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام في الحسبان مجموعة واسعة من العناصر والمتغيرات لدى دراستها لآثار وسائل الإعلام، منها ما أرتبط بوسائل الإعلام، ومنها ما أرتبط بالجمهور نفسه، وعوامل أخرى مرتبطة بطبيعة القضايا، مما يجعل ما تقدمه وسائل الإعلام لا يحظى بالمتابعة بصفة آلية بل تتحكم فيه الكثير من العوامل ولهذا سنطرح مجموعة من العوامل التي تزيد أو تنقص في بناء أجنحة الجمهور من قبل وسائل الإعلام حسب نظرية ترتيب الأولويات.

- **طبيعة القضايا:** تساهم طبيعة القضايا بشكل أو بآخر في قدرة وسائل الإعلام في ترتيب أجنحة الجمهور، فكلما لم يكن للأفراد خبرة مباشرة ومعايشة قريبة للقضية، كلما استطاعت وسائل الإعلام أن تجلب إهتمامهم ومن تم التأثير فيهم.
- **أهمية القضية:** وهي أن كلما كانت القضية محل إهتمام من قبل الأفراد كانت ذات أولوية لديه، وعادة ما تكون القضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل التلوث مثلا تكون ذات أهمية أكبر من القضايا التي تسبب تهديدا مباشرا للأفراد مثل الإجهاض.
- **الخصائص الديمغرافية:** وهو العامل الذي أثير حوله الكثير من الجدل فيما إذا كانت الخصائص الديمغرافية تساهم في تحديد الأولويات، حيث انقسمت الدراسات حول هذا العامل بين قائل بقدرة وسائل الإعلام في وضع أولوية المتعلمين مقارنة بغير المتعلمين، في حين أشارت بعض الدراسات إلى اعتبار عامل الخصائص الديمغرافية غير مؤثر في ترتيب أجنحة الأفراد.

- **الإتصال الشخصي:** إن الإتصال الشخصي يمكن أن يدعم أو ينافس الإتصال الجماهيري في ترتيب أولويات الجمهور، فقد يعزز تأثير وسائل الإعلام في مجموعة القضايا التي تغطيها هذه الوسائل بشكل كبير، كما أن الإتصال الشخصي قد ينافس وسائل الإعلام في القضايا التي لا تتال حظها من المناقشة والظهور في هذه الوسائل.
- **توقيت إثارة القضايا:** حسب نظرية ترتيب الأجندة تكمن وظيفة وسائل الإعلام في القول للجمهور فيما يجب أن يفكر فيه، وهذه الوظيفة تتعزز في ظروف أكثر من ظروف أخرى ففي ظروف الانتخابات مثلا يمكن لوسائل الإعلام أن تكون أكثر قدرة على ترتيب أجندة الجمهور.
- **نوع الوسيلة المستخدمة:** وظيفة وضع الأولويات تتأثر هي الأخرى بنوع الوسيلة المستخدمة، فالتلفزيون يختلف عن الصحف مثلا، فقد توصلت بعض الدراسات إلى إن الصحف ترتب الأولويات على المدى البعيد في حين التلفزيون له قدرة على وضع أجندة الجمهور على المدى القصير.

وقد رافق ظهور نظرية ترتيب الأجندة الكثير من النقاشات، كان بعضها في بداية الثمانينيات، حيث طرح كل من لازار سفيلد وميرتون تساؤلا خاصا مفاده من يصنع أجندة وسائل الإعلام؟ ويمكن من خلال مطالعات الباحث أن أجمل العوامل المؤثرة في بناء أولويات وسائل الإعلام فيما يأتي:

- جماعات الضغط والمصالح
- السياسة العامة
- الزعماء السياسيون
- القائم بالإتصال
- وسائل الإعلام الكبرى
- وكالات الأنباء الكبرى
- العلاقات العامة
- مصادر الإعلان.

وفي ظل البيئة الإتصالية الجديدة وعلى رأسها شبكات التواصل الإجتماعي، أصبحت هذه الأخيرة مصدرا لبناء أولويات وسائل الإعلام، فكثير من القضايا انتقلت إلى وسائل الإعلام الكلاسيكية بعد أن أثير الجدل حولها في الإعلام الجديد. بل أكثر القصص الخبرية يكون مصدرها شبكات التواصل الإجتماعي.

نظرية الغرس الثقافي:

يعتبر الباحث الأمريكي جورج جيربزر أول من وضع نظرية الغرس الثقافي وذلك في أواخر الستينيات، وجاءت النظرية في سياق إنتشار العنف في المجتمع الأمريكي في أعقاب اغتيال مارتن لوثر كينج، والرئيس جون كينيدي، وقد تم إنشاء لجنة لتبحث وتدرس أسباب وجود العنف وسبل الوقاية منه ومدى مساهمة التلفزيون في هذا العنف. وقد طور في هذا السياق جورج جيربزر تفكيراً نظرياً، وإستراتيجية لدراسة تأثير مضمون العنف في التلفزيون على أفكار الناس، وتوسع نطاق إهتمام جورج وشركائه ليشمل إلى جانب العنف أشكالاً أخرى من السلوك التي يعرضها التلفزيون. وكانت

النتائج مهمة، وخاصة تلك التي تقول أن ما يمثله التلفزيون من أشكال يؤثر في سلوك الفرد وذلك عن طريق بناء المعتقدات. (ديفلير، ملفين، روكيتش، سانديول، 1992، ص366)

والغرس هو عملية زرع وتنمية لمكونات معرفية ونفسية يقوم بها التلفزيون، أو يمكن اعتباره عملية جزئية من عملية أوسع وهي التنشئة الإجتماعية، ولهذا فالواقع في وسائل الإعلام يمكن أن يحدث تأثيرات على معتقدات الناس ومن تم في سلوكهم.

أما الثقافة هي مجمل الأفكار والمعتقدات وأنواع المعرفة التي تؤطر سلوكياتنا، وحسب نظرية الغرس الثقافي فإن التلفزيون له دور كبير في صناعة سلوكياتنا من خلال عملية الغرس الثقافي والتعميمات التي يشكله لدى الأفراد عندما يتعرضون له.

وبالتالي فمصطلح الغرس الثقافي ظهر لدراسة تأثير التلفزيون التراكمي، وكيف يرى الجمهور الواقع الذين يعيشون فيه من خلال ما يتعرضون له في التلفزيون. إذ تعد النظرية التلفزيون الأساسية الثقافية المركزي للمجتمع ويلعب دورا محوريا في تصميم الصور الرمزية التي تكوّن لدى الأفراد المعتقدات عن العالم الحقيقي، ونتيجة ذلك إن هؤلاء الأفراد كثيفو المشاهدة سيدركون واقعهم الحقيقي بناء على الصور الذهنية المعروضة في التلفزيون. ومنه فالافتراض الأساس لنظرية الغرس الثقافي هو أن الأشخاص الذين يتعرضون للبرامج التلفزيونية بشكل ضخم يعني أنهم لديهم كثافة في المشاهدة يختلفون في إدراكهم للمحيط وللواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يقبلونكميات قليلة على البرامج التلفزيونية (يعني قليلا المشاهدة).

ومن أهم الدعائم التي تقوم عليها نظرية الغرس الثقافي:

أن التلفزيون وسيلة فريدة للغرس بالمقارنة مع وسائل إتصالأخر، وترجع أهمية التلفزيون لشبوعه في الأوساط الإجتماعية والمنازل وسهولة تعرض الأفراد إليه، وكذلك جمعه لعنصر الصوت والحركة والألوان، كما أن عدم احتياج المشاهد للتلفزيون للقدرة على الكتابة والقراءة مثلما هو مطلوب في وسائل إتصال أخرى جعله أكثر الوسائل إقبالا، لذلك يعد التلفزيون ابرز الوسائل التي تترك أثرا على تصورات الأفراد ومعتقداتهم.

فالتلفزيون يعرض عالما من الصور الذهنية تعكس الاتجاه السائد في المجتمع، فعملية الغرس تؤدي إلى خلق مفاهيم وتصورات ومعتقدات عامة توحد كثيفو المشاهدة.

ملخص للنظرية:

- تهتم نظرة الغرس الثقافي بالتأثير التراكمي وليس المباشر .
- وسائلالإعلام وعلى رأسها التلفزيون قادر على التأثير على معرفة ومعتقدات وتصورات الأفراد ومن تم يحدد لهم طريقة إدراكهم لما يحيط بهم.
- زيادة التعرض لوسائل الإعلام ومنه التلفزيون يؤدي إلى إكساب المشاهد حزمة من المعاني والتصورات والرموز تشكل له واقعا رمزيا يختلف عن الواقع الحقيقي في بيئته الإجتماعية

- بناء على ماسبق ذكره التلفزيون له القدرة أن يغرس في أذهان المشاهدين ووعيمهم تصورات محددة يجعلهم يرون واقعهم الحقيقي بمنظار الواقع في التلفزيون (يحل واقع التلفزيون محل الواقع الحقيقي).

نظرية التاطير الإعلامي:

يعد مفهوم التاطير من المفاهيم الأساسية التي تسعى لتناول تأثير وسائل الإعلام، ويشير مفهوم الأطر إلى دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور وتحديد اتجاهاته حول الأحداث والقضايا.

وذكر Entman بأن الإطار عملية إختيار أجزاء صغيرة من الحقيقة المحسوسة وتسليط الضوء عليها لترويج وتفسير وتحقيق هدف معين. (Robert M. entman, 2007, P164)

ومنه تفترض نظرية الأطر الإعلامية أن تركيز وسائل الإعلام فيما تقدمه من أخبار ومعلومات على جوانب محددة مع إهمال جوانب أخرى، سيؤدي ذلك إلى تعدد معايير حكم الأفراد عندما يفكرون في هذه الأخبار وعندما يشكلون آراء حولها. فوسائل الإعلام تمنح القضايا معان بعينها وذلك بالإعتماد على مجموعة من الكلمات والصور والرموز، تركز عليها في تغطيتها لهذه الأخبار وتعمل على تكرارها حتى تمنح تفسير للقضية بطريقة معينة أكثر من غيره من التفسيرات. ومن تم يمكن القول أن الأخبار أو القضايا لا تنطوي على معنى معين، وإنما تكسب معنى بعينه من خلال عملية التاطير التي يقوم بها القائم بالاتصال، فهذا الأخير يعمل على وضعها في إطار ما من خلال عمليتي الإبراز والإغفال، فيبرز جانب محدد من القضية في حين يخفي ويغفل جوانب أخرى لا يريد أن تنسرب إلى وعي المتعرضين لوسائل الإعلام.

وتطرح نظرية الأطر الخبرية العديد من النماذج التفسيرية، ونظرا لكثرة هذه النماذج سنعرض أهم هذه النماذج الذي يعود لروبت انتمان والذي يتضمن أربعة وظائف رئيسية هي: (هايس عبد الغفور، 2017، ص22):

تحديد المشكلة: والتي عادة ما يتم بناءها تبعا للإهتمامات الاقتصادية والسياسية والقيم الثقافية

- **القيام بتشخيص أسباب القضية:** وتشمل تحديد القوى التي تتسبب في المشكلة، وكذا العوامل المسببة لها.
- **التقويم الأخلاقي:** إطلاق أحكام أخلاقية لتلك العوامل المسببة وتأثيراتها.
- **اقتراح الحلول وسبل العلاج:** تحديد كيفية معالجة المشكلة وتبريراتها، والتنبؤ بتأثيراتها المحتملة.

عملية بناء الأطر والعوامل المؤثرة فيها:

يتخذ الإعلامي قرار إختيار إطار لتقديم الأخبار والقضايا والذي يعد قرارا يعتمد فيه على السياسية التحريرية للمؤسسة الإعلامية وما يحكمها من قيم مهنية، فالتاطير الإخباري هو إذا هو مجموعة عمليات تمر بها الأخبار إلى غاية نشرها. وتتكون الأطر من العناصر الإتصالية الأربعة حسب ما ذكرها محمد عبد الحميد في كتابه نظريات الإعلام واتجاهات التأثير:

- **القائم بالإتصال:** وهو من يضع الأطر، والذي قد يكون هو الآخر محكوما بالأطر المعرفية الخاصة به وبظروفه المهنية وظروف مزاولته لها.
- **المحتوى:** والتي يتجلى من خلال ظهور أو غياب كلمات أو عبارات وصور نمطية أو مصادر معلومات بعينها.
- **المتلقي:** باعتباره هو المتعرض لهذه الأطر التي ستعكس على تفكيره وإدراكه أم لا
- **الثقافة:** على اعتبار أن الثقافة أيضا نظام رموز لتفسير الرموز الإتصالية وإدراكها.(عبد الحميد، 2004، ص406).

وفي سياق عملية التاطير يعتمد القائمون بالإتصال على مجموعة من الأدوات، وهذه الأدوات غالبا ما تكون العناصر النصية والمرئية أيضا، وطرح الكثير من الباحثين العديد من الأدوات التي تستخدم في التاطير منها ما هو أدوات تشكيل العاطفي والعقلاني التي يمكن تجنيدها منفردة أو مجتمعة. ومن أمثلة هذه الأدوات العناوين الرئيسية والفرعية، الاستعارات، الأمثلة، العبارات البلاغية، الأرقام، الصور الفوتوغرافية، الاقتباسات، الإحصاءات والرسوم البيانية وغيرها.

نظريات التأثير القوي:

تلقت كل نظريات عند نقطة الاعتراف بأن وسائل الإعلام لها تأثير على الأفراد، ولكنها تختلف نوعا ما في منطلقاتها حول حجم هذا التأثير وطبيعته. ونظريات التأثير القوي التي سنعرضها لاحقا هي نظريات تؤمن بالقوة الخارقة لوسائل الإعلام دون الأخذ بعين الاعتبار سمات وخصائص الجمهور وظروف وسياق الإتصال.

نظرية الحتمية التكنولوجية:

نظرية الحتمية التكنولوجية من النظريات الحديثة نسبيا، قدمها مارشال ماكلوهان في الستينيات، تعد هذه النظرية حسب ما يذكر حجاب(2010) من النظريات الإعلامية إنتشارا ووضوحا في الربط بين مضمون الوسيلة والوسيلة في حد ذاتها، ويؤكد على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الإتصال وتأثيره. وتوضح النظرية أن الرسالة أو مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تقنيات الوسيلة الإعلامية، وأن طبيعة الوسائل التي يتصل بها الإنسان تؤثر وتشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الإتصال.(حجاب، 2010، ص262).

وترى الماكلوهانية أن طبيعة وسيلة الإعلام التي تسود بين الناس ويقبلون عليها هي التي تؤثر وتشكل المجتمع أكثر مما يشكله محتوى الوسيلة الإعلامية، فالوسيلة هي الرسالة، أو بمعنى آخر أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع هي من ستحدد طبيعة المجتمع وتؤثر في طريقة تفكير أفرادها.(دليو، 1995، ص122)

ومن تم أنطلقت نظرية مارشال ماكلوهان من فكرتين وهما أن وسائل الإعلام ووسائل لنشر المعلومات والتعليم والترفيه، أو النظر إليها على أنها ضمن سلسلة التغيرات والتطورات التكنولوجية. فإذا تناولنا حسب ماكلوهان من زاوية نشر المعلومات والترفيه والتعليم فنحن نهتم أكثر بمضمونها، بينما إذا نظرنا لها من زاوية أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي فنحن نهتم بها شأنها شأن التطورات التقنية الأخرى بغض النظر عن مضمونها. وفي هذا الصدد يقول ماكلوهان إن محتوى

وسائل الإتصال لا يمكن فصله عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية والإتصالية نفسها. فالطريقة التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في طرح الموضوعات تؤثر على محتوى هذه الوسائل، وأكثر من ذلك طبيعة وسائل الإتصال التي يستخدمها الناس تلعب دورا كبيرا في صنع وتشكيل المجتمع، أكثر من تأثير محتوى الإتصال. (المشاقبة، 2011، ص151).

ويجلبنا مصطلح الحتمية التكنولوجية إلى ما قاله ماركس عن الحتمية الاقتصادية، فمارشال ماكلوهان ينظر إلى أن الذي يحدث التحولات الكبرى في المجتمعات هي التحولات الأساسية في تكنولوجيا الإتصال. فكل وسيلة إتصال تظهر تترك أثارها على العصر الذي تظهر فيه. فاختراع اللغة المنطوقة مثلا هو الذي فرق بين الإنسان والحيوان، كما أن اختراع الكتابة كان له أثاره على الحياة الإجتماعية وأصبح معها الإنسان على وعي بالوقت، وقد أحدث الكتاب المطبوع أساليب جديدة لتنظيم التفكير. وهكذا فكل ما ظهرت وسيلة إتصال كان لها انعكاسات على النظم الإجتماعية.

وعليه أدعى ماكلوهان كل وسيلة إتصال هي امتداد لأحد الحواس. فلذلك كل فترة يشار إليها بناء على وسيلة الإتصالية سادت فيها، وودكر ماكلوهان أن لكل حقبة زمنية طريقة تفكير خاصة بها ومميزات فريدة من الإتصال يكون لها انعكاس على البناء الإجتماعي برمته. فإذا نظرنا إلى ما قبل اختراع الطباعة كانت حاسة السمع هي المسيطرة، كان الزمان والمسافة يدركان سمعيا، وكان الإتصال الشفوي هو الرابطة مع الماضي، ونظرا لإعتماد الأفراد على حاسة السمع أكثر من الحواس الأخرى كانت ذاكرته قوية للغاية، هذا وقد كان لأسلوب حصولهم على المعلومات سمعيا انعكاس على علاقات الأفراد، فقد اقترب الناس من بعضهم البعض بشكل قبلي. ومن سمات إعتماد المجتمع على حاسة السمع في إتصالاته جعل الناس عاطفيين من منطلق أن الكلمة المنطوقة عاطفية مقارنة بالمكتوبة، وهذا ولما تم الانتقال إلى مرحلة المطبوع واختلفت طريقة خزن المعلومات من الذاكرة إلى الحروف وحلت العين مكان الأذن طرأت تغييرات جديدة وتشكيل جديد للمجتمع.

وبناء عليه تركز نظرية الحتمية التكنولوجية على قوة وسائل الإتصال في التأثير على تشكيل الفرد والمجتمع بأسره. التكنولوجيا الإتصالية نعم تبين الرسائل ولكنها أيضا تترك بصماتها على المجتمع وعلى البشرية و على مسارات التاريخ. وتشير النظرية أنه خلال كل حقبة زمنية تنتج وسيلة إتصال سائدة ومسيطرة عند ظهور وسيلة إتصال وإعلام مستجدة.

وفي هذا السياق فإن مراحل التغيير في الإتصال حسب مارشال ماكلوهان هي:

- المرحلة الشفوية: والتي استغرقت معظم التاريخ البشري، والتي أعتمدت كليا عن الإتصال الشفهي.
- المرحلة الكتابة: وقد أمتدت نحو ألفي عام.
- المرحلة الطباعة: وأمتدت من عام 1500 إلى 1900 تقريبا.
- المرحلة الوسائل الإلكترونية: والتي أنطلقت من مطلع القرن العشرين.

ويصف ماكلوهان في نظرية الحتمية التكنولوجية أن وسائل الإعلام تكون ساخنة أو باردة ويتمركز جوهر الاختلاف بينهما في مدى قدرة الوسيلة الإتصالية على تحريك خيال الفرد،

فالوسيلة الساخنة هي الوسيلة التي تقدم المعنى جاهزا تقل فيه حاجة الفرد إلى استخدام خياله، بينما العكس تماما مع الوسيلة الباردة وهي التي تثير خيال الفرد أي تحتاج إلى أعمال الخيال من جانب المشاهد.

نظرية دوامة الصمت:

نظرية دوامة الصمت من النظريات التي تقول بقوة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، وقد طرحتها الباحثة الألمانية اليزابيت نويل نيومان سنة 1974، وتهتم الباحثة عبر نظريتها برصد آثار وسائل الإعلام على المجتمع وهي نظرية تتفق مع نظرية الحتمية التكنولوجية في قوة تأثير وسائل الإعلام وقد جاءت النظرية كردة فعل على نظريات التأثير المحدود.

وترى نظرية دوامة الصمت أن الأفراد الذين يشعرون أنهم يمثلون أقلية رأي في قضية من القضايا العامة يحجمون عن إبداء آرائهم، بينما يميل الآخرون ممن يؤمنون بأنهم أغلبية رأي يكونون أكثر تحمسا للإدلاء بآرائهم. وتشير صاحبة النظرية إلى أن وسائل الإعلام تركز على أصحاب رأي الأغلبية وتهمل رأي الأقلية وهو ما سيؤدي بهم إلى الانحدار نحو دوامة الصمت. يبدو الأفراد وكأنهم يراقبون بينتهم الاجتماعية ويستطلعون طريقة تفكير من هم حوله ويسجلون بذلك الأفكار المهيمنة فيتبنوها خوف من العزلة الاجتماعية.

ويشكل الإعلام أحد المصادر الرقابية المتوافرة للأشخاص، لكي يتمكنوا من التقاط سيرورة مناخ الرأي وهو دور لا غنى عنه، لأن الإعلام يوفر الضغط البيئي ويحدد انساق المناخ الاجتماعي ومناخ الرأي الذي يهتدي به الأفراد والذين يشكلون ردود أفعالهم على أساسه، عن طريق الانضمام إليه، مصعدين أو مقلصين استعداداتهم للتعبير عن أنفسهم. (مهنا، 2002، ص296)

ومن هنا فالإعلام يصنع الإطار الرمزي والثقافي والمعرفي، ليكون هذا الإطار، المساحة التي يستخدمها الأفراد في تفاعلاتهم الاجتماعية وفي إعطاء معنى لتصوراتهم وأفعالهم. ولهذا الرأي العام عادة ما يكون الرأي المسيطر الذي سيرغم الأفراد على التناغم معه في اتجاهاتهم وسلوكياتهم. وعليه كان الفرض الرئيسي في نظرية دوامة الصمت أن وسائل الإعلام إذا تتبنى آراء معينة خلال فترة زمنية معينة، فإن معظم الأفراد سوف يتوجهون إلى وجهة الاتجاه التي تسانده وتدعمه وسائل الإعلام وعليه يكون المناخ العام يتناغم مع الأفكار التي تسندها وسائل الإعلام.

ويخلص الياهو كانز فكرة دوامة الصمت في مجموعة العبارات التالية:

- كل الأفراد لهم آراء.
- الأفراد تجنبوا للعزلة الاجتماعية لا يفصحون عن آرائهم في حالة ما أدركوا أن هذه الأفكار والآراء لا تحظى بتأييد الجماعة.
- كل فرد يجري إستطلاعات خاصة به للتعرف على مدى التأييد أو المعارضة للرأي الذي يعتنقه.
- وسائل الإعلام من المصادر الأساسية عرض الآراء ونقل مناخ التأييد أو المعارضة.
- تقوم المرجعيات بعملها.
- وسائل الإعلام لأن تتحدث بصوت واحد غالبا ما يكون محتكرا.

- وسائل الإعلام تجنح إلى التحيز في عرض الآراء مما يؤدي إلى التزيف الرأي العام.
- بعض الأفراد أو الجماعات يدركون أنهم مختلفين وغير متسقين مع رأي الأغلبية، مما يجعلهم إما يغيرون آرائهم لتتوافق مع رأي وسائل الإعلام، أو سيلجأون للصمت تقاديا للضغوط الاجتماعية. (محمد عبد الحميد، 1997، ص)

المتغيرات الأساسية التي تساعد في تأثير وسائل الإعلام.

تري- نيومان- أن عملية تشكيل الرأي العام عملية ديناميكية تتشابك فيها الكثير من العوامل فمنها ما هو نفسي وما هو اجتماعي وثقافي وسياسي، بالإضافة إلى الدور المحوري لوسائل الإعلام في تشكيل الاتجاه السائد حول جملة الموضوعات المثارة في المجتمع. وهناك مجموعة من المتغيرات التي تساهم حسب نظرية دوامة الصمت في تأثير وسائل الإعلام.

- **التأثير التراكمي عبر التكرار:** وسائل الإعلام عادة تجنح إلى تقديم رسائل متشابهة ومتكررة حول الموضوعات أو الشخصيات أو القضايا ويؤدي هذا إلى تأثيرات على الأفراد المتعرضين للإعلام على المدى البعيد.
- **الشمولية:** تحاصر وسائل الإعلام على الإنسان في كل مكان، وتسيطر على بيئة المعلومات المتاحة، مما يصدر عنه تأثيرات شاملة ضد الفرد يصعب تجنب رسائلها.
- **التجانس:** يعني القائمين بالاتصال والمؤسسات التي ينتمون إليها، يحدث بينهما اتفاقا وانسجاما مما يؤدي إلى الشبه تطابق في توجهاتهم والقيم الإعلامية التي تحكمهم، وتؤدي هذه العوامل إلى إضعاف فرصة الفرد المتلقي في أن يحرز رأي مستقل حول القضايا المتداولة، وبالتالي تزداد إمكانيات وسائل الإعلام في تكوين الأفكار والاتجاهات التي في الرأي العام. (حسن، حسين السيد، 2014، ص 278).

وتعد نظرية دوامة الصمت من النظريات التي لاقت الكثير من الانتقادات، بسبب أنها قد تصلح لبيئات اجتماعية دون أخرى، فإنها اليوم إذا في ظل البيئة الإتصالية الجديدة أين تعددت مصادر المعلومات وتوفرت للأقليات منصات وأدوات جديدة للتعبير، وحتى إن أرادوا بأسماء مستعارة، فالنظرية تصنف في هذا السياق ضمن النظريات التي تجاوزها الزمن وهذا التوجه سوف نناقشه في بحث خاص.

نظرية الاستخدامات والإشباع:

التيار الوظيفي في نظريته الاستخدامات والإشباع ردد الاعتبار لقدرات الأفراد وإيجابيتهم التي سلبت منهم مع دراسات ما سمي بالمنبه والاستجابة. فمنظور الاستخدامات والإشباع تطور في الستينيات وكان مستلهما من الدراسات التي اشرف عليها بول لازارسفيلد والتي كشف فيها أن الاستعراض الانتقائي لوسائل الإعلام مرده الإهتمام الاجتماعي أو الشخصي للأفراد. ولهذا أن من أهم خصائص نظرية الاستخدامات والإشباع حسب ما ذكر لعياضي (2020، ص 210) أنها أبتعدت في منظورها عن النزعة الإستخفافية بالجمهير، فالجمهور يتألف من مجموعات مختلفة ومتنوعة، ولكل مجموعة خصائصها الثقافية وحاجاتها الاتصالية، ويركز النظام الثنائي في منظور هذه النظرية على الحاجات من جهة وهي أن الأفراد يتعاملون مع الإعلام استنادا إلى حاجياتهم الشخصية، ومن جهة أخرى الإشباع وهي الأهداف والغايات التي يسعى الأفراد لتحقيقها من خلال التعرض لوسائل

الإعلام، وبهذه الكيفية تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات منفردة بهذه الثنائية التي لم تنتبه إليها النظريات السابقة.

مثل منظور الاستخدامات والإشباعات نقلة نوعية في الدراسات الإعلامية، ويعود الفضل إليه أساسا في نقل زاوية الإهتمام لدى الباحثين في حقل الإتصال من الحديث عن التأثير التي تحدثه وسائل الاعلام في الجمهور؟ إنالنظر الى الإختيارات الفردية والعوامل الشخصية التي تتحكم في تفاعل الفرد مع وسائل الإعلام؟ وبالتالي نقل ذلك المنظور التركيز من الرسالة الإعلامية إلى المتلقي الذي يستخدم هذه الرسائل وفقا ظروفه المحددة. ويسعى المنظور إلى شرح كيف يستعمل الأفراد وسائل الإعلام وكيف يسعون إلى إشباع حاجياتهم من هذا الاستعمال، وهو انزياح عن منظور المنبه والاستجابة.

وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على الوظائف التي كان قد حاول أن يحصرها هارولد لازويل لوسائل الإعلام والتي تتمثل في:

- مراقبة البيئة لتبيننا ما يمكن أن يهدد النظام الإجتماعي أو يصطدم بقيم المجموعة
- ربط عناصر الأجزاء التي تشكل المجتمع.
- الحفاظ ونقل التراث الإجتماعي.
- وأضاف لها بول لازارسفيلد وروبرت مرتون دور رابع تمثل في التسلية (لعياضي، 2020، ص211).

يرى كاتز وزملائه أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تركز على خمسة فروض يحتوي فروض النموذج على ما يلي:

- إن الجمهور مشارك بطريقة فعالة في عملية الإتصال الجماهيري، وهم يستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى إنتظاراتهم.
- يعكس استخدام وسائل الإتصال الحاجات التي يقصدها أعضاء الجمهور، ويتحكم في كل ذلك اختلافات الفروق الفردية وومتغيرات التفاعل الإجتماعي وتختلف الحاجات بتنوع الأفراد.
- الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يلبي حاجاته، فالجمهور هو الذي يستخدم وسائل الإتصال، وليست وسائل الإتصال من تستخدم الأفراد.
- يقدر الأفراد دائما على تحديد احتياجاتهم ودوافعهم، وبالتالي ينتقون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباعات (03) أهداف رئيسية هي :

- اكتشاف وفهم كيف يتفاعل الأفراد مع وسائل الإتصال، وذلك إنطلاقا من فكرة الجمهور النشط القادر على أن يختار الوسائل التي تشبع حاجياته وتوقعاته.
- تفسير دوافع التفاعل مع وسيلة إعلامية معينة من وسائل الإتصال.
- التركيز على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف التبصر وفهم عملية الإتصال الجماهيري. (حسن، حسين السيد، 2014، ص241).

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

✓ **الجمهور النشط** : هذه النظرية ترى أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل وسائل الإتصال الجماهيري، بل تشير إلى أن الأفراد يختارون بعناية وسائل الإتصال التي يرغبون في التفاعل معها، بالإضافة إلى إختيار نوع المحتوى الذي يلبي حاجاتهم الإجتماعية والنفسية.

✓ **الأصول النفسية والإجتماعية لإستخدامات وسائل الإعلام:**

إن الجمهور لا يتعامل مع وسائل الإتصال باعتباره أفراد معزولين عن محيطهما الإجتماعي، وإنما باعتبارهم كيانات تنتمي إلى جماعات إجتماعية منظمة، ويشتركون في بيئة ثقافية واحدة.

✓ محفزات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام :

بشكل عام تقسم أغلب دراسات الإتصال دوافع التعرض إلى فئتين:

أ- **فئة الدوافع نفعية:** وتقصّد التعرف على الذات، وتحصيل المعرفة والمعلومات، والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكس الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

ب- **فئة الدوافع الطقوسية :** وتسعى إلى تضيئة الوقت، والإسترخاء، والصدّاقة، والألفة مع الوسيلة، والتهرب من المشكلات، وتتمثل هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل الأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة.

✓ التوقعات من وسائل الإعلام:

تصدر التوقعات من دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام وفقاً للأصول النفسية والإجتماعية للأفراد، وتعتبر التوقعات سبباً في التعرض لوسائل الإعلام. وتتنوع توقعات الأفراد من الإعلام استناداً للفروق الفردية، وكذلك بناءً على الإختلاف الثقافي.

✓ التعرض لوسائل الإعلام:

دوافع الأفراد حسب ما يفترض مدخل الإستخدامات والإشباع التي تؤدي بهم إلى استخدام وسائل الإتصال، لأجل أن يتحقق الإشباع، بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الإتصال وفي هذا المدخل يمكن النظر لوسائل الإتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الإشباع. (رضا عبد الواحد، 2007، ص75).

✓ اشباعات وسائل الإعلام:

إستناداً لمضمون نظرية الإستخدامات والإشباع، تم الإشارة إلى أن أفراد الجمهور مدفوعين بمؤثرات إجتماعية ونفسية لإستخدام وسائل الإعلام بهدف الحصول على : الإشباع.

وقد أهتمت دراسات الإستخدامات والإشباع منذ السبعينات بضرورة التمييز بين الإشباع التي يدركها الجمهور من خلال إستخدام وسائل الإعلام، والإشباع التي يحققها الجمهور بالفعل. وتشمل الإشباع ما يلي:

أ- **إشباع متعلقة بالمحتوى:** وتتحقق من التعرض للإعلام، وتنقسم إلى قسمين:

* **إشباع توجيهية:** وتتعلق بمراقبة البيئة المحيطة وتحصيل المعلومات

*إشباع اجتماعية: وتتعلق بربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب- إشباع العملية: وتتحقق من عملية الإتصال والتعرض لوسيلة محددة ولا تتعلق بصيغة مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

*إشباع شبه توجيهية:

*إشباع شبه اجتماعية:

نظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات الأكثر استخداماً في تأطير البحوث التي تناولت وسائل الإتصال الحديثة خاصة شبكات التواصل الاجتماعي، ولهذا تصنف ضمن نظريات الإعلام والإتصال الأقدم على التكيف مع البيئة الاتصالية الجديدة، وستعرض بالتفصيل في مبحث قادم حول مدى ملائمة النظريات الكلاسيكية لتطبيقها على شبكات التواصل الاجتماعي ومن بينها نظرية الاستخدامات والإشباع، لكن سنتوقف باختصار مع مجموعة من الملاحظات التي ساقها لعياضي (2020) في مراجعة نقدية لتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية العربية أين توصل في تحليله إلى 35 أطروحة دكتوراه ومذكرة ماجستير أنجزت في البيئة الأكاديمية العربية إلى قصور النظرية في تطبيقها لفهم الظواهر الاتصالية الجديدة، فأغلب البحوث التي تناولت الاستخدام توقفت عند البحث عن بعد المحددات من مثل عمر المستخدم وجنسه ومكان استخدامه ووقت استخدامه ومدته ومستواه التعليمي، وعدد الاستخدامات في اليوم، ولغة الاستخدام، ونوع موقع الشبكات المستخدم، فهذه البيانات والكثير من هذه المحددات أصبحت لا وزن ولا قيمة لها في زمن الانترنت، بالإضافة إلى ما ذكره لعياضي في دراسته تتوفر اليوم الكثير من البرامج التي يمكن أن تمنحنا هذه البيانات في ثواني. ويذكر صاحب الدراسة أيضاً أن السؤال الرئيسي الذي يتطلب الإجابة عليه اليوم هو ما التمثلات والمعاني التي يمنحها مرتادو مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لما يفعلونه في السياقات الرقمية؟ .

وبناء على ذلك يمكن القول أن نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات التي يمكن استخدامها في بيئة الإعلام الجديد، انطلاقاً من أنها من النظريات التي أعادت في تاريخ دراسات الإتصال- الاعتبار لقدرات الأفراد وإيجابيتهم في تعاملهم مع وسائل الإعلام. وأمام تعقد الظواهر الاتصالية أين أصبح الأفراد اليوم مشاركين في منتجات الميديا، أصبح منظور الاستخدامات والإشباع لا يكفي لوحده للإلمام بالظواهر الاتصالية المرتبطة بالتقنية الجديدة للإعلام والإتصال، ففي ظل هذا السيل الجارف للمعلومات قد تبدو مهمة البحث فيما إذا كان وسائل الإعلام والإتصال تشبع حاجة الناس للإعلام حاجة علمية لا معنى لها. ولهذا فالضرورة العلمية تتطلب تطور في الانشغالات البحثية إلى البحث عن المعاني التي يعطيها الناس لأفعالهم في هذه الفضاءات الرقمية، مما يستوجب توليف مجموعة من النظريات للإحاطة بالظواهر الإعلامية والاتصالية الحديثة.

نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

مفهوم الإعتماد على وسائل الإعلام كانت بدايته في سنوات السبعينات، وقد جاء هذا المفهوم لملأ الفراغ الذي ترتب عن منظور الاستخدامات والإشباع الذي نقل ثقل الإهتمام من وسيلة الإعلام إلى

المتلقي، مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام اقترحه كل من دي فلور وساندرا بول روكيش اللذين اقترحا أن يتم تحليل تأثير وسائل الإعلام إنطلاقاً من النظر في النظام الاجتماعي بأكمله جمهور ووسائل الإعلام، وبالأساس النظام الاجتماعي.

وهناك طريقة لوصف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تنظر إلى المجتمع كتركيب عضوي، والنظام الإعلامي أحد أبرز مكونات هذا التركيب، وذلك لتشعب علاقاته مع الجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى، ومع الأفراد ومع المنظمات. ولهذا توصف نظرية الاعتماد بأنها نظرية بيئية، تنطلق في تحليلها من الأجزاء وكيفية ارتباطها بالأجزاء الأخرى، وهذا الارتباط أو العلاقة قد تتسم، بالصراع، أو التعاون، وقد تميل إلى أن تكون علاقة ديناميكية ومتغيرة أو ساكنة ومنظمة، في حين قد تجنح نحو أن تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة. (ديفلير، ملفين، روكيتش، ساندرا بول، 1992، ص414)

فمن خلال إسم النظرية تتضح العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد، فالعلاقة التي بينهم هي علاقة اعتماد بين بين الأجزاء المشكلة للنظام الاجتماعي من أفراد وجماعات، فالأفراد والجماعات يعتمدون في إنجاز أهدافهم على مصادر من المعلومات، هذه الأخيرة التي قد تكون أخباراً أو معلومات أو رسائل ترفيحية،

وعلاقة الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على أساسين مهمين وهما:

- الأهداف: لتحقيق الأفراد والمجموعات لأهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم أن يحتاجون لموارد تكون غالباً تحت سيطرة أشخاص آخرين ومجموعات ومنظمات أخرى، والعكس بالعكس.
- المصادر: ويسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم. (حسن، حسين السيد، 2014، 315).

ولهذا نجد أن نظام وسائل الإعلام يسيطر على ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات.

- أولاً: جمع المعلومات: ويتم هذا الجمع من مصادرها أو الأماكن التي وقعت بها، ومن ثم إرسالها إلى المؤسسة الإعلامية
- ثانياً: تنسيق المعلومات: وهنا تبدأ عملية الفرز والتنسيق للمعلومات بصورة إعلامية.
- ثالثاً: نشر المعلومات: وبعد عملية الجمع والفرز والتنسيق يتم توزيع هذه المعلومات جماهيرياً

وبناء على ما تسيطر عليه وسائل الإعلام من معلومات يجد الأفراد والجماعات أنهم تابعون لنظام وسائل الإعلام ويصعب الاستغناء عنه، فيصبح ارتباطهم به ضروري لتحقيق أهدافهم والترابط مع محيطهم.

الاعتماد المتبادل-وسائل الإعلام-والنظام الاجتماعي:-

تكتسب الوسائل الإعلامية قوتها من هيمنتها لمصادر المعلومات التي تعد امراً مهماً للأفراد والجماعات في تحقيق أهدافهم، ولكن نظام وسائل الإعلام لا ينفرد بالسيطرة والقوة في هذه العلاقة، بل العلاقة تكون متبادلة بين نظام وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى، ذلك أن وسائل الإعلام

هي الأخرى تجد نفسها مرتبطة بنظم اجتماعية أخرى تمتلك المعلومة وتهيمن عليها. ولعل علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي هي أوضح مثال للعلاقة المتبادلة بينها وبين النظم الاجتماعية الأخرى.

ولتوضيح طبيعة علاقات الإعتماد على نظم وسائل الإعلام ذات الاتجاهين، يمكننا أن ننظر إلى العلاقات بين نظام وسائل الإعلام والنظام السياسي، وبأسلوب يذكرنا بالصورة المثالية للبناء الوظيفي، فإننا نطلق على العلاقة التي بين نظام وسائل الإعلام والنظام السياسي أو أي نظام آخر والنظام الاجتماعي مصطلح "علاقة تبعية بنائية" لأنها تتعلق بأنماط متكررة للإعتماد المتبادل بين وحدات التحليل الكبيرة وهي في هذه الحالة النظم الاجتماعية.

وبعض المصادر التي تحت سيطرة النظام السياسي ضرورية لتحقيق أهداف نظام وسائل الإعلام، والواقع أن الهدف الأول لنظام وسائل الإعلام في المجتمعات الرأسمالية الحديثة هو الحصول على الربح. وهناك هدف آخر هام هو الشرعية، أو استعداد الآخرين لمنح وسائل الإعلام الحق في حريات معينة كحرية الصحافة. (ديفلير، ملفين، روكيتش، ساندربول، 1992، ص416)

ولهذا نجد النظام السياسي الأكثر ارتباطا بنظام وسائل الإعلام، ففي الوقت تحتاج النظم السياسي وسائل الإعلام من أجل التواصل مع المواطنين لشرح السياسات والإتصال بالمواطنين خاصة في الأنظمة الديمقراطية، نجد النظام السياسي يسيطر على التشريع، والسياسات التجارية والضرائب التي تؤثر على الوضعية الاقتصادية لنظام وسائل الإعلام، وعليه تكون هذه الأخيرة في حاجة أن يمنحها النظام السياسي حقوقا سواء كانت دستورية أو قانونية لتأدية مهامها وتحقيق أهدافها. ولهذا ففوة نظام وسائل الإعلام اتجاه الأنظمة الاجتماعية الأخرى يتوزع حسب توزع المصادر ومدى إعتماد كل نظام عن الآخر وبالتالي فنحن أمام علاقة تبعية بنائية.

الإعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام:

ما ينطبق على النظم الاجتماعية ينطبق أيضا على الأفراد، ينشئ الأفراد علاقات مع وسائل الإعلام، فأتساءل سعيهم لتحقيق بعض أهدافهم فهم بحاجة للوصول إلى مصادر معلومات تكون وسائل الإعلام مسيطرة ومهيمنة عليها، ويذكرا (ديفلير، ملفين، روكيتش، ساندربول، 1992، ص416) أن الأفراد يسعون لتحقيق ثلاثة أهداف هامة:

- **الفهم:** ويتمثل في معرفة الذات، ونمو كشخص، والفهم الاجتماعي ذلك عبر التعرف على معلومات عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
- **التوجيه:** ويشمل توجيه الفعل كأن تتخذ قرار حول ما تشتري، طريقة لبس ثيابك أو حتى الحفاظ على قوامك ورشاقتك.
- **التسلية:** وتشمل التسلية مثل الراحة والمتعة والإسترخاء والتسلية الاجتماعية مثل الإستماع للموسيقى أو قرار الذهاب لقاعات السينما.

وتأسيسا على ذلك فإنه تبرز ثلاث مستويات من التأثير لوسائل الإعلام على الأفراد:

- **التأثيرات المعرفية:** وتشمل (الكشف عن الغموض، تكوين الإتجاهات، الترتيب في الأولويات والإهتمام، تثبيت المعتقدات والقيم).
- **التأثيرات الوجدانية:** وتشمل (الفتور العاطفي، الخوف والقلق، الدعم المعنوي والاعتراب).

- **التأثيرات السلوكية:** والذي تصدر جراء التأثيرات المعرفية والعاطفية وهذه السلوكيات تصدر بدافع من التعرض لوسائل الإعلام.

وتجدر الإشارة إلى أن تأثير وسائل الإعلام على الأفراد حسب نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام يتأرجح بين القوة والضعف، فمتى وسائل الإعلام قامت بتحقيق وظائف مهمة للمجتمع زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام. وكلما كانت وسائل الإعلام بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من اعتماد الجمهور عليها. هذا زادت حدة الصراعات في المجتمع مثل الحروب، أو التغييرات السياسية، أو الاقتصادية، أو الإجتماعية يؤثر ذلك على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتيجة الظرف الذي أوجده الصراع.

1-3-1. مدرسة فرانكفورت:

وبحسب هذه النظرية التي تقوم على الفكر النيوماركسي، تعمل الطبقة الحاكمة أو المسيطرة جاهدة من أجل المحافظة على التقسيم الطبقي الموجود في المجتمع، ولأجل ذلك تجند الطبقة الحاكمة وسائل الإعلام لتسويق الثقافة الجماهيرية التي يتعامل معها كباقي المنتجات الصناعية. وبهذا تكون وسائل الإعلام أداة في يد هذه المؤسسات المهيمنة تعبر عن إيديولوجياتها، وتعمل من خلالها على إقناع البسطاء من أن الوضع القائم يعمل لصالحهم، وتوهمهم بأنه توجد مساواة بين كل طبقات المجتمع.

حيث أستحدث أدرنو وهوركهايمر، في القسم الثاني من الأربعينيات، مفهوم الصناعة الثقافية، إذ قاما بدراسة نقدية للإنتاج الصناعي للمواد الثقافية، أين تحول الإنتاج الثقافي إلى مجرد سلع في ما يشبه تماما العقلية التقنية. فالأفلام كما البرامج الإذاعية والمجلات تصنع بطريقة صناعية في عملية تشبه صناعة سلع، وبنفس الصيغ التنظيمية والتدبير الإداري المعتمد في الإنتاج السيارات أو المشاريع الحضرية. لقد تم الإعداد مسبقا ليجد كل فرد ما يناسبه، أين يصعب على الأفراد الفكك.

وإلى جانب أن وسائل الإعلام التي تعد صناعة كباقي المنتجات المادية كما أشار إليهادرنو وهوركهايمر، فإن وسائل الإعلام تعمل في عملية بث ذات اتجاه واحد يعبر فقط عن مصدر الرسائل والذي هو الطبقة المهيمنة، ولهذا لا يمكن لمستقبل الرسالة أن ينخرط في مناقشة ما يبث إليه.

و ضمن هذا السياق، تنظر مدرسة فرانكفورت إلأن الإنسان في هذا المجتمع الصناعي وفي ظل ما يتعرض له من وسائل الإعلام من مغريات، يصبح غير قادر على اتخاذ القرارات بصورة عقلانية. فلذلك حسب هذا المنظور تلعب وسائل الإعلام والإتصال دور الضاغط في عزل الأفراد عن سياقه الطبيعي و تصنع له واقعا مزيفا وتلهيه عن البحث عن الحقيقة.

2-3-1. النظرية الثقافية النقدية:

تسود هذه النظرية في في المحيط الأكاديمي بانجلترا من روادها ستوارت هول وتعتمد التحليل الثقافي لتتضر في مدى أن تعكس مضامين وسائل الإعلاما يرتبط فعلا الناس، هذه المدرسة تقيد بأن الهيمنة التي تردها دائما في دراساتهما هي الأسلوب الحقيقي والسائد للعلاقة بين من يملكون ومن لا يملكون، وهم يرددون دائما مصطلح الهيمنة عندما يتطرقون للدور الثقافي لوسائل الإعلام.(حسن، حسين السيد، 2014، ص121).

وتهتم الدراسات الثقافية بإنتاج المعرفة وفي صالح من يعمل هذا الإنتاج، الذي تراه هذه النظرية أنه دائما في صالح الذين يملكون زمام الأمر والسلطة في المجتمع، وبالتالي فالثقافة هي ميدان الصراع على الهيمنة، وتلعب الثقافة الجماهيرية بذلك دورا محوريا في إخضاع كل العناصر التي يمكن أن يكون لها نفس نقدي أو معارض. وبعبارة وجيزة يعتبر هذا المنظور إن مسألة تأثير وسائل الإعلام تتجلى من خلال أشكال هذه الأخيرة ومعانيها التي تساهم في إعادة إنتاج الإيديولوجية ومن ثمة تعزيز علاقات اللامساواة والقهر الذي يعتمد عليهما النظام الاقتصادي الرأسمالي. (بومعيزة، 2005، ص47).

ويلخص ستيفوارت هول أحد أبرز رواد النظرية النقدية الأعمال التي قادها أصحاب النظرية الثقافية في:

- دراسة مضمون وسائل الإعلام على المستوى الأوسع بدلا وليس التركيز على نماذج التأثير المباشر التي تنطلق من مفهوم المثير والاستجابة
- التأكيد على مدى الثقل والقوة الفكرية والثقافية التي تتوفر عليها لوسائل الإعلام، وتوضيح وضعية الهيمنة من خلال الطريقة التي تعرض بها العلاقات الاجتماعية والقضايا السياسية التي يتم تحديدها.
- إعطاء إهتمام أكبر للتركيب والبناء اللغوي والفكري بعيدا عن تحليل المحتوى التقليدي فقط.
- التنبيه إلى العلاقة بين ترميز الرسائل الإعلامية وإختلاف تفسيرات الجمهور، عوضا عن مفهوم الجمهور الموحد الذي توافقت عليه الدراسات التقليدية .

3-3-1. نظرية الاقتصاد السياسي:

هي الأخرى نظرية ماركسية تفترض بأن الإيديولوجيا الخاصة بوسائل الإعلام ترتبط بشكل مباشر بالمول الاقتصادي للمؤسسة الإعلام سواء كانت الجريدة، التلفزيون أو الراديو، و وعليه فإن الاعتبار الاقتصادية هي التي تفسر وتحدد السياسة الإعلامية العامة لوسيلة الإتصال، وترى النظرية بأن المؤسسات الاقتصادية لها دور كبير في تشكيل مضامين وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها، فمحتويات وسائل الإعلام تتأثر بشكل مباشر بمصالح الاقتصادية الخاصة بأصحاب هذه الوسائل الذين غالبا ما يسعون إلى الربح المادي، ومن ثم فالمعايير الاقتصادية هي المحدد الرئيسي الذي ما سنسمعه وما سنشاهده في وسائل الإعلام.

وأهتمت نظرية الاقتصاد السياسي بالعلاقة التي تربط النظام الاقتصادي والنظام السياسي، فما علاقة النظام الاقتصادي بالنظام السياسي وما علاقة وسائل الإعلام بذلك؟. الحكومة تشرع القوانين التي تسهر على تسيير الأعمال وإنعاش الاقتصاد ومن جهة أخرى يعمل رجال الأعمال على الوقوف مع الحكومة ودعم مرشحيها السياسيين الذين يضمنون ويحمون المصالح الاقتصادية من خلال دفع الضرائب والمنح والمساعدات التي تسند الحكومة. (حسن، حسين السيد، 2014، ص121).

وعليه يسعى مالكي المحطات وأصحاب رؤوس الأموال للحفاظ على ثبات واستقرار النظام السياسي، ذلك أن تغيّر النظام السياسي سيؤثر عليهم وعلى مصالحهم الاقتصادية سلباً. فحدوث أزمات اقتصادية في سيوثر على سوق الإعلانات التجارية مما يضر بوسائل الإتصال بشكل مباشر. وتسعى وسائل الإعلام التي تنطلق من منطق تجاري على كسب الجماهير القادرة على

إنتاج أرباح لهذه المحطات، ولا تهتم بوظيفتها الاجتماعية المرغوبة وهي نقد السلطة الرأسمالية وتحفيز الجماهير على رفض قيودها.

وبناء على ماسبق ذكره يمكن أن نجمل نظرية الاقتصاد السياسي في النقاط الرئيسية التالية:

- وسائل الإعلام شركات اقتصادية هدفها تحقيق الأرباح.
- ترتبط وسائل الإعلام بالمولين ورجال الأعمال، وهو ما يؤثر على مضامين وسائل الإعلام التي تعد في الأخير صوت هؤلاء الممولين.
- نشر إيديولوجية وقيم القوى الاقتصادية هدفه زيادة الأرباح.

وتلخيصا لما سبق فيما يخص النظريات النقدية، يمكن أن نقول بان وظائف وسائل الإعلام ضمن هذا المنظور هي:

1. العمل على نقل آراء و أفكار وقيم الطبقة الحاكمة إلى الشعب وخدمة مصالحها.
2. العمل على إقناع الشعب أن الوضع القائم يعمل لصالحهم.
3. الحفاظ على الاستقرار الاجتماعي وإخماد الروح النقدية.
4. العمل على طمس أي محاولة للتغيير من قبل القوى المعارضة ومنعهم من الحصول على دعم اجتماعي أو الاعتراف بهم أو منحهم مساحة في المنصات الإعلامية.

وتجتمع الدراسات النقدية كلها حسب محمد عبد الحميد في إطار واحد يتميز بالأساسيات التالية:

تسعى الدراسات النقدية إلى التأكيد على حقه في الحرية والاختيار، ورفض كل الأشكال المختلفة لفرض ثقافات والأفكار معينة من البنية الفوقية، وبالتالي رفض كل الأشكال التي تتمظهر بها الهيمنة التي تمارسها النخبة على أفراد المجتمع.

- ✓ الذي يوضح بشكل دقيق صيغة العلاقات بين المنظومة الإعلامية والقوى المسيطرة في المجتمع، هو السياق الاجتماعي بمعناه الأشمل.
- ✓ الإعتراض على الدراسات الإعلامية الأمريكية الجزئية التي تهتم بالجمهور وإتجاهاته وسلوكه الإتصالي، وكذا تحليل المحتوى الإعلامي دون التركيز على فكر نظري كاف يربط السلوك الإتصالي والمحتوى بالسياق الاجتماعي الأكبر.
- ✓ الإعتراض على الدراسات الأمريكية الأمبريقية، وفتحها بعدم النزاهة في أهدافها والتشكيك في مصادر تمويلها، وإعتبارها دراسات وبحوث تتجاهل الأسئلة الحقيقية.
- ✓ تهتم الدراسات النقدية بدراسة علاقات وسائل الإعلام بما يصدر منها، والإشارة إلى أن المضمون في الإعلام تركيبية لغوية من رموز، إختيارها ليس عملية عشوائية، بل إختيار مخطط بما يتناسب مع أفكار الطبقة المسيطرة في المجتمع..(عبد الحميد،2004،ص219-221).

وتلخيصا لما سبق التطرق إليه حول أهم المداخل النظرية لمدخل التأثيرات الأكثر إستخداما في بحوث الإعلام والاتصال، يمكن إيجازها من خلال هذا الجدول التوضيحي:

جدول رقم(04): يمثل أهم المداخل النظرية لمدخل التأثيرات الأكثر إستخداما في بحوث الإعلام والاتصال

المدخل	الانشغال الرئيسي للمدخل	جملة من النظريات المفسرة للمدخل
مدخل التأثيرات	ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟	التأثيرات الفورية: نظرية الطلقة السحرية التأثيرات المحدودة: نظرية الفروق الفردية نظرية الفروق الاجتماعية نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين نظرية إنتشار المبتكرات التأثيرات المعتدلة: نظرية ترتيب الأجندة. نظرية الغرس الثقافي نظرية التاطير الإعلامي التأثيرات القوية: نظرية الحتمية التكنولوجية نظرية دوامة الصمت.
المدخل الوظيفي	ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟	نظرية الإستخدامات والإشباعات. نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام.
المدخل النقدي	ماذا تفعل الأنظمة بوسائل الاعلام؟	مدرسة فرانكفورت. الاقتصاد السياسي. الدراسات الثقافية.

المصدر: إعداد شخصي

2-3-3-2: تحديات تطبيق نظريات التأثير الكلاسيكية في البيئة الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي

تكمن أهمية النظرية في البحث العلمي أنها أرقى ما يتوصل له الحقل المعرفي، فالنظريات من أهم شروط تشكل العلوم إلى جانب الموضوع والمناهج، والنظرية هي جملة من المفاهيم والتعريفات واستنتاجات علمية تقدم للباحث نظرة منظمة حول ظاهرة من خلال تحديد علاقة بين متغيرات خاصة بالظاهرة، فالنظرية هي إقرار حقيقي بوجود علاقة ما بين متغيرات محققة امبريقيا(أنجرس،2006،ص54). وكل دراسة جادة يجب أن تحتكم إلى نظرية، فالنظرية هي الإطار التحليلي الذي يعتمد عليه الباحث لتفسير الواقع أو استشراف المستقبل ومن خلالها أيضا يستوحي الباحث أدوات ووسائل عمله وإجراءاته المنهجية من أجل إنتاج المعرفة والإلمام بالظواهر المدروسة. وقبل ذلك تظهر أهمية النظرية في أنها دليل الباحث إلى طرح التساؤلات الصحيحة، كما تعينه على ضبط متغيرات الدراسة وصياغة مشكلة وتساؤلات وفروض بحثه. ويقدم الإطار النظري للباحثين عموما خمس وظائف:

- 1- **العنصر المفاهيمي:** ويقصد بذلك أن الإقتراب يمنحنا تنظيماً جيداً لمجموعة من المفاهيم الأساسية والعلاقات المتبادلة بينها، وتكمن أهمية هذه المفاهيم على أساس منفعتها التنظيرية.
- 2- **العنصر التنظيري:** وهو طرح مجموعة من الفروض التي يمكن إخضاعها للتحقيق والإختبار الميداني.

3- **قواعد التفسير:** التي تحيلنا على العبارات التي تصف الظاهرة.

4- **تحديد المشكلات النظرية والميدانية التي تستحقها الدراسة**

- 5- **عنصر المعرفة:** إذ تتوافر في الإقتراب القدرة على الإضافة للمعرفة. (مزيان، 2017، ص76-77).

إن ما شهده ميدان الإتصال من تطورات كبيرة في السنوات الأخيرة، سواء من حيث الابتكارات أو على مستوى الممارسات الإتصالية المستجدة المتأثرة بهذه الابتكارات، قد دفع بالكثير من الباحثين إلى إعادة النظر في تراث نظريات الإتصال بهدف تنقيحها وتكييفها مع وسائل الإتصال الجديدة خاصة ما ارتبط بشبكات التواصل الإجتماعي التي تشهد يوماً تلو الآخر في الحياة اليومية للجماهير، في هذا المسار فقد قام العديد من الباحثين بالبحث في هذا المجال لرصد مكامن تأثير البيئة الرقمية على نظريات الإتصال استناداً إلى التغييرات التي أحدثتها هذه الأخيرة على مجمل عناصر العملية الإتصالية من مصدر الرسالة إلى الرسالة نفسها نهاية عند المتلقي الذي أصبح متفاعلاً ومشاركاً في الإتصال بعد أن وصف بالسلبية في تعامله مع وسائل الإتصال الجماهيرية. وعليه فقد ثار جدلاً كبيراً منذ ظهور الإعلام الجديد وفي مقدمته شبكات التواصل الإجتماعي حول مدى صلاحية الأطر النظرية التي أطرت التفكير في وسائل الإعلام التقليدية من أجل دراسة ما أستحدثت من وسائل إعلامية وإتصالية جديدة وظهرت بذلك مسارات بحثية عديدة بين قائل بقدرة هذه الأطر النظرية التقليدية على التكيف مع وسائل الإعلام الجديد وبين قائل بمحدودية وعدم كفاءة هذه الأطر.

وإذا تمعنا في المنتج البحثي العالمي (الفرنكفوني أو الانجلوكسوني على حد سواء) في مجال الميديا الجديدة سنكتشف المكانة المركزية التي يحتلها المبحث الإستمولوجي الذي يتصل بالتفكير في شرعية إستخدام المفاهيم والأطر المعرفية والأنساق النظرية التي ارتبطت بالإعلام الكلاسيكي لدراسة الميديا الجديدة. (الحمامي، 2012، ص7). فالبحث الذي تناول وتخصص في مجال الإعلام الإجتماعي يمر بفترة مهمة لأنها فترة إعادة النظر في الأسس العلمية التي تستند عليها بحوث الإعلام الإجتماعي والإجتهاد من أجل بناء منظورات علمية متكيفة، تتسم بالمصدقية والفاعلية والقدرة على إحتواء سمات الواقع الإعلامي الأنبي. (عبد المجيد صلاح 2015، ص2)

وكشفت دراسة السيد (2010) أن من بين أهم الإشكاليات النظرية التي تعاني منها بحوث شبكات التواصل الإجتماعي :

- إنجاز بحوث لتفسير ظواهر وسائل التواصل الإجتماعي، دون الإنطلاق من قاعدة نظرية، بسبب غياب مفاهيم ونظريات تتلاءم مع الظواهر المرتبطة بشبكات التواصل الإجتماعي
- النظريات التي تتسم بالشمول والكلية، أصبحت غير قادرة على استيعاب ظواهر التي ترتبط بشبكات التواصل الإجتماعي.

- وجود تحديات وصعوبات في العمل على تطبيق بعض النظريات التقليدية على واقع وسائل التواصل الاجتماعي بسبب اختلاف السياق الإعلامي والاجتماعي والثقافي التي تشتغل فيه كل واحدة منها.
- قلة الاجتهاد في تكوين مفاهيم نظرية تتلاءم وطبيعة ظواهر وسائل التواصل الاجتماعي.

و انطلاقا من الرأي القائل بضرورة إعادة النظر في العدة التنظيرية الكلاسيكية عند التعامل مع الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي هناك مجموعة من المتغيرات والعوامل الداخلية مرتبطة بالظاهرة الإعلامية والاتصالية الجديدة التي تستدعي إجراء تحول في الإطار النظري العام الذي يجب أن يوجه بحوث شبكات التواصل الاجتماعي ربما أهمها هو أن تدفق الإتصال لم يعد عموديا وأحاديا بل أصبح للمرسل والمتلقي نفس حجم السيطرة على العملية الاتصالية، فقد وفرت وسائط الإعلام الجديد مساحة جديدة لم تتاح من قبل للتعبير، حيث أصبح بإمكان الأفراد والمجموعات والمجتمعات بثتى أشكالها إبداء آرائها والتعبير عن كل ما بدى لها من أفكار ومشاعر، بل أمتد ليشمل التعبير عن تفاصيل الحياة اليومية، ومن تم لم يعد صناعة المحتوى يقتصر على ما يصنعه المهنيون والنخب، فحن أمام بيئة إتصالية جديدة تمنح الفرد اليوم القدرة على الإختيار في ظل تعدد مصادر المعلومات . فهذه الديناميكية في السلوك الإتصالي الجديد يبدو أن الكثير من نظريات التأثير تتجاهله. كما أن واحدة من التغيرات المهمة في هذا السياق هو أنه لم يعد هناك حدود واضحة بين الإتصال الشخصي والإتصال الجماهيري كما تعاملت معها دراسات الإعلام والإتصال في زمن الصحف والإذاعة والتلفزيون حيث أصبح من الممكن بفضل هذه الوسائط إستخدامها لغرض الإتصال الشخصي والجماهيري في نفس الوقت. وفي هذا المقام يطرح DENIS MCQUAIL (2010) في كتابه نظرية الإتصال الجماهيري سؤال حول ما إذا كانت وسائل الإعلام الجديدة تمثل نظرية جديدة؟ ويطالب بإعادة تقييم النظريات المتعلقة بالإتصال الجماهيري على نحو مستمر في ضوء التقنيات الجديدة وتطبيقاتها في ظل وصول أنواع جديدة من وسائل الإعلام التي توسع حسه كامل نطاق الإمكانيات الاجتماعية والتقنية للإتصال العام وتغيره. ويضيف ماكويل أن وسائل الإعلام الجماهيرية شهدت فعلا تغيرا كبيرا من تدفق أحادي الطريقة وأحادي الاتجاه وغير متمايز إلى جماهيرية غير متمايزة، علاوة على ذلك تشير نظرية مجتمع المعلومات إلى نشأة مجتمع من نوع جديد يختلف اختلافا شديدا عن المجتمع الجماهيري، بل مجتمع يتميز بشبكات إتصال تفاعلية شديدة التطور، وفي نفس الاتجاه يذكر الحمامي أن مواقع الشبكات الاجتماعية تختزل منطق العولمة المتنامي ذات الصلة بتداخل المجالات المحلية والعالمية والمجالات الذاتية والعمومية. ومن هذا المنظور فإن نشاطاتنا وممارساتنا المتصلة بمواقع الشبكات الاجتماعية تدرج في ما يسمى نموذج الحداثة السائلة والمتحركة التي تحيل على المجتمعات الفردانية والاستقلالية، وهذه المجتمعات تحكمها العلاقات الاجتماعية المتحولة التي تبنى في إطار المؤسسات الاجتماعية لصلابتها. ففي المجتمعات الحداثة السائلة يفقد الناس المؤسسات القارة والمستمرة التي يستندون إليها فتسود لدى المجتمع العلاقات الاجتماعية الهزيلة فاقدة الصلابة. (الحمامي، 2012، ص2).

ولهذا وحسب تقدير الباحث فإن الجذور النظرية لنظرية الإتصال الجماهيري تقريبا لم تعد قائمة لأننا اليوم أمام إتصال عبر وسائط، حيث أن الإتصال يتم عبر مجموعة من الأجهزة التكنولوجية يتم إستخدامها لإختيار وإرسال وإستقبال الرسائل، ويتاح إستخدامها لغرض الإتصال الشخصي أو الجماهيري أو كلاهما معا. وبينما كانت الدراسات الاتصالية التقليدية ترجع التأثيرات التي تحدثها

وسائل الإتصال على الجمهور إلى بنى ثابتة وراسخة في المجتمع مثل البناء الاقتصادي لنظم الإتصال والبناء السياسي للبيئة الإتصالية، والبناء النفسي للفرد شهدت كل هذه البنى تغيرات جوهرية عصفت بالأساسيات والمفاهيم التي كانت تحكم تفسيرات الظواهر الإتصالية التقليدية إذ أننا مستخدمى الشبكات الإجتماعية أصبحنا نتعرض لتأثيرات مغايرة عما سبق ويصعب الاحتكام فقط إلى ذات البنى التقليدية في تفسير أسباب هذه التأثيرات وأشكالها ومعالمها. (السيد، 2010)، وهذا جزء من التحولات الجارية في البنية الإتصالية حيث تم التحول من مفهوم الاستهلاك إلى التركيز عن مفهوم التفاعل، والتحول من مفهوم المتلقي إلى مفهوم المستخدم، والتحول من البحوث التي تركز على الجمهور العام إلى مفهوم الفرد الذي يتلقى محتوى متفردا عن غيره، التحول من البحوث التي تركز على التفاعل الذي يتم في إطار الجماعات والمؤسسات إلى البحوث التي تركز على التفاعل الشبكي وبين المجموعات، التحول من البحوث التي تركز على توصيف السمات التكنولوجية والسلوكية لوسائل التواصل الإجتماعي إلى التركيز على البحوث الخاصة بالتحليل الثقافي والإجتماعي، وهكذا أظهرت التطورات التي عرفتها البيئة الإتصالية الحديثة الحاجة الماسة إلى نظرية إتصال يمكن على أساسها التعامل مع المتغيرات الحديثة التي أفرزها الواقع الإتصالي الجديد.

ويمكن في هذا السياق أن نسوق بعض نقاط الضعف في نظريات الإتصال في ظل المعطيات التكنولوجية الجديدة التي أنتجت لنا بيئة إتصالية جديدة تختلف كثيرا عما سبقها.

نظرية حارس البوابة:

ما موقع نظرية حارس البوابة في ظل منظومة الإتصال الجديدة كالمواقع الإلكترونية والمننديات ومواقع الفيديو وشبكات التواصل الإجتماعي؟ مما لا شك فيه أن الإعلام الجديد قد أنهى احتكار المعلومة ولم يعد مستخدمو الوسائط الإعلامية الجديدة في حاجة إلى حراس بوابات ينوب عنهم في إختيار ما يرونه مناسباً لهم، بل أصبح هو في حد ذاته صانعا للمعلومة وللمحتوى الخاص بهم، في حين أرتبط مفهوم حارس البوابة في بيئة الإتصال التقليدية بالقائم بالإتصال وهو المهيم على مسار المعلومات والرسالة الإعلامية مما يجعل منه صاحب السلطة في تمرير المضمون الإعلامي للجماهير. وحراسة البوابة تعني في مسار سلسلة الإتصال من لحظة الحصول على خبر إلى غاية وصوله إلى الجمهور، يكون هناك في مكان من هذه السلسلة حراس بوابة لديهم سلطة إقرار ما يمر وما لا يمر للجمهور. (رشتي، 1978، ص199)

فلقد أتخذ تدفق المعلومات أشكالا جديدة تختلف على النمط الرأسي الذي كان متداولاً (من الحراس إلى الجمهور)، فالجمهور أكتسب صفة التفاعلية من خلال قدرته على إختيار من بين ما هو معروض من مادة إعلامية ما يناسبه شكلا ومضمونا وتوقيتا، في المقابل تم إسقاط صفة التلقين التي ميزت وسائل الإعلام لفترة طويلة. (صيشي، بنزروق، 2017، ص263-274)

فالسيطرة التي كانت للقائم بالإتصال في البيئة الإتصالية التقليدية لم تعد ممكنة في ظل المعطيات التكنولوجية الحديثة وفي ظل تنامي المحتوى بجميع أشكاله مع تطور تقنيات النشر والتصوير المتاحة بعد التطور الكبير الذي لحق الهواتف الجواله التي أصبحت مزودة بكاميرات لم يسبق إليها من قبل من حيث الجودة. فهذه التحولات قوضت فعالية حراس البوابة حيث أصبحنا نشهد عملية عكسية من المستخدمين في البيئة الإتصالية الجديدة أين يقومون بإنتاج مضامين ورسائل يتم عادة حجبها في

الإعلام التقليدي. فإجمالاً يمكن القول أن ما ذكر يمثل رؤية تعتبر أن القيود التي كان يفرضها حراس البوابة في البيئة الكلاسيكية للإتصال قد زالت، فالبيئة الإتصالية الجديدة قد أضعفت الضغوط السياسية وكذا قيود الحصول على المعلومات وبث هذه المعلومات. فالتكنولوجيات الحديثة قد أصبحت تشكل تهديداً لوظائف حراسة البوابة. إن الإعلاميين في هذا السياق من جهة أخرى لم يصبحوا واقعين تحت ضغط ظروف العمل خاصة ما تعلق بالتوقيت والمساحة مثل ما هو واقع في وسائل الإعلام التقليدية. (برناط، 2018، ص)

وبمقابل المنظور الذي يرى أن نظرية حارس البوابة أصبحت نظرية متجاوزة بناءً على ما ذكرناه سابقاً مما يجعلها غير قادرة على إستخدامها في التفكير في ظواهر الإتصال الجديدة فإن هناك منظور آخر يقر بان البيئة الإتصالية الجديدة قد أخذت بأركان نظرية حراس البوابات إلا أن وظيفة وجوهر حارس البوابة لا يزال حياً في البيئة الإلكترونية وإن اختلف السياق الذي يتم فيه هذه المهام، وأن هناك حراس بوابة آخرين لا يزالون يمارسون ذات المهام التي يقوم بها حراس البوابة التقليديين ويؤكدون أن مهمة الغربلة والفلتره لم تختف تماماً فبعضها يقوم بها حراس أفراد والبعض الآخر تقوم بها وسائل وبرامج متخصصة (مكيري، 2017، ص199)

وعند هذه النقطة يمكن الإشارة إلى أن إذا كانت المؤسسات المتعددة الجنسيات التي كانت تحتكر المؤسسات الإعلامية الضخمة في العالم والتي كانت تعمل على توجيه الرأي العالمي بما يتناسب ورؤيتها للأشياء فإننا اليوم أمام احتكار آخر تترجمه الشركات المعلوماتية مثل جوجل وأمازون وفيسبوك وغيرها وقد سجل مؤخرًا الكثير من الشواهد على مراقبة هذه الشركات حيث سبق وأن أثار بعض الناشطين والجماعات الحقوقية أثناء غزو إسرائيل المحتلة حي الشيخ جراح بالقدس مخاوف من إسكات منصات التواصل الإجتماعي على غرار إنستغرام وفيسبوك الأصوات الفلسطينية، بعد حذف منشورات توثق جرائم الاحتلال، وهذا ما أكد تقرير نشره موقع مؤسسة الشبكة "AI Shabbaka"، وهي مؤسسة مهتمة بالقضية الفلسطينية ومقرها كاليفورنيا، في ديسمبر 2020، انحياز شبكات التواصل الإجتماعي بشكل كبير ضد المسلمين عموماً والقضية الفلسطينية خصوصاً. <https://alkhaleeonline.net/> بتاريخ 2021/09/14 الساعة 08.00 صباحاً. فمثل هذه الشواهد تشير إلى أننا أمام مراقبة من نوع جديد، صحيح أن حارس البوابة في نموذجها الأصلي لم تعد مناسبة للتعقيدات الجديدة لكن يبقى جوهر الفلتره موجوداً بشكل شبكي، ولهذا تفضل السخاوي (2021) مصطلح مراقبة البوابات بدلاً من حارس البوابة لأنه أكثر مناسبة لعالم اليوم، كما تشير إلى أن الاتجاه الحديث في نظرية حارس البوابة هو الحديث عن "حراسة البوابة بشكل شبكي" حيث يضع مفهوم حراسة البوابات في مكانه من الشبكة المعقدة لمواقع التواصل الإجتماعي والخوارزميات المحوسبة التي تقرر ما يتم عرضه.

نظرية الإستخدامات والإشباعات:

نظرية الإستخدامات والإشباعات من أكثر النظريات التي أستخدمت بشكل كبير من قبل الباحثين في وسائل الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الإجتماعي، فهي أكثر تكيفاً من بين كل نظريات التأثير والمدخل الوظيفي مع طبيعة الإعلام الإجتماعي، فجل الدراسات العربية التي تناولت مواقع التواصل الإجتماعي في تخصص علوم الإعلام والإتصال اعتمدت على نظرية الإستخدامات والإشباعات بالدرجة التي أصبح معها الإعتقاد لدى قطاع واسع من الطلبة ودارسي علوم الإعلام والاتصال أنه لا توجد

نظرية غيرها لدراسة هذه الشبكات الإجتماعية(لعياضي، 2020، ص217). ويعود سبب قدرة نظرية الاستخدامات والإشباع على التأقلم مع البيئة الإتصالية الجديدة إلأنها نظرية للجمهور وليس نظرية للقائم بالإتصال، فهي النظرية التي أنهت مرحلة من الاستخفاف بقدرات الجمهور كما كان ينظر إليه قبل تطوير نظرية الاستخدامات والإشباع، فالجمهور حسب منظور النظرية أصبح يتميز بالنشاط والحيوية والقدرة على الإختيار الواعي والفاعل في العملية الإتصالية. أين أنتقل التركيز إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ بعد إن كان التفكير منصبا على ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور.

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفية. فخلال الأربعينات، أدى إدراك تأثير عواقب الفروق الفردية والتباين الإجتماعي على سلوكيات الفرد المرتبطة بوسائل الإعلام، إلأنبثاق مفاهيم جديدة للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. حيث حدث تحوّل فيروية الجماهير فبعدها كانت الدراسات تعتبر الجمهور عنصر سلبي وضعيف الفعالية في علاقته بوسائل الإعلام، إلى رؤية أخرى تركز على أن الجمهور نشط وفعال في إختيار ما يلائمهم من مضمون ووسائل الإعلام. (حجاب، 2010، ص297).

وبدايات الإهتمام بالبحث عن قضية الإشباع الذي توفرها وسائل الإعلام والإتصال إلى جمهورها، إللبدايات البحث التجريبي في تخصص علم الإعلام والإتصال. وهذه الدراسات بدأت في الأربعينات في أعمال لازار سفيلد وستاتون وبرلسون وفي الخمسينيات في أعمال ماك كوبي وريليز وفريدسون وخلال السنينات في أعمال الباركر شرام ولايل. ومقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الإعلام والإتصال، فإن هذا النموذج يأخذ بعينالإعتبار زبون وسيلة الإعلام والإتصال (المتلقي) كبداية بدلا من أن تكون الرسالة الإعلامية والإتصالية هي نقطة البدء. وي طرح النموذج الجديد أن الأفراد يوظفون بفعالية مضامين رسائل الإعلام والإتصال. (العبد الله، 2006، ص2010).

تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في بحوث شبكات التواصل الإجتماعي.

كما ذكرنا سابقا حظيت نظرية الاستخدامات والإشباع بإهتمام كبير في البيئة الرقمية، من طرف الباحثين في مجال الإعلام والإتصال واعتبروها مناسبة لتطبيقها على الإعلام الجديد. فحسب "رأي بيرن" التفاعلية على مستوى الأنترنت هي بمستوى أكثر قوة، مما هي عليه على مستوى وسائل الإعلام الكلاسيكية. ولأن الفرد قصدي في إستخدامه وتصفح لمواقع معينة من أجل إشباع حاجياته فهي تعتبر الأنسب مقارنة بالنظريات الأخرى للدراسات حول شبكات التواصل الإجتماعي والإعلام الجديد بصفة عامة. (رايس علي، 2016، ص208).

ولكن ما يعاب على تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع أن الباحثون يشتغلون بنفس مصفوفة الدوافع والإشباع الخاصة بوسائل الإعلام التقليدية في حين تختلف هذه الأخيرة اختلافا كبيرا عن الإعلام الجديد حيث خلقت البيئة الإتصالية دوافع وإشباع جديدة للمستخدمين، ذلك أن شبكات التواصل الإجتماعي مثلا يوفر إضافة للحصول على معلومات متجددة، إمكانية متابعة الأشخاص أو المجموعات والاشتراك في النشاطات المتنوعة التي تنجزها هذه الأخيرة. هذا وارتبطت الكثير من الدوافع أيضا لدى المستخدمين بالجانب النفسي، إذ أضحت شبكات التواصل الإجتماعي منصات لعرض الهوية وتحقيق الذات وهذا ما توصلت إليه دراسة عبدالكافي(2019) أين كشفت أن الاتجاه الغالب لأفراد عينة الدراسة من الشباب الجزائري يتجه إلى التأكيد على أنهم يقومون بعرض

ذواتهم على الفيسبوك وعرض الذات غالباً ما يكون حقيقياً وقد أبانت الدراسة أيضاً ميل عينة الدراسة بناءاً على طبيعة ما ينشرونه في صفحاتهم الشخصية أنهم يهدفون إلى تكوين انطباعات إيجابية عن أنفسهم (قلاعة، 2019). كما تم الربط بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وزيادة رأس المال الاجتماعي حيث يسعى المستخدمون إلى توسيع شبكات العلاقات الاجتماعية واكتساب صداقات جديدة أو العمل على تدعيم أكثر للروابط الاجتماعية القائمة خاصة الأقارب والأصدقاء وزملاء المدارس وهو اتساع نطاق تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي التي لم تكن واردة مع ظهور نظرية الاستخدامات والإشباع. وفي دراسة للشامي (2013) موسومة بمواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي حيث توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الفيسبوك وبين معدلات تحقق مظاهر الرأس المال الاجتماعي. (الشامي، 2013، ص178)

ولكن رغم ما حظيت به نظرية الاستخدامات والإشباع من إهتمام من قبل الباحثين في علوم الإعلام والاتصال في بحوثهم المتعلقة بالإعلام الجديد وخاصة بحوث شبكات التواصل الاجتماعي نظراً للقدرة المتميزة للنظرية على التكيف مع المتغيرات التكنولوجية الجديدة وميزتها التي تحتفي بقوة الفرد وإختياراته، إلا أن النظرية واجهت انتقادات كبيرة من الباحثين في حقل الإعلام والاتصال تتمحور حول محدودية نظرية الاستخدامات والإشباع لفهم واستيعاب ظواهر الإتصال الجديدة،

فتبحث هذه النظرية في الاستخدام الذي يعد أحد أهم مفاهيمها وعادة ما يتم البحث في جنس المستخدم وسنه وزمن ومكان استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي ووقت ومدة وعدد الاستخدام في اليوم ولغة الاستخدام وأي نوع من الشبكات يستخدم أكثر، إن البيانات المتعلقة مثلاً بمكان الاستخدام أصبحت ضعيفة الجدوى في وقت تقدر الأنترنت المتنقلة عن طريق الهاتف الذكي، وكذلك الأمر فيما يخص البيانات المتعلقة بزمن الاستخدام صباحاً أو مساءً أو ليلاً، هي الأخرى أصبحت بدون مغزى في ظل تحرر المستخدم من إكراهات الزمن .

إن هذه المعلومات وشبهتها قد لا تفيد سوى موزعي الصحافة في شكلها الورقي، والقائمين على البرمجة التلفزيونية التقليدي، وجل البيانات الأخرى أصبحت يمكن الوصول إليها بسهولة سواء عن طريق الإحصاءيات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي أو التي يمكن الحصول عليها من خلال البرامج الإلكترونية المدفوعة (عياضي، 2020، ص223) وتتوفر اليوم الكثير من البرامج الإلكترونية التي تمكن الباحث من الحصول على هذه البيانات مثل : HOOTSUITE – GOOGLE ANALYTIQUE-AFS ANALYTIQUE.ALEXA.COM

إن الوصول إلى نتائج في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي التي عادة ما تعتمد على نظرية الاستخدامات لا تجيب عن هاجس معرفي أو حقائق جديدة فهل معرفة عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصهم تعبر عن فهمنا لهذه الشبكات؟ في وقت اتجهت جل البحوث في الدول الغربية إلى البحث في سوسيولوجية الاستخدام في تمثّل وتصورات المستخدمين لهذه الشبكات.

نظرية ترتيب الأجندة:

لا تزال نظرية ترتيب الأجندة تشغل مكانة متميزة في إهتمامات الباحثين في علوم الإعلام والاتصال رغم ظهورها في السبعينيات على يد كل من ماكوميس ودونالد شو بمناسبة الحملة الانتخابية الأمريكية في تلك الفترة، وتتميز نظرية ترتيب الأجندة بثراء كبير ولذلك عمل الكثيرين على

تطبيقها في العديد من الأبحاث عبر العالم. وتتمحور النظرية حول فكرة مفادها وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين إهتمامات وسائل الإعلام وجدول أعمال الجمهور، ومرت النظرية بعدة إتجاهات بحثية انطلاقاً من المستوى الأول الذي يأخذ من أولويات الجمهور كمتغير تابع بينما أولويات وسائل الإعلام متغيراً مستقلاً وهذا المنحى هو الانطلاقة الأولى للنظرية منذ ظهورها سنة 1972، وإذا كان المستوى الأول من نظرية الأجندة يتمحور حول كيف تؤثر وسائل الإعلام في ما يجب أن نفكر فيه فإن المستوى الثاني يتمحور حول العناصر والسمات في التغطية الإخبارية لقضية ما أي تأطيرها بشكل معين من خلال إبراز لجوانب معينة على حساب أخرى. إضافة إلى هذا كانت هناك إتجاهات بحثية عديدة ضمن نظرية ترتيب الأجندة منها الاتجاه الذي يسعى إلى استكشاف العوامل النفسية والإجتماعية والفروق الفردية وانتماءات الفرد للجماعات المرجعية التي تزيد من تأثير ترتيب الأجندة، كما بحث الكثير من الباحثين أيضاً في بناء أجندة وسائل الإعلام فإذا كان الاتجاه الأول الذي أنطلقت معه نظرية ترتيب الأجندة يسعى إلى معرفة من يضع أجندة الجمهور فإن الاتجاه البحثي الجديد عكس المعادلة بالبحث واستكشاف من يبني أجندة وسائل الإعلام .

هذا عن أهم الإتجاهات البحثية التي عرفت نظرية ترتيب الأولويات منذ ظهورها في السبعينات فماذا عن النظرية في ظل البيئة الإتصالية الجديدة؟

عند هذا السؤال اختلف الباحثين حول ما إذا كانت نظرية ترتيب الأجندة ما زالت صالحة لتأطير والتفكير في وسائل الإعلام الجديد خاصة شبكات التواصل الإجتماعي التي أهم ما يميزها إعلاء الذاتية والتفاعلية، ينطلق الجناح الراض لاستمرارية النظرية من تعدد مصادر المعلومات ونهاية احتكار القائم بالإتصال في وسائل الإعلام التقليدية، فلم يعد الجمهور رهينة لوسيلة إعلامية معينة في ظل إنتشار صحافة المواطن التي توفر للمستخدمين مساحات كبيرة للتعبير. فاختلاف تضاريس وسائل الإعلام الجديدة عن التقليدية على عدة مستويات سواء ما تعلق بشكل المحتوى أو نوع المحتوى أو الخصائص الهيكلية مما جعل الكثير من الباحثين ينادون بعدم أهلية نظرية ترتيب الأجندة للعالم الرقمي الحالي.

وعلى عكس التيار البحثي الذي سبق ذكره والذي ينادي بإحالة نظرية ترتيب الأجندة على التقاعد، هناك اتجاه بحثي يرى أن النظرية لا تزال صالحة للتطبيق في العالم الرقمي لكن مع تغيير النظرة إلى عملية تكوين الأجندة نظراً لتغير طريقة تأثير الوسيلة وكذا البيئة التي تحدث فيها عملية وضع الأجندة وأصبحت أمام عملية عكسية لترتيب الأجندة ذلك أن شبكات التواصل الإجتماعي نجحت في الكثير من المرات في جعل بعض القضايا والموضوعات محل نقاش مجتمعي كبير بين أفراد المجتمع وحتى في وسائل الإعلام التقليدية، بل أصبحت أيضاً هذه الشبكات تسلط الضوء على مواضيع عادة ما كانت مخفية ومتستر عليها في الإعلام الكلاسيكي. وبالتالي أصبح هناك تداخل وتبادل للأدوار فيما يخص وظيفة ترتيب الأجندة فهي لم تعد حكرًا على وسائل الإعلام فالجمهور وفي ظل تغير اتجاه الإتصال الذي كان عمودياً للإتصال تفاعلي أصبح قادراً هو الآخر على ترتيب الأولويات لوسائل الإعلام. وتبقى نظرية ترتيب الأجندة من النظريات الثرية والغنية بالإتجاهات البحثية.

نظرية دوامة الصمت:

تعتبر نظرية دوامة الصمت من أشهر النظريات المفسرة لظاهرة الرأي العام، والتي تناولت فيها صاحبها نيومان تأثير ادراكات مناخ الرأي السائد حول قضية ما على تعبير الأفراد عن آرائهم، وتطرح نيومان قضية الرأي العام وتفترض أن هذا الأخير يتشكل ويتغير وفق عوامل نفسية واجتماعية ويحتل الخوف من العزلة مكانة مركزية في نظرية الصمت، فالفرد حسب النظرية يقوم بمراقبة محيطه ومتى رأى أن رأيه لا يتوافق مع رأي الأغلبية يحجم عن الإدلاء به خوفاً من العزلة الاجتماعية وخوف من أن يفقد حب الناس واحترامهم وهكذا يميل الأفراد إلى الصمت أو قد يدعون التوافق مع الأغلبية إذا أدركوا أنهم يتعارضون معها في الرأي. وتلعب وسائل الإعلام هي الأخرى دوراً محورياً في عملية الصمت على اعتبار أنها مصدر تلقي المعلومات للأفراد ومصدر التعرف على توزع الآراء في المجتمع حول القضايا. فهل لا تزال نظرية الصمت قادرة على التكيف مع المتغيرات التكنولوجية الرقمية وقادرة على تأطير وسائل الإعلام الجديدة خاصة شبكات التواصل الاجتماعي؟

تعد نظرية الصمت من النظريات التي مستها الكثير من الدعاوى لأنهاء العمل بالنظرية وإحالتها للتقاعد لأنها لم تعد صالحة للتعامل مع وسائل الإعلام الرقمية ذلك، أن في ظل تعدد مصادر المعلومات لم يعد ممكناً السيطرة على مناخ الرأي، مما يسمح اليوم من تقويض مناخ الرأي المهيمن ولا يمكن إسكات صوت الأقلية. إن لكل اليوم في الفضاء الافتراضي رأيه وأجندته الخاصة به وقد مكنته سهولة استخدام الوسائط الجديدة وضعف تكلفتها وتخطي حاجزي الزمان والمكان من أن يسمع صوته والدفاع عن خياراته بعيد عن أي تأثير سياسي أو اقتصادي. كما أن وسائل الإعلام التقليدية لم يعد لها المجال لتحتكر مصدر المعلومة لوحدها وتخلص الجمهور بذلك من سلطة النخبة السياسية والإعلامية التي تتحدث عادة باسمه وعليه يمكن القول إجمالاً أن البيئة الرقمية لا تتيح تكوّن رأي من الأغلبية المستقر أو الثابت. أن التقنيات الحديثة سمحت للأفراد من إخفاء هوياتهم الحقيقية والتستر عليها مما جعلت الأقليات في المجتمع تجند هذه الأدوات الجديدة للتعبير وإبداء الرأي والدفاع عن حقوقها دون الخوف من العزلة الاجتماعية كما جاء في النظرية بل أصبحت هذه الأقليات تؤثر في مجرى الأحداث في مجتمعاتها.

وعلى عكس التيار البحثي الأول فإن هناك تيار آخر يرى بأن نظرية دوامة الصمت لا تزال صالحة للتفكير في الظواهر الاتصالية الجديدة المرتبطة بتكنولوجيات الإتصال الحديثة، ويسوق الباحثون حسب ما ذكرته الباحثة السخاوي (2021) في دراسة حول الإتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الإعلام في العالم في شرحهم لتقديم بيئة الإعلام الرقمي أشكالاً جديدة وإضافية لمراقبة بيئة الرأي بالمقارنة بوسائط الإعلام التقليدية، فيمكن أن يكون النقر مثل (الإعجاب، والمشاركات والتعليقات) بمثابة إشارات حول وجهات نظر الأغلبية، وقد يراقب الأشخاص مثل هذه الإشارات بشكل خاص خوفاً من العزلة، وذلك يدعم الرأي القائل بأن دوامة الصمت ما زالت صالحة لدراسة بيئة الوسائط الجديدة. وتضيف أن هناك اليوم في علم الأنترنت نوع جديد من العقوبات المحتملة للمعارضين والأقليات يختلف عن ما هو قائم سابقاً، وأن هناك سيناريوهات لقمع رأي الأقلية، أهمها هو احتمالية التعرض للتعليقات الوقحة والهجمات الشخصية حتى وإن اختار المعرض عدم الكشف عن هويته.

خلاصات الباحث :

إن ما ذكر في هذا المبحث حول تطبيقات نظريات الإعلام الكلاسيكي على البيئة الرقمية هو جزء من النقاش وليس كل النقاش الموجود في هذا المجال، وقد بسطنا بالبحث عينة من النظريات التي تعتبر الأكثر استخداماً في بحوث علوم الإعلام والاتصال وبناءً على هذا الطرح يمكن أن نوجز بعض الخلاصات في النقاط التالية:

✓ أن الباحثين في علوم الإعلام والاتصال أمام بيئة إتصالية جديدة تختلف حقيقة عن البيئة الإتصالية الكلاسيكية ذي الاتجاه الواحد، ولا يمكن اليوم اعتبار الوسائط الجديدة وعلى رأسها شبكات التواصل الإجتماعي أنها مجرد امتداد أو لواحق لوسائل الإعلام التقليدية، بل نحن اليوم أمام عالم إتصالي جديد ومن تم فإن تعاملنا معه بنفس التفكير النظري والمنهجي يعد خطأ، كما أن القول الفصل بعدم قدرة النظريات الكلاسيكية التي ارتبط ظهورها بوسائل الإعلام الجماهيري للتطبيق على البيئة الرقمية ففيه نوع من الإجحاف المعرفي وذلك لقدرة الكثير من النظريات على التكيف مع البيئة الإتصالية الجديدة، بالإضافة إلى أننا لا يمكن أن نجزم بعدم الصلاحية للنظريات القديمة ما دام لا نملك دراسات أمبريقية متواترة تثبت عدم جدوى هذه النظريات في الواقع التقني المعاصر. ويذكر سعد(2017) في هذا السياق أن حداثة الاتجاه البحثي ضمن النظرية لا يقلل من قيمة الاتجاه البحثي كما أنه لا يعني أنه الأفضل مما سبقه وأن احتياجنا بدرجة أكبر مما سبقه. كما أن قدم الاتجاه البحثي لا يعني أننا قد وصلنا إلى الحقيقة العلمية بشأنه. فالعلوم الإجتماعية لا تعرف الحقائق المطلقة كما أن تشعب المتغيرات وتغير البيئة الإعلامية وظهور وسائل الإتصال الجماهيري بالإضافة إلى تعدد المتغيرات في ظل بيئة إعلامية متغيرة وجديدة يجعلنا في حاجة إلى البحث وإعادة البحث بشكل مستمر(سعد، 2017).

✓ إن النظريات التي تعتمد على مفاهيم الإختيار وتنطلق من مرجعية قوة الأفراد في التفضيل وتظم في تركيبها قدرة المستخدم أن يختار هي النظريات التي يمكنها أن تفسر استخدام الإعلام الجديد فكل ما كانت النظرية ترتبط أكثر بالوسيلة على حساب المستخدم والاستخفاف بقدراته ستكون عاجزة على استيعاب فهم المستخدم في بيئة الإعلام الجديد. ومن هذا المنظور كانت نظرية الاستخدامات والإشباع الأكثر تكيفا مع المتغيرات الجديدة وتصدرت النظريات الأكثر استخداماً من بين نظريات التأثير.

✓ يظهر اليوم الحاجة أكثر من أي وقت مضى إلى المزج النظري أو التثليث النظري عند تناول الظواهر المتصلة بالإعلام الجديد، والذي يقوم على المزج بين عدة مقاربات نظرية للإلمام بكل جوانب المشكلة البحثية.

4-2. مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وتحديات تطبيقها في البيئة الرقمية

فكرة المنهج (METHOD) تكونت بالمعنى الاصطلاحي المتعارف عليه اليوم ابتداء من القرن السابع عشر عبر فرانسيس بيكون وكلود برنارد وجملة من العلماء الذين اهتموا بالمنهج التجريبي والمناهج بصفة عامة وأصبح المنهج العلمي إصطلاحاً يشير إلى الطريق المؤدية بالعلم إلى التقدم أكثر من مجرد الشك والتصور والوهم إلى الحقائق الموثوق فيها والنتائج السليمة الموضوعية، فالمنهج العلمي بذلك يهدف إلى الدقة والتدقيق.

ويعرف موريس أنجرس المنهج بذلك مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة. (انجرس، 2006، ص). بينما يعرفه عقيل (دب، ص 62) بأن المنهج هو الطريقة العلمية في تحديد المواضيع وتفتيش عن أسبابها وتحليلها وتشخيصها للوصول إلى نتيجة ، وتوضح قدرة الباحث المنهجية عندما يتمكن من ضبط قدراته العقلية مع الموضوع قيد الدراسة، فالمناهج هي السبيل التي تدخل الباحث إلى الموضوع للتعرف على أسرارها وخباياها.

ويتضح من خلال التعريفين أن التعريف الأول يركّز في تعريف المنهج على الاستبصار المنظم للباحث، وعلى القواعد والإجراءات والدقة فيها وترايط البنين من أجل تحقيق الأهداف العلمية والوصول إلى النتائج المبتغاة، في حين يشير التعريف الثاني إلى عدم التقيد بالقوالب الجاهزة، ولأن لكل موضوع بحث خصوصياته، يتطلب ذلك من الباحث المرونة في التعامل مع الطرق والأساليب المنهجية دون التقيد الصارم ببعض الإتجاهات الروتينية التي تنتج تكرار نتائج سابقة.

1-4-2. مراحل تطور مناهج البحث العلمي

وقبل الوصول إلى التفكير العلمي الحديث، مرّ تطور مناهج البحث العلمي بعدة مراحل تماشياً مع تطور الفكر الإنساني، ومن أهم هذه المراحل:

- ✓ **المرحلة الحسية:** وهي المرحلة التي تتميز بأن البحث عن المعرفة تتم غالباً بالمصادفة البحتة ثم بالخطأ والصواب، وتسمى هذه المرحلة أيضاً المرحلة الحسية لأن المعرفة تبنى فيها عن طريق التجارب والخبرات اليومية للأفراد، وهي معرفة أيضاً عامة بمعنى متاحة للجميع لأنها تكتفي بملاحظة الظواهر (بفضل الحواس المباشرة) بطريقة بسيطة. وبالرغم من أهمية هذه المرحلة في دعم مسيرة تطور التفكير الإنساني تاريخياً إلا أن هذه المعرفة البسيطة العامة كانت قاصرة على فهم الكثير من الظواهر ومعرفتها بسبب قصور المعرفة الحسية البسيطة، ولهذا ظهرت المعرفة الفلسفية.
- ✓ **مرحلة الفلسفية:** وتتضمن هذه المرحلة أسلوباً جديداً مختلفاً عن المرحلة الأولى في فهم الكون وظواهره، ويرتكز بالأساس على عملية التأمل، فلا يكتفي بملاحظة الواقع المرئي بالحواس بل يتعدى الأمر إلى ما هو أبعد من طرح التساؤلات والحوار حول القضايا التي لا تدركها الحواس. (العبد الله، 2010، ص 21)
- ✓ **المرحلة العلمية:** وهي معرفة تتطلب بالضرورة جهد فكري منظم، ومن أهم متطلباتها الموضوعية والحياد، ولهذا فهي لا تؤسس نتائجها على الإنطباعات الحسية والبدهييات والمسلّمات، بل تؤسس نتائجها على الوصف الموضوعي والتفسير العلمي والفهم المنظم للوقائع والأحداث، بإتباع خطوات البحث العلمي المعروفة، وتميزت هذه المرحلة باستخدام الاستقراء والاستدلال ووضع الفروض والتجارب.

وما يلاحظ في كتب منهجية البحث العلمي الأجنبية والعربية، هو اختلافها جميعاً في تصنيف مناهج البحث العلمي، فكل منها صنفها وفق زاوية مختلفة، فيقسمها نيك مور إلى سبعة مناهج هي:

المنهج المسحي والذي يقسمه إلى مسوحات الملاحظة، مسوحات المقابلة، ومسوحات الاستبيان. البحث التجريبي، البحث التاريخي، بحوث العمليات، دراسة الحالة، دراسات الأداء والسلوك، قياسات الأداء والسلوك. أما وتني فيصنف مناهج البحث إلى المنهج الوصفي، المنهج

التجريبي، المنهج الفلسفي، المنهج التاريخي، المنهج الاجتماعي، المنهج الإبداعي، والمنهج التنبؤي. أما ماركيز فيصنفها ستة أصناف مختلفة كالآتي: المنهج الانثربولوجي، الفلسفي ثم التاريخي، المنهج التجريبي، منهج دراسة الحالة، وأخيرا منهج الدراسات المسحية. (قنديلجي، 2013، ص83).

أما فيما يخص الكتابات العربية فلم تخرج عن منحى الاختلاف في تصنيف مناهج البحث العلمي، حيث يصنفها بدر (2008) إلى:

- المنهج التاريخي
- منهج تحليل المضمون
- منهج المسح
- المنهج التجريبي
- والمنهج الإحصائي

بينما يصنفها بوحوش (2007) إلى:

- المنهج التاريخي
- المنهج التجريبي
- منهج دراسة الحالة
- المنهج الوصفي
- المنهج الاستقرائي
- منهج تحليل المضمون.

أما مرسلي (2010) فيصنفها إلى:

- منهج المسح
- المنهج التاريخي
- منهج دراسة الحالة
- المنهج التجريبي.

غير أن عبد الوهاب إبراهيم يصنف تصنيفا عاما على الشكل التالي (بن بوزة، 1995، ص41):

- المنهج الاستطلاعي: وهو يفيد في التوصل إلى استبصارات جديدة حتى يمكن بعد ذلك صياغة مشكلة البحث بصورة أدق وتطوير بعض الفروض.
- المنهج الوصفي: ويهدف إلى جمع المعلومات ووصف الخصائص المتعلقة بمجتمع ما، أو موقف اجتماعي معين. ويعد المسح الاجتماعي، ودراسة الحالة من بين الطرق التي تعبر على نماذج الدراسات الوصفية.

- المنهج التاريخي
- المنهج التجريبي
- المنهج الانثربولوجي: ويتميز باستعمال الملاحظة المباشرة أو المشاركة.
- منهج تحليل المضمون.

- المنهج الفينومينولوجي: (الظاهري): وتمثل معطيات عالم الحياة، ومن خبرة الحياة اليومية والتي تتجسد في تركيبات المعرفة التي يتم تكوينها ونقلها اجتماعيا مادة التحليل الفينومينولوجي.
- المنهج الاتنوميثودولوجي: منهجية الجماعة الاتنوغرافيا.

يقرّ الباحث محمد عبد الحميد في كتابه البحث العلمي في البحوث الإعلامية وهو بصدد تصنيف مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال إلى أن أغلب الدراسات التي تهتم بالظاهرة الإعلامية هي دراسات وصفية، وتقل الدراسات المعملية (التجريبية) نظرا لصعوبة التحكم والسيطرة الكلية على حركة المتغيرات في مجال الإعلام والاتصال. ويذكر أن هناك ثلاث أهداف رئيسية للدراسات الإعلامية، هذه الأهداف تنعكس بصورة مباشرة على المتطلبات المنهجية لتحقيق هذه الأهداف.

وأول الأهداف التي تسعى إليها الدراسات الإعلامية والاتصالية هو وصف الظاهرة الإعلامية وعناصرها والتي تسعى غالبا للإجابة عن سؤال من؟ وماذا؟ وضمن هذا الهدف فمناهج البحث الملائمة هي:

- منهج المسح
- منهج النظم
- منهج دراسة الحالة
- المنهج المقارن
- منهج التحليل البعدي.
- منهج تحليل المحتوى

الهدف الثاني الذي تهدف إليه الدراسات الإعلامية حسب نفس الباحث هو وصف العلاقات السببية واختبارها، ويضم هذا الوصف المناهج التي تسهم في الإجابة على كيف؟ ولماذا؟ وهذه المناهج هي:

- السببية المقارنة
- المسح الاستدلالي
- المنهج الارتباطي
- المنهج التجريبي.
- المنهج شبه التجريبي.

أما عن الهدف الثالث للدراسات الإعلامية والاتصالية فيرتبط بإتجاهات البحث في وصف الوقائع الإعلامية كما حدثت في الماضي، أو تجاوز الماضي والواقع الراهن وكذا التوقعات الخاصة بحركة الظاهرة أو إتجاهات حركة عناصرها في المستقبل. ويعد المنهج التاريخي المنهج الرئيسي لمثل هذه الدراسات.

يتبين إذا من خلال هذا العرض حجم الاختلاف بين الباحثين حول التصنيفات المتباينة لمناهج البحث العلمي، وهذا الاختلاف طبعا سيلقي بانعكاساته على حقل الإعلام والاتصال، حيث انتقل هذا

الخلاف الذي ساد العلوم الاجتماعية والإنسانية عندما بدأت الدراسات الإعلامية تأخذ بالمنهج العلمي في فهم الظواهر الإتصالية، وذلك للارتباط الوثيق بين الإعلام والإتصال ومختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية حيث يعد الإتصال ملتقى العديد من التخصصات.

فتتبع مسيرة التفكير العلمي في شقه المتعلق بمناهج البحث، يجعلنا نقرّ بأنه لا يمكن الفصل بين مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية ومناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال، على اعتبار كما ذكرنا خاصة في مباحث سابقة أن هذه الأخيرة قد ظهرت في أحضان أقسام العلوم الإنسانية والاجتماعية على وجه الخصوص، لكن ذلك لا يمنع من القول أن علوم الإعلام والإتصال كانت دائما تحاول أن تستقل بمناهجها عبر التوليف والتخليق والتكيف لمناهج العلوم القريبة والمتشابهة معها.

وبالعودة إلى تكوّن فكرة المنهج (METHOD) ، أين حققت العلوم الطبيعية تفوقا علميا سريعا بفضل إستخدام المنهج التجريبي والابتعاد على الفلسفة، حاولت العلوم الاجتماعية والإنسانية أن تتحو منحنى العلوم الطبيعية فظهر توجهان الاتجاه الوضعي والذي يرى وحدة العلوم وان المناهج التي تطبق على العلوم الطبيعية تنسحب أيضا على العلوم الاجتماعية والإنسانية والاتجاه التأويلي الذي يرى عكس ذلك وان هناك اختلاف بين دراسة الإنسان ودراسة المادة. وأصبح إستخدام المنهج العلمي- عامة- يشير إلى شيئين أساسيين هما الإستقراء (التوجه التأويلي) والإستنباط (التوجه الوضعي)، فالإستقراء ينظر إليه على أنه تحليل ينتقل من:

- من المشخص إلى المجرد.
- من الظواهر إلى القانون العام.
- ومن الحالات التطبيقية لمبدأ إلى المبدأ ذاته.

كما ينظر إلى الإستنباط على أنه:

- انتقال من البسيط إلى المركب
- من المبدأ إلى تطبيقات المبدأ.
- من الضروري إلى العرضي.
- من القانون العام إلى الحالات الفردية التي تندرج تحته. (العسكري، 2004، ص02).

وقد نتج عن التوجه الوضعي البحوث الكمية وهي البحوث التي تعتقد بوجود الحقائق إجتماعية الموضوعية، المنفردة والمعزولة عن مشاعر وإعتقادات الأفراد، وتستخدم البحوث الكمية الأرقام والإحصائيات في تفسير الظواهر، إذ يلعب التحليل الإحصائي دورا أساسيا في قياس والتحقق من الفروض، وكثيرا ما تكون البحوث في علوم الإعلام والإتصال بحوثا كمية بشقيها الميداني والتحليلي، كما يمكن أن تتضمن الدراسة الواحدة كل من الجانب الميداني والتحليلي (دراسة الميدانية التحليلية، أو تحليلية ميدانية). بينما نتج عن التوجه التأويلي البحوث النوعية وهي البحوث التي تنطلق من وجود حقائق إجتماعية هذه الأخيرة بناءها يمر من خلال وجهات نظر الأفراد ومن خلال خبراتهم ومنه يمكن أن نجمل القول فيما يلي:

- البحوث الكمية تندرج ضمن التيار الوضعي "
- البحوث الكيفية أو "النوعية" تندرج ضمن التيار التأويلي "

- البحوث الكمية تتعامل مع الظاهرة الإنسانية تعاملها مع الظاهرة الطبيعية وهذا ما يطبق على الظاهرة الإعلامية والإتصالية
 - البحوث النوعية ترى أن الظاهرة الإنسانية ومنها الظواهر الإعلامية والإتصالية، تتميز بخصوصيتها ولا تشبه الظاهرة الطبيعية.
- وبناء على هذا السياق فإننا سنعتمد معيار الكم والكيف في تصنيف مناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال.

2-4-2. مناهج البحوث الكمية:

المنهج الوصفي (المسح):

منهج المسح هو المنهج الأكثر إستخداما في البحوث الكمية وكذلك يحتل الصدارة في بحوث الإعلام والإتصال ، وهو منهج يعتمد بالأساس على الحصول على بيانات ومعلومات عن حالات الأفراد والجماعات وسلوكياتهم ومعتقداتهم وإتجاهاتهم، وبالتالي يعد منهجا رئيسيا لا سيما عندما يتعلق الأمر بدراسة جمهور وسائل الإعلام.

وتشير الكثير من الكتب إلى قدم منهج المسح فقد قام الرومان بعمل إحصاء للسكان تمهيدا لجمع الضرائب، وفي إنجلترا تم حصر أسماء ملاك الأراضي عام 1806، وفي أواخر القرن 19 تم إجراء مسوحات إجتماعية من طرف بعض الأفراد والهيئات الحكومية في إنجلترا والولايات المتحدة الأمريكية لدراسة الظروف الإجتماعية و الفقر، وبعدها ولفترة أنطلقت الصحف والأحزاب السياسية في تنفيذ إجراء استطلاعات رأي (نجم، 2015، ص109).

المنهج المسحي يعتمد على الوصف، يوظف كثيرا من قبل الباحثين للحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة تعكس الواقع الإجتماعي والحياتي، والذي يؤثر في كافة الأنشطة الحياتية، وتسهل تلك البيانات والمعلومات عملية تحليل الظواهر. (قنديلجي، 2013، ص83).

ويستخدم منهج المسح في وصف خصائص القائم بالإتصال، أو وصف جمهور وسائل الإعلام وسماته وسلوكياته الإتصالية، أو التعرف على إتجاهات الرأي العام نحو القضايا المثيرة للجدل في المجتمع، ويمكن أن يستخدم المنهج الوصفي للتعرف على التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام.

ووفق التعريفات السابقة فمنهج المسح استقصاء منظم يسعى الباحث من خلاله إلى فهم الظاهرة محل الدراسة من خلال الكشف عن كل جوانبها وامتداداتها وعلاقتها مع جملة الظواهر المختلفة، ويمكن إجمال أهداف المنهج الوصفي فيما يلي:

- جمع معلومات وافية وتفصيلية عن الظاهرة في حيزها المكاني والزمني.
- وصف الإهتمام والتفضيل للفئات المختلفة من جمهور المتلقين وكذا وصف الإهتمام والتفضيل لمحتويات وسائل الإعلام.
- وصف توجهات الرأي العام نحو القضايا المهمة في المجتمع والمتداولة على نطاق واسع في وسائل الإعلام.
- إمكانية إدخال تحسينات على الخدمات التي تقدمها وسائل الإعلام وممارستها الإعلامية.
- إجراء مقارنات وتقييمات لبعض الظواهر محل الدراسة وإيجاد علاقات بينها.

- إمكانية التنبؤ بحركة الظاهرة المدروسة مستقبلا بناء على ما تم أيضا من تحولات في الظاهرة.

وعن أنواع المنهج المسحي وتصنيفاته يذكر قنديلجي (2015) أنه يصنف إلى:

1. مسح الوصفي: ويهتم بوصف المشكلة وتحديد الظاهرة وتبرير الظروف والممارسات، أو بأجراء عملية تقييم أو عملية مقارنة.
2. مسح الارتباطي: ويركز على دراسة العلاقات الارتباطية بين المتغيرات.
3. مسح التطوري: يدرس أنماط، مراحل نمو، تغيير الظاهرة عبر الزمن.
4. مسح التنبؤي: ويهدف إلى وضع تنبؤات مستقبلية تكون مؤسسة على حقائق الواقع الحالي.

ويمكن إجمال أهم الإجراءات المنهجية في المسح، في تحديد المشكلة وأهداف الدراسة، وتحديد أهم أدوات جمع البيانات، وتعتبر مرحلة إختيار العينات مرحلة هامة في المسح، من أجل تجنب عملية التحيز التي يمكن أن تؤثر في النتائج، وبعدها يتم جمع البيانات والتعامل معها إحصائيا بعد ترميزها وتصنيفها وتبويبها، ومن ثم تحليل هذه البيانات وتفسيرها في إطار أهداف الدراسة وفروضها.

منهج دراسة الحالة:

يقوم منهج دراسة الحالة جمع بيانات ومعلومات واسعة وشاملة حول حالة فردية أو حول عدد محدود من العينات، بغرض فهم أعمق للظاهرة محل البحث، وتتعلق البيانات التي يجمعها الباحث حول الحالة بحاضرها وماضيها وعلاقتها بحثا عن فهم أفضل للمجتمع التي قد تمثله. وهكذا إذا في منهج دراسة الحالة يتعمق الباحث في حالة واحدة يتفحص جميع جوانبها بدقة، وهذه الحالة قد يكون فردا واحدا أو أسرة واحدة، أو هيئة أو مؤسسة، أو مجموعة مؤسسات، أو جماعة، أو مجتمع صغير، مما يساهم في التعرف عن العوامل التي تؤثر في الحالة قيد الدراسة أو التعرف عن العلاقات بين عناصر الوحدة، للوصول إلى تعميمات علمية وموضوعية تخص الظاهرة محل الدراسة والبحث.

وفي الدراسات الإعلامية عادة ما تأخذ وسيلة الإعلام مهما كان شكلها مقروءة أو مسموعة أو مرئية كوحدة يتم دراستها للكشف عن سياستها ونظمها وعلاقتها من أجل وصف شامل للوحدة. ويعد القائم بالاتصال أيضا وحدة يمكن إستخدام منهج دراسة الحالة

خصائص منهج دراسة الحالة:

يتميز منهج دراسة الحالة بمجموعة من الخصائص على اعتبار أنه يدور حول دراسة حالة واحدة هي كل المجتمع وليس عينة من مجتمع ويذكر حمدي (أهم خصائص المنهج في :

- ✓ التعمق في حالة واحدة
- ✓ عملية والتعمق في دراسة الحالة يضيف على النتائج المتوصل إليها من خلال البحث قوة في المصادقية والقيمة العلمية.
- ✓ يمكن أن تسهم دراسة الحالة في اشتقاق فرضيات جديدة.
- ✓ إمكانية التنبؤ بمستقبل الظاهرة بسبب دراسة الحالة في الماضي والحاضر

ولكن رغم مميزات منهج دراسة الحالة إلا أنه يواجه أيضا الكثير من الحدود التي تجعله قادرا على الوصول إلى تفسيرات دقيقة للظواهر الإعلامية، حيث يذكر عبد (عبد الحميد، 2000، ص171) في هذا السياق جملة من هذه الحدود منها:

- ✓ غلبة الذاتية في الكثير من إجراءاته وتفسيرات نتائجه نظرا لغياب البعد الكمي.
- ✓ لا يصلح المنهج أن يكون أداة للتعميم، لأن الدراسة مهما كانت متعمقة ومركزة فإن الدراسة تتم على حالة بذاتها ولذاتها.
- ✓ النتائج المتوصل إليها لن تفيد إلا في وصف الحالة المدروسة، فلا تقدم بذلك سندا للاستدلال عن العلاقات الأخرى أو حركة الظاهرة الكلية.

إجراءات دراسة الحالة:

لا يوجد اتفاق حول خطوات في كل دراسات الحالة، فغالبا ما يتسم بحث دراسة الحالة بمرونة، حيث يحاول الباحث جمع والتقاط المعلومات حيثما وجدت، إلا أن ذلك لا يعني وجود خطوات أساسية في دراسة الحالة يمكن إجمالها في الآتي:

- ✓ **إختيار الحالة المدروسة بعناية كبيرة** والتي تكون متاحة وفي متناول الباحث، مع مراعاة مدى تلبية الحالة المختارة لأهداف الدراسة و اشكالياتها وفروضاها.
- ✓ **جمع البيانات:** جمع البيانات حول الحالة ويمكن أن تكون مصادر جمع البيانات وثائق، وكذا المقابلات المقننة وكذا المقابلات المتعمقة أين تمكّن الباحث من طرح استفساراته وأسئلته للمبحوث حول ما تعلق بشخصه أو بالموضوع المتعلق به، وكذا الملاحظة بالمشاركة، فكلها تعتبر مصادر ثرية لجمع المعلومات، والإلمام بذلك بكل جوانب الظاهرة المدروسة وامتداداتها الحاضرة والتاريخية.
- ✓ **تحليل البيانات:** وتعد من المراحل الصعبة في دراسات الحالة وهي التي يحاول الباحث تقديم تفسير للحالة المدروسة.

المنهج التجريبي:

المنهج التجريبي هو إعادة بناء المتغيرات سواء كانت المستقلة أو التابعة في المخبر وإخضاعها بشكل مستقل عن المتغيرات الدخيلة. فالتجريب إذا في جوهره تغيير عمدي ولكنه مضبوط للشروط المحددة لظاهرة ما، وملاحظة بعدها للمتغيرات الطارئة في الحدث ومحاولة تفسيرها، فالباحث وفق المنهج التجريبي لا يكتفي بوصف الظاهرة أو التاريخ لها، بل يقوم بضبط دقيق لشروط معينة لحدوث الظاهرة ليتحقق من كيفية حدوثها وحصر أسبابها.

المنهج التجريبي يتأسس على ضبط كل العوامل الأساسية المؤثرة في المتغير أو المتغيرات التابعة في التجربة ما عدا عامل واحد يتحكم فيه الباحث ويغيره على نحو معين بقصد تحديد وقياس تأثيره على المتغيرات أو المتغيرات التابعة. (بوخوش، 2007، ص118)

خطوات المنهج التجريبي:

إن العمل مع منهج التجريبي يتطلب إتباع مجموعة من الخطوات وهي كما لخصها الباحث (قنديليجي، 2013، ص)

- تحديد أهداف البحث، وكذلك التعرف على إشكالية البحث ومعالمها.
- طرح الفرضيات وتحديد متغيرات مستقلة ومتغيرات التابعة.
- التصميم التجريبي يحتوي على جميع البيانات

وقد يتطلب ذلك من الباحث القيام بما يأتي:

- أ- إختيار عينة تمثلية، أو جزء من مادة معينة يمثل الكل.
- ب- تصنيف المبحوثين في شكل مجموعات متجانسة.
- ت- كشف العوامل غير التجريبية و العمل على ضبطها.
- ث- تحديد وسائل ومتطلبات لقياس نتائج التجربة والتأكد من سلامتها ومن فاعليتها.
- ج- القيام باختبارات مبدئية إستطلاعية، بغرض تجنب القصور التي قد تكون موجودة في الوسائل والمتطلبات في التصميم التجريبي.
- ح- تحديد مكان التجربة ووقت إجرائها والانتهاؤها منها والفترة التي تستغرقها.
- خ- القيام الفعلي بالتجربة المطلوبة
- د- تطبيق إختبار دلالة مناسب لتحديد مدى الثقة المتوفرة في نتائج التجربة والدراسة.

والتجريب إذا يعد موقفا مصطنعا يثبت من خلاله الحقائق أو يبطلها، وفي العلوم الإجتماعية وعلى عكس العلوم الطبيعية تكون الحقائق كامنة تتمظهر من خلال الأفعال والسلوكيات والممارسات والأقوال التي تخضع للملاحظة، وتكمن الصعوبة في تطبيق التجريب في العلوم الإجتماعية بسبب الإرادة الحرة لموضوع البحث(الإنسان)، ذلك أن ما يصبو إليه الباحث ويعمل على ملاحظته ومشاهدته يخضع لهذه الإرادة، فقد يظهر المبحوث جزء من الحقيقة وقد يظهر عكسها تماما تبعا لظروفه، مما ينتج عن كل هذا معلومات وبيانات مغلوبة تؤثر على صدقيه وعلمية النتائج المتوصل إليها.

منهج تحليل المحتوى:

ارتبط استخدام تحليل المحتوى تاريخيا في ميدان الإعلام، بأعمال مجموعة من علماء السياسة والاجتماع، حيث اتخذت محتويات الصحف أدوات لوصف وتفسير العديد من الظواهر الإجتماعية، حيث ومنذ تلك الفترة أصبح تحليل المحتوى من أكثر الأساليب إستخداما لتحليل المواد الصحفية والإذاعية والتلفزيونية، باعتباره أداة مناسبة لوصف وتحليل نظم المعلومات في وسائل الإعلام، والكشف عن أهداف القائم بالإتصال، وكذا النشر والعرض الانتقائي للمحتوى الإعلامي، ومدى مطابقة الواقع الإعلامي والواقع الحقيقي.

ويعرّف منهج تحليل المحتوى على أنه دراسة المادة الإعلامية التي تعرضها الوسيلة بغرض التعرف على ما تريد ان تقوله المؤسسة الإعلامية للجمهور التي تستهدفه، ودراسة تأثير القراءة أو الاستماع أو المشاهدة على هذا الجمهور. (حسين، 1976، ص122)

وأما "بيرنارد برلسون" والذي يعد من أول الذين تناولوا الجوانب المنهجية لتحليل المحتوى. فيعرفه بأنه أسلوب البحث الذي يسعد إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر. (عبد الحميد، 1979، ص16).

وليس بعيدا عن هذا المعنى أيضا يعتبر كابلان بأن تحليل المحتوى بأنه الدلالات الإحصائية لألفاظ الموضوعات السياسية. (عبد الحميد، 1979، ص16).

تحليل المحتوى هو تقنية بحث منهجية تستعمل في تحليل الرموز اللغوية وغير اللغوية الظاهرة دون الباطنة، الساكنة منها والمتحركة، شكلها ومضمونها والتي تشكل في مجملها بناء مضمون صريح وهادف. (تمار، 2007، ص12)

ومما سبق ذكره واستناد إلى مجموع هذه التعريفات يمكننا أن نجمل بعض الخصائص الرئيسية لتحليل المحتوى في الآتي:

- أنه أسلوب علمي يستخدم للكشف عن أهداف القائم بالإتصال في المواد الإتصالية.
- يشمل تحليل المحتوى المواد اللغوية وغير اللغوية.
- يهتم تحليل المحتوى بالوصف الكمي الموضوعي المنظم لمحتويات الإتصال الظاهرة.
- تحليل المضمون يعمل على تحويل محتوى الإتصال من البيانات الكيفية إلى البيانات الكمية اعتمادا على مسائل منهجية دقيقة.
- يهتم تحليل المحتوى بشكل كبير على المستوى الظاهر، أي ما قيل بشكل صريح في مضمون الرسائل الإعلامية.
- من خصائصه أيضا قدرته على التكيف مع الوسائط الإتصالية الجديدة.
- تحليل المحتوى الإتصال هو عزل خصائص وسمات المحتوى عن بعضها، ليصبح بإمكان الباحث إكتشاف ما بينها من علاقات أو ما بينها وبين ما يرتبط بها من عناصر

رافق تحليل المحتوى منذ إستخدامه من الرواد الأوائل الكثير من الجدل والنقاشات، وكانت المجادلة الأولى هي حول اتجاهين رئيسيين وهما الاتجاه الوصفي في تحليل المحتوى والذي يرى أن تحليل المحتوى يهتم فقط بالمحتوى الظاهر أي ما قيل صراحة في الرسائل الإعلامية، دون البحث في ما وراء ما قيل. ومن تم فتحليل المحتوى حسب هذا الاتجاه تنتهي حدوده عند الوصف دون المرور إلى رسم علاقة بين عناصر العملية الإتصالية أو التنبؤ بإتجاهات هذه العناصر. أما الاتجاه الثاني هو الاتجاه الاستدلالي في تحليل المحتوى وهو على عكس الاتجاه الأول الذي يرى ضرورة الكشف عن المعاني الكامنة وقراءة ما بين السطور، وتجاوز حدود الوصف إلى الاستدلال وتجاوز عملية الرصد فقط أو الملاحظة للمضامين المنشورة إلى التسجيل الناقد.

وإضافة إلى هذه المجادلة عرفت تحليل المحتوى نقاشا مستقيضا حول مجادلة ثانية تتعلق بالسؤال التالي هل تحليل المحتوى يعد منهجا أم مجرد أداة لجمع البيانات؟ وهو ما يحسم القول فيه يوسف تمار في كتابه تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين بقوله بأن تحليل المحتوى تقنية بحث وليس منهجا قائما بذاته، لأن هذا الأخير له الأبعاد النظرية التي تعين على دراسة الظواهر من منظار كلي أي دراسة الظواهر في المستوى العام ومختلف السياقات التي تتفاعل فيها ومعها، أما تحليل المحتوى فهو يتوقف عند دراسة المضمون الظاهر لمواد الإتصال فقط بدون أن يذهب إلى ما وراء ذلك من نوايا القائم على المضمون على سبيل المثال أو التفسير النفسية له.

الخطوات المنهجية الرئيسية لتحليل المحتوى:

لمنهج تحليل المحتوى خطوات منهجية تميزه مقارنة بالخطوات العامة للبحث العلمي، تعبر عن السمات الخاصة بهذا المنهج، وكغيره من المناهج ينطلق منهج تحليل المحتوى من الإحساس بالمشكلة وتحديدها، ثم صياغة التساؤلات والفروض، وتحديد مجتمع البحث ونظام العينات الملائم.

ويطرح عبد الحميد (عبد الحميد، 1979، ص 227). مسألة مهمة يجب أن تسبق تحليل المحتوى، وهي ما يطلق عليها بالتحليل المبدئي التي يراها أنها ستسهم بشكل جيد في تيسير إجراءات التحليل وتهدف هذه المرحلة إلى:

- التحديد الدقيق للمشكلة وصياغة العلاقة بين عناصرها.
- تأصيل الفروض العلمية المصاغة والتأكد من صلاحياتها للاختبار.
- تعرف الباحث عن قرب عن طبيعة وثائق التحليل وبياناتها.
- المساهمة في تحديد مشروع ترميز بيانات التحليل .

ترميز بيانات التحليل:

وهذه المرحلة هي أهم ما يميز تحليل المحتوى كمنهج، وعلى جودة إنجازها يتوقف نجاح الباحث أو فشله في الوصول إلى مخرجات علمية رصينة، وهي مرحلة أساسية أين يتم عبرها تحويل المحتوى إلى وحدات قابلة للعد والقياس. وأهم ما يجب أن يراعى في هذه المرحلة هي أن يرتبط الترميز بالفروض والتساؤلات، وقرارات الترميز يجب أن تنطلق من الخلفية النظرية للبحث. وتتضمن خطة الترميز مجموعة 03 خطوات أساسية هي:

- تصنيف المحتوى وتحديد فئاته.
- تحديد وحدات التحليل.
- تصميم إستمارة جمع البيانات (الفئات ووحدات التحليل والبيانات الأولية عن الوثيقة)

التصنيف وتحديد الفئات:

تسعى عملية وضع الفئات إلى أن تضع في نفس الإطار أشياء تكون من نفس الطبيعة، أو هي تقسيم المحتوى كما ذكر تمار (2007، ص 42) إلى فئات من الأفكار تكون على علاقة مباشرة بالإشكالية، وعلى هذا فإنه لا توجد فئات صالحة لجميع البحوث، بل يتوقف إختيارها على أهداف البحث، كما يتوقف على طبيعة المحتوى المراد تحليله وطبيعة الدراسة وكميتها.

وسنعرض فيما يلي لأكثر الفئات استخداماً في علوم الإعلام والاتصال، مع الإشارة قبل ذلك إلى إن في أدبيات تحليل المحتوى في حقل الاتصال هناك فئتين رئيسيتين جانب يتعلق بشكل المادة الإعلامية وهو يجيب على سؤال كيف قيل؟ ذلك أن القائم بالاتصال يختار قالباً يضع فيه المحتوى قبل نشره، والفئة الثانية تتعلق بالإجابة عن سؤال ماذا قيل؟ أي محتوى المادة الإعلامية.

ومن فئات الشكل الأساسية: فئة المساحة، فئة الزمن، فئة الموقع، طبيعة المادة المستعملة، طبيعة اللغة المستخدمة، فئة العناصر التيبوغرافية، فئة الألوان المستخدمة، فئة العناوين، الإخراج الفني، فئة الصور والرسومات ...

ومن فئات المضمون الرئيسية: فئة الموضوع، فئة الاتجاه، فئة الأهداف، فئة القيم، فئة الفاعل، فئة المواقف، فئة السمات، فئة الجمهور المستهدف، فئة المصدر...

تحديد وحدات التحليل

وحدات التحليل هي وحدات المحتوى التي نقوم بحسابها فعلاً، ويعطي وجودها أو غيابها دلالة بالنسبة للباحث، وتأتي وحدات التحليل لتلبية البعد الكمي والقياسي للفئات السابق ذكرها تعد وحدات كبيرة لا يمكن إجراء قياسها إلا بعد أن يقسم المضمون إلى وحدات تحليل وهي تعد أصغر جزء في المحتوى يخضع للعد والقياس. **ومن أبرز وحدات التحليل:**

1. وحدة الكلمة:

هي اصغر الوحدات استخداماً في عملية الترميز، كأن مثلاً يقوم الباحث بتحليل وحساب كل كلمة لها علاقة بطبيعة النظام الديمقراطي في دولة ما، أو حساب كلمات لها علاقة بحرية التعبير وهكذا.

2. وحدة العبارة:

هي أكبر من الكلمة، فقد تشير إلى مجموعة من الكلمات تعطي معنى معين، وعادة ما يمكن استعمالها في البحث لأجل كشف اتجاهات القائم بالاتصال نحو القضايا.

3. وحدة الجملة:

عادة ما يتعرف على الجملة من خلال رموز تشير إلى بداية الجملة ونهايتها من مثل الفاصلة، والنقطة، ومن الصعوبات التي تواجه الباحثين عند استخدام الجملة هي احتمال تعدد المعاني داخل الجملة الواحدة.

4. وحدة الفكرة:

وهي تعد الأكثر استخداماً في تحليل المحتوى في الإعلام، والفكرة قد تكون عبارة أو جملة، وعليه فالفكرة هي الوحدة التي تشمل الوحدات الأخرى من كلمة وجملة وفقرة. وتكون الفكرة واضحة وبسيطة خلا ورودها في التصريحات المباشرة، إلا أنه في بعض الأحيان قد يحتاج البحث عنها وتصنيفها تقسيم وحدات اللغة وإعادة تركيبها لتحديد واضح للفكرة الرئيسية.

5. وحدة الموضوع:

وهي الوحدة التي يمكن أن تكون فئة وفي نفس الوقت وحدة، فتستعمل كفئة بحساب المواضيع التي يحملها المحتوى على غرار المواضيع الاجتماعية والاقتصادية وغيرها أو كوحدة من خلال حساب المواضيع المتضمنة في المحتوى الذي يكون محل تحليل.

6. وحدة اللقطة والمشهد:

تستعمل في المضامين البصرية، أين يقوم الباحث بتقسيم المحتوى إلى لقطات أو مشاهد يتم بعد ذلك تصنيفها وحسابها وتحليلها كميًا.

7. وحدة الزمن:

يعد زمن الذي عرض به المحتوى له دلالاته إذا طال أو قصر، فكلما زاد عرضه يوحي بأهمية الموضوع لوسيلة الإعلام، وتستعمل هذه الوحدة لدراسة شكل المادة المعروضة وكم استغرق المحتوى وتحسب بالثواني أو الدقائق أو الساعات.

8. وحدة السنتيمتر المربع:

وهي قياس المساحة المخصصة للموضوع المدروس مقارنة بالمساحة الإجمالية لوسيلة الإعلام والتي غالبًا ما تستخدم هذه الوحدة في بحوث الصحافة.

ويمكن من خلال هذا العرض لوحدات تحليل المحتوى يمكن أن نجملها في الجدول التالي:

وحدات المضمون	وحدات الشكل
الكلمة	اللقطة
العبرة	المشهد
الجملة	السنتيمتر المربع
الفكرة	الزمن
الفقرة	
الموضوع	

بناء إستمارة تحليل المحتوى:

تعتبر إستمارة تحليل المحتوى إطار كميًا لمعطيات البحث، وتجدر الإشارة إلى أن تصميم إستمارة تحليل المحتوى تنسج حسب متطلبات البحث وبما ينسجم مع أغراض البحث والتحليل، ولي هناك إستمارة تحليل محتوى تصلح لكل البحوث، ويضم الهيكل العام لإستمارة تحليل المحتوى غالبًا:

البيانات الأولية:

- فئات التحليل
- وحدات التحليل
- وحدات القياس

• ملاحظات عامة

وتعد بعد ذلك إجراءات اختبار الصدق والثبات من الخطوات المهمة في تحليل المحتوى، وذلك قبل إستخدام إستمارة تحليل المحتوى.

2-4-3. مناهج البحوث الكيفية:

يقصد بالبحوث الكيفية أو النوعية تلك البحوث التي تجرى دراساتها البحثية بإعتمادها على الملاحظة الميدانية والمقابلات للحصول على المعلومات دون اللجوء إلى الإستخدامات الإحصائية، ويتطلب مشاركة أفراد المجتمع في البحث، لهذا توصف بالبحوث الكيفية أو النوعية والتي تكون قائمة على الملاحظة بالمشاركة. (خلالفة، 2020، ص 106)

كما تصنف البحوث الكيفية إلى بحوث كيفية تفاعلية وبحوث كيفية غير تفاعلية، وأن ما ينفرد كل من نوعي البحث الكيفي هو نوع البيانات وإستراتيجيات جمع هذه البيانات.

فالبحث النوعي التفاعلي هو بحث يعتمد في جمع البيانات على الإتصال المباشر مع الباحثين عبر المشاهدات الميدانية أو من خلال المقابلات المعمقة.

أما البحث الكيفي غير التفاعلي فهو بحث وثائقي تحليلي أو بحث تاريخي. (حدادي، 2019، ص 259).

تعد البحوث النوعية من أهم أنواع البحوث في مجال العلوم الإنسانية، تعتمد على جمع البيانات الكيفية، وتهدف البحوث الكيفية إلى الفهم الشامل للظاهرة وبحثها في السياقات التي تحدث فيها، وتستخدم البحوث الكيفية في مجالات متعددة، وتشمل هذه المجالات دراسة الحالة والبحث الإثنوغرافي، ويتطلب البحث النوعي إتباع سلسلة من الخطوات، ومخطط البحث الكيفي يعكس عموماً منطقاً تحليلياً أو إستقرائياً يتم عبره الوصول إلى إستنتاجات.

وعليه فإن البحث الكيفي هو من يسمح بالتعمق بالظواهر وبغوص في عمق تحليل المعطيات الإجتماعية ولا يتوقف فقط عند الرصد الكمي والإحصائيات الرياضية، ويأخذ بعين الاعتبار سياق الظواهر الإتصالية والإعلامية. (خلالفة، 2020، ص 102)

ومن أبرز مناهج البحوث الكيفية:

المنهج الإثنوغرافي:

يعتبر المنهج الإثنوغرافي نوعاً خاصاً من مناهج البحوث الكيفية وتتعد مسمياته في أدبيات المنهجية، فيوصف أحياناً بالبحث النوعي، أو الكيفي أو البحث الحقلية أو الطبيعي أو البحث التفسيري، وتؤكد الأدبيات العلمية أيضاً عن عدم اتفاق الباحثين على تعريف واحد للمنهج الإثنوغرافي، ويرجع ذلك لطبيعته الخاصة التي ترتبط بأسسه الإستمولوجية وتصميمه وكيفية إجرائه. الإثنوغرافيا مكونة

وتمثل كلمة إثنوغرافيا الترجمة الحرفية للمصطلح Ethnography المكون من مقطعين، الأول Ethno ويعنى جنس أو شعب والثاني graphy ويعنى وصف، ويعنى مصطلح الإثنوغرافيا وصف لثقافات وحياة الشعوب إذ يشير المعنى الحرفي لكلمة إثنوغرافيا الكتابة عن ثقافة الشعوب.

الإثنوغرافيا هي " وصف دقيق لكل ما نراه أو نسمعه أصغر ظاهرة، أصغر سلوك من الحياة اليومية يظهر لنا بالكامل" (حيزير، 2018، ص 272) فهي بذلك تعتمد على المشاهدة التشاركية والكتابة الوصفية التفصيلية باستعمال معطيات يمكن التحقق منها" (جابر، 2021، ص9) ويقصد هنا بالمشاهدة التشاركية الملاحظة بالمشاركة بمعنى أن يحتك الباحث بالمبحوثين ويتعايش معهم ويشاركهم حياتهم اليومية وينغمس ويغوص معهم بشكل يومي، بحيث لا يفرض الباحث أفكاره أو وجهة نظره، وإنما يمكن يظهرها من خلال ما يتم تسجيله ومراقبته بشكل مستمر ومتكرر.

ومن جانب آخر عرفها الباحث " جون بريوار " في مقدمة كتابه الموسوم بـ " الإثنوغرافيا " بأنها العلم يدرس الناس في أماكنهم الطبيعية أو ما يسميهم الحقول "fields" عن طريق أدوات تلتقط مختلف المعاني والممارسات اليومية التي يكون فيها الباحث مشاركا عن كثب، بغية جمع البيانات بطريقة منجية دون أن يتدخل في تغيير معانيها" في حين اعتبرها الباحث فيترمان فن وعلم الوصف، إذ يقوم من خلالها بوصف ثقافة جماعة معينة بواسطة الملاحظة بالمشاركة قصد الوصف، وعلى الخبرات والقدرات الشخصية للباحث. (حيزير، 2018، ص 274)

نشأة المنهج الإثنوغرافي:

أستخدم مصطلح الإثنوغرافيا في بلاد شرق أوروبا والاتحاد السوفياتي (روسيا حاليا)، بحيث أهتمت بدراسة التنظيمات الإجتماعية والمجتمعات البدائية والمتحضرة، وما تعلق بالتحويلات في هذه المجتمعات وانتقالها إلى دول جديدة وما نتج عنه من طبقات إجتماعية، كما أهتم الباحثون في هذا المجال بدراسة المشاكل المتعلقة بالجماعات العرقية، وتطور المجتمعات الإنسانية في إطار النظرية الماركسية. نشأت الإثنوغرافيا في روسيا عام 1845م، وعرفت الإثنوغرافيا ازدهارا كبيرا بعد سنة 1917 خاصة بعدما سخرت الدول الاشتراكية إمكانيات إجراء هذا النوع من الدراسات والتي تخدم مصالحها وتوجهاتها، وتم إنشاء معهدا للإثنوغرافيا في إطار أكاديمية علوم الاتحاد السوفياتي. (حيزير، 2018، ص 272). أما في ميدان الإتصال، يجري الحديث عن مقاربة "أنثروبولوجيا الإتصال" و التي طرحت كتخصص لأول مرة سنة 1967 بداء ابكتابات عالم اللسانيات الأمريكي ايمس دال Hymes Dell (1927 – 2009)، الذي اقترح استثماراً إثنوغرافياً للسلوكيات و الوضعيات والأشياء الموجودة لدى جماعة معينة على أساس أن لها قيمة إتصالية، تتبادل على إثرها المعاني والأدوار بين أفراد الجماعة

وهدفت الإثنوغرافيا إلى وصف الحياة في المكان والزمان كما يعيشها الناس ويختبرونها، فهي لا تمثل علم الأنثروبولوجيا بالإجماع والذي يعني بالتحقيق والتحليل في الظروف والإمكانيات التي يعيشها الإنسان في منطقة وزمان محددين، لذا فإن الهدف من المنهج الإثنوغرافي هو تقديم عمل مكتوب أو مصور أو غير ذلك يصف الحياة كما يعيشها ويختبرها الناس في مكان وزمان معينين، ويجب أن يكون هذا العمل دقيقا من حيث وصف السياق وأن يكون مفصلا من حيث التفاصيل وصادقا من حيث الصور والرموز التي ينقلها. (جابر، 2021، ص 25)

كما يهدف المنهج الإثنوغرافي إلى وصف وتحليل الظاهرة محل الدراسة، وهو هنالا يسعالي الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها، بل إنطلاقا من نتائج الحالة المدروسة يتم توسيع نتائجها إلى مواقف وحالات قد تكون متشابهة.

لذا ضمن هذا المنهج يتم تجنباً لأنطلاق من النظريات والفرضيات والقياسات قبل ولوج الميدان، لأن هذه العملية سوف تشوه فهمنا لإدراكات الفرد الذي نقوم على دراسته ذاتياً، ذلك أن الحقائق الإجتماعية حسب هذا المنظور لا يمكن فهمها أو إدراكها إلا من خلال معطيات ومعانيها بالنسبة للأفراد في ذلك المجتمع"

خصائص المنهج الإثنوغرافي:

ينفرد المنهج الإثنوغرافي ببعض الخصوصيات التي يمكن أن ندرجها في ما يلي: (بلقبي، سيفون، 2021، ص 42-43)

- يركز على دراسة حالة والتي قد تكون مجتمع صغير أو جماعة معينة.
- الباحث في المنهج الإثنوغرافي يركز على دراسة السلوك في السياق الطبيعي أو كما يحدث في الحياة الواقعية كأن يدرس سلوك الجمهور في موقع من مواقع التواصل الإجتماعي قصد معرفة السلوك في سياقاته الفعلية الطبيعية غير المفتعلة، ويعتمد الباحث على تكرار الملاحظة وعلى الملاحظة بالمشاركة.
- المنهج الإثنوغرافي مرّن فلا توجد آلية فهناك عدة طرق لجمع المعلومات وتحليلها.
- المنهج الإثنوغرافي يستند على آليات منهجية أهنها الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة كأداتين هامتين في جمعه للبيانات.
- يركز تفسير ووصف الباحث للمنهج الإثنوغرافي على الكلمة والمعنى، كما يمكن الاستعانة في تقديم بياناته على الأشكال والصور.
- يوصف البحث الإثنوغرافي بالتفاعلية، يستدعي وقتاً كبيراً للملاحظة والمقابلة وتسجيل المعلومات إنطلاقاً من شكلها في مواقعها الطبيعية
- يركز البحث الإثنوغرافي على وصف السياق

يقوم البحث الإثنوغرافي على عدة أسس تتمثل في: (الأسمرى، القصيمي، 1441هـ، ص2)

- تواجد الباحث بميدان البحث في المجتمع المدروس تواجداً مستمراً، قد يصل لعدة أعوام.
- يتطلب انفتاح ذهني ومهارات وتدريباً على تقنيات الملاحظة والمقابلة والحوار.
- يتطلب وقت وجهد واندماج ومشاركة كلية ومستمرة للسلوك اليومي في بيئة الدراسة.

أدوات المنهج الإثنوغرافي

يجمع المهتمون من باحثين في مجال مناهج البحث على أن المنهج الإثنوغرافي يتسم بالمرونة خاصة في جمع البيانات والمعلومات وتحليلها وذلك من خلال قدرته على تكيف ما يجده في الواقع من معلومات أو من خلال تفاعله اليومي مع الظواهر ومكوناتها، وهذا ما يتيح له ملاحظتها بدقة وتفسير سلوكيات أفرادها وتصرفاتهم، " وبهذا يتيح المنهج الإثنوغرافي، إطاراً منهجياً إبداعياً

(يوسف تمار، إشكالية استخدام المنهج الإثنوغرافي في الدراسات الإعلامية الإتصالية، 2020

نقلا عن موقع: <https://temmaryoucef.blogspot.com/2020/12/blog-post.html#1>

وعليه يعتمد المنهج الإثنوغرافي في كثير من الأحيان على أداة الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة كأداتين هامتين في جمعه للبيانات، وسوف يتم شرحهم في هذا العنصر بالتفصيل.

• الملاحظة:

تركز أداة الملاحظة على السلوكيات والممارسات والخطابات وتعتمد على توثيق لقطات أو لأجزاء منها، بالإضافة إلى تسجيل التفاعلات والمحادثات المتعلقة بها. تستعمل الملاحظة في سياقات مختلفة لا سيما تلك المتعلقة بالتصرفات البشرية، وتهدف بالأساس إلى الإجابة عن كيف نفسر السلوكيات في جانبه النوعي. ومن الضروري أن تتم عملية الملاحظة بشكل علمي من خلال السياقات الحقيقية التي يتعرض الفرد في حياته الواقعية. تقسم الملاحظة إلى ملاحظة مباشرة وأخرى غير مباشرة، وتستخدم بشكل أساسي في البحوث الأثنوغرافية، كأداة أساسية لجمع البيانات لفهم القواعد الثقافية المتصلة بالموضوع قيد الدراسة، والملاحظة إنطلاقاً من الموقع الطبيعي تعتبر الأسلوب المباشر في البحث، أين يتم مراقبة السلوكيات والممارسات مباشرة كما هي في أرض الواقع، سواء كان الواقع المدروس جمعي، قري، أسر، وهنا يمكن للملاحظة أن تتخذ أشكالاً متعددة ومتنوعة كالمشاركة المباشرة أو غير مباشرة. (حاج حامدي، 2010-2011، ص 15-16)

• المقابلات الإثنوغرافية:

تعد نوع خاص من المقابلة التفاعلية، ويجريها الإثنوغرافي أثناء مواصلة إجراء بحثه في الميدان، والغرض منها الكشف عن المعاني الثقافية التي يستخدمها المبحوثون، والبحث والتحري عن نواحي الثقافة التي يتم ملاحظتها، والتي تكون لا تزال غير واضحة أو مبهمه برغم أنها كانت موضع ملاحظة مباشرة ودقيقة. وعليه تعتبر المقابلة المتعمقة من الوسائل الهامة والفعالة لجمع المعلومات والبيانات الكيفية (معلومات، مشاعر، أحداث، وجهات نظر، شهادات) بهدف تحليلها واستكشاف عللها العميقة، باستخدام مسأله المبحوثين فردياً أو جماعياً، حيث تكتب استجابات المقابلة نصياً، ثم تتم قراءة النصوص مرات عدة، وتحدد الأفكار الرئيسية، وترمز بعد ذلك، ثم تجمع الرموز لتحديد التصنيفات المناسبة، ومن ثم توضع التصنيفات ضمن مواضيع كبيرة يمكن أن تنتمي إليها. (حدادي، 2019، ص 265)

المنهج التاريخي:

كثيراً ما يكون للظواهر الحاضرة علاقة بما مضى، فالحياة المعاصرة تشكل وامتداد للحياة السابقة، ومن تم كانت الحاجة إلى الرجوع إلى الماضي لدراسة الظواهر والأحداث السابقة بغرض التحليل والتمحيص فيما مضى لأجل كشف امتدادات وتأثير ذلك على تشكيل الحاضر.

ويعتبر المنهج التاريخي أداة للبحث في المشكلات والظواهر الإعلامية، في بعدها التاريخي أو سياق الوقائع والأحداث التي حدثت في الماضي، سواء لأغراض وصف الظاهرة الإتصالية وتسجيلها مثلما وقعت في الماضي كتسجيل تاريخ المؤسسات ووسائل الإعلام والبارزين فيها، أو تتم لأغراض تفسير علاقة الظاهرة الإعلامية وعناصرها بالوقائع والأحداث التي حدثت أيضاً في الماضي. والنهج التاريخي يستدعي إعادة الماضي بطريقة موضوعية عبر تجميع الأدلة، وتقييمها والتحقق منها، ثم

إعادة تركيبها لإستخلاص الحقائق والوصول إلى نتائج أو خلاصات محكمة. (عبد الحميد، 1979، ص262).

فالمنهج التاريخي يستهدف معرفة تطور موضوع البحث عبر مراحل الرئيسية في ترتيبها الزمني، وروابطها التاريخية الأساسية، فهو عبارة عن مجموعة من القواعد والمبادئ التي تهدف إلى المساعدة بشكل فعال في جمع المواد التاريخية، تقييمها ونقدها، وتقديم تركيبة أو خلاصة النتائج التي تحققت. فهو مجموعة من التقنيات والمبادئ التوجيهية التي يتبعها المؤرخون في إستخدامهم للمصادر الأولية والثانوية بغية كتابة التاريخ. (فضيل دليو، 2015، ص43).

خطوات البحث التاريخي:

كغيره من مناهج البحث العلمي، يتطلب تحديد مشكلة البحث ومن تم تجميع المعلومات المتعلقة بالمشكلة المحددة، وتحديد مصادر المعلومات أو الحقائق الأولية والثانوية منها، ليتم في الأخير تصنيف الحقائق وتحليلها وإيجاد العلاقات فيما بينها وعرض النتائج انتهاء. وبناء عليه فيمكن تلخيص خطوات البحث التاريخي فيما يلي:

- جمع المادة التاريخية.
- نقد المادة التاريخية
- تصنيف الحقائق وتحليلها وإعادة تركيبها.

جمع المادة التاريخية:

إن عملية جمع المادة التاريخية تنطلق بعد تحديد مصادر هذه المادة، التي تعد في البحث التاريخي مستويات، وتنقسم هذه المصادر إلى مصدرين رئيسيين وهما:

المصادر الأولية: وهي تلك المصادر المعاصرة للأحداث أو الأشخاص، أي من صفاتها قربها للحدث وذات علاقة عضوية بالوقائع والشخصيات، ومن أمثلة ذلك الآثار المادية والوثائق التاريخية.

وفي ميدان الإعلام والاتصال تعتبر السيرة والمذكرات الشخصية والرواد في مجال الإعلام والاتصال من المصادر الأساسية في البحث التاريخي، كما تعد أيضا التشريعات الإعلامية والقرارات الخاصة بتنظيم العمل وكذا محاضر الاجتماعات بالمؤسسات الإعلامية والتقارير السنوية المالية منها والأدبية من ابرز الوثائق التي يستعان بها في الدراسات التاريخية.

المصادر الثانوية: المصدر الثانوي فهو عكس المصدر الأولي فهو ليس معاصرا للحدث، أي عدم وجود علاقة مباشرة بينه وبين الحدث، غير أنه يكتسي أهمية بالغة في البحث التاريخي، كعمليات التصنيف والتبويب والتسجيل لمواد تاريخية كالمقالات والكتب التي كتبها باحثون معروفون.

نقد المادة التاريخية:

إن الوصول للمادة التاريخية التي يعتمد عليها في البحث لا يعني صلاحيتها للإعتماد عليها والتسليم بصدقيتها، فنتبع خطوة جمع المادة التاريخية بمرحلة مهمة وهي نقد هذه المادة التاريخية،

فالمشتغلون بالبحث التاريخي تواجههم على الدوام مشكلة مدى الثقة في المصادر، ودائما يساءلون المعلومات والحقائق التي بين أيديهم ويجري النقد في اتجاهين:

- نقد الخارجي: ويستهدف أساسا التحقق من صحة المصدر في علاقته بالحقبة التاريخية المعنية بالدراسة.
- النقد الداخلي: وهو التحقق من صدق المحتوى للوثيقة أو المصدر. وبمعنى ودقة البيانات التي تحتويها الوثيقة.

تصنيف الحقائق وتحليلها وإعادة تركيبها:

تمثل عملية إعادة تمثيل الأحداث والوقائع كما جرت في الماضي طريقا رئيسيا في البحث التاريخي، حيث يهدف الباحث إلى تحقيق أهداف محددة أو الإجابة عن أسئلة معينة، يقوم الباحث خلالها من عرض تقرير نهائي يعرض فيه رؤيته لهذهالوقائع المعتمدة على إجراءات دقيقة ومصادر تمثل مرجعية موثوقة لضمان صحة وموثوقية البحث التاريخي.(عبد الحميد،1979،ص268).

4-4-2. مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في ظل البيئة الاتصالية الرقمية:

أدى التطور المتسارع في تكنولوجيا الإتصال والمعلومات، إلى إحداث تغييرات في العديد من مجالات الحياة، منها ظهور شكل جديد من المجتمعات أطلق عليه من البعض اسم مجتمع افتراضي، وسماه البعض مجتمعا رقميا وغيرها من التسميات الملحقة بالمجتمع العصري. ولوصف المجتمع التي أصبح أفرادها يتفاعلون من خلال شبكة الأنترنت، تم نعت هذه المجتمعات أيضا بالمجتمعات الشبكية، وهذا بعد أن أصبح التشبيك ميزة أساسية في تفاعل الأفراد، حيث يذكر بارني (2015) أن المجتمعات الإنسانية اليوم شبكية بفعل وجود أمرين اثنين، أولهما وجود بنية تقنية رقمية معقدة تتوسط ممارسات اجتماعية وثقافية وسياسية واقتصادية متعددة، وثانيهما إعادة إنتاج هذه التقنية الرقمية ومأسستها باعتبارها الشكل الأساسي للتنظيمات والعلاقات الإنسانية.

والتشبيك معنى يدل على أن المشاركة في التواصل عبر الأنترنت لم يعد نشاطا يقتصر على فئة اجتماعية بعينها لها قدرة خاصة على الوصول إلى الأنترنت، بل أصبح التفاعل في الفضاء الرقمي واقعا معاشا ونشاطا رئيسيا في المجتمع للجميع، فشبكات التواصل الاجتماعي كمثل يستخدمها ملايين المستخدمين للتواصل وتبادل المعلومات والأفكار مما ينتج لنا وفرة كبيرة في البيانات يصعب التعامل معها بالطرق التقليدية.

من هذه الزاوية تفرقت آراء الباحثين في العلوم الاجتماعية والإنسانية ومنها علوم الإعلام والاتصال حول مدى صلاحية مناهج البحث التي تم استخدامها مع الإعلام والاتصال الكلاسيكي للإستخدام مجددا في البيئة الرقمية. في هذا المبحث سنحاول أن نستكشف ماهي أهم المناهج التي ينادي بها أغلب المتخصصين للتعامل بها مع الإتصال الرقمي ونترك الإشكاليات التي تواجهها المناهج الكلاسيكية عند تطبيقها على الإتصال الرقمي واختلاف الآراء بين قدرتها على التكيف مع المستجدات التكنولوجية إلى مبحث آخر.

في هذا السياق لا توجد وصفة واحدة أو وجهة نظر واحدة وإنما في الحديث عن التوجهات المنهجية الجديدة في السياق الرقمي مجال خصب للنقاشات بين آراء متعددة، فمن جهة تجد البعض

يرى أن ما أستجد حول البحث في البيئة الرقمية هو استمرار للتطورات التي تلحق ميدان الإعلام والاتصال في كل فترة، بينما يرى آخرون أن تكنولوجيا المعلومات قد أعادت تشكيل المشهد المنهجي، وأن السياق الرقمي يتطلب عدة منهجية جديدة تتناسب وطبيعة الظواهر الاجتماعية الجديدة جراء النشاطات الاجتماعية للأفراد في بيئة الأنترنت. ضمن هذا المنظور الأخير سوف نعرض أحد أهم المساهمات التي حاولت وضع خريطة لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية الجديدة ويتعلق الأمر بتصنيف الباحثان سيرج برولكس وجوليان رويف (2018) والذين توصلوا إلى هذا التصنيف بناء على مقابلات مع 24 باحثاً ممارسين للبحث الميداني في البيئة الرقمية من 24 باحثاً ممارسين للبحث الميداني في البيئة الرقمية من اختصاصات متعددة، علم الاجتماع والتواصل والإدارة. مجالات خبرة هؤلاء الباحثين الفرنكوفونية، الواقعة في كيبك أو في فرنسا، تخص علم الاجتماع الرقمي والصحافة وعلم اجتماع الإعلام، وعلم اجتماع الجماهير وعلم اجتماع الشبكات الدراسات الاجتماعية، ودراسات العلوم والتكنولوجيا (العلوم ودراسات التكنولوجيا)، العلوم الإنسانية الرقمية، علم اجتماع الشباب أو حتى علم اجتماع الثقافة

وعلى أساس مخرجات هذه المقابلات صنف مناهج البحث في السياق الرقمي إلى أربعة نماذج هي المناهج التوافقية (الكمية والكيفية) والاثنوغرافيا على الخط، والمناهج الحاسوبية المطبقة على البيانات الضخمة والمناهج الرقمية.

ويشير الباحثان إلى أن الأساليب التقليدية - النوعية والكمية - منتشرة على نطاق واسع في الدورات الجامعية في العلوم الاجتماعية أو في الكتب المدرسية، وعلى هذا النحو، فهي معروفة جيداً، فإن الأمر نفسه لا ينطبق على الأنواع المثالية الثلاثة الأخرى للطريقة في الاتصال الرقمي. الإثنوغرافيا عبر الإنترنت - التي ساعدت الباحثة كريستين هاين في نشرها منذ الأفينيات - تهدف إلى إنتاج "أوصاف كثيفة ومفصلة" للواقع المرصود من خلال ملاحظة أهمية التغطية الإعلامية الرقمية في الممارسات الاجتماعية. الإثنوغرافيا عبر الإنترنت هي استمرار للإثنوغرافيا التقليدية، لكنها تسعى جاهدة لتكييف تقنياتها الاستقصائية مع السياق الحالي. يتميز هذا النهج المنهجي أيضاً بتعددته وقدرته على التكيف وطبيعته النوعية. الأساليب الحسابية التي تستغل البيانات الضخمة ولدت من اجتماع التقنيات الحاسوبية القوية وتوافر آثار البيانات الضخمة. تتميز الأخيرة بحجمها وسرعتها واكتمالها ودقة تفاصيلها ومرونتها. (سيرج برولكس، جوليان رويف، 2018، ص7)

المناهج التوافقية (الكلاسيكية).

وتشير هذه الأساليب المنهجية إلى دراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية في البيئة الرقمية بالأساليب الكلاسيكية المعروفة في العلوم الاجتماعية والإنسانية دون أي محاولة لتكييفها مع السياق الرقمي فالأمر لا يزيد عن نقل الأساليب والطرق المنهجية بشقيها الكمي والكيفي (المقابلات، الاستبيانات مجموعات التركيز..إخ) المعروفة وإستخدامها دون الأخذ بعين الاعتبار السياقات التكنولوجية الجديدة.

ولهذا يعد هذا المنظور التقليدي من المشككين في أن يلحق التطور التكنولوجي تغييرات في أساليب البحث الاجتماعية المعتادة.

المناهج الحاسوبية:

أصبحت المناهج الحاسوبية تحتل مكانة متميزة في البحوث الإجتماعية والإنسانية في الدول الغربية، كما أن الباحثين في علوم الإعلام والإتصاليات قد انتبهوا إلى أهميته مثل هذه المناهج والفرص التي تتيحها في تمكين البحث العلمي في هذا التخصص.

تسمى هذه المناهج بالمناهج المألوفة أحيانا أو الكبرى تارة أخرى، وتستمد وجودها من الشق التكنولوجي (الكمبيوتر، وبرامجه، وتطبيقات الأنترنت، ومحركات البحث). وتستهدف مختلف المجالات المعرفية. وترتكز على الجمع الأوتوماتيكي للآثار التي يتركها مستخدمو شبكة الأنترنت والمنصات الرقمية وتظهرها في رسوم بيانية، وخرائط وخرائط، وخرائط سحابية للكلمات. وتوضح العلاقات والآراء والمواقف والاتجاهات وتستعين بالمنطق الرياضي من أجل نمذجة النشاط والسلوك البشري. (لعياضي، 2022، ص30)

وترتبط المناهج الحاسوبية أساسا بمجالات المعلوماتية والرياضيات، وجاءت لاستغلال الفرص التي تمنحها الميديا الجديدة من عملية الجمع الآلي للآثار التي يتركها المستخدمون على الأنترنت، وإن كانت مختلف القطاعات اليوم تستخدم هذه المناهج الحاسوبية خاصة ما تعلق بدراسة الأسواق، وعادات الاستهلاك لدى زبائن الشركات وتفاعلهم مع الإعلانات وغيرها من النشاطات التحليلية للشركات وتقييماتها لسلوكيات متعاملها من أجل التعلم منها واخذ القرارات التسويقية الصحيحة، بل تستطيع هذه المناهج الرقمية حتى في تحديد الاحتياجات الكامنة في السوق.

تزداد أهمية المناهج الحاسوبية في العصر الحديث من جراء إنتشار الثقافة الرقمية وتحول المجتمع إلى مجتمع رقمي وتحول المواطن إلى مواطن رقمي أيضا، وبالتالي يمنح هذا السياق ضرورة الاستفادة من كمية هذه البيانات الضخمة المنتجة في الأنترنت، وبالتالي زادت أهمية تفعيل البحوث الكمية، ونتجت الحاجة إلى تغيير مناهج علوم الإعلام والإتصال لتواكب التغيير الرقمي الحاصل.

الإمكانيات المنهجية للمناهج الحاسوبية:

رغم أنه هناك اختلاف في وجهات النظر حول حدود المناهج الحاسوبية والتي يعتبرها البعض إمتداد للبراد يغم الوضعي الذي يرتكز على القياس ولا يعير الإهتمام للسياقات، إلا أن المناهج الحاسوبية لديها ما يبرر إستخدامها في السياق الرقمي ومن مظاهر قوة هذه المناهج ما يلي:

- ✓ المناهج الحاسوبية هي الملائمة لدراسة المجتمعات الرقمية التي تتسم بضخامة البيانات، فلا يمكن للمناهج التقليدية التي استخدمت في سياق ربما كانت هناك ندرة في البيانات أن تستخدم في البيئة الإتصالية الرقمية الحديثة، فكبر حجم مجتمعات البحث في السياق الرقمي ولحجم البيانات المتوفرة على الأنترنت فلن يكون في متناول أدوات جمع البيانات التقليدية التعامل مع هذه السياقات الجديدة.
- ✓ قدرة هذه المناهج للاستجابة لإجراء دراسات تغطي مدد زمنية متعددة فهي قادرة بالتالي إلى الوصول إلى إطار زمني شاسع مقارنة بالمناهج التقليدية.
- ✓ المناهج الحاسوبية تقضي وتتجاوز مشكلة تمثيل مجتمع البحث، بسبب قدرتها على دراسة مفردات المجتمع كله أو على الأقل جزء كبيرا جدا منه.

- ✓ القدرة على التعبير عن الظواهر الإتصالية الحديثة بطريقة جديدة، ومن تم إمكانية احتواءها للواقع، ما يحقق الدقة في قياس الظواهر التي ستؤثر إيجابا على مخرجات البحث خاصة في موضوعية النتائج المتوصل إليها.
- ✓ قدرة المناهج الحاسوبية على التصوير الحقيقي لممارسات الجمهور بصورة دقيقة متجاوزة مشكلة صدق أقوال المبحوثين الذي قد لا يكون مطابقا في الواقع عند تعبئة الاستبيانات في البحوث التقليدية، فالمبحوثين عند جمع البيانات عن طريق الإستمارة أو المقابلة قد يصرحون بما هو غير حقيقي مما يوقع البحث في عدم صدق ودقة النتائج، على عكس في المناهج الحاسوبية أين يتم رسم صورة حقيقية للمبحوثين من خلال الآثار التي خلفوها في البيئة الرقمية فالبيانات الضخمة هي مثل مجهر يكشف التفاصيل التي لا يمكن الوصول إليها حتى بالعين المجردة.
- ✓ إعتقاد المناهج الحاسوبية سيخفض تكلفة البحث وزمن إنجازه بشكل كبير مقارنة بما هو واقع بالبحوث التقليدية.

وبناء عليه أتاحت التكنولوجيا الحديثة تطورات جديدة في البحث في علوم الإعلام والإتصال، بتوفيرها تقنيات قادرة على النمذجة والتقاط وإعادة إنتاج الأنماط الرئيسية للسلوك والآراء والعلاقات، مستعينة بالمنصات بمختلف أشكالها مثل وسائل التواصل الإجتماعي، محركات البحث، هذه الأخيرة التي تتضمن قواعد بيانات ضخمة.

إن الاحتفاء بالمناهج الحاسوبية من قبل بعض الباحثين وتفاءلهم بمثل هذه المناهج في تعزيز موضوعية البحث لا يعني أن الإعتقاد فقط على المناهج الحاسوبية في دراسة ظواهر الإعلام والإتصال ليس له عواقب وحدود تؤثر على الفهم الجيد للظواهر الإتصالية.

إن البحث القائم على المناهج الحاسوبية هو التزام دقيق بالمنطق الوضعي الصارم، والذي يعتبر أنه يمكن التعبير عن الواقع بصورة دقيقة، معتبرا بذلك البيانات التي يجمعها موضوعية وتمثل الواقع. ولكن هذه النظرة ربما تلقى الكثير من النقاش، ذلك في أن في المجمل قضية المناهج المستحدثة في السياق الرقمي موضوع نقاش من الأساس وقضاياها غير منتهية وغير مستقرة بعد. فما هي حدود المناهج الحاسوبية؟

إن التقيد الصارم بالمنطق الوضعي الذي تحققه المناهج الحاسوبية، والذي يركز على النتائج الصامتة التي تظهر في شكل بيانات رياضية ورسوم بيانية وخرائط الجرافيك، التي تضيف على الدراسات بعدا رياضيا تجريديا قد يكون غير كافيا لفهم الظواهر الإتصالية ذلك أن تخصص مثل علوم الإعلام والإتصال علما إنسانيا، من المفيد منهجيا أن يراعى فيه السياقات الإجتماعية والإنسانية، ومراعاة تصورات وتمثيلات المبحوثين للتقنيات الجديدة ما قد ينعكس إيجابا على الدراسات ويمنحها عمقا أكبر. ومن هذه الزاوية بالذات هناك دعوات لمزج المناهج الحاسوبية بأدوات البحوث الكيفية.

إن القول بأن المناهج الحاسوبية موضوعية بشكل أكبر بسبب قدرتها على أن تدرس كل الآثار الرقمية للمستخدمين التي يحتاجها الباحث فيه نظر، وذلك أن تدفق البيانات في البيئة الرقمية لا حدود له، مما يبقى تمثيل مجتمع البحث كليا في السياق الرقمي مسألة صعبة.

ومن بين الإشكاليات التي تواجهها المناهج الحاسوبية مسألة الهوية الرقمية، هل البيانات التي يتم التعامل معها هي لأفراد حقيقيين؟ فكثيرا ما يلجأ المستخدمون إلى هويات مزيفة وأسماء مستعارة خاصة في البيئة الإجتماعية العربية عامة والجزائر خاصة، كما أن يمكن لمستخدم أن يحوز عدة حسابات ويمكن فتح حسابات مزيفة باسم مؤسسات، بالإضافة إلى ذلك إمكانية تدخل الربوتات من أجل توجيه البيانات مما يفتح الباب أمام مسألة تمثيل هذه البيانات للواقع.

وتطرح المسألة الأخلاقية بشكل كبير في البحوث الرقمية، وذلك لما لها من علاقة مباشرة بالخصوصية، فالباحث في البيئة الرقمية عليه أن يتحلى بجرعة أعلى من أخلاقيات البحث، حيث يجب عليه أن يعمل جاهدا أن لا يقع في إيذاء المبحوثين والمساس بخصوصياتهم، كالتجسس على خصوصيات المبحوثين، أو التطفل على محادثات خاصة وطلب الإذن إذا استدعت الضرورة عند استخدام اقتباسات من أقوالهم المنشورة على الأنترنت، فعلى الباحث في البيئة الرقمية إبداء درجة كبيرة من احترام الخصوصية لمجتمع البحث وعدم النظر إليهم على أنهم مجرد كيانات رقمية بدون كرامة وحقوق.

المناهج الافتراضية:

تشير المناهج الافتراضية ، إلى البحوث التي تقوم بتجنيد المنظور الاثنوغرافي لدراسة الظواهر الإتصالية والإعلامية في السياق أو البيئة الرقمية، أو الأسلوب المنهجي الذي يتطلب اللقاء المباشر مع المبحوثين في سياق حياتهم وممارساتهم وثقافتهم اليومية. فالمبدأ الاثنوغرافي في البحث هو تواجد الباحث مع المبحوثين فهو جزء لا يتجزأ من نظام البحث ومشارك في إنتاج البيانات التي تخضع للتحليل. واستخدمت الأساليب الافتراضية فيالبحوث الإجتماعية والأنثروبولوجية على نطاق واسع من خلال أعمال كريستين هاين منذ أوائل القرن الحادي والعشرين.

وبالتالي ونظرا للتغيرات في البيئة الإتصالية الجديدة التي تختلف بشكل كبير عن سابقتها التقليدية كان لزاما على تكيف الأدوات المستخدمة في البحث النوعي، مثل الملاحظة سواء كانت بالمشاركة أم لا، والمقابلة سواء في المواقع أو عن بعد والتحليلات للإستخدام في البيئة الرقمية. ولهذا أطلقت عدة تسميات على هذه الممارسات البحثية. فحداثة المواضيع والمجتمع والفرد الإلكتروني يفرضون على المنهج الاثنوغرافي التكيف مع الخصائص الجديدة للظواهر الإتصالية، فإذا كنا في البيئة الإعلامية التقليدية أمام مجال بحث مادي(جغرافي)، ففي البيئة الإلكترونية نحن نتعامل مع مجال الكتروني، ونتعامل مع وسوم وايموجي وتسجيلات بصرية أو معية ورموز وغيرها، عكس البيئة الكلاسيكية التي نتعامل فيها مع كلام المبحوثين وكتاباتهم. فأصبح يتعذر إستخدام الاثنوغرافيا بشكلها التقليدي مع الاثنيات والمجموعات الرقمية. ومن مميزات المنهج الافتراضي هو أن اللقاء المباشر يتم مع المبحوثين عبر الوسائط التقنية وحتى إجراء الملاحظات والمقابلات تتم تقنيا، وهو شكل من تكيف هذا المنهج مع الخصوصيات التكنولوجية والسياق الإلكتروني ويذكر في المقام كل من (سارج بروكس، وجوليان برويف، 2018،ص7) أن الاثنوغرافيا الافتراضية هي إمتداد لتلك التقليدية ولكن تسعى جاهدة لتكييف تقنيات التحقيق الخاصة بها مع السياق الرقمي. من هذا المنطلق اطلقت عدة تسميات على المنهج الاثنوغرافي في البيئة الرقمية كالتننوغرافيا، الاثنوغرافيا على الخط، اثنوغرافيا الشبكات وغيرها من المسميات التي تشير إلى ذلك التكيف الذي لحق الاثنوغرافيا في السياق الرقمي.

المناهج الرقمية:

ترتكز المناهج الرقمية والحاسوبية على العدة التقنية، لكن تختلف المناهج الرقمية عن الحاسوبية في أنها مناهج كمية وكيفية في نفس الوقت في حين الحاسوبية تعتمد على الكم فقط. كما تعتمد المناهج الرقمية على بيانات رقمية المنشأ أو تمت رقمتها.

ومن هذا الجانب فهي تكمل ضعف المناهج الحاسوبية فهي تأخذ بعين الاعتبار واقع وسياقات الممارسة الإعلامية وتكمل المناهج الافتراضية عبر إعادة الاعتبار للعدة التقنية، وأكثر من ذلك بالتعامل معها كأداة وموضوع بحث في أن واحد. (لعياضي، 2022، ص37)

ومن خصائص المناهج الرقمية أنها تلجأ إلى ما هو متوفر في أدوات تقنية في شبكات التواصل الإجتماعي والأنترنت عامة لاستقاء البيانات وتحليلها. مثل ما هو متوفر في تويتر twiteranalytique في حين يمكن ابتكار برامج لتحليل وجمع البيانات في المناهج الحاسوبية.

5.4.2. مناهج البحث الإعلامي في السياق الرقمي العربي: بين الحديث عنها بدلا من ممارستها.

تجدد الإشارة إلى أنه في العالم العربي لا تزال ساحة النقاش العلمي تنفقر إلى مثل هذه المواضيع المستجدة، وما توفر لا يعدو حديث نظري يناقش إشكاليات وتأثير التكنولوجيا على البحث في علوم الإعلام والاتصال مع تسجيل ضعف واضح في ممارسة البحث عبر هذه المناهج.

هذا العجز الممارساتي للمناهج الجديدة في العالم العربي ومنه في الجزائر، يعود إلى مجموعة من الأسباب منها غياب توفر الإمكانيات التقنية للباحثين، فالباحث الذي يشتغل بالمناهج الحاسوبية أو الرقمية أو الاثنوغرافية أين يتم اللجوء إلى برامج الكترونية ومحركات البحث وغيرها من التقنيات لجمع البيانات، أو تتبع الروابط وشكل الارتباط ومسارات التفاعل في منهج تحليل الشبكات مثلا يتطلب إتقان استخدام هذه التقنيات وهو غير متاح للكثير من الباحثين مما يفرمل عملية الخوض في هذه المناهج الجديدة في السياق الرقمي والبقاء في تكرار التجارب البحثية الكلاسيكية.

في تقدير الباحث ضمن هذا السياق فالمؤسسات الجامعية في علوم الإعلام والاتصال مطالبة بالتكيف مع التغيرات الجديدة من خلال توفير شروط إدماج طرق البحث الجديدة في السياق الرقمي في العملية البحثية الإعلامية والاتصالية، من خلال توفير مختصين في المعلوماتية وتجهيز مخابر بحث في الأنترنت وتكوين الطلبة والأساتذة في هذا الموضوع. وإلى جانب ذلك يكون من الضروري أيضا العمل على ترجمة المؤلفات التأسيسية في هذه المناهج ووضعها تحت تصرف الباحثين في ظل ضعف تعدد اللغات لدى طيف واسع من الطلبة والأساتذة كما سبق الإشارة إلى ذلك.

إن رسم خريطة لمناهج البحث في السياق الرقمي ليس أمرا توافقيا بين الباحثين، فما أتينا على ذكره من المناهج الرقمية هو جزء من هذا النقاش ولا يمكن أن يكون أمرا حاسما ومنتها في هذا السياق. وهذا ما أشار إليه لعياضي في محاولته لمناقشة خريطة المناهج الرقمية التي طرحها سيرج بركس وجوليان رويف من أنه يجب الالتزام بكامل الحذر والتأني في تقييم المناهج البحثية في السياق الإلكتروني، وتجنب أيضا الحكم عليه بطريقة قاطعة، لأنها أولا ترتبط بالتكنولوجيا وهذه الأخيرة لا تكف عن التطور المستمر، وثانيا أنها تدرس ممارسات إتصالية وإعلامية متجددة باستمرار.

2-4-6. التحديات المنهجية والإتجاهات البحثية الجديدة في دراسة الظواهر الإتصالية الجديدة:

يطرح التناول المنهجي لشبكات التواصل الإجتماعي الكثير من التحديات أمام الباحثين في علوم الإعلام والإتصال، انطلاقاً من سؤال الموائمة وصلاحيات المنهجيات التقليدية المرتبطة أساساً بالإتصال التقليدي لبحث ودراسة شبكات التواصل الإجتماعي فهل تكفي وتصلح وتتناسب الاستراتيجيات والأدوات المنهجية التقليدية لمقاربة قضايا وتساؤلات التي تطرحها شبكات التواصل الإجتماعي أم أن مميزات وخصائص و الملامح الرقمية لهذه الشبكات تستدعي أن يبحث الباحثون على أدوات واستراتيجيات منهجية جديدة؟

لهذا يواجه الباحثون في علوم الإعلام والإتصال تحديات كبيرة لرصد التطور الهائل في وسائل الإعلام والإتصال والبحث عن المناهج والطرق البحثية الملائمة القادرة على تفكيك الظاهرة الإتصالية التي تزداد تعقيداً، وتأتي القراءة النقدية للمقاربات المنهجية والأدوات البحثية المستخدمة في علوم الإعلام والإتصال والتساؤل عن مدى ملاءمتها للتغيرات الجارية والمنتظرة مستقبلاً في مقدمة هذه التحديات. (بوكروخ، 2018، ص128).

من هذا المنطلق سوف نبسط مجموعة من الصعوبات والتحديات التي تواجه الباحثين في مجال دراسة شبكات التواصل الإجتماعي منهجياً، وفي هذا السياق كشفت الدراسة التحليلية لمها عبد المجيد (2015) التي أعتمدت على التحليل كفيما للحالات عمدية من البحوث في حقلاً لإعلاماً إجتماعي عن جملة من الإشكاليات المنهجية عند تناول شبكات الإعلام الإجتماعي بالبحث وكان أبرزها:

- هناك إختلاف في طبيعة وتكوين مضمون تطبيقات الإعلام الإجتماعي عن مضمون وسائل الإعلام التقليدي حيث تتنوع فيه الوسائط المعلوماتية (نصوص، ، مواد سمعية أو بصرية، أو مجتمعة معاً) واحتواء هذه المواد على روابط تشعبية وهذا ما يصعب من خطوة المعاينة التي تعد إجراءً منهجياً مهماً.
- المحتوى المنشور في الإعلام الإجتماعي دائماً في حالة تجدد وتغير مستمرين، فكل لحظة ممكن أن تظهر مواقع وحسابات جديدة وهذا يجعل عملية تحديد إطار عام لمجتمع البحث من الصعوبة بمكان.
- تنوع اللغات المستخدمة في المحتوى المنشور على شبكات التواصل الإجتماعي.
- عدم تغطية فئات التحليل التقليدية والتي تجيب على سؤالي المضمون ماذا قيل وسؤال الشكل كيف قيل؟ لمتطلبات تحليل محتوى المنشور على وسائط الإعلام الإجتماعي.
- إشكالية مصداقية البيانات المستخرجة من تطبيقات الإعلام الإجتماعي لعدم صدقية البيانات الديموجرافية التي تعرضها الملفات التعريفية عن أصحابها في مواقع التواصل الإجتماعي (الهويات المجازية).
- إشكالية عدم صدق الأفكار والآراء المنشورة فقد تكون سلوكيات الأشخاص على مواقع التواصل الإجتماعي غير مطابقة لما هو قائم فعلاً في الواقع.
- وجود تعدد لحسابات لنفس الجهة سواء كجماعات أو أشخاص أو مؤسسات مما يعقد مهمة الباحث في تحديد الحساب الرسمي الأصلي المعبر حقيقة عن الجهة المعنية بالدراسة.

- الإشكالية الأخلاقية والمتعلقة بمدى سرية البيانات المنشورة وخصوصيتها لأنه قد يكون من بين المبحوثين من لا يرغب عن كشف هوياتهم ضمن خلاصات البحث، ومن تم تطرح مسألة وجوب إعلام المستخدمين والحصول على موافقة مسبقة منهم في حالة لجا الباحث باستخدام ما ينشره لأغراض البحث العلمي.

بينما يطرح عبد الوهاب رامي(2015) إشكالية منهجية أخرى تتمثل في تعدد وتنوع المفاهيم الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي ويستمد هذا التنوع من الخصائص التكنولوجية لشبكات التواصل الاجتماعي لا سيما منها التشاركية، اندغام المرسل والمتلقي، التفاعلية، اللامادية، الحضور الكلي، الانتشار الواسع، السرعة، التحيين، الاستنساخ، المجهولية، واستعمال الوسائط المتعددة. ويدعو الباحث إلى الانطلاق من تعريف إجرائي للشبكات الاجتماعية بعد أن لاحظ أن كل باحث ينطلق من زاوية خاصة فالبعض يركز في تعريف الشبكات الاجتماعية على الخدمات التي تقدمها للمستخدمين وكثيرا ما يتم التركيز على وظيفة واحدة ويتم إسقاط وظائف أخرى. في حين يركز البعض في تحديد مفهوم الشبكات الاجتماعية على جانب العلاقات والتفاعلات بين الفاعلين على هذه الشبكات.

وتكمن أهمية الإطار المفاهيمي أنه " يترجم جملة التصورات والهواجس والاستدلالات الذهنية التي تحوم في ذهن الباحث /المفكر عند تناوله للحقائق وللظواهر العلمية، فالإطار المفاهيمي هو بمثابة الأدوات الذهنية التي يتم توظيفها في فهم واستيعاب الواقع المعيش وظواهره"(بن صغير،2020). وتتناول الدراسات شبكات التواصل الاجتماعي بمسميات مختلفة منها الإعلام الاجتماعي، مواقع التشبيك الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها مما يصعب من فهم هذه المصطلحات المنتشرة في البيئة الاتصالية الجديدة، كما تطرح في هذا الجانب مشكلة السياق المنتج للمفاهيم والذي هو سياق غربي فأغلب المفاهيم المتداولة صنيعة عملية بحثية محكومة بضرورة اجتماعية وثقافية ونقلها إلى بيئتنا البحثية الجزائرية ينطوي هذا الأمر على محاذير عدة. وأمام هذه التحديات فالباحث في علوم الإعلام والاتصال أمام رهانات بحثية معقدة في ظل بيئة الإتصال الجديدة، وفي مجال مشكلة المفاهيم يتوجب عليه إحاطة هذه المرحلة من البحث بكثير من العناية من خلال الانطلاق من تحديد المفاهيم التي يشتغل بها وتكييفها وتبيئتها.

وفي سياق النقاش يذكر بخيت(2010) أن من بين التحديات المنهجية التي تواجهها بحوث شبكات التواصل الاجتماعي هي عدم وجود مناهج علمية جديدة قادرة على التعاطي مع ظواهر الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، ويشير في نفس المضمون إلى استمرار غلبة الأدوات الكمية في دراسة بعض ظواهر المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي رغم ارتباط هذه الظواهر بالدوافع الكامنة والآراء وقيم وسلوكيات المستخدمين التي تتطلب أدوات كيفية لرصدها وتحليلها وعدم الاقتصار فيها على الرصد الكمي. ولقد توصلت(عبد العزيز عبد الله عثمان) في دراسة نقدية للإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في العالم العربي هيمنة مرجعية المنظور الوظيفي الذي يعتمد على العد والرصد والتوصيف في دراسات الإعلام الجديد مما أسفر عن تجزئة المباحث الإعلامية وبالتالي ضعف قدرتها على رصد وتفسير العديد من المشكلات الإعلامية المدروسة ومن تم غلب المنهج الكمي على بحوث الإعلام والاتصال، والبحوث الكمية غايتها شرح الظواهر وتفسيرها وهي البحوث التي تعتقد بوجود معطيات اجتماعية موضوعية منفردة ومعزولة عن أحاسيس ومعتقدات الأفراد وتركز غالبا على الطرق الإحصائية في معالجة وجمع البيانات وتحليلها. إن إنتشار الظواهر

الإتصالية الجديدة والتي يعبر عنها بالكثير من المسميات كالإعلام الجديد، الميديا الجديدة، الإتصال الجماهيري الفردي، قد أنتج ظواهر جديدة تختلف عن ما عهدناه مع وسائل الإتصال الجماهير حيث يشير لعياضي (2013) إلى أن وسائل الإتصال الجماهيرية الفردية قد أفرز مواضيع بحثية جديدة وطرح إشغالات بحثية مستجدة تتمحور حول معاني الأفراد وتمثلهم هذه الوسائل، واستملاكها، وإستخدامها، مما طرح بقوة مكانة البحوث النوعية في هذا السياق. وي طرح إنتشار وسائل التواصل الإجتماعي في المنطقة العربية أسئلة إشكالية عديدة تستحق البحث، (العبد الله، 2020 ص25).

وهذه الملاحظات إشارة إلى محدودية الإعتماد على المنهج الكمي لوحده في محاولة لفهم ما استجد من ظواهر إتصالية جديدة، نظرا لتعدد الظاهرة الإتصالية الإنسانية في ظل تطور تكنولوجيا الإتصال، إن التوجه إلى اكتشاف بيانات كمية حول الجمهور (سمات ديمغرافية، المنطقة الجغرافية، مدة الإستخدام، نوعية المحتوى الذي يطالعه...أخ) كان ملائما مع وسائل الإتصال التقليدية، لكن اليوم وبسبب التطور التقني أصبح يسيرا الحصول على هذه البيانات فهناك برامج تقنية يمكنها أن تمدّ الباحث ببيانات دقيقة جدا عن المبحوثين، ولهذا أصبح اليوم التوجه هو نحو المعرفة النوعية لمستخدمي وسائل الإعلام الجديد في كيف يتمثلون هذه الوسائل وكيف يدمجونها في حياتهم الإجتماعية، وهذا لن يتم إلا عبر الأدوات المنهجية الكيفية. إذا يمكن القول هنا بأهمية السياقات الإجتماعية والثقافية، ففهم واستيعاب الأدوات التكنولوجية الجديدة وكيفية تغلغلها في عمق الحياة الإجتماعية للأفراد لا بد فيه من مراعاة للسياقات المختلفة ولهذا توفر لنا الأدوات الكيفية على غرار الملاحظة والملاحظة بالمشاركة والمقابلات والمجموعات المركزة فهم أكثر للظواهر الإتصالية الجديدة. الأمر الآخر الذي يمكن أن يعقد من إستخدام البحوث الكمية في الظواهر الإتصالية الجديدة هو صعوبة المعاينة ذلك أن المستخدمين يشكلون مجتمعات افتراضية يصعب جدا ضبطها فقد يستحيل تحديد إطار عام لمجتمع البحث مما سيثير تساؤلات كبيرة حول صدق البيانات و صدق النتائج. ورغم ذلك فإن الملاحظة الأولية لبحوث شبكات التواصل الإجتماعي تعتمد في أدواتها البحثية بالدرجة الأولى على إستمارة الاستبيان حيث نجد أن أغلب الباحثين في علوم الإعلام والإتصال في الجزائر يلجؤون إلى الاستبيان كأداة لإنجاز الدراسة، وقد توصل الكعبي(2016) في دراسة تقييمية للبحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي من 2008 إلى 2016 أن الإستمارة هي الأداة الأكثر إستخداما في البحوث الإعلامية أين يتم في الأخير تحليل البيانات بإستخدام برنامج الإحصائية للعلوم الإجتماعية ضمن إطار المقاربة الكمية في وقت ينتشر تصور بين الباحثين عموما في العلوم الإجتماعية والإنسانية أن إنجاز دراسة من دون إستخدام الإستمارة يعد من قبيل الضعف المنهجي فيها ولكن السؤال المطروح في ظل البيئة الرقمية وشبكات التواصل الإجتماعي على وجه الخصوص هل تتوافق هذه الأداة وحدها مع المواضيع المرتبطة بالظواهر الجديدة والتي عادة ما يلعب السياق الثقافي والإجتماعي دورا كبيرا في تحديد طرق وأساليب إستخدام الوسائط الجديدة؟ فالرهان الحقيقي للباحثين هو ليس الانخراط في النقاش حول إيجابية أو سلبية شبكات التواصل الإجتماعي، بل بالأدوات التي يجب التفكير بواسطتها في هذه الشبكات والتي تسمح لهم بتجاوز الخطاب الأخلاقي حول هذه الوسائل وتعلو فوق الانطباعات والإيديولوجيات. هل إطار التفكير يكون إطارا معياريا ما يجب أن تكون عليه الميديا أو استكشافيا يطرح فقط إشكالية اشتغال الميديا؟ (الحمامي، 2017، ص46) ولتحقيق الإجابة على الشق الثاني من السؤال والذي ترجم في الكثير من النداءات للعديد من الباحثين التي توصي بالتوجه نحو البحوث النوعية من أجل فهم أفضل لشبكات التواصل الإجتماعي وإستخداماتها،

فالمنهج الكيفي يعد ملائماً حسب هذه النداءات لأنه يبحث الحقائق والظواهر الإجتماعية في سياقها الطبيعي، والمنهج الكيفي هو الذي يسعى إلى تطبيق أساليب بحث نوعية لا كمية بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظواهر الإجتماعية المدروسة ضمن سياقها الطبيعي من خلال الوقوف على تفاصيلها ومكوناتها والعوامل المؤثرة فيها.

ومنه يرى لعياضي(2010) أنه في سياقحياتنا الإجتماعية الجديدة والمعاصرة، نجد أن هذه الحياة تزداد تعقيدا ولا يمكن تبسيطها بسهولة، ذلك ان الإنسان كيان معقد جدا ولهذا تكون جوانب كثيرة من تصرفاته لا يمكن قياسها بشكل مباشر. إن رغبتنا في قياس كل شيء وتبسيطه قد ينعكس سلبا على نتائج أبحاثنا لأن بعض التفاصيل الدقيقة مهمة للفهم بينما مع القياس الكمي قد تغلت منا.

ومما سبق ذكره وعلى أثر هذا التحول في الإهتمامات البحثية من سياق التأثير إلى البحث عن التمثل وإستخدام وسائل الإعلام الجديد التي أصبحت من الممارسات اليومية للأفراد، هذا الواقع لا يمكن إدراكه إلا عبر منظورالمشاركين والفاعلين الإجتماعيين واستجلاء تأويلهم للظواهر الإجتماعية، وبالتالي يتم الانطلاق من ما يقوله الفاعل الإجتماعي عن نفسه وليس من ما يقوله الباحث عنه مما يستوجب التحول نحو البحوث النوعية والمناهج الكيفية للاستجابة للتعقد الكبير في العوالم الإجتماعية

وعند هذه النقطة يذكر لعياضي (2016) لأن في ظل التفكير في تشكل الإستخدام تطورت مناهج التفاعلية التي تسعى إلى تجنب السقوط في الحتمية التقنية (اقتصار البحث على العدة التكنولوجية وتداعياتها انطلاقا من خصائصها التقنية في ظل غياب الفاعل) والحتمية الإجتماعية (اقتصار البحث على الفاعل في ظل غياب الوسيلة) وتجلت هذه المناهج في عبر مستويات التحليل الثلاثة التي اقترحها شارلي وهي التجربة (وتتمثل فيما يقوله المبحوث عن ما يفعله) والتصور (ما يقوله المبحوث عما يفكر به) والتطبيق (ما يقوم به المبحوث عمليا). (لعياضي، 2018، ص128).

ومن هذا المنطلق أصبحت دراسات جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة في ظل أنظمة الإتصال الجديدة تولى أهمية خاصة لشخصية وطبائع الفرد، باعتباره خزانا حاملا لقيم وضوابط المجتمع المنعكسة في سلوكياته اليومية، وفي علاقاته الواقعية والإفتراضية بالأخر المنفصل أو المتصل مباشرة أو افتراضيا. (قسايسية، 2020)

فالتفاعلات الثرية في الفضاءات الرقمية وتحول المستخدم من مرسل إلى متلقي، والتحول بذلك من النظر إلى جمهور على أنه سلبي إلى جمهور نشط وتفاعلي فالمستخدم يختلف عن قارئ الصحيفة والمستمع للإذاعة والمشاهد للتلفزيون، وهذا ما أدى إلى تغيرات كبيرة في أنماط التفاعلات والعلاقات الإجتماعية، ففي المجتمعات الافتراضية أعيد الإهتمام لمركزية الفرد بعد أن كان دوره هامشيا. وبالتالي استدعت هذه الظروف طرق وأساليب دراسة نوعية .

إن الدعوات التي أطلقها الكثير من الباحثين للإهتمام بالبحث النوعي في بحوث شبكات التواصل الإجتماعي حسب تقدير الباحث لا تنطلق من منظور الصراع الذي دام لفترة طويلة بين أفضلية المقاربة الكمية على الكيفية أو العكس، بل ينطلق من تعقد العوالم الإجتماعية التي تتطلب الجمع بين منهجيات متعددة للإحاطة بالظواهر الإتصالية الجديدة، كما فرضتها البيئة الإتصالية الرقمية المتجددة باستمرار، وعجز الكثير من المناهج الكلاسيكية على تفسير الظواهر الحديثة مما يستدعي من الباحث العمل على تجديد المناهج المستخدمة لتتكيف مع ما استجد. كما أن الحديث عن البحوث الكيفية والكمية

في هذا المبحث لا ينطلق من وجهة النظر التي تفرق بينهما على أساس تقني بل تنطلق من فكرة الاختلاف الاستمولوجي بين المقاربتين.

منهج تحليل الشبكات:

مدخل تحليل الشبكات يعتبر منهجية، ويقوم على تحليل الشبكات فحص الأبنية الاجتماعية التي تتميز بالتعقيد، وتكون مخرجاته في شكل الرسوم البيانية، وتستخدم الطرق الحسابية التي يتم من خلالها تحليل الأنماط العلائقية التي تمثل المستخدمين في الشبكات بالإستناد للحساب الرياضي، وتخرج هذه الحسابات بمقاييس للبناء الشبكي أو بارامترات تحدد طبيعة الممارسات الشبكية والأدوار الاجتماعية والمشاركات (jennifer,2007).

وقد زاد الإهتمام بدراسة وتحليل الشبكات الاجتماعية نظرا لما تمنحه من فوائد جمة في فهم المجتمع بطريقة أعمق والتعرف والكشف عن الفاعلين ممن لهم تأثير في هذه المجتمعات ومتابعة نمو هذه المجتمعات، ومعرفة تركيبها وتماسكها، والشبكات الاجتماعية يطلق عليها مصطلح العقد والتي تكون مرتبطة مع بعضها البعض بروابط وتشكل هذه الروابط معاني معينة. (سامح محمد الشريف، 2021، ص 182).

تعود جذور تحليل الشبكات الاجتماعية كمنظور إلى سيمل (1917) حيث يرى تحليل الشبكات بأنه الأساس لعلم الاجتماع على اعتبار أن جوهر إهتمام هذا الأخير هو هياكل وبنى العلاقات الاجتماعية. وقد بنفاندينبورك هذا التحليل من إهتمامه بعلم الاجتماع الشكلي أين يعلى شكل العلاقات على المحتوى، ومقاربة الظواهر الاجتماعية على أساساتها نتائج التفاعلات الفردية ولكن هذه الأخيرة تتأثر وتتكيف مع خصائص هذه التفاعلات). (حبيب بن بلقاسم، 2018).

وتشير ملكاوي (2021) أن تحليل الشبكات منهج مختلط ومتعدد التخصصات يستكشف بناء وهيكل الكيانات الاجتماعية كما يعمل على التعرف على تأثير تلك الهياكل على الظواهر الاجتماعية الأخرى، ويتحقق من نمط العلاقات الاجتماعية بين الفاعلين. (حسين ملكاوي، الرويح، السيد عمر، 2021، ص 22).

تحليل الشبكات الاجتماعية في أساسه الأول مجموعة أدوات تمكّن من نمذجة العلاقات الاجتماعية وتتنظر إلى العلاقات كمجموعة من العقد (الأفراد والمنظمات) ومجموعة من الروابط (العلاقات بين هذه العقد).

ومنه تحليل الشبكات الاجتماعية يبنّي على أساس مجموعة الرسومات والبيانات التصويرية المستمدة من الخوارزميات بهدف لحساب درجة القوة أو الكثافة بين مختلف العقد في الشبكة. (حبيب بن بلقاسم، 2018).

ومما سبق ذكره فإن منهج تحليل الشبكات يعد من المناهج الأكثر ملائمة لدراسة مواقع الشبكات الاجتماعية والمجتمعات الافتراضية وذلك للأسباب الآتية:

- قياس التفاعلات بين أعضاء الشبكة

• لتعرف على شكل الشبكات امتداداتها وكذا التماسك بين الجماعات

تعقب التفاعل بين الأعضاء

- التعرف على مركزية الأعضاء في الشبكة من خلال قياسات تتمحور حول مؤشرات أهمية الفرد داخل الشبكة ومن تم معرفة البارزين والمؤثرين في المجتمعات.
- تقييم الروابط
- التعرف على قوة أو ضعف الشبكة.

وضمن استخدام منهج تحليل الشبكات يمكن أن نشير إلى مجموعة من الدراسات العربية التي استخدمت هذا المنهج وكانت في مقدمة الدراسات الأولى التي واكبت التحولات المنهجية والابتعاد عن المناهج الكلاسيكية التي تعرف تحديات في دراستها للإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص، ومن تم تعد هذه الدراسات محاولة لترصين البحث العربي في علوم الإعلام والاتصال والعمل على بناء انساق منهجية جديدة تتناسب مع البيئة الرقمية . ففي دراسة لكل من (مكاوي، الرويح، عمر، 2021) موسومة بتحليل الشبكات مقاطعة المنتجات الفرنسية نموذجاً والتي هدفت إلى التركيز على جوانب متعددة لهذه الحملة، وقد استخدمت الدراسة برنامجين برنامج nodexl لتحليل الشبكات الاجتماعية أما البرنامج الآخر والذي استخدم لتحليل مضمون عينة عشوائية من التدوينات ومعرفة موضوعات فكان برنامج MAXQDA وهو برنامج لتحليل البيانات النوعية. وفي نفس السياق قدم الشريف (2021) دراسة تحت عنوان مشاركة قضايا ذوي الإعاقة في شبكة تويتر "تحليل شبكات الاجتماعية"، حيث استهدف في دراسته رصد وتحليل طبيعة مشاركة قضايا ذوي الإعاقة على شبكة تويتر من خلال تحليل شبكات العلاقات بين المغردين عن اليوم العالمي للإعاقة، تم من خلالها تحليل 2149 تغريدة في الفترة من 30 نوفمبر 2019 حتى نهاية 03 ديسمبر 2019 بالموازاة مع إجراء مقابلات معمقة من ذوي الإعاقة بالسعودية.

وفي دراسة أخرى للباحث بن شراد محمد أمين (2022) موسومة بمنهج التحليل الشبكي الاجتماعي في بحوث الإعلام الرقمي، مقارنة تنظرية ودليل عملي، قد أفضت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- يستعمل التحليل الشبكي الاجتماعي من أجل وضع خرائط تصويرية وتمثيلية للشبكات المعروضة على وسائل التواصل الاجتماعي بغية الكشف عن الأشخاص المؤثرين والروابط بين العقد وقوتها.
- ينشر الشخص المؤثر الوحدات الفكرية والمبادئ التي تدعم التغيير في السلوكيات لمعظم الأشخاص في الشبكات الاجتماعية التي تتناول موضوعاً ما بأقل العقبات التقنية، ويصل إليهم بطرق مباشرة وغير مباشرة.
- إن الخوارزميات الثلاث لتحليلات الشبكات الاجتماعية على درجة عالية من الكفاءة لإيجاد العقد المؤثرين، بحيث تفترض خوارزمية بوناسيتش أن تأثير الشخص ينبع من عدد الأشخاص المرتبط معهم بناءً على طبيعة الشبكة وكم عدد الروابط المرتبط بها والأشخاص المرتبط هو بهم حتى يستطيع إنشاء اتصال معهم، أما خوارزمية القرب فتفترض أنه كلما زادت الروابط التي يتمتع بها شخص (عقدة) في شبكة ما كلما كان تأثيره وانتشار رسائله أكثر أما خوارزمية الوسطية فتفترض أن الشخص يصبح مؤثراً إذا كان يمثل دور الوسيط الذي

من خلاله يستطيع إيصال الرسالة، ومن هنا وجد افتراض (فريمان) أن الفرد يصبح أكثر تأثراً إذا كان هذا الوسيط الأساسي للأشخاص الذين يتواصل معهم ويتحكم في الرسائل التي تصلهم.

- يمكننا برنامج تحليلات الشبكات الإجتماعية UCINET عبر برنامج NET DRAW المدمج فيه من وضع شكل تصويري للشبكات وتحليلها أيضاً.
- يستلزم إنشاء الشبكة تحويل البيانات إلى صيغة مصفوفة، ثم إدخال البيانات في برنامج تحليل الشبكات الإجتماعية، أين يستلزم التحليل تشغيل الخوارزميات أولاً ثم مقارنة النتائج أخيراً.

ومن الإتجاهات البحثية والتي تدرج ضمن دراسات تحليل الشبكات الإجتماعية والذي يركز أساساً على المحتوى الذي ينتجه مستخدمو شبكات التواصل الإجتماعي بإستخدام تقنيات وتطبيقات الحوسبة ومعالجة اللغة الطبيعية للتعقيب في هذا المحتوى واستخراج الآراء والمشاعر هو تحليل المشاعر والذي تتمثل وظيفته الأساسية في تحديد ما يفكر فيه الأفراد واستخلاص وجهات نظرهم حول قضايا وموضوعات معينة. وفي هذا الإطار يشير الخليفة (2019) في دراسة حول تعقيب البيانات وتحليل المشاعر أن هناك جهود بحثية نشطة للغاية في هذا المجال تتوزع على مجالات معرفية متنوعة، وفي المقابل هناك محاولات بحثية من جانب العلوم الإجتماعية وان كانت بدرجة أقل للاستفادة من هذه التطورات، إلا أن حقل الدراسات الإعلامية هو الأقل مواكبة لهذه التطورات ويصل إلى حد الندرة فيما لو كانت دراسات إعلامية عربية. ومن أهم برامج وتقنيات تعقيب البيانات وتحليل المشاعر الخليفة (2019):

- برنامج orange وهو يعتبر بيئة برمجية شاملة مفتوحة المصدر توفر أدوات وتقنيات تعقيب البيانات وتعلم الآلة، وهو احد أدوات ذات الطابع الأكاديمي غير التجاري.
- برنامج weka وهو برنامج خاص بخوارزميات تعقيب البيانات وتعلم الآلة، يحتوي على أدوات قادرة على التعامل مع البيانات في مراحل ما قبل المعالجة والتصنيف والتجميع وقواعد الارتباط والعرض المرئي للنتائج
- برنامج social mention وهي خدمة ويب مجانية أو واحدة من محركات البحث في وسائل التواصل الإجتماعي تسمح لمستخدميها بالبحث عن المنشورات المتنوعة وتتبع وقياس وتحليل ما يقوله الأشخاص عن الشركات والمنتجات أو العلامات التجارية في مختلف الشبكات الإجتماعية على الويب بما في ذلك فايسبوك وتويتر ويوتيوب.

ويمكن القول إجمالاً أن التوجه نحو إستخدام البرامج الإلكترونية يعد من التوجهات المنهجية الواعدة في حقل علوم الإعلام والاتصال، فالكثير من الباحثين أصبحوا يستخدمون هذه البرامج التقنية من أجل مواكبة الظواهر والموضوعات البحثية الجديدة نظراً لجملة الفوائد المنهجية التي توفرها هذه البرمجيات في جودة البحث في علوم الإعلام والاتصال، وكذا طبيعة البيانات الجديدة مقارنة بالبيانات التقليدية فاليوم نشهد تدفق رهيب ومستمر للمعلومات وأثار رقمية كبيرة جداً يتركها المستخدمون على شبكات التواصل الإجتماعي، في حين في بحوث الإعلام والاتصال التقليدية تجرى على مجموعة محددة من البيانات كإجراء استقصاء على مئات من الأفراد أو القيام بتحليل حزمة من الساعات التلفزيونية أو الإذاعية. فطبيعة البيانات الواسعة تستدعي التوجه نحو إستخدام البرمجيات التقنية المساعدة، كما أن تحول الأفراد اليوم من فرد كان ارتباطه بوسائل إعلام تقليدية إلى كائن رقمي فإن

المناهج الإلكترونية هي الأنسب لدراسة موضوعات الإعلام والاتصال لأنها تتوافق مع خصوصيات الوسائل والمضامين الإعلامية الجديدة.

ويذكر بطاهر (2019) أن من فوائد بعض البرامج الإلكترونية أنها وضعت حدا للصراع القائم بين المدارس الكمية والكيفية حيث تجمع بين التحليل الكمي والنوعي في دراسة واحدة حسب متطلبات وإشكاليات كل بحث، حيث نجد برامج من مثل برنامج nvivo و tropes في دراسة واحدة أين يستغل الباحث برامج التحليل النوعي عندما يتطلب البحث بحثا نوعيا وبرامج تحليل كمي عندما يتطلب البحث تحليلا كميًا. وبناءا عليه فإن خصوصيات البرامج الإلكترونية أصبحت تصب في الاتجاه السائد في البحوث الحديثة التي تدعو إلى المزوجة بين المناهج الكمية والاستفادة من ميزات كليهما وتجاوز قصور كل واحد منهما ويعد ذلك أفضل لمناهج البحوث المستخدمة في بحوث الإعلام والاتصال.

المنهج الاثنوغرافي:

يعد المنهج الاثنوغرافي من المناهج الواعدة ودعمه منهجية بارزة في الآونة الأخيرة في دراسة الشبكات الاجتماعية، حيث يتوجه هذا المنهج للبحث خاصة في طبيعة اللغة المستجدة للتواصل مع المجموعات الافتراضية وتشكل الهويات الافتراضية وتأثيرات هذه الشبكات على المستخدم.

وقد حفز ظهور المجتمعات الإلكترونية استخدام المنهج الاثنوغرافي خاصة بعد الزيادة المتنامية للمستخدمين في هذه الفضاءات الجديدة والتي رغم غياب عنصر المكان والزمان فيها إلا أنها أصبحت مسرحا للتفاعل وبناء العلاقات الاجتماعية. والاثنوغرافيا يجمع بين الاثنوغرافيا وتسمية السياق العنكبوتي وهذا المنهج ذو فائدة كبيرة في شرح العلاقات الموجودة داخل الجماعات التي تتشكل علما للإنترنت وتوظيفها بالدرجة الأولى لخدمة الأهداف التسويقية .

والمنهج الاثنوغرافي الذي ينتمي فكريا للبحوث النوعية يقوم بشكل رئيسي على جمع المعطيات بأدوات مفتوحة من المقابلات العميقة، الملاحظات المباشرة، والملاحظة بالمشاركة.

وقد استخدم المنهج الاثنوغرافي كمنهج منذ مدة طويلة نسبيا في مجال الأبحاث الاجتماعية، فأبحاث الاتصال أصبحت تلجأ مؤخرا إليه في دراساتهما، ومن الباحثين الذين ذاع صيتهم في ميدان الاتصال الذين استخدموا هذا المنهج "دافيدمورلي" .

ومن تطبيقات منهج أنت نوغرافيا أيضا استخدام دراسة الحالة الافتراضية داخل الشبكات الاجتماعية، وو وحدة التحليل فيها الأفراد أو الجماعات وتتم جميع التفاعلات المبحوثين من خلال التقنية أو بواسطة الإنترنت عبر أحد المواقع الشبكية لجمع المعلومات عن الفرد أو الجماعة وتسعى للوصول إلى بيانات كيفية يمكن من خلالها عرض توصيف دقيق للجماعات والعقد الشبكية. (العدوي، 2018، ص61).

فالنت نوغرافيا تستخدم لفهم العالم على الإنترنت وأنماط التفاعلات الاجتماعية والفردية سواء الأرشيف منها عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو التفاعلات المباشرة لمستخدمي الإنترنت أو مجتمعات بعينها خاصة في أوقات معينة أو ما تعلق بقضايا معينة.

ومما سبق فإن منهج الاثنوغرافيا هو من المناهج الكيفية تركز على ميراث الاثنوغرافيا التقليدية مع التكيف مع مستجدات البيئة الإلكترونية وما يتفق مع دراسة الثقافات التي تسود في المجتمعات الافتراضية .

ويذكر الباحثين (الطاهر بصيص، عبد الرحمان قدي، 2022) أن المنهجية المتبعة في البحوث الاثنوغرافية يجب أن تتركز:

- إجراء دراسة استطلاعية: والهدف منها هو البحث عن عينة الأشخاص المبحوثين المناسبين للبحث وفق الشروط الذي يكون قد حددها الباحث مسبقا والتي تخدم أهداف البحث، ويستفيد الباحث في هذه المرحلة من:
 - تصميم الإستمارة الأولية للأداة (ملاحظة أو مقابلة) وضبط صياغة أسئلتها حتى تتسجم مع الموضوع.
 - معرفة جاهزية المبحوثين للترامهم ببرنامج العمل ومدى تعاونهم في تقديم المعلومات المطلوبة
 - ضبط برنامج زمني لجمع البيانات: وهي محاولة من الباحث أن يضع المبحوثين في راحة من أمرهم من أجل أن يلتزموا بالمتابعة مع الباحث، حيث يجب تكييف البرنامج الزمني حسب ظروف حياتهم، خاصة التزاماتهم المهنية والاجتماعية، ووضع حلول لتجاوز كل الصعوبات التي قد تعترض الباحث.
 - جمع البيانات افتراضيا: حيث غالبا ما تكون عملية جمع البيانات بالملاحظة العلمية ضمن مجتمع افتراضي سواء كان بالمشاركة أو بدون مشاركة أو المقابلة العلمية عن طريق التواصل الإلكتروني إما عبر برامج وتطبيقات الدردشة أو عبر المكالمات الهاتفية.
 - تصنيف وتحليل البيانات: أين يتم تصنيف مجموع البيانات التي جمعها في أقسام ملائمة، وبعدها ينطلق الباحث في تحليل البيانات المجمعة للإجابة عن تساؤلات البحث.
- وتلخيصا لما سبق يمكن أن نجمل المزايا والقوة المنهجية للمنهج النثنوغرافي في دراسة الفضاءات الإلكترونية فيما يلي:

- القدرة على التواصل مع الكيانات والمجتمعات الافتراضية رغم إنتشارها الواسع جغرافيا.
- سهولة أكثر مقارنة بالاثنوغرافيا التقليدية في جمع المعلومات وانخفاض تكلفتها أيضا.
- إمكانية للباحث من أن يجري العمل الميداني من مكتبه.
- المجتمعات التقليدية عادة تميل إلى التستر حول الموضوعات الحساسة وتعد أنت نوغرافيا ملائمة جدا للتعامل مع هذا الموضوع لأن هذه القضايا والموضوعات يتم مناقشتها في المجموعات والمجتمعات الإلكترونية تحت أسماء مجازية ومجهولة.
- عدم اضطرار الباحث للإفصاح عن هويتهوان كان هناك نقاش في الموضوع من الناحية الأخلاقية حول ما إذا يتوجب على الباحث في حالة دخوله مثلا إلى مجموعة فايسبوكية أن يفصح للأعضاء عن هويته كباحث.
- قدرة الباحث على المشاركة الفعالة في الحياة اليومية في المجتمعات والجماعات الإلكترونية .

ويشكل إجراء البحث الننتوغرافي عملية ذات مراحل وخطوات كون الباحث الالتزام بها بدءا من التخطيط للمشروع البحثي، ثم إجراءات دخول الموقع محل الدراسة، مروراً بجمع البيانات وتفسيرها وتحليلها، وانتهاء بعرض النتائج وتقييمها. كل هذا بدون الإخلال بالمعايير الأخلاقية طوال مراحل البحث. ص 357

خلاصات الباحث:

- ✓ إن الإعتماد على المنهج الكمي لوحده في بحوث شبكات التواصل الإجتماعي قد لا يؤدي إلى إنتاج معرفة رصينة، لأن الاتجاه الحديث هو التوجه للبحث عن تصورات الناس وإتجاهاتهم وقيمهم وهي أمور لا يمكن أن نكتشفها بالدراسات الكمية فالمستخدمين وتفاعلاتهم ومشاعرهم هي أمور إنسانية لا ينفع معها اللغة الرقمية و الأساليب الرياضية فتجهين الأساليب البحثية بين الكمية والنوعية يسمح بالاستفادة من البيانات الكمية دون التخلي عن المعاني التي يعطيها الفاعلون المستخدمون لأنشطتهم في الفضاءات الرقمية .
- ✓ الاختلاف بين طبيعة الإتصال واختلاف طبيعة وتكوين محتوى تطبيقات الإعلام الإجتماعي عن محتوى وسائل الإعلام التقليدي واختلاف طبيعة الجمهور يجعل من تطبيق المناهج بشكلها التقليدي غير مجدية ما يتطلب من الباحث جهد أكبر في تكييف هذه المناهج مع متغيرات البيئة الجديدة.
- ✓ تتطلب الدراسات في الفضاءات الرقمية خاصة شبكات التواصل الإجتماعي التي تتميز بسيل كبير من المعلومات إلى ضرورة تفعيل البحث الأكاديمي الجامعي المتعدد التخصصات فالباحث في علوم الإعلام والإتصال لا يملك المهارات التقنية خاصة التي تساعد على إجراء بحوث كالتى ذكرت سابقا تحليل الشبكات.
- ✓ من خلال ملاحظة الباحث هناك ضعف كبير في إستخدام مناهج جديدة على غرار تحليل الشبكات ومنهج الننتوغرافيا في بحوث الإعلام والإتصال في الجزائر واقتصار هذه الأخيرة على إستخدام أدوات بحثية قديمة في السياق الرقمي، في الوقت الذي يزخر الإنتاج الغربي الأكاديمي بإستخدام هذه المناهج الجديدة.
- ✓ انتهاء الصراع التقليدي بين المقاربة الكمية والكيفية في بحوث الإعلام والإتصال بعد أن أصبح الجمع بينهما ممكنا ضمن البرامج الإلكترونية المستخدمة في تحليل النتائج فهناك برامج تسمح بإستخدام التحليل الكمي إذا تطلبت الدراسة ذلك وتسمح في نفس الوقت من تطبيق التحليل الكيفي للإجابة على جزء من الدراسة تستدعي إستخدام التحليل نوعي.

5-2. شبكات التواصل الإجتماعي

ظهر مصطلح الإعلام الجديد للتعبير عن مظاهر التغيير التي تعيشها المجتمعات في مجال الإعلام والإتصال، هذه التغييرات مست إنتاج وتوزيع واستهلاك المعلومات بشكل كبير للغاية، بسبب ظهور أساليب وتقنيات إتصالية إلكترونية جديدة، خلقت بذلك بيئة إتصالية تختلف عن ما شهدته البشرية قبل ظهور الأنترنت وإنتشارها، حيث تحولنا من الإتصال الجماهيري الأحادي إلى شكل آخر من الإتصال من أبرز سماته التفاعلية واللامركزية في العملية الإتصالية.

تعددت الأسماء التي حاولت أن توصف هذا النمط الجديد من الإعلام، نظرا لديناميكية التي يتميز بها فهو في تطور وتغيير مستمرتين، إلا أن المدلولات اللغوية التي تناولت الإعلام الجديد لم تصل إلى إنتاج وصياغة وصف متفق عليه لدى الباحثين، لقلة التنظير الأكاديمي في هذا المجال والذي توقف إلى حدّ الآن عند الخصائص والسمات العامة لظاهرة الإعلام الجديد، في الوقت الذي أضحى من روتين الحياة اليومية في المجتمعات.

ويطلق الإعلام الجديد على حسب قاموس ليستر على تكنولوجيات الإتصال التي نشأت من التلاقي بين الكمبيوتر والوسائل الكلاسيكية للإعلام، مثل الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.

وعرّف علي خليل شقرة (2014) بأن الإعلام الجديد نوع جديد من الإعلام، يتقاسم مع الإعلام التقليدي، المفهوم والمبادئ والأهداف، لكنه يخالفه في أنهنتج من الدمج بين كل وسائل الإتصال التقليدي، ويسعى إلى إيصال المضامين اللازمة بطرق متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو يعتمد بشكل رئيس على الأنترنت.

وفي دراسة للباحث عباس مصطفى صادق التي تعتبر على حد علم الباحث من الدراسات العربية الأولى كمحاولة لفهم ما هو الإعلام الجديد، فيعد أن عرض الباحث لمجموعة من التعاريف على غرار تعريف قاموس التكنولوجيا الرفيعة وقاموس ليستر، وقاموس الكمبيوتر وقاموس الأنترنت الموجز، وموسوعة الويب webopedia وتعريف جونز، توصل الباحث إلى صعوبة في تحديد مفهوم للإعلام الجديد، ومنه طرح مجموعة من السمات الخاصة بالإعلام الجديد انطلاقا من جملة التعريفات التي ساقها ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- إعلانها لحالة الفردية والتخصيص عكس الإتصال الجماهيري.
- دمجها للخصائص سواء منها القديمة والمستحدثة في مكان واحد على منصة الكمبيوتر وشبكات، أدى إلى استحداث نموذج إتصالي مختلف عما سبقه.
- هذا الإعلام يتبننا التكنولوجيا الرقمية ويبني على التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي ومتعدد الوسائط.
- تجاوز الإعلام الجديد لمفهوم الوطنية والحدود الدولية بسبب قضاءه على الحدود الجغرافية والزمنية.

ويمكن أن يقسم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة التالية:

- ✓ الإعلام الجديد القائم على شبكة الأنترنت وتطبيقاتها:
- ✓ الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة:
- ✓ نوع قائم على الوسائل التقليدية:
- ✓ الإعلام الجديد القائم على الكمبيوتر:

ومن خلال ذلك فإننا للإعلام الجديد لم تتضح معالمه بشكل واضح، والجدة فيه تنبع من اختلافه عن ماسبقه من الوسائط الإتصالية، بسبب الاندماج الذي حدث ما بين تكنولوجيا الإتصال والوسائل الإتصالية الكلاسيكية، وبالتالي الجدة ليس معنى زمني لأن التلغراف والفاكس والتلفون والراديو كانت

في وقت ظهورها إعلاما جديدا. وبناءا على القراءة في أدبيات الإعلام الجديد، يعتبر نيغروبنتي أول من قدم شروحات للإعلام الجديد، من خلال الحديث عن ميزاته التي تميزه مقارنة بالإعلام التقليدي مشيرا في ذلك إلى استبدال الإعلام الجديد الوحدات المادية بالرقمية، والبتات هي الأدوات الرئيسية التي تحمل المعلومات بأشكالها المختلفة المكتوبة والمسموعة والمرئية، وتوزيعها أصبح يتم ليس بطريقة مادية على الورق على سبيل المثال ولكن يتم بطريقة رقمية. ومن أبرز مظاهر الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي التي تلقى إستخداما متزايدا في الأوساط الإجتماعية، وأصبح إستخدامها من الروتين اليومي للأفراد.

1-5-2. نشأة وتطور شبكات التواصل الإجتماعي.

عندما نتحدث عن تاريخ وتطور مواقع التواصل الإجتماعي يمكن تقسيمها إلى مرحلتين أساسيتين: المرحلة الأولى وهي مرحلة الجيل الأول مرحلة الويب. 1.0 والمرحلة الثانية وهي مرحلة الجيل الثاني مرحلة الويب 2.0 وأهم مواقع التواصل الإجتماعي الموجودة الأن كانت نتاج الجيل الثاني. (بركات، 2015-2016، ص، 136).

في نهاية التسعينات شهد العالم ظهور أول موقع للتواصل الإجتماعي وهو موقع CLASSMATES.COM عام 1995 وكان الهدف منه ربط زملاء الدراسة، وقد كان لهذا الموقع نهج خاص حيث تم تقسيم المجتمع الأمريكي إلى مناطق، وتم تقسيم كل منطقة إلى عدة مدارس التي تشترك جميعها في هذا الموقع. فكان لكل الفرد إمكانية من أجل البحث ضمن هذا الموقع عن أصدقاء الدراسة السابقين والتفاعل معهم بالاضافة الى توسيع علاقات إجتماعية جديدة من خارج شبكة الأصدقاء.

بعدها عام 1997 ظهر موقع SIXDEGREE.COM، ميزته الأساسية، إهتمامه الأكبر على الروابط المباشرة بين الأصدقاء. ونظرا لما واجهته هذه المواقع من صعوبات على مستوى مردوديتها الاقتصادية، تم إغلاقها. بعد ذلك ظهرت دفعة جديدة من مواقع التواصل الاجتماعي COM وموقع ذوي البشرة السوداء BLACKPLANET.COM، وفي بداية عام 2000 ظهر موقع FRIENDSTER.COM وهو وسيلة للتعرف والصدقات بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد حقق شهرة كبيرة.

وعند بدايات 2003 ظهر موقع MYSPACE الأمريكي الشهير، ويعتبر من أكبر الشبكات الإجتماعية عالميا، كما ظهرت العديد من المواقع على غرار LINKEDIN.COM ثم ظهر موقع فايس بوك والذي بدأ في الإنتشار المتوازي مع ماي سبيس، حتى قام فايس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة عدد مستخدميه بشكل كبير متفوقا بذلك على كل مواقع التواصل الإجتماعي، من حيث الإنتشار والإستخدام. وبعدها ظهر موقع اليوتيوب سنة 2005، ثم تويتر سنة 2006.

وقد أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي عبر الأنترنت توصف بالإعلاما الإجتماعي الجديد هذا الأخير، أصبح يشهد حركة ديناميكية من الإنتشار، وقد أنطلق في بداياته كمجرد مجتمعا افتراضيا على نطاق محدود، لكن مع مرور الزمن مرّ من مجرد أداة إعلامية نصية مكتوبة، إلى أداة إعلامية سمعية، وبصرية تؤثر في قرارات المستخدمين. وقد أسهمت مواقع التواصل الإجتماعي في الدفع بعملية

المشاركة لتحقيق رغبة كل الفئات، كما سجلت أيضا دورا في التشبيك والضغط والتفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة وفي تحقيق المسؤولية الاجتماعية، إذا أحسن واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد، استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من تحويل الأقوال والأفكار إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ. كما أصبحت أداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي من خلال التأثير في السلوك والقيم. (العريشي، الدوسري، 2015، ص، 23).

أحدثت الشبكات الاجتماعية، تغييرا كبيرا في طريقة الإتصال بين الأشخاص، والمجتمعات، وتبادل المعلومات، في بدايات الأمر استخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي، للردشة، والتنفيس عن العواطف .

يبدو أن موجة من النضج سرت وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية، والاقتصادية، كما استخدم كبار الشخصيات هذه الوسائل الجديدة، واقتطعوا وقتا معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم أنها البوابة الحقيقية، والجادة للتواصل، والسماع للناس والمواطنين. (صلاح، 2005، ص، 249-250).

2-5-2. خصائص وسمات شبكات التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية تتصف بمجموعة متعددة ومتنوعة من الخصائص والسمات، وهذه السمات تختلف من منصة إلى أخرى فيما يتعلق بالمحتوى والمضمون، فهناك شبكات تهتم بتحميل مقاطع الفيديو فقط وشبكات أخرى تختص بتحميل الصور، وشبكات نجد عندها المجموعات متميزة، وشبكات نجد التطبيقات لديها عديدة ومتنوعة وغيرها. (الصفدي، 2014-2015، ص، 69) .

ويمكن إجمال خصائص وسمات شبكات التواصل الاجتماعي في النقاط الآتية:

01-شاملة: وذلك أن شبكات التواصل الاجتماعي ألغت كل الحواجز الجغرافية والمكانية، وحتى الحدود الدولية حيث يكون معها بمقدور الفرد في الشرق أو الغرب من التواصل والتفاعل من خلال الشبكة بكل سهولة.

02-التفاعلية: وهي من أهم الميزات التي جاءت بها شبكات التواصل الاجتماعي، فالفرد فيها إيجابيا وفاعلا ونشيطا، فهو مستقبل وقارئ، مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية التي ميزته مع وسائل الإعلام القديمة.

03-تعدد الاستعمالات: شبكات التواصل الاجتماعي مرنة ذلك أنها يمكن أن تستعمل من قبل الجميع ولكل الميادين التعليمية والفنية والعلمية والتواصل وغيرها.

04-المشاركة: "la participation" شبكات التواصل الاجتماعي تشجع الجميع على التفاعل.

05-الانفتاح: "openness" أغلب شبكات التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مجانية للتفاعل، تشجع التصويتات والتعليقات، وتبادل المعلومات، وهي لا تفرض قيودا على الوصول للمحتوى.

06-المحادثة: conversation شبكات التواصل الإجتماعي ووسائل الإعلام الإجتماعية تتميز بالتفاعل الثنائي، أين يمكن للأفراد المشاركة والتفاعل مع المحتوى وهذا ما يميزها عن وسائل الإعلام التقليدية. (المقدادي، 2013، ص، ص، 26-27).

07-سهولة الإستخدام: تستخدم الشبكات الإجتماعية لتسهيل التعبير بواسطة الرموز واللغة وذلك لتعزيز التفاعل.

08-اقتصادية في الجهد والوقت والمال: ميزتها أنها تقدم خدمات مجانية، وهي ليست مقتصرة على فئة دون غيرها بل هي متاحة للجميع.

09-المجتمع: community من خلال شبكات التواصل الإجتماعي يمكن للمجتمعات عبر العالم من تكوين مواقعها بسرعة والترابط بناء على الإهتمامات والمصالح المشتركة.

10-الترابط: connectedness شبكات التواصل الإجتماعي تتيح للأفراد الإرتباط بشبكة إجتماعية مترابطة عبر الوصلا والروابط مما يسهل نقل المعلومات مع الأصدقاء بسرعة.

11-الحضور الدائم غير المادي: لا تتطلب عملية الإتصال في مواقع التواصل الإجتماعي الحضور الدائم المادي، إذ يمكن للمستخدم الإتصال بالمستخدم الآخر عن طريق ترك رسالة نصية، أو معلومات عن أفلام وموسيقى، وغيرها من إهتمامات الآخرين

12-قدرته على التعبئة: يستطيع مستخدمو مواقع التواصل الإجتماعي استثمار قدراتهم على تعبئة الجمهور، نظرا للمميزات التي تتصف بها والأدوات التواصلية التي تحتوي عليها. (القتلاوي، التميمي، 2015، ص، ص، 30).

2-5-3. أنواع شبكات التواصل الإجتماعي.

هناك العديد من مواقع التواصل الإجتماعي التي تتميز بوظائف وأهداف متنوعة، فبعضها يهتم ببناء العلاقات الإجتماعية مثل فايس بوك وهو أهم نموذج لما يسمى مواقع الشبكات الإجتماعية، في حين صمم البعض الآخر لتبادل الصور مثل انستغرام، والفيديوهات، مثل يوتيوب وتتيح أخرى الانخراط في شبكة مهنية مثل لينكدان وهكذا.

ويمكن تقسيم شبكات التواصل الإجتماعي وفق مايلي:

- ❖ نوع أساسي: وهو النوع الذي يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين و مجموعة من الخدمات المتنوعة العامة، مثل المراسلات الشخصية، ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية، والروابط والنصوص، مثل الفاييس بوك، وماي سبيس
- ❖ نوع مرتبط بالعمل: يعتبر هذا النوع هاما للتواصل المهني، يسعى إلى ربط أصدقاء العمل ورجال الأعمال، تتضمن حسابات خاصة بالمهنيين تحتوي على خبراتهم في ميدان الأعمال.
- ❖ مميزات إضافية: جزء من المواقع الإجتماعية توفر مميزات أخرى، مثل التدوين المصغر كتويتر .

❖ **مواقع اجتماعية للأعمال:** هناك شبكات إجتماعية وظيفتها تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، والمثال الأشهر على ذلك موقع لينكدإن. (جرار، 2012، ص، 40-41).

2-5-4. تصنيف مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي

هذا بخصوص أشكال الشبكات الإجتماعية، أما بخصوص تصنيف مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي الذي توصل إليه تقرير وسائل التواصل الإجتماعي في العالم العربي لسنة 2015 ، فقد قسّم مستخدمي الشبكات الإجتماعية في العالم العربي إلى 5 مجموعات كبيرة، وذلك بناء على سلوكهم واتجاهاتهم نحو هذه الشبكات وكان هذا التصنيف كالتالي:

- مجموعة المؤثرون
- مجموعة الناشطون اجتماعيا
- مجموعة المستكشفون
- مجموعة الهاربون من الواقع
- مجموعة الواقعيون



ومن	صفات	المؤثرين	ما	يلبي:
مؤثرون				
من هم؟	<p>ينظر إلى هؤلاء الأشخاص على أنهم قادة. فهم أشخاص طموحون ويتطلعون لتحقيق الأفضل في الحياة، كما أنهم نشطون للغاية وينخرطون في العديد من الأنشطة، سواء كانت اجتماعية أو ثقافية أو مهنية. وهم أشخاص لديهم شغف لتحسين معارفهم، ويسعون للحصول على البراهين والحجج المنطقية.</p>			
أسباب الاستخدام	<p>الديناميكية والتفاعلية :</p> <ul style="list-style-type: none"> - يشيدون بوسائل التواصل الاجتماعي للديناميكية التي تمتاز بها، فهم قادرين على استقبال ومشاركة الأخبار على الفور. - بالإضافة إلى ذلك، تتيح وسائل التواصل الاجتماعي التفاعل مع المواد التي تمت مشاركتها ومع المستخدمين الآخرين أكثر من أي وسيلة أخرى. <p>تحقيق النجاح:</p> <ul style="list-style-type: none"> - تساعدهم في حياتهم الشخصية والمهنية من خلال بناء المعرفة. - يتقدمون على الآخرين ويحققون النجاح. - تحقيق النجاح على الصعيد المهني، واكتساب المعرفة، وخلق فرص جديدة للبدء بأعمال تجارية جديدة (مثل البيع عبر وسائل التواصل الاجتماعي). 			

ناشطون إجتماعياً	
من هم؟	<ul style="list-style-type: none"> - تضم هذه الفئة نسبة كبيرة من المستخدمين بشكل عام، حيث يتميزون بأنهم اجتماعيون وينخرطون ضمن مجموعات متعددة ولديهم شبكة علاقات كبيرة من الأصدقاء. - تنتشر هذه الفئة بالتساوي في جميع أنحاء المنطقة العربية.
أسباب الاستخدام	<p>الاتصال والتواصل :</p> <ul style="list-style-type: none"> - تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أداة مثيرة للتفاعل و البقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة. - كما أنها أداة مفضلة لجمع شمل الأصدقاء الذين فقدوا الاتصال ببعضهم لفترة طويلة، مثل زملاء الدراسة القدامى. - كما أن هؤلاء الأشخاص منفتحون جداً لتكوين صداقات جديدة عبر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. <p>الترفيه :</p> <ul style="list-style-type: none"> - تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أداة ترفيهية، مثل متابعة أخبار الأصدقاء والعائلة، ومشاهدة الأفلام ومقاطع الفيديو المسلية، والاستماع إلى الموسيقى وقراءة المقالات وغيرها الكثير.

وبخصوص	المجموعة	الثالثة	المستكشفون
مستكشفون			
من هم؟	تنتشر هذه المجموعة أيضاً في جميع أنحاء المنطقة العربية. فهؤلاء الأشخاص في سعي متواصل للتعرف على كل جديد، ويتميزون بالسرعة في تعلم الأشياء الجديدة.		
أسباب الاستخدام	<p style="text-align: center;">المعرفة والاستكشاف:</p> <ul style="list-style-type: none"> - يعتبرون وسائل التواصل الاجتماعي أداة لتعلم واستكشاف الأشياء الجديدة. وقد يكون ذلك عبر قراءة المقالات، أو مشاهدة مقاطع الفيديو، أو الاستماع إلى الأخبار أو استكشاف أماكن جديدة وغيرها.. - وليس بالضرورة أن يقوم هؤلاء الأشخاص بتبادل هذه المعرفة مع الآخرين. 		

في حين المجموعة الرابعة مجموعة الواقعيون فهم:

واقعيون	
من هم؟	يكون الاستخدام بحده الأدنى، أي أنهم لا يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي إلا عند الضرورة وعندما تكون ذات فائدة، كما أنهم يتبعون الاتجاهات السائدة ولا يستخدمون إلا القنوات الأكثر شعبية.
أسباب الاستخدام	الفائدة الوظيفية للتواصل في أغلب الأحيان، واكتساب المعرفة.

والمجموعة الخامسة:

هاربون من الواقع	
من هم؟	يسعى هؤلاء الأشخاص للحياة الاجتماعية وبالرغم من ذلك ليس لديهم دائرة كبيرة من الأصدقاء، فهم حساسون ويثقون كثيراً بالأشخاص.
أسباب الاستخدام	<p style="text-align: center;">دعم التواصل:</p> <ul style="list-style-type: none"> - تتيح وسائل التواصل الاجتماعي لهؤلاء الأشخاص التواصل بسهولة مع الآخرين دون الشعور بالخجل، حيث أنها تعمل كدرع واقٍ يساعدهم على مواجهة الآخرين بسهولة.

مصدر الجداول: تقرير الإعلام الاجتماعي العربي (2015) الذي يصدر سنوياً عن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية بدبي والذي يشمل (22) دولة عربية.

2-5-5. أبرز مواقع التواصل الاجتماعي.

الفيسبوك.

يعد موقع "الفيسبوك" ذرة مواقع التواصل الاجتماعي، فهذا المواقع من أكثر المواقع الذي عزز نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس، والاتجاهات والأديان عبر العالم.

ويعتبر فيسبوك أشهر وأكبر موقع للتواصل الاجتماعي في العالم، والذي ساهم أساساً في ظهور مجتمعات تواصلية تجسد مفهوم القرية الكونية.

تتمثل أهدافه فيمنح مرتادوه إمكانية الترابط والتفاعل في ما بينهم، وخلق انفتاح وترابط في العالم من خلال تمكين ملايين الأشخاص من تكوين صداقات وتبادل المعلومات والآراء، ونشر الصور ومقاطع الفيديو.

يقدم الموقع خدماته مجاناً للمستخدمين، ويجني أرباحه من الإعلانات، بما في ذلك إعلانات شعار الموقع، وهو يمكن المستخدمين من إنشاء ملفات شخصية تتضمن بعض الصور والإهتمامات الشخصية، كما يتيح لهم تبادل الرسائل والمحادثات العامة أو الخاصة وكذا الانضمام إلى مجموعة من الأصدقاء.

وتعتبر شركة "مايكروسوفت" الشريك الحصري لفيسبوك في تقديم خدمة إعلانات الشعار، ويقوم الفيسبوك بطرح الإعلانات التي تتضمنها قائمة الإعلانات الخاصة بشركة "مايكروسوفت" فقط.

[/http://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2015/12/11](http://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2015/12/11)

والفيسبوك أو كتاب الوجوه باللغة العربية هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرزوا أنفسهم وأن يعززوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى.

أنشأ "مارك زوكربيرج" وهو طالب جامعي موقع الفيسبوك وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، وفي (26) سبتمبر من عام (2006) فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاث عشر سنة فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح.

وقد تحول بذلك الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية، والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية، ومنبر لعرض الأفكار السياسية، وتكوين جماعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك أصبح الموقع قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها، والترويج لكتابتها وغيرها من وسائل الإعلام ليتعدى الفيسبوك وظيفته الاجتماعية، إلى موقع متعدد الأغراض.

"ويذكر أن أغلب مستخدمي " الفيسبوك " هم من فئة الشباب، وطلبة الجامعة، والمراحل الدراسية المختلفة، الذين يسعون إلى التعارف وتكوين المجموعات، والتجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة، غير أن الأمر لا يقتصر على الطلبة، والشباب، فتجد داخل " الفيسبوك " أيضاً عدداً كبيراً من الإعلاميين الذين وجدوا في " الفيسبوك " عالماً آخر لهم، ينشرون من خلاله أعمالهم، ويبحثون عن قرائهم ومشاهديهم. وعلى حائط " الفيسبوك " يمكن للأصدقاء أن يكتبوا ويلقوا ما يريدون، وأن يطلعوا على نشاطات صاحب الصفحة، وأن يستمعوا إلى موسيقاه المفضلة، فيلمه المفضل، صورته الخاصة التي تحكي تفاصيل حياته، ويلعب الفيسبوك على الحنين إلى الماضي، البحث عن أصدقاء قدامى ربما فقدوا منك، البحث عن ذكريات الطفولة، تكوين مجموعات لفترات المراهقة، وربما يبدو هذا أكثر ما يلفت النظر في مجموعات " الفيسبوك ". (زودة، 2011-2012، ص، 120).

والتسجيل في الموقع مجانا يتم عبر البريد الإلكتروني ويمكن فتح حسابات شخصية أو للمؤسسات. والموقع أيضا يتألف من شبكات مختلفة مصنفة حسب الأقليم والمجال. ويمكن للأعضاء الانضمام إلى المجموعات التي تهتمهم. وداخل المجموعات بإمكان الأعضاء التفاعل والتحاور والمشاركة في الأحداث. (فضل الله، 2012، ص، 13).

2-5-6. إحصائيات عن مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي:

- أكثر من نصف سكان العالم حاليا، البالغ عددهم 7.87 مليارات نسمة، يستخدمون وسائل التواصل الإجتماعي.
- 4.80 مليارات شخص حول العالم يستخدمون الأنترنت حتى يوليو/تموز 2021، بزيادة 316 مليوناً (7.3%) عن عددهم يمثل هذا الوقت من العام الماضي، ويشكلون ما نسبته 60.9% من سكان العالم.
- 4.48 مليارات شخص يستخدمون وسائل التواصل (بحسب إحصائيات يوليو/تموز 2021)، ويشكل عدد مستخدمي وسائل التواصل حاليا نسبة 56.8% من سكان العالم.
- 520 مليون مستخدم جديد انضموا إلى استخدام وسائل التواصل في الـ 12 شهرا الأخيرة من يوليو/تموز 2012.
- تشير تلك الأرقام إلى أن أكثر من 9 من كل 10 مستخدمين للإنترنت يستخدمون الآن وسائل التواصل كل شهر.
- يملك الشخص العادي حسابات على أكثر من 9 شبكات تواصل مختلفة.
- يستخدم الشخص العادي أو يزور بنشاط ما متوسطه 6.6 منصات ووسائل مختلفة كل شهر، ويقضي ما يقرب من ساعتين و30 دقيقة باستخدام وسائل التواصل يوميا.
- 91% من مستخدمي وسائل التواصل يصلون إليها عبر أجهزتهم الجواله.
- على فرض أن الناس ينامون ما بين 7 و8 ساعات يوميا، فإن الأرقام الأخيرة تشير إلى أنهم يمضون نحو 15% من حياة اليقظة يستخدمون وسائل التواصل.
- يمضي العالم أكثر من 10 مليارات ساعة يوميا يستخدم وسائل التواصل، وهذا يعادل نحو 1.2 مليون سنة من عمر الوجود البشري.

أعداد المستخدمين

نستعرض هنا أعداد المستخدمين النشطين شهريا لأبرز مواقع التواصل وفق إحصائيات 18 يوليو/تموز 2021 ويلخص الجدول التالي أعداد المستخدمين النشطين شهريا.

الجدول رقم (05): يمثل أعداد المستخدمين النشطين شهريا لأبرز مواقع التواصل وفق إحصائيات 18 يوليو/تموز 2021:

إسم شبكة التواصل الإجتماعي	أعداد المستخدمين النشطين شهريا (بالمليار)
فيسبوك	2.85 مليار
يوتيوب	2.29 مليار
واتساب	2.00 مليار

إنستغرام	1.38 مليار
فيسبوك ماسنجر	1.30 مليار
تيك توك	732 مليون
تليغرام	550 مليون
سناب شات	514 مليون
باينتريست	478 مليون
تويتر	397 مليون
وي تشات (البديل الصيني لواتساب)	1.24 مليار
سينا ويبو (البديل الصيني لمليار لتويتر)	530 مليون
كيو كيو (البديل الصيني لفيسبوك ماسنجر)	606 مليون

مصدر الإحصائيات موقع statcounter

إحصائيات فيسبوك 2021:

- بامتلاكه أكثر من 2.85 مليار مستخدم نشط، يظل فيسبوك ملك وسائل التواصل فيسبوك ثالث أكثر المواقع زيارة، لا يتفوق عليه سوى غوغل ويوتيوب.
- ويعتبر ثاني أكثر التطبيقات تحميلا من المستخدمين، ويأتي تطبيق فيسبوك ماسنجر في المرتبة السابعة.
- الهند أكثر دولة يستخدم سكانها فيسبوك، منهم 230 مليونا شهريا.
- يمضي مستخدمو فيسبوك ما معدله 35 دقيقة على المنصة يوميا.
- في الشهر يقوم المستخدم العادي لفيسبوك بالإعجاب بـ 12 منشورا، ويعمل 4 تعليقات.
- ينقر المستخدم العادي لفيسبوك على 12 إعلانا شهريا.
-

إحصائيات يوتيوب 2021

- يشاهد المستخدمون أكثر من 500 مليار فيديو يوميا على يوتيوب، ويشكل ذلك أكثر من مليار ساعة من فيديوات يوتيوب يوميا.
- 400 ساعة من الفيديو يتم رفعها إلى يوتيوب كل دقيقة.
- 1.3 مليار شخص يستخدمون يوتيوب بشكل منتظم.
- يمضي مستخدمو يوتيوب نحو 40 دقيقة على المنصة يوميا.

إحصائيات إنستغرام 2021

- أكثر من 1.38 مليار شخص حالياً يستخدمون إنستغرام شهرياً.
 - يملك إنستغرام أكثر من 500 مليون مستخدم نشط يومياً.
 - بالمعدل يتفاعل الناس مع صور إنستغرام بنسبة 23% أكثر من تفاعلهم مع صور فيسبوك.
 - 70% من مستخدمي إنستغرام يبحثون عن العلامات التجارية.
 - 130 مليون من مستخدمي إنستغرام ينقرون على منشورات تسوّق شهرياً.
 - يمضي مستخدمو إنستغرام نحو 30 دقيقة على المنصة يومياً.
- مستخدمو تيك توك الأكثر تفاعلاً مع محتوياته بين باقي تطبيقات مواقع التواصل حيث يمضي المستخدم 52 دقيقة على المنصة يومياً .

إحصائيات تيك توك 2021

- يملك تيك توك أكثر من 732 مليون مستخدم نشط شهرياً، صعوداً من أقل من 30 مليوناً قبل أقل من عامين.
 - يتم رفع نحو 13 مليون فيديو جديد إلى تيك توك يومياً.
 - موقع يوتيوب ثاني أكثر المواقع زيارة في العالم، ولا يتفوق عليه سوى غوغل.
 - 28.56% من مستخدمي تيك توك يفتحون التطبيق مرة واحدة يومياً على الأقل.
 - يمضي مستخدمو تيك توك 52 دقيقة على المنصة يومياً.
- شركة "تيك توك" أعلنت في 27 سبتمبر/أيلول الماضي أن عدد مستخدمي التطبيق النشطين بلغ مليار شخص شهرياً، ويعني ذلك أن واحداً من كل 7 أشخاص من سكان الكرة الأرضية يشاهد على نحو منتظم مقاطع فيديو قصيرة على هذا التطبيق.

إحصائيات تويتر 2021

- يملك تويتر 397 مليون مستخدم نشط شهرياً.
- أكثر من 500 مليون تغريدة يتم إرسالها يومياً عبر التطبيق.
- 80% من مستخدمي تويتر من خارج الولايات المتحدة.
- 80% من مستخدمي تويتر من جيل الألفية الميسورين.
- <https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2021/10/6>

إحصائيات شبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر.

جدول رقم (06): يمثل ترتيب مواقع التواصل الإجتماعي لسنة 2020

الترتيب	شبكة التواصل الإجتماعي	نسبة الزيارة من اجمالي الزيارات
01	فيسبوك	(% 62.04)
02	يوتيوب	(% 24.45)
03	انستجرام	(% 5.53)
04	بنترست	(% 4.98)
05	تويتر	(% 2.77)

مصدر الإحصائيات موقع statcounter

يشير الجدول إلى أن في الجزائر يحتل موقع فيسبوك المرتبة الأولى في منصات التواصل الإجتماعي بشكل عام، علماً بأن اليوتيوب له مكانة كبيرة أيضاً.

منصة بنترست يزداد الإهتمام بها يوماً بعد يوم في الجزائر، لهذا إن كنت مهتم بهذا السوق عليك أن تنظر إلى هذه المنصة بدقة وكيف يتفاعل معها المستخدم.

الإحصائيات المثيرة للإهتمام عن استخدام السوشيال ميديا في الجزائر:

- 54% من الجزائريين يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الإجتماعي المختلفة.
- متوسط الساعات التي يقضيها المستخدم على منصات السوشيال ميديا تصل إلى 2 ساعة و 20 دقيقة.
- أغلب المستخدمين يعتمدون على الهواتف عند تصفح مواقع السوشيال ميديا.

إجمالي عدد المستخدمين الجزائريين الذين يمكن الترويج لهم بفاعلية على منصات السوشيال ميديا المختلفة:

- الفيسبوك 22 مليون مستخدم 62% منهم من الذكور.
- انستجرام 4.4 مليون مستخدم 41% منهم من الإناث.
- سناب شات 2.35 مليون مستخدم 59% منهم من الإناث.
- لينكد إن 1.8 مليون مستخدم 70% منهم من الذكور.

<https://www.alrab7on.com/arabic-countries-social-media-statistics>

كشف تقرير رقمي جديد صدر عن موقع DATA REPORTAL

- أن عدد مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر لسنة 2022 كانت كالتالي:
- بلغ عدد خطوط الهاتف النقال 46.57 مليون خط هاتفي.
- بلغ عدد مستخدمي الإنترنت 27.28 مليون مستخدم، من بينهم 26.60 مليون مستخدم للشبكات الإجتماعية.
- عدد المستخدمين الجدد للإنترنت بلغ حوالي 1.7 مليون مستخدم جديد، منهم 1.6 مليون مستخدم جديد لشبكات التواصل الإجتماعي، حيث بلغ مستخدمي الفايبروك لوحده 25.43 مليون مستخدم.
- وفي نفس السياق كشف التقرير أن عدد مستخدمي منصة انستغرام 8.60 مليون مستخدم بزيادة حوالي 1.8 مليون مستخدم عن العام الماضي، بينما بلغ عدد مستخدمي ماسنجر حوالي 14.25 مليون مستخدم.
- ووصل عدد مستخدمي شبكة لينكدان 2.80 مليون مستخدم بزيادة حوالي 300 ألف مستخدم عن العام الماضي، وسنا بشات 6.25 مليون بزيادة 1.3 مليون مستخدم.

<https://www.echoroukonline.com/%d8%aa%d9%82%d8%b1%d9%8a%d8%b1>

الدراسة التحليلية

01- المحور الأول: بيانات الوثيقة (الأطروحة).

01-01- الجدول رقم (01) : تصنيف الأطروحات حسب سنوات المناقشة.

سنوات المناقشة	التكرار	النسبة
2016-2015	03	15.79%
2017-2016	04	21.05%
2018-2017	05	26.32%
2019-2018	00	00
2020-2019	01	5.26%
2021-2020	05	26.32%
2022-2021	01	5.26%
المجموع	19	100%

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (1) إلى عدد أطروحات الدكتوراه التي نوقشت في كل من كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة 03 وكلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03 خلال فترة الدراسة من 2015 إلى 2022 والمتعلقة بموضوع التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي.

شهدت السنة الجامعية (2020-2021) و السنة الجامعية (2017-2018) مناقشة أكبر عدد من الأطروحات بمعدل 05 أطروحات لكل سنة جامعية بما يمثل 26.32 بالمائة، ثم تلتها السنة الجامعية (2017-2016) ب04 أطروحات بنسبة 21.05 بالمائة، وتلتها في الترتيب السنة الجامعية (2015-2016) بمعدل 03 أطروحات تم مناقشتها في هذه السنة بنسبة 15.79 بالمائة، بينما جاءت في الترتيب الأخير كل من السنة الجامعية (2019-2020) و(2021-2022) أين نوقشت أطروحة واحدة عند كل سنة جامعية.

من خلال النتائج يتكشف لنا تباين في مجموع الأطروحات المناقشة في كليتي الإعلام والاتصال بكل من جامعتي قسنطينة 03 والجزائر 03 في مجال التأثيرات الاجتماعية للشبكات التواصل الاجتماعي خلال الفترة الزمنية للدراسة، فالسنة الجامعية 2017-2018، و2021، و2020 هما السنن الجامعيتان التي نوقشت فيها 52.63 بالمائة (10 أطروحات) من إجمالي الأطروحات المناقشة في فترة الدراسة. إن محاولة تفسير وتيرة المناقشة وتوزيعها عبر السنوات بإرجاعها إلى سبب معين قد يكون فيه نوع من عدم الدقة، لأن ما يحكم مناقشة أطروحات الدكتوراه في الجزائر عدة عوامل، فالجامعة تلزم الباحث بإعداد أطروحة في 03 سنوات في النظام الجديد مع إمكانية التمديد لسنتين مع تقديم التبريرات اللازمة، بينما عمليا هناك من يتجاوز هذه المدة.

زد على ذلك عادة تختلف وتيرة إنجاز الباحث لأطروحته باختلاف وضعيته الاجتماعية والاقتصادية وبالتالي تتعدد العوامل التي تتدخل في حجم الأطروحات التي تناقش عند كل سنة جامعية.

2-1 الجدول رقم (02): تصنيف الأطروحات حسب الجامعة التي أجريت ونوقشت فيها

الجامعة التي أجريت ونوقشت فيها	التكرار	النسبة
جامعة الجزائر 3	14	73.68%
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03	05	26.32%

توضح بيانات الجدول رقم (2) أن 73.68 بالمائة من أطروحات عينة الدراسة نوقشت في كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03، فيما 26.32 بالمائة تم مناقشتها على مستوى كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري جامعة قسنطينة 03، ويبدو واضحا تفوق جامعة الجزائر 03 في إهتمامها بالتأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي خلال الفترة الزمنية للدراسة 2015-2022.

وقد يعود هذا التفوق ابتداء إلى حجم مجموع أطروحات الدكتوراة التي نوقشت في الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03 خلال مدة الدراسة والتي كانت في حدود 350 أطروحة دكتوراه في أكتوبر 2022 فترة الاطلاع على مجتمع الدراسة، كما هو مبين في المستودع الرقمي لجامعة الجزائر 03 خلال الفترة المذكورة <https://dspace.univ-alger3.dz/jspui> ، في حين بلغ حجم الأطروحات التي أجزيت ونوقشت في كلية الإعلام والاتصال بجامعة قسنطينة 3 في فترة الدراسة 85 أطروحة دكتوراه، وهو فرق واضح. هذا ما جعل نسبة كبيرة من عينة الدراسة من جامعة الجزائر 03.

لكن إذا أخذنا 05 أطروحات دكتوراه من كلية الإعلام والاتصال التي تناولت التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي وقارناها بمجموع ما أجزيت من أطاريح الدكتوراه بالكلية في فترة الدراسة (85 أطروحة) فإننا نجد أن التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي تقارب نسبة 06 بالمائة من إجمالي المواضيع المتناولة بالأطروحات بجامعة قسنطينة 03. وإذا قمنا بنفس العملية مع كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 03 نجد موضوع التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي يمثل 04 بالمائة من إجمالي المواضيع المتناولة بجامعة الجزائر 3 والتي بلغ عددها (350 أطروحة).

هنا يبدو أن إهتمام جامعة قسنطينة 3 متمثلا في طلبة الدكتوراه لديها اهتمت بالتأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي أكثر من طلبة دكتوراه جامعة الجزائر 03. لكن يلاحظ على العموم أن كلا الجامعتين سجلت إهتمامها بالتأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي، مساهمة للتغيرات والتطورات التقنية التي يشهدها المجتمع الجزائري، حيث أضحت هذه الشبكات الاجتماعية الرقمية جزء محوري من حياة الفرد الجزائري، وبالتالي يبدو واضحا أن التطورات الاجتماعية المحلية قد دفعت الوسط الأكاديمي في الجامعتين إلى تناول موضوع التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي.

1- 3- الجدول رقم (03): تصنيف الأطروحات حسب جنس الباحث.

النسبة	التكرار	جنس الباحث
26.32%	5	ذكر
73.68%	14	أنثى
100%	19	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (3) المتعلق بتصنيف أطروحات الدكتوراه حسب جنس الباحث، يتضح أن 73.68 بالمائة من الباحثين هم من جنس الإناث مقابل 26.32 من جنس الذكور. ويبدو جليا تفوق جنس الإناث على الذكور. وإذا دققنا أكثر في توزيع الأطروحات حسب جنس الباحث داخل كل جامعة، سنجد أن بالنسبة لكلية الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة 03، أنه من مجموع الأطروحات التي نوقشت والتي تدخل ضمن عينة الدراسة 60 بالمائة تعود لجنس الإناث و40 بالمائة لجنس الذكور، بينما بالنسبة لكلية الإعلام والاتصال لجامعة الجزائر 03 فإن نسبة الأطروحات التي تعود لجنس الإناث قد بلغت 78.57 بالمائة من إجمالي الأطروحات، ونسبة الأطروحات التي تعود لجنس الذكور 21.43 بالمائة. وهذه النتيجة تعد مسارا طبيعيا لتفوق الإناث عدديا أولا في الجزائر على مستوى الجامعة، ثم إن الإناث أكثر إقبالا على الدراسات العليا، فالذكور غالبا ما يكتفون بالحصول على شهادة الليسانس أو الماجستير، ثم يتوجهون لبناء حياة مهنية، كما أن الإناث يتميزن عن الذكور في مجتمعنا بكونهن مثابرات مقارنة بما يبذله الذكور، ويعد هذا الاجتهاد والتفوق في التحصيل الدراسي شكل من أشكال إثبات الذات بالنسبة للفتاة الجزائرية. وعلى مستوى الموضوع المتعلق بما هو اجتماعي عادة يكون إهتمام الإناث به أكبر من الذكور، ويتجنبون في الغالب كل ما هو سياسي.

الجدول رقم (04) يمثل توزيع الموضوعات المطروحة في الدراسات

النسبة	التكرار	الموضوعات المطروحة في الدراسات
		01- تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية للفرد.
		1-1: التأثيرات السلبية
31.58%	06	- إضعاف العلاقات الأسرية والانتماء العائلي
15.79%	03	- العزلة الاجتماعية
00	00	- تراجع الاتصال الشخصي (المواجهي)
00	00	- الاغتراب الاجتماعي
00	00	- إضعاف مهارة بناء العلاقات الاجتماعية الواقعية
05.26%	01	- التأثير على الهوية الاجتماعية
		1-2: التأثيرات الإيجابية
5.26%	01	- توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية
10.53%	02	- زيادة رأس مال الاجتماعي للفرد
		02- تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على النسق القيمي الاجتماعي
		- 1-2 القيم الإيجابية
00	00	- قيم التماسك الاجتماعي
26.32%	05	- قيم التعاون، التضامن، التكافل

01	5.26%	- قيم الحوار الإجتماعي
02	10.53%	- قيم التسامح
05	26.32%	- قيم المشاركة الإجتماعية (المساهمة في تكوين و تعزيز الوعي لوقاية المجتمع من المخاطر، مثل الوعي البيئي والصحي، وكذا رفع المستوى الجماهيري في الفكر والممارسة)
		- 2-2 القيم السلبية
00	00	- قيم الطائفية
01	5.26%	- قيم التعصب والكراهية
		- قيم العنف
		- تنمية النزعة الاستهلاكية وتعزيزها

يوضح الجدول رقم (04) المحاور والموضوعات التي تناولتها أطاريح الدكتوراه عينة الدراسة حيث تصدّر موضوع شبكات التواصل الإجتماعي وتأثيراتها على العلاقات الأسرية والانتماء العائلي، قائمة الموضوعات المتناولة وهذا بنسبة 31.58 بالمائة ضمن محور تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقات الإجتماعية للفرد. بينما موضوع العزلة الإجتماعية قد حصل على نسبة 15.79 بالمائة، كما حصل موضوع تأثير شبكات التواصل على الهوية الإجتماعية نسبة 5.26 بالمائة، في حين موضوع تأثير شبكات التواصل الإجتماعي في زيادة رأس مال الإجتماعي للفرد اهتمت به أطروحتين من مجمل عينة الدراسة أي بنسبة 10.53 بالمائة، واحتل ضمن المحور الأول موضوع توسيع العلاقات الإجتماعية للفرد المرتبة الأخيرة بنسبة 5.26 بالمائة.

في محور تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على النسق القيمي الإجتماعي كما هو مبين في الجدول أعلاه، جاء موضوع تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على قيم التعاون والتضامن والتكافل في مقدمة المواضيع التي تطرقت إليها عينة الدراسة وذلك بنسبة 26.32 بالمائة، وبنفس النسبة تناولت عينة الدراسة موضوع تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على قيم المشاركة الإجتماعية. كما حصل تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على قيمة التسامح بنسبة 10.53، في حين بلغت نسبة موضوع تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على قيم الحوار الإجتماعي 5.26 بالمائة.

فمن خلال ما كشف عنه جدول المحاور والموضوعات التي تناولته عينة البحث، يبيّن تاريخياً الخوف من تأثير وسائل الإعلام والاتصال على الأسرة، يحرك الكثير من الباحثين لتناول هذه المسألة، ولهذا نلاحظ أن موضوع تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقات الأسرية والانتماء العائلي كان من بين المواضيع الأكثر تناولاً لدى عينة البحث. فإذا عدنا إلى الوراء سنجد أن مع ظهور أي وسيلة إتصال جديدة يطرح هاجس الخوف من تأثير هذه الوسائل على الأسرة انطلاقاً من أن هذه الوسائل عادة ما تنافس مؤسسات التنشئة الإجتماعية الأساسية في المجتمع كالمدرسة والمسجد وغيرها في التأثير على العائلة. ويمكن أن يضرب مثال بالتلفزيون وقت ظهوره وكيف أحدث قلقاً لدى الأسرة التربوية والعائلية بعد أن تنامي إقبال أفراد الأسرة على هذه الوسيلة ما قد ينجم من آثار في هذا السياق. ومنه سيكون مفهوماً ترصد موضوع تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقات الأسرية والانتماء العائلي قائمة المواضيع التي تناولتها عينة الدراسة إذ أضفنا إلى ما ذكر سابقاً المميزات

التكنولوجية التي تنفرد بها شبكات التواصل الإجتماعي مقارنة بما سبقها من وسائل الإتصال، فهي اليوم أكثر جاذبية وخصوصية وتفاعلية وتشاركية مما جعلها تأسر كل أفراد العائلة وتستحوذ على مساحة كبيرة من أوقاتهم أين أصبح كل واحد من أفراد الأسرة مكتفيا بشاشته، الأمر الذي اضعف التواصل الإجتماعي في الأسرة. وزيادة على ذلك موقع الأسرة في العالم الإسلامي والجزائري على وجه الخصوص، حيث تحتل في سياق حضارتنا دورا بارزا في مجال التربية، فهي بالنسبة للمجتمع الجزائري النواة الأساسية للمجتمع وعماد التنشئة وحسن القيم مما يجعلها محل إهتمام أكاديمي.

يلاحظ أيضا من خلال نفس الجدول أن موضوع تراجع الإتصال الشخصي لم يكن ضمن أجندة أطروحات الدكتوراه التي نوقشت خلال فترة الدراسة، رغم تأثر الإتصال المواجهي بسبب إنتشار إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي، حيث أثرت هذه الأخيرة على الفترة الزمنية التي يفردها الأفراد للتواصل الشخصي أمام فترة زمنية معتبرة يقضيها الأشخاص في التعامل عبر شبكات التواصل الإجتماعي. والملاحظة الأخرى أنه تم تسجيل أطروحات دكتوراه تناولت موضوع العزلة الإجتماعية ضمن سياق الأطروحة (ابتسام دراحي جامعة قسنطينة 03، عادل المانع جامعة قسنطينة 03)، وهنا يقدر الباحث أن العزلة الإجتماعية قد تكون نتيجة تراجع الإتصال الشخصي، فالانغماس في التواصل الافتراضي يعد من مسببات العزلة الإجتماعية، ورغم ذلك لم يحظى موضوع الإتصال الشخصي وتأثره في عالم شبكات التواصل الإجتماعي بالإهتمام خلال الفترة الزمنية للدراسة. وربما يعود ذلك للإختيارات الباحثين في طور الدكتوراه حيث أن إختيار هذه المواضيع لا ينبع دائما من ملاحظات ميدانية أو من مشاكل واقعية يواجهها المجتمع، فيستند الإختيار إلى اعتبارات أخرى كسهولة المواضيع، الأكثر تداولاً، المواضيع التي تتطلب أدوات جمع بيانات يتقنها الطالب، وغيرها من الاعتبارات، وبناء على ذلك سيحرم البحث الأكاديمي من تحليل ودراسة ظواهر ومواضيع يحتاج المجتمع إلى فهمها. من جهة أخرى قد يعزى عدم تناول موضوع تراجع الإتصال الشخصي في السياق الرقمي لدى عينة الدراسة بالنظر إلى أنتمثلها المجتمعات العربية ومنها المجتمع الجزائري لشبكات التواصل الإجتماعي حيث تحظى باحتفاء كبير من قبل هذه المجتمعات، حيث تبدو قد زادت من تعزيز التواصل، وهنا عادة ما تطرح ملاحظة لبحوث الإعلام والإتصال في الجزائر والعلوم الإجتماعية والإنسانية عامة أنها لا تسعى جاهدة أن تدرس ما هو واقع بل تقفز إلى ما يجب أن يكون. وربما ما قيل ينسحب أيضا على موضوع إضعاف بناء المهارات الإجتماعية، هذه الأخيرة التي تعد من بين المهارات التي تحدد نجاح الفرد من عدمه في الكثير من الحالات لكنها لم تحظى بالتناول. لكن إجمالا يمكن القول أن مثل هذه المواضيع سواء تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على الإتصال الشخصي أو إضعاف مهارات بناء العلاقات الإجتماعية وحتى موضوع الاغتراب الإجتماعي والذي لم يحظى هو الآخر بالتناول هي مواضيع جديدة نسبيا وتتطلب فترة زمنية حتى تظهر الآثار الإجتماعية لها بشكل واضح في المجتمع وتكلفتها الإجتماعية والنفسية على الأفراد مما يجبر المجتمع الأكاديمي للتعامل معها.

الشق الثاني الذي حظي بإهتمام عينة الدراسة بشكل ملحوظ هو مسألة شبكات التواصل الإجتماعي و القيم، وفي المجتمعات الانتقالية التي تهتم عادة بموروثها الأصيل تخاف من المساس بقيمتها وتعمل كل ما بوسعها للحفاظ عليها ومن تم كثيرا ما نجد إهتمام الباحثين بمثل هذه المواضيع خاصة في ظل تعاظم إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي التي تجاوزت عوائق الزمان والمكان أمام لقاء الأفراد مع بعضهم البعض، فالمجتمعات العربية ومنها المجتمع الجزائري عندها حساسية من

مسألة القيم في ظل الفتح الإتصالي الذي وصلت البشرية إليه والباحث كما يقال ابن بيته يهتم بما يهتم به مجتمعه.

في هذا المحور (محور القيم) جاءت علاقة شبكات التواصل الإجتماعي بـقيم التعاون والتضامن والتكافل في مضمون ما نسبته 26.32 بالمائة من عينة الدراسة وذلك نظرا لما أصبحت تلعبه هذه الشبكات من مقدرة على التشبيك والتنسيق بين مستخدميها، على عكس ما كان سائدا مع وسائل الإتصال الجماهيري، فقد أتاحت هذه الشبكات فرص التعاون والانضمام إلى المجموعات التي تقوم بأفعال الخير ونشر ومشاركة هذه الأفعال. وفي هذا السياق نورد عينة من أطروحات الدكتوراه من عينة الدراسة التي تناولت الموضوع، فقد أشارت الباحثة (سعداوي فاطمة الزهراء، 2021، ص 283) أن 76 بالمائة من أفراد عينتها يوافقون على أن على اعتبار التعاون والتضامن ومساعدة الآخرين من بين أكثر القيم المكتسبة من خلال استخدام صفحات الفيسبوك. من جهتها توصلت الباحثة (بوقلوف سهام، 2018، ص 334) إلى أن 85.20 بالمائة من عينة دراستها يوافقون على أن الفيسبوك ساعدهم على تعزيز قيمة التعاون والتضامن.

ويعود إهتمام عينة الدراسة بهذا الموضوع حسب تقديرنا إلى المساهمة الفعالة لشبكات التواصل الإجتماعي في هذا المضمار، حيث سجّلنا في الأونة الأخيرة أن الكثير من مشاكل وصعوبات الحياة لكثير من المواطنين الجزائريين التي تم إطلاقها عبر شبكات التواصل الإجتماعي قد وجدت طريقها إلى الحل. فمعظم المنشورات عبر صفحات الميديا التي تنشر طلبات مساعدة، وأعمال خيرية ونداءات عاجلة وتبرعات تلقى استجابات كبيرة من قبل مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي، فهذه الآثار التي أنتجتها هذه الشبكات الإجتماعية الرقمية على هذا المستوى والمرئية التي حظي بها موضوع التكافل والتضامن عبر شبكات التواصل الإجتماعي حرّك المجتمع الأكاديمي للبحث في مدى تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على قيم التعاون والتضامن.

أما إهتمام عينة الدراسة الملحوظ بـقيم المشاركة الإجتماعية قد تعود حسب الباحث إلى التواجد الكبير للأفراد على شبكات التواصل الإجتماعي وسعيهم إلى المشاركة في تنمية مجتمعاتهم بعدما كانت وسائل الإعلام الكلاسيكية حكرًا على نخبة إعلامية وسياسية على وجه الخصوص تتحدث باسم المجتمع، ولهذا بعض الباحثين أنبرى للبحث في هذه المشاركة عبر شبكات التواصل الإجتماعي وتأثيراتها على المجتمع. وبالعودة إلى عينة الدراسة نجد (طه فريجة محمد، 2020) تناول قضية البيئة والتربية البيئية عبر شبكات التواصل الإجتماعي بالتطبيق على صفحة Algérie Propre على الفيسبوك، حيث أشار في نتائج دراسته إلى أن 57 بالمائة من المنشورات عبر الصفحة كانت تهدف إلى تغيير الإتجاهات البيئية السلبية وخلق إتجاهات أخرى، بينما 43 بالمائة من المنشورات كانت تدعم الإتجاهات البيئية الإيجابية، في حين أن 53 بالمائة من الأفراد التي تم استجوابهم صرّحوا أن من بين أهدافهم هي الدعوة للمشاركة التطوعية البيئية. وهنا يتضح حجم المشاركة الإجتماعية للأفراد في تعزيز الوعي البيئي معرفيا وسلوكيا وحفظ المجتمع من مخاطر التلوث البيئي.

وقد شهدنا الكثير من حملات التوعية البيئية وحملات من أجل التشجير وكيف ساهمت شبكات التواصل الإجتماعي في إنجاح هذه الحملات، هذه الأحداث دفعت للبحث في مثل هذه الموضوعات

وضمن نفس السياق توصلت (لواتي ربيعة، 2021) أن فايسبوك ساهم في دفع المستخدمين للتخلي ببعض القيم الإجتماعية وأهمها قضية التوعية والتحسيس، وعليه أصبح المستخدمون يشاركون اجتماعيا في تحسين نوعية وجودة حياة الأفراد والمجتمع.

وإجمالا يمكن القول أن سبب إهتمام عينة الدراسة بتأثير شبكات التواصل الإجتماعي على قيم المشاركة المجتمعية يعود إلى أن شبكات التواصل الإجتماعي أصبحت جزء رئيسي من حياة الناس يستخدمونها للتواصل والتفاعل والمشاركة ولهذا فهم تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على قيم المشاركة يعد موضوعا جديرا بالدراسة، ومثل هذه الموضوعات تساعد في فهم هيكل المجتمع وفهم العلاقات الإجتماعية في البيئة الرقمية وكذا التأثير الإجتماعي للتكنولوجيا الجديدة.

كما نلاحظ من خلال الجدول ظهور ضمن القيم السلبية التي يمكن أن تحدثها شبكات التواصل الإجتماعي مسألة إثارة قيم التعصب والكرهية التي تناولتها أطروحة أمينة بصافة (2018) وهي الدراسة التي حاولت الكشف عن كيفية تعصب المستخدمين المبحوثين عبر ملاحظتهم ومناقشة أسباب هذا التعصب، وهذا تناول وإن اقتصر على نسبة 5.26 بالمائة من إجمالي المواضيع التي تناولتها عينة الدراسة إلا أن ذلك يعكس ما أثارته الكثير من المجموعات على الفايسبوك خصوصا من ممارسة فعل العصبية داخل المجتمع الجزائري. وإهتمام أطروحة دكتوراه بهذا الموضوع ناتج عن ما نتج عنه هذه المنصة في شقها السلبي من تعزيز وترويج للتعصب والانشقاقات الإجتماعية، وهذا الأمر يمكن أن يكون له عواقب إجتماعية وسياسية وخيمة وهو ما عثته الجزائر في الكثير من المرات خاصة مع أزمة الحرائق بمنطقة القبائل وحرق جثة جمال بن إسماعيل. ولهذا سعت هذه الدراسة إلى محاولة فهم كيف يحدث التعصب وتوليد معرفة في هذا السياق.

05-الجدول رقم(05): فئة المنصة الإجتماعية التي كانت محل الدراسة خلال الفترة الزمنية للدراسة

المنصة الإجتماعية	التكرار	النسبة
الفايسبوك	19/17	89.47%
يوتيوب	19/03	15.79%
انستغرام	19/01	05.26%
واتساب	19/00	00
تويتر	19/01	05.26%

من خلال قراءة نتائج الجدول رقم (5) يتبين أن الفايسبوك كانت المنصة التي تم تناولها بالدراسة في 89.47 بالمائة من مجموع عينة الدراسة، يليها اليوتيوب بنسبة 15.79%، في حين جاء الانستغرام والتويتر في المرتبة الأخيرة بنسبة 05.26 بالمائة لكلاهما.

إختيار الفايسبوك من قبل الباحثين كان منسجما جدا مع الإحصائيات والأرقام التي تطلعتنا بها بعض التقارير عن استخدام الجزائريين لشبكات التواصل الإجتماعي والتي يتصدر فيها الفايسبوك دائما قائمة المنصات الإجتماعية الأكثر إقبالا وإستخداما من قبل فئات المجتمع الجزائري.

حيث كشف تقرير رقمي صادر عن موقع DATAREPORTAL بخصوص مستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر لسنة 2022 أن مستخدمي الفايبروك لوحده بلغ 25.43 مليون مستخدم. وتشير تقارير الإعلام الإجتماعي العربي التي تصدر سنويا عن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية بدبي والذي تشمل (22) دولة عربية، أن الفايبروكيأتي في المركز الأول كمنصة اجتماعية الأكثر إستخداما في الجزائر للتواصل وتبادل المعلومات والصور والملفات.

وإختيار الفايبروك إذا سيسمح في هذه الحالة للباحثين من القدرة على الوصول إلى بيانات ومعلومات كافية تسمح لهم بدراسة المواضيع والإلمام بالظاهرة الإتصالية المدروسة.

03-المحور الثالث: الخلفية النظرية التي استندت إليها عينة الدراسة:

03-الجدول رقم (06) يبين نظريات الإعلام والإتصال التي استندت إليها بحوث عينة الدراسة

النسبة	التكرار	نظريات الإعلام والإتصال التي استندت إليها بحوث عينة الدراسة
00	00	نظرية الحقنة تحت الجلد (الطلقة السحرية)
00	00	نظرية الحتمية التكنولوجية
00	00	نظرية دوامة الصمت
00	00	نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين
5.26%	1	نظرية إنتشار المبتكرات
68.42%	13	الإستخدامات والإشاعات
00	00	نظرية ترتيب الأجنحة
10.53%	02	نظرية الإعتدال المتبادل
5.26%	01	نظرية العرس الثقافي
00	00	نظرية حارس البوابة
00	00	نظرية ثراء الوسيلة
00	00	نظرية الفجوة المعرفية
5.26%	01	نظرية الحتمية القيمية
00	00	النظريات النقدية
00	00	النظرية البنائية الوظيفية
10.53%	02	نظرية التفاعلية الرمزية
00	00	نظرية التلاقي أو الدمج
10.53%	02	مقاربة التمثل
10.53%	02	نظرية رأس مال الإجتماعي
00	00	نظرية الرقمنة
00	00	نظرية الذات الثانية
00	00	نظرية الكبسة الواحدة
5.26%	01	بدون نظريات

يعتبر الإطار النظري المستخدم في البحث بمثابة الموجه للباحث، فهو أساس تفكيره وطريقة اقتراحه من مشكلة البحث التي يعكف على دراستها، ويوضح لنا الجدول رقم(6)، المتعلق بالنظريات

التي أعمدها عينة البحث عند تناولها لموضوع التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن 68.42 بالمائة من مجمل النظريات المستخدمة كانت نظرية الاستخدامات والإشباع، في حين جاءت مقارنة التمثلات بنسبة 10.53 بالمائة من مجمل النظريات المستخدمة في البحوث، تلاها نظرية الاعتماد المتبادل ونظرية التفاعلية الرمزية ونظرية رأس المال الاجتماعي بنسبة 10.53 بالمائة لكل منها. وفي ترتيب متأخر نظرية إنتشار الابتكارات، نظرية الغرس الثقافي والحمية القيمة بنسبة 5.26 لكل نظرية من إجمالي البحوث عينة الدراسة.

القراءة المتأنية للجدول تكشف استمرار استخدام النسق النظري التقليدي في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي رغم اختلاف خصائصها وكيفية عملها وإستخداماتها مقارنة بوسائل الإعلام والإتصال التقليدية، وتأتي في مقدمة هذه النظريات نظرية الإستخدامات والإشباع التي كان واضحا من خلال الجدول أعلاه الإعتماد الكبير عليها في مقارنة الظاهرة المدروسة، في هذا السياق تتناسق نتائج دراستنا مع ما ذكره لعياضي(2020) بأن مجمل البحوث في البلدان العربية التي تناولت شبكة التواصل الاجتماعي وظفت نظرية الإستخدامات والإشباع، للاعتقاد السائد وسط طلبة علوم الإعلام والإتصال أنها النظرية الوحيدة التي تصلح لمقارنة ظواهر الإتصالية ذات الارتباط بشبكات التواصل الاجتماعي. وتتوافق نتائج دراستنا في شقها المتعلق بأبرز النظريات التي أعمدها عينة الدراسة مع دراسة القعاري (2021) الموسومة بالمداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي دراسة نقدية، والتي أشار فيها إلى حضور المدخل الوظيفي بصورة ملحوظة في عينة دراسته من خلال نظرية الإستخدامات والإشباع، كما جاءت نتائج دراسة (عثمان، 2012) تحت عنوان الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في الوطن العربي دراسة من منظور تحليل نقدي مطابقة لنتائج دراستنا من خلال إشارتها لتسجيل مبالغة في إستخدام نظرية الإستخدامات والإشباع كمدخل نظري لدى عينة دراستها التي تناولت بحوث الإعلام الجديد. دراسة لوانسة(2019) هي الأخرى تتقاطع بشكل كبير مع دراستنا، خاصة وان الدراسة أجريت على بحوث الإعلام الجديد في البيئة الجزائرية أين توصلت إلى أن 55 بالمائة من عينة الدراسة استخدمت نظرية الإستخدامات والإشباع كإطار نظري. كما تتفق أيضا دراستنا مع ما توصل إليه الباحث حلمي(2007) أن البحوث المصرية والأمريكية ما زالت تستند على النظريات الكلاسيكية الخاصة بالإعلام التقليدي في تفسيرها للظواهر الإعلامية المرتبطة بالإنترنت.

ويرجع الباحث تصدّر نظرية الإستخدامات والإشباع للنظريات التي أعمدها عينة الدراسة إلى قدرة النظرية مقارنة بغيرها من نظريات التأثير على التكيف مع مستجدات وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي، ولهذا كان الباحثين استنادا للنظرية يبحثون في إستخدامات وإشباع شبكات التواصل الاجتماعية خاصة مع التنوع الكبير في الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات، بالإضافة إلى هذا، منظور هذه النظرية للمستخدم، التي تراه نشطا ومتفاعلا وهو ربما ما يجعلها تتناسب مع موقع المستخدم في ظل شبكات التواصل الاجتماعي وإمكاناتها التقنية التي تمنحه المشاركة في إنتاج المحتويات. وفيما تعلق بالتأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي كموضوع للدراسة هناك إمكانية البحث في شق الدوافع والإشباع للاستجابة للهاجس المعرفي الاجتماعي المتعلق بالتعرف على قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على إضعاف الانتماء العائلي أو تعزيز العلاقات الإنسانية وتوسيع شبكة الإتصالات وغيرها من المواضيع الاجتماعية.

ولكن رغم ذلك تجدر الإشارة إلى أن استخدام نظرية الاستخدامات والإشباعات درج استخدامها بكثرة في الوسط الأكاديمي في البحث الإعلامي الجزائري نظرا لسهولة استخدامها وليس لأسباب علمية في كثير من الأحيان. وهذا ما أشار إليه لعياضي وهو ما تم الإشارة إليه أعلاه، من أن فيه نوع من النمطية في المقاربات النظرية المستخدمة خاصة مع شبكات التواصل الاجتماعي، هذه النمطية قد تظهر في ذلك الارتباط الوثيق بين استخدام نظرية ما في بحث ما واستخدامها في الدراسات السابقة لتلك الدراسة، فكأنه هناك لزوم بين استخدام نظرية ما ما دامت استخدمت في الدراسات السابقة وهكذا نبقي على نمطية في استخدام النظريات وتوظيفها في بحوث الإعلام والاتصال، وهذا ما وقف عليه الباحث حيث بالرجوع إلى الدراسات السابقة التي استخدمتها أطروحات الدكتوراه عينة الدراسة نجد هناك شبه تطابق بين ما استخدمته الأطروحة من خلفية نظرية وما جاء في دراستها السابقة، ويعتقد الباحث أن هذا من الممارسات الشائعة لدى الباحثين حيث يتم أخذ النظرية من الرسائل العلمية القريبة لموضوع دراسة الباحث دون الرجوع إلى الكتب والمراجع الاصلية والابحاث التاصيلية .

إن من بين الأمور حسب تقدير الباحث التي جعلت نظرية الاستخدامات والإشباعات تحضر دائما كخلفية نظرية للبحوث في علوم الإعلام والاتصال ليس في عينة الدراسة فقط وليس في الجزائر فقط بل حتى على المستوى العربي، وقد سبق وأن أشرنا لنتائج عينة من دراسات عربية، هو التأليف الأكاديمي العربي في موضوع نظريات الإعلام والاتصال، وكيف يتم التوسع في شرح هذه النظرية وحجم الإهتمام والاحتفاء التي تأخذها مقارنة بالنظريات الأخرى، في حين إذا نظرنا إلى مرجع أساسي في نظريات الإعلام والاتصال لصاحبيه ديفلير ملفين و روكيتش ساندربول الموسوم بنظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف نجد أن المؤلفين لم يخصص للنظرية إلا حيز محدود معتبرين هذا المنظور أي منظور الاستخدامات والإشباعات مجرد إعادة صياغة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي. وحتى إذا أطلعنا على الكتب المعاصرة في نظريات الإعلام والاتصال التي تم تأليفها في الفترة الأخيرة لا تزال نظرية الاستخدامات والإشباعات حاضرة بقوة.

وبالعودة إلى نماذج من أطروحات الدكتوراه ضمن عينة الدراسة في نقطة استخدامها لنظرية الاستخدامات والإشباعات، ونذكر على سبيل المثال أطروحة سهام بوقلوف (2018)، والتي صنفت دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك) إلى:

- إنشاء علاقات صداقة جديدة
- ترفية وتسلية
- تواصل مع الآخرين
- مناقشة وحوار
- إقامة علاقات عاطفية
- تهرب من الدراسة
- تضييع الوقت.

بينما صنفت حيمر سعيدة (2021) دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب وتويتر) إلى:

- البحث العلمي
- التعرف

- الترفيه
- الأخبار

ومن خلال ملاحظة هذه التصنيفات يمكن القول أن أغلب أطروحات الدكتوراه عينة الدراسة التي استندت إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، استخدمت دوافع، وهذه الدوافع لم تختلف على ما هو متواتر في الدوافع الخاصة بوسائل الإتصال التقليدية، رغم الاختلاف الكبير بينها وبين شبكات التواصل الإجتماعي، فالمستخدم غالبا ما تكون له دوافع خاصة به عند إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي تختلف كلية عن شخص آخر، فهو في حالة ابتكار مستمرة في التعامل مع هذه الشبكات، بل هو خرج في إستخدامه عن ما تم تصميمه من وظائف لهذه الوسائل. وبالتالي لم يتم تكييف النظرية بما يتلائم مع السياق الرقمي ولم يلاحظ تطويع القديم لملائمة دراسة ما هو جديد.

ومن جهة أخرى هذه النظرية كانت محل انتقاد من ناحية محدوديتها في إنتاج المعرفة في سياق البيئة الرقمية، يذكر لعياضي في دراسة حول هذه النظرية أن هذه الأخيرة تبحث في جنس المستخدم وسنه وزمانه ومكانه وأي نوع من الشبكات يستخدم أكثر، ولكن هذه البيانات أصبحت قليلة الجدوى في ظل بيئة توافرت فيها الأنترنت المتنقلة عبر الهاتف الذكي فمادا يفيد مثلا معرفة مكان الإستخدام؟ وفي ماذا أيضا قد يفيدنا زمن الإستخدام بعد أن تحرر المستخدم من اكراهات الزمن؟.

ففي البيئة الرقمية الهاجس المعرفي ليس التوقف عند معرفة عدد مستخدمي الشبكات وخصائصهم التي أصبحت الكثير من البرامج التقنية توفرها لكن الأهم هو تمثل المستخدمين لهذه الشبكات ومدى مساهمة السياقات الثقافية والإجتماعية في كيفية الإستخدام.

في إطار هذا المنظور منظور التمثل والسياقات من خلال الجدول رقم(6)، نرى أن هناك 02 أطروحات الدكتوراه قد أتمدت في مقاربتها لموضوع البحث عن مقارنة التمثل، واحدة منها (أطروحة تومي فضيلة، 2016) جمعت مقارنة التمثل مع نظرية الاستخدامات والإشباع، أطروحة(كريمة قلاعة، 2018) ، ويمكن قراءة هذا كاستجابة لدعوات الكثير من الباحثين في العالم العربي للتوجه نحو الأخذ بعين الاعتبار السياق الثقافي والإجتماعي عند دراسة شبكات التواصل الإجتماعي وعدم الاكتفاء بالبيانات الكمية كالتي توفرها نظرية الاستخدامات والإشباع عند إستخدامها لوحدها في البحث. أين تحاول سوسيولوجيا الإستخدام أن تتعمق في فعل الإستخدام في محاولة للابتعاد عن النظرة السطحية في فهم نشاط الإستخدام. وسوسيولوجيا الإستخدامات يعرف كثير بحث يبتعد عن تيار الحتمية التكنولوجية الذي يمنح قوة كبيرة للتكنولوجيا في إحداث التغيير الإجتماعي. وهذا ما يفسر أيضا ظهور نظرية التفاعلية الرمزية كإطار نظري جُمع في بحثين (أطروحة ابتسام دراحي، 2017 من جامعة قسنطينة 3، وأطروحة الخامسة رمضان، 2018) من بحوث العينة مع نظرية الاستخدامات والإشباع. وفي هذا الصدد تم اللجوء إلى التعاضد النظري (إستخدام نظريتين أو أكثر) لمقاربة الموضوع المدروس من قبل الباحثين، وهذا يسجل كنقطة قوة.

وتعليقا على ذلك يمكن القول أن التعاضد قد يفيدنا في إنتاج معرفة رصينة في ميدان علوم الإعلام والإتصال، انطلاقا من تضافر مداخل نظرية يستحسن أن تكون من منابع وتخصصات مختلفة تكمل بعضها البعض وتحرر من المقاربة الواحدة التي تأسرننا في بعد واحد للظاهرة وتقلل بذلك من

الفهم الصحيح للظواهر خاصة عندما يتعلق الأمر بدراسة شبكات التواصل الإجتماعي وبقضية مثل التأثيرات الإجتماعية لهذه الشبكات.

من خلال الجدول أيضا يتضح إهمال لنظرية الحتمية التكنولوجية رغم أن أطروحات الدكتوراه عينة الدراسة جزء كبير منها تندرج ضمن بحوث التأثير، حيث ترى النظرية لصاحبها مارشال ماكلوهان أن وسائل الإعلام التي يستعملها المجتمع تحدد طبيعة هذا المجتمع وتحدد حتى كيفية معالجة مشاكله، وحسب تقدير الباحث فإن نظرية الحتمية التكنولوجية كانت مناسبة في الكثير من أطروحات الدكتوراه عينة الدراسة، ولكن يبقى إشكال إختيار النظرية في بحوث الإعلام والإتصال لدى طالب الدكتوراه يتم ليس وفق أسس علمية في غالب الأحيان (إختيار يتناسب مع موضوع البحث ويجب على الإشكاليات البحثية)، بل يختارون النظرية التي يتقنونها فهما ويميلون إليها أو حسب ما هو متداول بكثرة في البحوث، فإذا كانت نظرية الإستخدامات والإشباعات شكلت موضة في إستخدامها في دراسة شبكات التواصل الإجتماعي، فالحتمية التكنولوجية تراجع إستخدامها انطلاقا من أن شبكات التواصل الإجتماعي حرّرت المستخدمين من الحتمية التي طرحتها نظرية مارشال ماكلوهان.

ما يمكن أن نخلص إليه من خلال هذه القراءة لجدول النظريات المعتمدة في بحوث عينة الدراسة هو:

- استمرار حضور النسق النظري التقليدي في بحوث العينة وهذا ليس حكرا على الجزائر بل ظهرت نتائج متشابهة لدراستنا كما سبق الإشارة إليها في كثير من الدراسات العربية أيضا، وكشفت الدراسة عن طغيان البراديغم الوظيفي خاصة من خلال نظرية الإستخدامات والإشباعات ونظرية الإعتدال على وسائل الإعلام، وهذه الهيمنة أشارت إليها دراسة عثمان (2014) في دراستها الموسومة بدراسة نقدية للإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في العالم العربي، أين كشفت دراستها هيمنة المنظور الوظيفي في بحوث عينتها الذي يعتمد الإحصاء والرصد والتوصيف، مما أسفر عن عدم التمكن من رصد وتفسير العديد من الظواهر الإعلامية المدروسة.
- بناء على ماسبق يمكن القول أن هناك توجه واضح لاعتبار الإطار النظري التقليدي لا يزال صالحا لتفسير ظاهرة شبكات التواصل الإجتماعي وأن هذه الأخيرة تعتبر امتداد لما سبقها من وسائل الإتصال من حيث الأهداف والوظائف التي تسعى إليها وان كان هناك اختلاف في خصائصها.
- كشف تحليل الجدول الخاص بالنظريات المستخدمة لدى عينة الدراسة عن جوانب إيجابية في الممارسة البحثية، من خلال حدوث انزياح نحو الجمع بين البراديغم الوظيفي والتأويلي إذ جمعت نظرية الإستخدامات والإشباعات مع التفاعلية الرمزية ومقاربة التمثلات الإجتماعية، ويبدو ذلك استجابة لخصوصيات التي تميز شبكات التواصل الإجتماعي عن وسائل الإتصال التقليدية التي تختلف عنها على مستوى الإستخدام وعلى مستوى المحتوى وعلى مستوى الجمهور وحتى على مستوى البيئة الإتصالية التي تعمل فيها شبكات التواصل الإجتماعي مقارنة بالبيئة التي تعمل فيها وسائل الإتصال الكلاسيكية. فإذا كان المنظور الوظيفي ولمدة زمنية طويلة إطارا تحليليا قادرا على فهم ظواهر الإتصال، فإن التغيرات التكنولوجية التي أنتجت شبكات التواصل الإجتماعي عقد الظاهرة الإتصالية، وأد ذلك خطبا يعترف بصعوبة

فهم الظواهر الإتصالية الجديدة من خلال إطار نظري واحد خاصة إذا تحدثنا عن المنظور الوظيفي الذي يعتمد التكيم.

- من خلال معايشة الأطروحات المشكلة لعينة البحث، يبرز إدراك الباحثين لشبكات التواصل الإجتماعي وكأنها امتداد لوسائل الإتصال التقليدية ولهذا جاء التعامل مع المعالجة النظرية لهذه الشبكات وفقا للأطر النظرية التقليدية.

4 المحور الرابع : الأطر المنهجية للأطروحات.

1-4 الجدول رقم (07) فئة نوع الدراسة من حيث الهدف:

نوع الدراسة من حيث الهدف	التكرار	النسبة
وصفية	18	94.74%
استكشافية	00	00
ارتباطية	1	5.26%
تجريبية	00	00
استشراافية	00	00
تاريخية	00	00
تأصيلية	00	00
المجموع	19	100

من نتائج الجدول رقم (7)، يتضح أن جلّ الدراسات دراسات وصفية بنسبة 94.74 بالمائة ما عدا دراسة واحدة كانت دراسة ارتباطية، وهذه النتيجة تعكس بوضوح النتيجة السابقة المتعلقة بسيطرة المنظور الوظيفي على أغلب أبحاث العينة، ذلك أن هذا المنظور غالبا ما يتوقف عند الوصف أي التعريف بالظاهرة. وتتفق نتائج دراستنا مع دراسة عمرو (2022) الموسومة بالإتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الإتصال الجماهيري في إطار بيئة الإعلام الرقمي حيث كانت الدراسات الوصفية الأكثر ظهورا بنسبة 78 بالمائة من مجمل عينة هذه الدراسة. كما أن نتائج دراستنا جاءت متناغمة مع ما توصلت إليه الباحثة كعباش (2018) التي قامت بمقارنة بين أطروحات الدكتوراه الجزائرية والفرنسية بين تاريخ 2000 و2010، أين سجلت الباحثة ما نسبته 83.92 بالمائة من عينة الدراسة هي دراسات وصفية مقابل 8.33 بالمائة في الأطروحات الفرنسية.

وحسب تقدير الباحث فإن سيطرة الوصف على بحوث عينة الدراسة، فهذا مبدئيا يتناسب مع جدة مثل هذه المواضيع وحادثة احتكاك الباحثين مع شبكات التواصل الإجتماعي التي تختلف كثيرا عن سابقتها من وسائل الإتصال الجماهيرية التقليدية. وأمام هذه الحداثة يتطلب الأمر المرور عبر الوصف للتعرف على هذه الظاهرة وتحليلها وهنا تعد الدراسات الوصفية الأكثر ملائمة في هذه الحالة.

إن سيادة الدراسات الوصفية، قد يعود إلى التغير والتطور المستمرين أيضا في شبكات التواصل الإجتماعي، وبالتالي يبقى الوصف يلازم هذه الحركية لجمع المعارف حولها من أجل فهم بعض جوانبها. ويمكن إرجاع ظهور الدراسات الوصفية بشكل كبير في عينة البحث أيضا إلى أن أنواع الدراسات الأخرى مثل الاستشراافية والتأصيلية والاستكشافية تحتاج مثل هذه الأنماط من الدراسات

إلى مهارات بحثية أكثر عمقا من الوصف، وهي المهارات التي نفتقدها لدى شريحة كبيرة من الباحثين في الوسط الأكاديمي الجزائري. فالإهتمام الزائد الذي حظيت به البحوث الوصفية من قبل الطلبة الباحثين المختصين في الدراسات الإعلامية والإتصالية في الجامعة الجزائرية، يعود في المقام الأول إلى المميزات التي تتمتع بها هذه البحوث فهي مقارنة بالبحوث الأخرى سهلة التطبيق وبسيطة الإجراءات كم أنها متاحة في كثير من الأحيان للجميع. وتوفر مجالات بحثية رحبة ومتعددة أمام الطلبة الباحثين مما يتيح لهم حرية الإختيار ويرجع أيضا إلى طبيعة الموضوعات التي يختارونها في أطروحاتهم والتي تتناسب أكثر مع الوصف.

ويبدو واضحا إذا من نتائج الجدول غياب تنوع في أنماط الدراسات داخل عينة البحث، كغياب الدراسات التجريبية والتي تقوم هذه الأخيرة على فكرة قيام الباحث بإختيار عينة ثم قياس درجة القيم التي طوّرها للمتغير التابع على أفراد تلك العينة في المرحلة الأولى، بعد ذلك يسلط ما يعتقد بأنه المؤثر (المتغير المستقل) على أفراد العينة، وبعدها يعاود الباحث قياس عليهم ليتعرف على مدى تأثير ذلك العامل الذي سلطه على العامل التابع، ويمكن أن يكشف عن ذلك من خلال مقارنة النتيجتين الأولى والثانية. (مي، 2010)

وغياب البحوث التجريبية قد يكون أمرا ليس مقتصرًا على دراستنا، بل يغيب في بحوث الإعلام والإتصال عموما في الجزائر نظرا لصعوبة تطبيقه ميدانيا وصعوبة توفير شروط تطبيقه لدى الباحثين في الجامعة الجزائرية، بالإضافة إلى ضعف تدريسه في الدرس الأكاديمي المنهجي في علوم الإعلام والإتصال في كليتنا.

إن سيادة الدراسات الوصفية في البحوث العربية في علوم الإعلام والإتصال تلقى الكثير من النقد على اعتبار أنها لا تمكننا من الغوص في الظواهر، في هذا السياق يمكن ذكر ما دعى إليه الصرايرة (2022) من الخروج من الوصفية إلى ما اسماه رحاب التحليلية التي يعتمد الباحث في ضوءها على تفكيك المتغيرات الأساسية للظاهرة، وهذا لإسناد الدراسات الوصفية التي غالبا تفنقر إلى إطار تحليلي عميق يسعى إلى دراسة الجزئيات بتعمق. بينما يذكر لعياضي أن الوصف والذي يعتبره عتبة البحث العلمي يقلل من طموحات الباحث ولا يقدم من الظاهرة إلا جزء من واجهتها.

ولهذا يمكن القول أن ظهور الدراسات الوصفية بشكل كبير في بحوث عينة الدراسات ليس كافيا لكشف ملامح ظاهرة التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي ولا تكشف لنا عمق الظاهرة. ومن تم يمكن التساؤل حول مدى إمكانية دراسة التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي في المجتمع الجزائري وتحقيق فتح معرفي من خلال التوقف عند عملية الوصف.

2-4-الجدول رقم (08) فئة نوع الدراسة من حيث طبيعة البيانات.

نوع الدراسة من حيث طبيعة البيانات	التكرار	النسبة
بحث كمي	17	89.47%
بحث نوعي	01	5.26%
بحث مختلط كمي نوعي	01	5.26%
المجموع	19	100

يكشف الجدول رقم (8) أن 89.47 بالمائة من بحوث العينة هي بحوث كمية، في حين نسبة البحوث الكيفية 5.26 بالمائة والبحث المختلط بلغت هي الأخرى نسبة 5.26 بالمائة. وتتوافق نتائج دراستنا مع ما وصل إليه القعاري (2019) في بحث تحت عنوان مناهج البحث في الدراسات الإعلامية العربية اليمن أنموذجاً، حيث احتلت البحوث الكمية ما نسبته 48.70 بالمائة من إجمالي عينة بحثه. والبحاث الكمية تنطلق من البراديغم الوضعي، وهي البحوث التي تفترض وجود الحقائق الإجتماعية الموضوعية منفردة ومعزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد، وإعتمادها الأساسي يكون عن الأرقام والإحصائيات وقياس الظاهرة.

في قراءة للجدول يظهر جليا التوجه الكمي لبحوث العينة، وهي سمة تميّز الكثير من الأعمال الأكاديمية في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر، ويذكر بوزير (2015) أن الدراسات في سياقنا الإجتماعي لا زالت تعتمد على المقاربات الكمية الأمبريقية في دراسة الظواهر الإجتماعية دون إشراك المقاربات الكيفية، حيث أن معاهد التكوين رسمت لنفسها إطارا امبريقيا يصعب على الباحثين أو الطلبة الخروج عنه أو زعزحته. واستنادا لهذه الملاحظة فقد استقرت بحوث الإتصال لفترة زمنية طويلة على نوع من التعصب للبحث الكمي وإغفال البحوث النوعية.

ويقدّر الباحث أن طغيان هذا التوجه الكمي الأمريكي على وجه الخصوص في الوسط الأكاديمي الجزائري يعود إلى:

- الثقافة البحثية التي ترى في أن البحث الحقيقي هو البحث الذي يعتمد على الإحصائيات والأرقام وغيابها يعد نقیصة بحثية، فيشير لعباضي في بحث حول الرهانات الابدستمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي أن هذا النوع من البحوث يعاني من نظرة الاستصغار وكذا من ضعف صفة العلمية.
- البحوث الكمية مقارنة بالبحوث الكيفية لا تتطلب خلفية معرفية كبيرة لقراءة الظاهرة وأرقامها على خلاف الكيفية التي تستوجب عمق معرفي لقراءة الظاهرة من جميع الجوانب ومعرفة عميقة أيضا لقراءة النتائج.
- التركيز ضمن الدرس الأكاديمي المنهجي في علوم الإعلام والاتصال في مختلف الكليات على تدريس المنهج الكمي وأدواته بشكل واسع مقارنة بما يمنح للمنهج الكيفي وأدواته.
- ضعف الوعي بالمنطلقات الفلسفية للبحث الكمي والكيفي وهذا ما يؤدي إلى تكوين نظرة تقنية للمناهج، وهذه النظرة الضيقة غالبا ما تجعل الباحثين يتجهون إلى تفضيل الكمي على النوعي في أبحاثهم.

الجدير بالذكر في هذا السياق أن هناك كثير من الدعوات إلى تجنب الإفراط في استخدام المنهج الكمي في دراسة ظواهر الإعلام والاتصال خاصة مع الظاهرة الإتصالية الجديدة خاصة ما تعلق بشبكات التواصل الإجتماعي، وتستند هذه الدعوات إلى محدودية الإعتداد على الكم لفهم الظواهر الإتصالية الجديدة نظرا للتطورات التكنولوجية التي لحق البيئة الإتصالية الجديدة.

عند هذه النقطة ومن خلال الجدول نرى ضعف استخدام البحث النوعي في عينة الدراسة إذ جاءت دراسة واحدة فقط أتمدت على هذا النوع من البحوث، والبحث النوعي هو الذي ينطلق من

البنائية ويهدف إلى استكشاف المعاني التي ينسبها المبحوثين إلى مشكلة اجتماعية أو بشرية، فهو بالتالي ينطلق ليس من النظريات كما يفعل البحث الكمي ولكن من البنى الذاتية للأفراد.

وهذا الضعف في استخدام البحث النوعي يعد من الخلل المنهجي في عينة الدراسة خاصة وان هذه الأخيرة تتناول شبكات التواصل الاجتماعي، أين أصبحت مهمة الباحث هو تحليل وتبينة المعلومات والبيانات، وليس الاكتفاء بجمعها في وقت وفرت التقنية هذه المهمة على الباحث. وطلب تبينة المعلومات ضروري لأننا نلاحظ اليوم اختلاف كبير بين المجتمعات في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ففي الوقت مثلا الذي يستخدم تويتر بحجم كبير في السعودية، يتراجع استخدامه في الجزائر لصالح الفايسبوك. ومن هنا البحث الكمي قد لا يكفل للباحث فهم عملية اندماج ما هو تقني مع ما هو اجتماعي، لكن المنطلقات الفلسفية للبحث النوعي تعين الباحث على فهم تمثل التقني وكيف يتم إدغامه في الحياة اليومية للمبحوثين كما يأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات والوضعيات السياقية والواقع المعاش. بالإضافة لكل ما ذكر عينة الدراسة تشمل جزء كبير من الأطروحات التي تناولت مشكلة شبكات التواصل الاجتماعي والقيم المجتمعية، مثل هذه المواضيع قد تكون قابلة للقياس لكن تبقى في الأخير ذات طبيعية كيفية تعود إلى حقائق اجتماعية يصعب معها الاكتفاء بالتكميم.

من خلال الجدول أعلاه يتبين ضعف في تبني توجه البحوث المختلطة، بمعنى المجاوزة بين البحث الكمي والنوعي. ويعرف عزى المناهج المختلطة أنها تلك المناهج المختلطة التي تجنح نحو المزج بين المناهج الكمية والكيفية في دراسة واحدة، حيث تصبح غير منفصلة عن بعضها، وقد يبدأ الباحث بمحاولة اكتشاف آراء المشاركين ابتداء، بعدها يتم جمع البيانات والمعلومات اللازمة باستخدام أدوات مناسبة بعد تحديد المتغيرات ليتم تحليلها في مرحلة لاحقة. (عزى، 2013)

فلدينا بحث واحد جمع بين التوجهين، فعينة الدراسة تبحث في إشكالية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، والتأثير عملية معقدة للغاية والإعتماد فيها على البحوث الكمية في بيئة إتصالية تُعلي من الذاتية والفرسانية، قد لا يسعنا في تحقيق فهم أكثر عمقا لمشكلة الدراسة وإنتاج المعرفة. وعليه فإن التوجه البحثي الموصي به في ظل التحديات التي تطرحها الظواهر الإتصالية الجديدة خاصة ما ارتبط بشبكات التواصل الاجتماعي، هو تبني إستراتيجية بحثية تعتمد مناهج متعددة ومتنوعة، ليتم بهذا المزج تجاوز قصور الإعتماد على منهج واحد.

3-4 الجدول رقم (09): فئة المناهج وفق التسميات المستخدمة لدى عينة الدراسة.

النسبة	التكرار	المناهج وفق التسميات المستخدمة لدى عينة الدراسة
00	00	المنهج التجريبي
84.21%	16	المنهج المسحي
05.26%	01	تحليل المضمون
05.26%	01	المنهج الاثنوغرافي
00	00	تحليل المحتوى الكيفي
00	00	المنهج التاريخي
00	00	دراسة الحالة
0	00	تحليل سيميولوجي

05.26%	01	منهج النثنوغرافي (الاثنوغرافيا الإفتراضية)
00	0	منهج تحليل الشبكات
100%	19	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(09) والمتعلق بفئة المناهج المستخدمة في عينة الدراسة، التوجه بشكل كبير نحو منهج المسح حيث احتل هذا الأخير ما نسبته 84.21 بالمائة، متبوعاً بالمنهج الاثنوغرافي بنسبة 5.26 بالمائة وكذا منهج الاثنوغرافيا الإفتراضية بنسبة 5.26 بالمائة وفي المرتبة الأخيرة منهج تحليل المضمون الكمي بنسبة 05.26 بالمائة.

في قراءة للجدول المتعلق بالمناهج المستخدمة يتضح جليا انعكاس طبيعة الدراسات التي كانت أغلبها دراسات وصفية على المنهج المستخدم، إذ يعد المسح من المناهج الأكثر ملائمة للدراسات الوصفية.

نتائج دراستنا تتقاطع بشكل كبير مع دراسة لواناسة (2019) التي وجدت في دراستها أن أغلب البحوث التي تناولت الإعلام الجديد في الجزائر خلال الفترة من 2001 إلى 2017 أعتمدت على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، بينما حسب نفس نتائج هذه الدراسة توصلت الباحثة إلى سيطرة شبه كلية للمنهج المسحي على الدراسات العربية في فترة 1997 إلى 2011. بينما توصلت الباحثة إلى اختلاف واضح لدى البحوث الأجنبية في الفترة من 1999 إلى 2011 أين أعتمدت البحوث الأجنبية عند دراستها للإعلام الجديد على المناهج والأدوات الكيفية مقابل عدد أقل من البحوث الكمية. دراستنا تثبت أيضا ما ذهبت إليه الباحثة عبد العزيز عزة (2012) عندما أشارت إلى أن من بين أبرز المشكلات المنهجية المتعلقة بدراسة الجمهور في البيئة الإلكترونية هو عدم استخدام مناهج مختلفة في دراسات المشكلات الإعلامية والاتصالية والتوقف عند استخدام منهج واحد، مما قد يقود إلى احتمال عدم إمكانية التوصل إلى المعلومات الصحيحة.

ما يمكن أن نسجله ابتداء هو ظهور أطروحة دكتوراه أعتمدت على منهج الاثنوغرافيا الإفتراضية، وهي نقطة إيجابية وتعلق الأمر بدراسة أمينة بصافة (2018)، التي تناولت العصبية في شبكات التواصل الإجتماعي خاصة الفيسبوك وكيف يؤثر هذا الأخير على تشكل العشائر الإلكترونية في الفضاء الرقمي، ولأن دراستها قد أجريت على 04 جماعات افتراضية مجموعة خاصة بالنساء، ومجموعة للتوظيف للأساتذة الجامعيين، ومجموعة ناس الشاوية ومجموعة أخرى للجالية الجزائرية في الغربية، فكان المنهج الأكثر ملائمة هو المنهج النثنوغرافي، والذي يركز على إعادة تشكيل الطرق التقليدية لإستخدام المنهج الاثنوغرافي ليلائم شبكات التواصل الإجتماعي وفضاء الأنترنت بشكل عام.

ويتضح عموما من خلال الجدول غياب المناهج الكيفية لدى عينة الدراسة في تناولها لموضوع التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي، وحتى ظهور المنهج الاثنوغرافي كان مرافقا للمنهج المسحي لدى عينة الدراسة. وهنا يتضح جليا استمرار تناول ما تعلق بشبكات التواصل الإجتماعي بنفس المقاربات المنهجية الكلاسيكية رغم استمرار تعقد الظاهرة الإتصالية في البيئة الرقمية من سنة إلى أخرى.

إن هذا الوضع طبعاً لم يفلت من الكثير من الانتقاد وجملة عريضة من الدعوات إلى التوجه نحو المناهج الكيفية بعد أن تبين قصور المناهج الكمية في تفسير شبكات التواصل الاجتماعي.

وضمن هذا السياق يذكر تمار (2022) جزيرة من أن الدراسات الإعلامية العربية ما زالت تركز في تحليلاتها على المقاربات السابقة نفسها في دراسة الميديا الجديدة وتحليلها. وإن و تميزت بعض الدراسات في تفسير عمل الميديا الجديدة وكيفية تعامل الأفراد معها، وأثارها 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، عكس الأوروبيون الذين استطاعوا تكييف مقارباتهم المنهجية مع طبيعة السياق الاجتماعي والثقافي والحضاري فيما يخص الإعلام الجديد. في نفس المضمون يشير قسايسية (2014) أن نقل المعارف العلمية والمناهج التي نبتت في بيئة ثقافية ونفسية واجتماعية مغايرة لبيئتنا في كثير من الأحيان تكون متباينة مع أوضاعنا القائمة الأمر الذي يشكل تحديات ابستمولوجية تفرم إنتاج المعرفة.

وتشير نتائج الجدول إلى غياب المساءلة لدى الكثير من الباحثين الجزائريين في تخصص الإعلام والاتصال عن إمكانيات استحداث مناهج جديدة تتلاءم مع طبيعة الظواهر الإعلامية والاتصالية الجديدة، والإعتماد دائماً على ما تنتجه البحوث والمدارس الأجنبية من أدوات جديدة لمقاربة شبكات التواصل الاجتماعي رغم اختلاف السياقات الحضارية كما سبق وشرنا إليه. ورغم أهمية السياق الثقافي والحضاري لفهم التأثيرات الاجتماعية لشبكة التواصل الاجتماعي إلا أننا لاحظنا ضعف واضح في استخدام المنهج الاثنوغرافي.

وتتمثل أهمية المنهج الاثنوغرافي أنه يمكننا من الأخذ بعين الاعتبار السياقات الثقافية والاجتماعية والنفسية وغيرها لما يجري في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي على خلاف ربما المنهج المسحي الذي سيطر استخدامه في عينة البحث والذي قد يضع استخدامه لوحده في تهميش البيئة والسياق والذي أجمع الكثير من الباحثين تأثيرهما في جمهور شبكات التواصل الاجتماعي في طريقة تفاعلهم واستخداماتهم لهذه الشبكات. ومن هذه الزاوية يشير بوزير (2022) إلى ضرورة استخدام المنهج الاثنوغرافي لفهم الفضاء الواقعي في مقابل الفضاء الافتراضي كفضائين منفصلين أو متصلين لا يمكن لمناهج الكمية الإمساك بحدود التلاقي والانفصال بينهما.

ما يمكن تسجيله أيضاً في نتائج الجدول الخاص بالمناهج المستخدمة لدى عينة الدراسة هو غياب أي محاولة لإستخدام المناهج الرقمية على غرار منهج تحليل الشبكات الذي كان ملائماً لعدد من الأطروحات، ويمكن أن نفسر هذا الغياب بعدم استعداد الجامعة الجزائرية لتطبيق مثل هذه المناهج التي تتطلب تطبيقات وبرامج كمبيوتر مدفوعة لا يمكن أن يوفرها طالب الدكتوراه، بالإضافة أن تطبيق مثل هذه البرامج تتطلب حد أدنى من المهارات في المعلوماتية والكمبيوتر هذه الأخيرة التي لا تتوفر لدى طلبة الإعلام والاتصال أين يحتاجون للمساعدة في هذا السياق.

إن دراسة شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءاً مهماً من النشاط الاجتماعي أصبح يتطلب منهجيات جديدة نظراً لاختلافها عن وسائل الاتصال التقليدية خاصة على مستوى حجم المحتوى وحجم المستخدمين مما يجعل من استخدام المناهج التقليدية عملية عسيرة.

ولهذا ينبه الكثير من المتخصصين في ظل تزايد استخدام منهج تحليل الشبكات في البحوث الغربية إلى ضرورة إخراج هذا المنهج من دائرة التهميش وتوظيفه في البحوث الجزائرية المتعلقة بشبكات التواصل الإجتماعي كمظهر من مظاهر تطوير منهجيات جديدة لمواكبة التحولات الحاصلة، وكما سبق وذكرت يستوجب ذلك تحرك الجامعات إلى توفير إمكانات تطبيق مثل هذه المناهج الرقمية في البحث الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال.

ما يمكن قوله اجمالا هو طغيان المناهج الكمية لدى عينة الدراسة، رغم أن البيئة الإتصالية الجديدة اليوم وفي مقدمة وسائلها شبكات التواصل الإجتماعي، لم تعد تسمح بذلك الصراع بين المناهج الكمية والكيفية، أو التعامل مع المنهجين من منطلق الأفضلية، بل أصبح التوجه نحو التكامل المنهجي أكثر من ضرورة منهجية في تناول شبكات التواصل الإجتماعي لاسيما إشكالية التأثيرات الإجتماعية. لأن هذا التوجه هو الكفيل بإغناء البحث بنتائج قوية تسهم في إثراء المعرفة بشبكات التواصل الإجتماعي. ولكن يبقى سياق البحث الجزائري حسب ما تكشف عنه عينة الدراسة لا يزال يميل إلى المناهج الكمية ويعطيها الأسبقية في الإستخدامحتى في مواضيع يصعب تكميمها وتأشيرها(من المؤشر).

يمكن بناء على ما قيل الإشارة أيضا، إلى تأخر في الدرس الأكاديمي المنهجي الذي لم يُطوّر فيه، بما يتناسب مع البيئة الرقمية، وبقيت مناهج تدريسه على نفس الأساليب والطرق الخاصة بمنظومة الإتصال التقليدية، في وقت أصبحنا نتعامل مع منظومة إتصال جديدة مختلفة بشكل كبير عن القديمة، هذا التكلس المنهجي في الدرس الأكاديمي المنهجي أنعكس على مخرجات العملية البحثية في البيئة الرقمية التي بقيت تتعامل بمناهج قديمة مع سياق رقمي متجدد. ولهذا غاب كما سبق وأن ذكرنا أعلاه اللجوء مثلا إلى التطبيقات الإلكترونية أو مناهج من مناهج البيئة الرقمية على غرار تحليل الشبكات. وعند هذه النقطة أصبح من الضروري التفكير في تجديد مناهج الدرس الأكاديمي المنهجي في علوم الإعلام والاتصال في أقسام وكليات الإعلام والاتصال في الجزائر، وتحريك عملية الترجمة لتمس كل ما له علاقة بالتأليف الأكاديمي في هذا الميدان من أجل استفادة الباحثين منها لتطوير عملية البحث الأكاديمي بما يتناسب مع البيئة الرقمية وتجاوز بعض المناهج والأساليب التي لا يمكن أن تبني لنا معرفة رصينة في المجال.

5-4/الجدول رقم(10) فئات الجماهير المستهدفة بالدراسات.

النسبة	التكرار	طبيعة العينة التي أجريت عليها الدراسة
		الطلبة
47.37%	09	الطلبة الجامعيين
5.26%	01	طلبة الطور الثانوي
00	00	طلبة الطور المتوسط
00	00	طلبة الطور الابتدائي
15.79%	03	الشباب الجزائري بصفة عامة
15.79%	03	المراهقين
00	00	المرأة

مستخدمي الفايبيوك.	03	15.79%
المجموع	19	100%

يوضح الجدول رقم(10) المتعلق بالجمهير المستهدفة بالدراسة أن الطلبة الجامعيين هم العينة الأكثر تناولا بالدراسة بنسبة 47.37 بالمائة، تلاها المراهقين والشباب عامة والفايسبوكيون عموما بنسبة 15.79 بالمائة لكل فئة، بينما جاء طلبة الثانوية بنسبة 5.26 من إجمالي الجماهير المستهدفة بالدراسة.

يبين الجدول أن الشباب عامة وفئة المراهقين كانتا من الفئات المستهدفة بالدراسة وذلك أن هذه الفئتين هما الأكثر استهلاكاً للمحتوى الرقمي في الفضاء السيبراني والأكثر عرضة للتأثر بمضمون شبكات التواصل الاجتماعي. وتشير الدراسات والأبحاث سواء الغربية والعربية أن الشباب ومنهم المراهقين يقضون أوقات كبيرة على هذه المنصات، غير أن نتائج الجدول توضح حقيقة أصبحت واقعا متكررا في بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر وهي العمل عادة على إختيار الطلبة الجامعيين كعينة للبحوث، وتكرر الظاهرة على كامل المستويات ليسانس ماستر دكتوراه.

وحسب تقدير الباحث فإن الإعتقاد المفرط على الطلبة الجامعيين لدى عينة الدراسة قد يعود إلى جملة من الاعتبارات:

- سهولة الوصول إلى العينة من قبل الباحث الذي يكون جزء من هذا المجتمع.
- سهولة التعامل مع الطلبة الجامعيين نظرا لتكلم لغة واحدة بين الباحث وهذه الفئة من المجتمع.
- الصعوبات التي يقابلها الباحث عند التعامل مع فئات اجتماعية أخرى بعدم التفاعل أحيانا وبعدم الإهتمام أحيانا أخرى.
- التعقيدات والصعوبات التي يواجهها الباحث عن إختيار عينات يتطلب الوصول إليها تصريحات بالمرور.
- الكسل المعرفي: فالباحث أحيانا يريد الوصول سريعا إلى عينة متاحة بأقل جهد فيجد في الطلبة الفئة التي تخدم كسله المعرفي.

لكن اقتصار عينة الدراسة على تناول الطلبة الجامعيين هو عملية لضغط المجتمع في فئة لا يمكنها التعبير عنه. فالطلبة جزء مهم من المجتمع وليس كل المجتمع، مما قد يعيق فهمنا للظواهر الإتصالية والإعلامية. والتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي ليست مقتصرة اليوم على الشباب فقط، ربما من حيث حجم الإستخدامتتفوق فئة الشباب، لكن إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي أصبح جزء أساسي من حياة كل شرائح المجتمع.

ما يلاحظ أيضا غياب تام للمرأة ضمن الجماهير المستهدفة بالدراسة، وقد يعود ذلك إلى طبيعة المجتمع الجزائري، حيث يكون من الصعب الوصول إلى السيدات وإجراء مقابلات معهم، ما يثني ربما طلبة الدكتوراه من التفكير في إختيار عينة دراساتهم من النساء خاصة الماكثين في البيت مثلا. وهذا ما يحرم المجتمع الأكاديمي من فهم فئة رئيسية وأساسية في المجتمع من حيث الكم والنوع.

النقطة الأخرى هي مشكلة تقوقع الجامعة على نفسها وعدم انفتاحها على المجتمع، هذه العزلة كثيرا ما كانت محل انتقاد من مؤسسات المجتمع الأخرى، الجامعة مؤسسة قيادية وهي من يفترض أن تقود المجتمع وانكماشها على محيطها يؤثر بذلك على مردودية المجتمع بصفة عامة.

6-4 الجدول رقم (11) فئة أدوات جمع البيانات

النسبة	التكرار	فئة أدوات جمع البيانات
57.89%	11	إستمارة الاستبيان
21.05%	04	الاستبيان الإلكتروني
15.79%	03	أداة تحليل المضمون
31.58%	06	المقابلة
10.53%	02	المقابلة التفاعلية الإلكترونية
31.58%	06	الملاحظة
10.53%	02	الملاحظة بالمشاركة الإلكترونية
00	00	المجموعات المركزة
10.53%	02	مقياس

يتضح من الجدول رقم (11) أن أكثر أدوات جمع البيانات إستخداما لدى عينة الدراسة كانت أداة إستمارة الاستبيان بنسبة 57.89 بالمائة، وجاء في المرتبة الثانية المقابلة والملاحظة بنسبة 31.58 بالمائة لكل منهما، تلاها الاستبيان الإلكتروني بنسبة 21.05 بالمائة، ثم أداة تحليل المضمون بنسبة 15.79 بالمائة. أما أداة المقابلة التفاعلية الإلكترونية والملاحظة بالمشاركة الإلكترونية بلغت نسبة إستخدامهما 10.53 بالمائة، وجاء إستخدام المقياس داخل العينة بنسبة 10.53 هو الآخر. وتتفق دراستنا مع دراسة (عبد القوي، أبو العلا، 2013) الموسومة بإتجاهات بحوث الإعلام بجامعة المنيا: دراسة تحليلية ورؤية مستقبلية حيث كانت أداة الاستبيان الأداة الأكثر إستخداما لدى عينة البحث. وتتفق أيضا دراستنا مع دراسة (عثمان، 2012) تحت عنوان الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في الوطن العربي دراسة من منظور تحليل نقدي في تقديم إستخدام أداة الاستبيان إلا أن دراستنا تختلف مع هذه الدراسة في أن بحوث العينة ضمن دراستنا شملت إستخدام أدوات متنوعة.

من خلال النتائج في جدول أدوات جمع البيانات يعد ظهور أداة الاستبيان في المرتبة الأولى انعكاس وترجمة واقعية لإعتماد أكثر من 80 بالمائة من الدراسات على منهج المسح، مقابل ضعف في المناهج الكيفية. إن أداة الاستبيان كانت ملائمة لاستطلاع آراء المبحوثين حول تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على علاقاتهم الإتصالية وعلى قيمهم وسلوكياتهم الإجتماعية. ويلاحظ استثمار جزء من عينة الدراسة من خلال توظيف أدوات البيئة الرقمية لجمع المعلومات وذلك من خلال إعتماد 4 أطروحات للدكتوراه على الاستبيان الإلكتروني مثل لواتي ربيعة (2021)، محمد طه فريجة (2020)، مهري شفيقة (2018)، كريمة قلاعة (2018). والاستبيان الإلكتروني من الأساليب والأدوات البحثية المستحدثة في بحوث علوم الإعلام والإتصال التي ارتبطت بالبيئة الرقمية والجماهير الافتراضية.

ولكن ما يمكن قوله عن الاستبيان الذي يعتمد عليه كثيرا في بحوث الإعلام والاتصال عربيا وكذلك في الجزائر أن البيانات التي تحصل عبره قد ينقصها نوع من الدقة في السياقات المذكورة، نظرا لاختلاف الممارسة الإتصالية أو السلوك الإتصال في الواقع للمبجوثين مع ما يصرحون به. وهذا ما أشارت إليه الدراسات العربية في مجال الإعلام بقولها أن إجابات الجمهور قد لا تعكس بالضرورة الواقع الفعلي لإستخدام أي وسيلة إعلامية(البشر، 2003، ص104)، وهذا ما يجعلنا نبدي نوع من التخوف على نتائج عينة البحث ودقة ومصداقية الاستبيان الذي أستخدم بشكل رئيسي كأداة لجمع البيانات.

يمكن أيضا الحديث عن الاستبيان الإلكتروني الذي استخدم في جزء من عينة الدراسة والذي يمكن أن نثمن استغلال مستحدثات التقنية في البحث العلمي، ولكن في نفس الوقت هناك محاذير لمثل هذا الإستخدام، ومن بينها:

- عدم القدرة على تمثيل المجتمع أي ضعف التمثيلية الكاملة بمعنى أن الأطروحات عينة الدراسة التي استخدمت الاستبيان الإلكتروني لا تستطيع الوصول إلى كل مستخدمي الأنترنت او شبكات التواصل الإجتماعي كلهم وبالتالي نجد أنفسنا أمام صعوبة تعميم النتائج.
- يتمتع الاستبيان الإلكتروني مقارنة بالتقليدي بقدرة كبيرة على سرعة الوصول وسهولة أيضا في التوزيع ، ولكنه يعاني في الوقت نفسه من ضعف في التفاعل الإجتماعي مع المبجوثين، زد على ذلك أن المشاركين في الاستبيان الإلكتروني قد يجيبون بسرعة دون تركيز مع وجود صعوبة لدى الباحث في تقديم توضيحات للمبجوثين، مما يضعف من جودة البيانات، فيجد الباحث نفسه أمام بيانات ضعيفة الجودة تؤثر على صدق نتائج البحث.
- قضية الصدق لدى المبجوثين فقد يقدم مستخدمين لشبكات التواصل الإجتماعي إجابة على استبيان الباحث في الوقت الذي يكونون ليس من ضمن المستهدفين وهذا يؤثر على صدق النتائج في الأخير.

ما يمكن أن نسجله من خلال نتائج الجدول هو توجه نحو التنوع في إستخدام أدوات جمع البيانات، فرغم أن النسبة الأكبر من الدراسات كانت كمية إلا أننا نسجل حضور أدوات جمع البيانات الكيفية كالمقابلة والملاحظة، وهذا يعود كما سبق وأشرنا له في تحليل بعض الجداول أهمية السياق في فهم المشكلة المدروسة والمتعلقة بالتأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي، فالمشكلة لها علاقة بالإنسان الجزائري ولها علاقة بالبيئة التي يعيش فيها، وبالتالي تؤثر مثل هذه الاعتبارات في إستخدامالأدوات البحثية لجمع المعلومات. وما يمكن أن نسجله أيضا هو لجوء جزء من عينة الدراسة إلىإستخدام أدوات البحثية الكيفية المستحدثة التي ترتبط بالفضاء السيبراني مثل المقابلة التفاعلية الإلكترونية والملاحظة بالمشاركة الإلكترونية، كدراسة تومي فضيلة(2016) في إستخدامها لأداة المقابلة على الخط المباشر، وكذا إستخدام الباحثة أمينة بصافة (2018) الملاحظة على الخط أين أخضعت الباحثة نفسها إلى الظروف المختلفة للمبجوثين في الجماعة الافتراضية عينة الدراسة. إضافة إلىإستخدام الباحث محمد طه فريجة(2020) للمقابلة الافتراضية الموجهة.

ويمكن أن نفسر هذا التوجه (حضور أدوات جمع البيانات الكيفية) في جزء من عينة الدراسة استجابة لنتائج أبحاث كثيرة في علوم الإعلام والاتصال التي تشير إلىإستخدامالأدوات الكمية خاصة في البيئة الرقمية- لا يمكن أن يقدم صورة متكاملة ومعرفة رصينة بخصائص المستخدمين

وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على علاقاتهم الاجتماعية وقيمهم. وهذا هو واقع البحوث في الأوساط الأكاديمية الغربية التي توجهت إلى هذا النمط من الأدوات الذي يقترّب من الفاعل الاجتماعي لفهمه أكثر.

واستناداً على نتائج الجدول الخاص بفئة أدوات جمع البيانات فيمكن القول أنه على مستوى استخدام الأدوات البحثية لدى عينة الدراسة نلاحظ توجه الباحثين نحو التكامل المنهجي على هذا المستوى، عكس ما لمسناه مع المناهج التي كانت أغلبها استخدمت المنهج المسحي ونسبة ضعيفة استخدمت مناهج كيفية، ونسبة ضعيفة جداً جمعت بين المناهج الكمية والكيفية. ومن تم فهذا التنوع في أدوات جمع البيانات لدى عينة الدراسة ولو بشكل غير واسع ينسجم مع مقتضيات الواقع الإعلامي والاتصالي الجديد وما يتطلبه موضوع الدراسة الذي يبحث في التأثيرات لأحد أهم أدوات الاتصال الجديدة شبكات التواصل الاجتماعي. وهو توجه أصبح معمول به في بحوث الإعلام والاتصال في المدرسة الغربية حيث وجد الباحث عمرو محمد محمود عبد الحميد (2022) في دراسة له موسومة بالاتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الاتصال الجماهيري في إطار بيئة الإعلام الرقمي دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة من 2016-2021 أن البحوث الغربية استخدمت المقابلة المتعمقة ومجموعات النقاش المركزة والملاحظة بالمشاركة فضلاً عن الاعتماد على التحليل الاجتماعي الشبكي في دراستها لظواهر البيئة الرقمية، مقابل ضعف استخدام مثل هذه الأدوات عربياً. ليقترح في نهاية دراسته النقدية إلى ضرورة توجه المدرسة العربية للتنوع في استخدام أدوات جمع البيانات الكيفية على اعتبار أنها قادرة على الوصول إلى تحليل أعمق واشمل للظواهر الإعلامية والاتصالية وخاصة المستحدثة منها. وتذكر كعباش عائشة (2022) أنه من الشائع أن تجد الإصدار الواحد في الدوريات المتخصصة في دراسات الإعلام والاتصال الغربية يتضمن بحثاً تركز على أفكار ونتائج مستمدة من مجموعات النقاش والمقابلات المتعمقة، لكن الوضع يختلف عند مطالعة الدوريات العربية المتخصصة في دراسات الإعلام والاتصال، حيث نلاحظ تركيزاً واضحاً على البحوث الكمية المفعمة بالنتائج والمعطيات الإحصائية ومن النادر وجود بحوث كيفية متعمقة.

ما يمكن أن نسجله والذي كان غائباً لدى عينة الدراسة على وجه الخصوص- الدراسات التي استخدمت المنهج النثوغرافي أو الاثنوغرافيا الافتراضية، وأعتمدت في هذا السياق الملاحظة بالمشاركة الإلكترونية والمقابلة على الخط كأدوات أساسية لجمع البيانات- غياب أخلاقيات إجراءات البحث النثوغرافي، فلم يتم الطرق إليها في الإجراءات المنهجية.

بالعودة إلى جزء من عينة الدراسة نجد أطروحة تومي فضيلة (2016) أعتمدت الملاحظة بالمشاركة الإلكترونية حيث تواجدت كعضو مشارك في المجتمع الافتراضي الذي درسته والمتمثل في شبكة الفايبروك لتسجل من خلال ذلك نوع التفاعلات المتبادلة للمستخدمين والاستعانة بها فيما بعد في الشق الميداني كما أشارت لذلك، لكن لا نعثر ضمن إجراءات دراستها عن أخلاقيات إجراء البحث.

نفس الشيء يقال عن أطروحة أمينة بصافة (2018) التي تشير في إجراءاتها المنهجية أنها اعتبرت نفسها جزء من المجال المدروس (جماعات افتراضية) من حيث تقاسم معهم حياتهم اليومية، الأمر الذي سمح لها كما تقول من رصد مختلف ممارساتهم وتدوينها في دفتر الملاحظة. ورغم هذا الانخراط في هذه الجماعات الافتراضية المدروسة إلا أنها لم توضح لنا ضمن إجراءاتها الشق المتعلق بالأخلاقيات، هل طلبت الإذن بالانضمام لهذه المجموعات وهل أخبرتهم بأنها باحثة؟.

الأمر نفسه نسجته عن أطروحة محمد طه فريجة (2020) الذي اعتمد الملاحظة بالمشاركة حيث، قام من خلالها ملاحظة الجمهور وكيف يتفاعل مع محتوى صفحة على الفايسبوك تهتم بالأمر البيئية وتأثير هذه المضامين على المستخدمين وكيف يتفاعلون مع بعضهم البعض وسياق تفاعلاتهم، ونفس الشيء نفتقد إلى إجراءات خاصة بأخلاقيات البحث.

والحديث عن الأخلاقيات في هذا السياق هو الحديث عن مخاوف متعلقة بالخصوصية في البيئة الرقمية الذي أصبح تحديا كبير للبحث خاصة في شبكات التواصل الإجتماعي التي تعج ببيانات المستخدمين. ولهذا تؤكد الكثير من الكتابات في هذا السياق حول مجموعة من التوصيات يمكن أن نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- ضرورة أن يفصح الباحث لأعضاء المجتمع المدروس عبر الأنترنت عن وجوده وأهدافه خلال إجراء البحث
- ضمان كل السرية وعدم الكشف عن هوية المستخدمين المشاركين.
- على الباحث أن يكون حذر جدا ازاء قضايا الخصوصية.
- ضمان خصوصية المشاركين في البحث بتغيير أسماء المستخدمين وحتى عناوينهم الإلكترونية.

وعليه خلو أطروحات الدكتوراه عينة الدراسة المذكورة أعلاه على سبيل المثال يعد نقطة ضعف فيها، ولكن يمكن ان يكون مفهوما ، ذلك أن البحث في البيئة الرقمية يعد حديثا نسبيا ولا يزال الوسط الأكاديمي في أقسام علوم الإعلام والاتصال يستكشف تحدياته إلى غاية تمثين تقاليد البحث في هذا السياق.

7-4 الجدول رقم (12) فئة طرائق إختيار العينات

النسبة	التكرار	فئة نوع العينة
		عينة احتمالية
5.26%	1	عشوائية بسيطة
		عشوائية منتظمة
21.05%	4	طبقيّة
5.26%	1	متعددة المراحل
0	0	العنقودية
0	0	عينة غير احتمالية
0	0	المتاحة
42.11%	8	قصديّة
15.79%	3	الحصصية
10.53%	2	العارضة(عينة الصدفة)
100%	19	المجموع

يفيد الجدول رقم (12) أن نسبة كبيرة من البحوث أعمدت على عينات غير احتمالية حيث جاء ظهور العينة القصديّة ب42.11 بالمائة، والحصصية ب15.79 بالمائة والعينة العارضة ب10.53 بالمائة.

أما بالنسبة للعينات الاحتمالية جاءت العينة الطبقيّة بنسبة 21.05 بالمائة من إجمالي العينة، والعينة العشوائية ومتعددة المراحل بنسبة بالمائة 5.26 لكل منها.

يتضح جليا من خلال النتائج إعتقاد عينة الدراسة على العينة القصدية، ويتم اللجوء إلى هذا النوع من العينات غالبا في الدراسات والبحوث التي تتناول شبكات التواصل الإجتماعي بالدراسة، فأمام صعوبة حصر سواء مستخدمي هذه الشبكات أو جرد كل حسابات شبكة اجتماعية معينة، أي بمعنى تحديد إطار عام لمجتمع مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي، يتم اللجوء إلى العينات القصدية أين يحاول الباحث إختيار مفردات تتوفر على مميزات مجتمع البحث. وهذا ما كان واقعا مع عينة الدراسة التي كانت تبحث في التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي، فكانت جلّ البحوث بحوث ميدانية، وكان مجتمع بحث أغلبها هم مستخدمي الفايسبوك أو الشبكات الجزائري المستخدم لشبكات التواصل الإجتماعي، أمام هذه الحالة لجأ أغلب الباحثين إلى إختيار العينة القصدية لإجراء الدراسة.

ضمن تحديات المعاينة في السياق الرقمي تذكر (عبد المجيد صلاح، 2015) أنه يمكن الاستعانة بالعينة المتاحة، كما يمكن الاستعانة أيضا بالعينة الحصصية، وكذلك تتناسب عينة كرة الثلج مع تطبيقات الإعلام الإجتماعي، وهي الطريقة التي يعتمد فيها الباحث على الترشيح التي يحصل عليها من عدد من الأشخاص الذين يختارهم الباحث عمديا ابتداء لأنه تتوفر فيهم خصائص مجتمع البحث ثم يقومون هم بعد ذلك بترشيح عدد آخر من الأشخاص وفق الخصائص المطلوبة. وهذا فعلا ما ظهر لدى عينة الدراسة حيث أتمدت 03 أطروحات على العينة الحصصية، وأطروحتين (02) على العينة الصدفة.

وفي هذا السياق يطرح جبابلية (2022) فكرة التآني في إختيار العينة في دراسة شبكات التواصل الإجتماعي حتى نضمن تحقق الخصائص المطلوبة لمجتمع البحث وحتى نحقق أهداف الدراسة ونضمن بذلك صدقية نتائج البحث.

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن بعض مفردات العينة اعتمدوا على العينة الاحتمالية خاصة الطبقيّة منها وهو أن كل هذه البحوث كان مجتمع بحثها الطلبة الجامعيون التابعون لجامعة معينة الأمر الذي جعل أن المبحوثين معروفون لدى الباحث ما أمكن تطبيق العينة الاحتمالية. لكن عموما ما يقارب 70 بالمائة من عينة الدراسة أتمدت العينة غير الاحتمالية وفي مقدمتها العينة القصدية، وهنا يطرح التساؤل حول إمكانية تعميم النتائج، على اعتبار أن هذا النوع من العينات لا يمكنه أن يكون تمثليا للمجتمع.

الخاتمة

1-4 النتائج العامة للدراسة:

- تناولت عينة الدراسة محورين رئيسيين في موضوع التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي وهما محور تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على النسق القيمي الإجتماعي والمحور الثاني تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقات الإجتماعية للفرد.
- تصدّر موضوع شبكات التواصل الإجتماعي وتأثيراتها على العلاقات الأسرية والانتماء العائلي قائمة المواضيع المتناولة لدى عينة الدراسة. كما حصل موضوع تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على قيم التعاون والتضامن وكذا قيم المشاركة الإجتماعية على إهتمام عينة البحث بشكل ملحوظ.
- منصة الفايبيوك هي المنصة التي تم تناولها بالدراسة في 77.27 بالمائة من مجموع المنصات، تلاها منصة يوتيوب وتويتر في المرتبة الأخيرة.
- 50 بالمائة من النظريات التي أعتمدت عليها عينة الدراسة كخلفية نظرية كانت نظرية الإستخدامات والإشباع، متبوعاً بمقاربة التمثل.
- ظهور الإعتماد على البراد يغم الوظيفي بشكل واضح في البحوث عينة الدراسة من خلال نظرية الإستخدامات والإشباع، نظرية الإعتماد المتبادل رغم نداءات الباحثين التخصصيين من عدم الإعتماد عليه لوحده لفهم شبكات التواصل الإجتماعي.
- غياب الإعتماد على منظور النظريات النقدية ضمن الخلفية النظرية لبحوث عينة الدراسة.
- ظهور نوع من النمطية في المقاربات النظرية المستخدمة خاصة مع شبكات التواصل الإجتماعي، هذه النمطية تظهر في ذلك الارتباط الوثيق بين إستخدام نظرية ما في بحث ما وإستخدامها في الدراسات السابقة لتلك الدراسة، فكأنه هناك لزوم بين إستخدام نظرية ما ما دامت استخدمت في الدراسات السابقة، وهذا ما وقف عليه الباحث حيث بالرجوع إلى الدراسات السابقة التي أستخدمتها أطروحات الدكتوراه عينة الدراسة نجد هناك شبه تطابق بين ما استخدمته الأطروحة من خلفية نظرية وما جاء في دراستها السابقة، ويعتقد الباحث أن هذا من الممارسات الشائعة لدى الباحثين حيث يتم أخذ النظرية من الرسائل العلمية القريبة لموضوع دراسة الباحث دون الرجوع إلى الكتب والمراجع الاصلية والابحاث التاصيلية .
- غياب العمق النظري، حيث أن أغلب أطروحات الدكتوراه عينة الدراسة التي استندت إلى نظرية الإستخدامات والإشباع والتي بلغت ما يقارب 70 بالمائة، استخدمت دوافع وإشباع، وهذه الدوافع والإشباع لم تختلف على ما هو متواتر في الدوافع الخاصة بوسائل الإتصال التقليدية، رغم الاختلاف الكبير بينها وبين شبكات التواصل الإجتماعي. مما نتج عنه ضعف في تطويع القديم ليناسب المستجد.
- ظهور انزياح بشكل ضعيف نحو مراعاة السياق الثقافي والإجتماعي لدى عينة الدراسة في دراستها لشبكات التواصل الإجتماعي، من خلال ظهور مقاربات التمثل ومنظور التفاعلية الرمزية وذلك تماشياً مع التوجهات البحثية الجديدة ضمن هذا السياق.
- سيطرة الدراسات الوصفية من خلال ظهور هذا النوع من الدراسات في 94.74 بالمائة من عينة الدراسة.
- سيطرة البحوث الكمية بنسبة 89.47 بالمائة من إجمالي بحوث عينة الدراسة.

- ضعف تبني البحوث الكيفية و المختلطة لدى عينة الدراسة برغم أهميتها في دراسة شبكات التواصل الإجتماعي.
- سيطرة واضحة لمنهج المسح الذي احتل المرتبة الأولى بنسبة 84.21 بالمائة من إجمالي المناهج التي أعتمدها عينة الدراسة.
- طغيان المناهج الكمية إجمالاً لدى عينة الدراسة، رغم أن البيئة الإتصالية الجديدة اليوم وفي مقدمة وسائلها شبكات التواصل الإجتماعي، لم تعد تسمح بذلك الصراع بين المناهج الكمية والكيفية، أو التعامل مع المنهجين من منطق الأفضلية، بل أصبح التوجه نحو التكامل المنهجي أكثر من ضرورة منهجية في تناول شبكات التواصل الإجتماعي لاسيما إشكالية التأثيرات الإجتماعية.
- يتضح عموماً من خلال نتائج الدراسة غياب المناهج الكيفية لدى عينة الدراسة في تناولها لموضوع التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي، وحتى ظهور المنهج الاثنوغرافي كان مرافقاً للمنهج المسحي لدى عينة الدراسة. وهنا يتضح جلياً استمرار تناول ما تعلق بشبكات التواصل الإجتماعي بنفس المقاربات المنهجية الكلاسيكية رغم استمرار تعقد الظاهرة الإتصالية في البيئة الرقمية من سنة إلى أخرى.
- كشفت الدراسة عن غياب أية محاولة لإستخدام المناهج الرقمية على غرار منهج تحليل الشبكات الذي كان ملائماً لعدد من الأطروحات، ويمكن أن نفسر هذا الغياب بعدم استعداد الجامعة الجزائرية لتطبيق مثل هذه المناهج التي تتطلب تطبيقات وبرامج كمبيوتر مدفوعة لا يمكن أن يوفرها طالب الدكتوراه، بالإضافة أن تطبيق مثل هذه البرامج تتطلب حد أدنى من المهارات في المعلوماتية والكمبيوتر هذه الأخيرة التي لا تتوفر لدى طلبة الإعلام والإتصال أين يحتاجون للمساعدة في هذا السياق
- أغلب الجماهير المستهدفة بالدراسة كانوا من الشباب ومن طلبة الجامعة على وجه الخصوص، مما يعيق تعميم نتائج الدراسة على فئات واسعة من المجتمع.
- أكثر أداة تم إستخدامها لدى عينة الدراسة هي الاستبيان بنسبة 30.56 بالمائة.
- على مستوى إستخدام الأدوات البحثية لدى عينة الدراسة هناك توجه نحو التكامل، تبني تكامل منهجي على مستوى الأدوات عكس ما هو واقع مع المناهج.
- غياب تام لأخلاقيات إجراءات البحث النثنوغرافي، فلم يتم التطرق إليها في الإجراءات المنهجية لأطروحات عينة الدراسة التي أستخدمت منهج الاثنوغرافيا الإفتراضية واستخدمت في سياقه أدوات مثل الملاحظة بالمشاركة الإلكترونية والمقابلة على الخط.
- أعتمدت عينة الدراسة على العينة القصدية بنسبة 42.11 بالمائة وذلك نظراً لصعوبة تحديد إطار عام لمجتمع الدراسة في البيئة الرقمية.

4-2 نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات واهداف الدراسة:

نعرض فيما يلي نتائج الدراسة في إطار تساؤلات الدراسة واهدافها، فالدراسة طرحت ثلاث أسئلة رئيسية، حيث كان محور السؤال الأول حول أهم المواضيع التي تناولتها عينة الدراسة والتي كشفت النتائج عن أن:

- تطرقت عينة الدراسة ضمن موضوع التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي لمحورين رئيسيين وهما المحور الأول تضمن تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على النسق القيمي الإجتماعي والمحور الثاني كان حول تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على العلاقات الإجتماعية للفرد.

- موضوع شبكات التواصل الإجتماعي وتأثيراتها على العلاقات الأسرية والانتماء العائلي كان الموضوع الأكثر تناو لالدى عينة الدراسة.

- كشفت الدراسة أيضا عن حصول موضوع تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على قيم التعاون والتضامن وكذا قيم المشاركة الإجتماعية على إهتمام عينة البحث بشكل ملحوظ أيضا.

أما بالنسبة للسؤال الثاني والذي كان سؤالا محوريا هو ما تعلق بالأطر النظرية التي أعتمدتها عينة الدراسة عند تناولها لموضوع التأثيرات الإجتماعية لشبكات التواصل الإجتماعي.

- أظهرت الدراسة أن 68.42 بالمائة من النظريات التي أعتمدت عليها عينة الدراسة كخلفية نظرية كانت نظرية الإستخدامات والإشباعات.

- تكشف الدراسة إستمرار إستخدام النسق النظري التقليدي في دراسة شبكات التواصل الإجتماعي رغم إختلاف خصائصها وكيفية عملها وإستخداماتها مقارنة بوسائل الإعلام والإتصال التقليدية، وتأتي في مقدمة هذه النظريات نظرية الإستخدامات والإشباعات التي كان واضحا من خلال النتائج الإعتدال الكبير عليها في مقارنة الظاهرة المدروسة.

- بينت نتائج الدراسة ظهور الإعتدال على البراد يغم الوظيفي بشكل واضح في البحوث عينة الدراسة من خلال نظرية الإستخدامات والإشباعات، نظرية الإعتدال المتبادل رغم نداءات الباحثين التخصصيين من عدم الإعتدال عليه لوحده لفهم شبكات التواصل الإجتماعي.

- أظهرت الدراسة أيضا عن بروز نظرية رأس المال الإجتماعي في 10.53 بالمائة من اجمالي عينة الدراسة، وهو يشير إلى استمرار علوم الإعلام والإتصال إلى الاستدارة إلى علم الاجتماع للاستفادة من نظرياته وإستخدامها في مقارنة الظواهر الإتصالية الجديدة.

- غياب الإعتدال على منظور النظريات النقدية ضمن الخلفية النظرية لبحوث عينة الدراسة، وهي ربما إشارة إلى نظرة الباحثين إلى شبكات التواصل الإجتماعي التي تعد هذه الأخيرة أنها خلصت المستخدم من سيطرة القائمين بالإتصال.

- كشفت الدراسة عن ظهور نوع من النمطية في المقاربات النظرية المستخدمة خاصة مع شبكات التواصل الإجتماعي، هذه النمطية تظهر في ذلك الارتباط الوثيق بين إستخدام نظرية ما في بحث ما وإستخدامها في الدراسات السابقة لتلك الدراسة.

- كشفت الدراسة عن غياب العمق النظري وضعف في تطويع الفكر التنظيري الكلاسيكي ليلائم السياق الرقمي، حيث أن أغلب أطروحات الدكتوراه عينة الدراسة التي استندت إلى نظرية الإستخدامات والإشباعات والتي بلغت ما يقارب 70 بالمائة، استخدمت دوافع وإشباعات، وهذه الدوافع والإشباعات لم تختلف على ما هو متواتر في الدوافع الخاصة بوسائل الإتصال التقليدية، رغم الاختلاف الكبير بينها وبين شبكات التواصل الإجتماعي.

- أوضحت الدراسة ظهور إنزياح بشكل ضعيف نحو مراعاة السياق الثقافي والاجتماعي لدى عينة الدراسة في دراستها لشبكات التواصل الاجتماعي، من خلال ظهور مقاربات التمثل ومنظور التفاعلية الرمزية وذلك تماشياً مع التوجهات البحثية الجديدة ضمن هذا السياق. حيث لا تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مجرد وسائل تقنية، بل ممارسة اجتماعية تستبطن أبعاد اجتماعية وثقافية.

أما بالنسبة للسؤال الثالث وهو أيضاً سؤالاً محورياً وتعلق بالأطر المنهجية التي استخدمتها عينة الدراسة فقد كشف الدراسة عن ما يلي:

- كشفت الدراسة عن سيطرة البحوث الكمية بنسبة 89.47 بالمائة من إجمالي بحوث عينة الدراسة.
- بينت الدراسة ضعف تبني البحوث الكيفية و المختلطة لدى عينة الدراسة برغم أهميتها في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي.
- أظهرت الدراسة سيطرة واضحة لمنهج المسح الذي احتل المرتبة الأولى بنسبة 84.21 بالمائة من إجمالي المناهج التي أتممتها عينة الدراسة.
- طغيان المناهج الكمية إجمالاً لدى عينة الدراسة، رغم أن البيئة الإتصالية الجديدة اليوم وفي مقدمة وسائلها شبكات التواصل الاجتماعي، لم تعد تسمح بذلك الصراع بين المناهج الكمية والكيفية، أو التعامل مع المنهجين من منطلق الأفضلية، بل أصبح التوجه نحو التكامل المنهجي أكثر من ضرورة منهجية في تناول شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما إشكالية التأثيرات الاجتماعية.
- كشفت الدراسة عن غياب أية محاولة لإستخدام المناهج الرقمية على غرار منهج تحليل الشبكات الذي كان ملائماً لعدد من الأطروحات، ويمكن أن نعزي هذا الغياب بعدم استعداد الجامعة الجزائرية لتطبيق مثل هذه المناهج التي تتطلب تطبيقات وبرامج كمبيوتر مدفوعة لا يمكن أن يوفرها طالب الدكتوراه، بالإضافة أن تطبيق مثل هذه البرامج تتطلب حد أدنى من المهارات في المعلوماتية والكمبيوتر هذه الأخيرة التي لا تتوفر لدى طلبة الإعلام والاتصال أين يحتاجون للمساعدة في هذا السياق
- بينت الدراسة أن أكثر أداة تم إستخدامها لدى عينة الدراسة هي الاستبيان بنسبة 57.89 بالمائة، .
- على مستوى إستخدام الأدوات البحثية لدى عينة الدراسة، أوضحت الدراسة أن هناك توجه نحو التكامل، تبني تكامل منهجي على مستوى الأدوات عكس ما هو واقع مع المناهج.
- كشفت نتائج الدراسة عن غياب أخلاقيات إجراءات البحث النثنوغرافي، فلم يتم الطرق إليها في الإجراءات المنهجية بالنسبة لجزء العينة التي استخدمت هذا المنهج.
- بينت الدراسة إعتقاد عينة الدراسة على العينة القصديية بنسبة 42.11 بالمائة وذلك نظراً لصعوبة تحديد إطار عام لمجتمع الدراسة في البيئة الرقمية، وهذا من بين التحديات الكبيرة التي تواجه المعاينة في السياق الرقمي .

4-3 النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

اتفقت دراستنا مع دراسة (عثمان، 2012) الموسومة: الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في الوطن العربي دراسة من منظور تحليل نقدي وذلك من خلال سيطرة البراد يغم الوظيفي في معظم البحوث سواء لدى دراستنا أو هذه الدراسة، كما تشابهت في النظريات المعتمدة ضمن هذا البراد يغم خاصة استخدام نظرية الاستخدامات والإشباع التي هيمن استخدامها كخلفية نظرية في الدراستين، ومن بين التقاطع أيضا في الدراستين اعتماد جلّ بحثهما على المنهج المسحي وكذا على العينة القصدية وهذا طبعا يعود إلى صعوبة تحديد مجتمع البحث في السياق الرقمي.

لكن دراستنا اختلفت مع هذه الدراسة في نوعية الأدوات المستخدمة ففي حين دراستنا كان فيها تنوع في استخدام الأدوات المنهجية الكمية والكيفية، اقتصرت أدوات هذه الدراسة بشكل كبير على الأدوات الكمية.

تكشف نتائج دراستنا عن تقارب واضح مع نتائج دراسة بوزيدي، لواناسة (2019) تحت عنوان الإتجاهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر دراسة تحليلية نقدية لرسائل الماجستير المنجزة بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة باتنة 2010-2015، وذلك من خلال التشابه في النظرية المستخدمة في البحوث وهي نظرية الاستخدامات والإشباع التي استخدمت بنسبة 64.20 بالمائة من إجمالي بحوث هذه الدراسة في حين تصدرت هذه النظرية المرتبة الأولى من حيث الاستخدام لدى عينة دراستنا بنسبة 50 بالمائة. أما منهجيا فقد تقاطعت الدراستين في طبيعة المنهج واعتماد أغلبية الدراسات على منهج المسح.

أما بالنسبة لتحليل نتائج الدراسة في ضوء إحدى الدراسات السابقة والمتعلقة بدراسة (KHANG,2010) أين تم تحليل مضمون 436 بحثا من بحوث وسائل التواصل الإجتماعي التي تم نشرها في 17 دورية في 04 تخصصات هي الإعلان، الإتصال، التسويق والعلاقات العامة، وذلك في الفترة الزمنية ما بين 1997 و2010. فقد اتفقت دراستنا مع هذه الدراسة على مستوى هيمنة الأساليب الكمية، لكن اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في حجم اعتماد عينة هذه الدراسة على المناهج المختلطة التي كانت غائبة في دراستنا. أما بخصوص الأطر النظرية المستخدمة فقد تقاطعت الدراستين في نتائجهما من خلال توصل كلاهما إلى أن عينة الدراسة في كلا الدراستين اعتمدا بشكل كبير على نظرية الاستخدامات والإشباع.

وبخصوص دراسة بخيت (2016) التي تناول فيها قراءة تحليلية للإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الإجتماعي لعينة من الإنتاج العلمي المنشور في دوريات مختصة بالإعلام والاتصال في الفترة الزمنية 2010-2014، أين توصل في نتائج بحثه إلى أن هناك ضعف في الاجتهاد في استحداث مداخل نظرية تتلائم وطبيعة شبكات التواصل الإجتماعي، فذلك ينطبق على عينة دراستنا فاعلمت مع شبكات التواصل الإجتماعي تعاملها مع وسائل الإتصال التقليدية وقاربتها من خلال نظريات التي ظهرت في البيئة الإتصالية التقليدية (صحافة، إذاعة وتلفزيون). دعى الباحث في دراسته الباحثين إلى استخدام مناهج متعددة وعدم الاكتفاء بمنهج واحد عند دراسة شبكات التواصل الإجتماعي، وهذا ما لم يتم تسجيله لدى عينة دراستنا من خلال الاعتماد بنسبة كبيرة جدا على المنهج الكمي. في نفس هذا السياق وفي دراسة لعياضي (2010) حول الرهانات

الابستمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي: نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، والتي أُطلق من خلال هذه الدراسة مجموعة من الاستبصارات للباحثين العرب تمحورت حول إثارة النقاش حول علاقة الباحث العربي بالمنهج، من خلال تحريضه على مساءلة عدته المنهجية التي يستخدمها مع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث طرح محدودية الاقتصار على المنهج الكمي عند تناول شبكات التواصل الاجتماعي، ومحدودية إبراز مؤشرات كمية في وقت الإعلام الجديد هو ليس مجرد عدة تقنية لكنه مصبوغ بصبغة اجتماعية وثقافية، حيث يتطلب ذلك فهم ما ارتبط بشبكات التواصل الاجتماعي من خلال فهم المستخدمين وما يفعلونه وليس ما يقولونه فقط. وهذا المنظور بالنسبة لعينة دراستنا كان ضعيفا من خلال ميل أغلب الدراسات إلى التناول الكمي لموضوع التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي رغم محاولة نزر قليل من الدراسات إلى الانزياح نحو التناول الكيفي للموضوع سواء من خلال النظريات المستخدمة أو أدوات جمع البيانات

4-4 التوصيات

بعد استعراضنا للنتائج المستخلصة و تحليلها في ضوء أهداف البحث والدراسات السابقة سنحاول في هذا الجزء من الدراسة عن تقديم بعض التوصيات.

- إعطاء المزيد من الأهمية للأطر النظرية المستحدثة التي يمكن إستخدامها في الربط بين شبكات التواصل الاجتماعي وقضايا التأثيرات الاجتماعية، وعدم التركيز فقط على المنظور الوظيفي ونظرية الإستخدامات والإشباع، وتبني مسار التكيف والتطويع للأطر النظرية الكلاسيكية في حالة إستخدامها لمقاربة موضوع التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي أو أي موضوع إجتماعي آخر إعتبارا للإختلافات الموجودة بين وسائل الإعلام والاتصال الكلاسيكية وشبكات التواصل الاجتماعي.
- إعطاء المزيد من الإنتباه من قبل أقسام علوم الإعلام والاتصال في الجزائر لقضية المناهج الكيفية في الدرس الأكاديمي المنهجي وتعميق تدريسها وتطبيقها نظرا للرهانات البحثية لهذه المناهج خاصة في السياق الرقمي، بعدما تبين من خلال نتائج دراستنا أو الدراسات التي أطلع عليها الباحث في سياق تحضير أطروحتنا لسيطرة وطغيان المناهج الكمية في البحوث في طور الدكتوراه.
- ضرورة تزويد أقسام علوم الإعلام والاتصال بمتخصصين في المعلوماتية والإعلام الألي لمساعدة الباحثين خصوصا في سلك الدكتوراه على رقمنة المناهج التي يستخدموها نظرا للفائدة العلمية التي يمكن للبرامج الإلكترونية أن تلعبها في تحديث مناهج علوم الإعلام والاتصال بعدما تبين لنا من نتائج الدراسة غياب لمحاولات إستخدام المناهج الرقمية.
- الإسراع في تكيف مناهج تدريس مناهج البحث وأدوات جمع البيانات وفق ما تتطلبه البيئة الرقمية وترجمة المراجع التأصيلية التي تناولت هذه المناهج والأدوات ووضعها تحت تصرف طلبة الدكتوراه من أجل التجديد والتكيف مع مستجدات السياق الرقمي الذي لا يزال في تطور مستمر وسيكون هذا السياق الرقمي خاصة لشبكات التواصل الاجتماعي هي الأكثر إستخداما من قبل الأجيال القادمة.
- توسيع البحث في التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي إلى فئات إجتماعية أخرى وعدم إقتصار البحث في هذا السياق على الشباب، لأنه لا يمكن ضغط المجتمع في الشباب.

- بلورة استراتيجية للتكوين الأكاديمي المنهجي يواكب السياقات الرقمية ويجري التركيز فيه على تعميق فهم وتطبيق المناهج المختلطة، هذه الأخيرة التي تعد اليوم مناسبا لدراسة شبكات التواصل الاجتماعي والتي نراها الأنسب لدراسة مثل موضوعنا (التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي)، ويمكن أن نوجز قوتها في السياق الرقمي فيما يلي:
- 1- تسمح للباحثين بفهم أعمق للظواهر الاتصالية والمواضيع المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها، نظرا لتنوع جمع البيانات من مصادر متعددة سواء كانت كمية أو نوعية.
 - 2- الأبحاث المختلطة يمكن أن تمنح للباحث قوة الحجة والدليل، من خلال تعزيز البيانات الكمية الاستدلالات النابعة من البيانات النوعية والعكس صحيح.
 - 3- أفضل فهم للتجارب الفردية مع شبكات التواصل الاجتماعي وطريقة تفاعلهم معها، يمر عبر إستخدامات البيانات النوعية، ولا يمكن الإكتفاء فيه بالبيانات الكمية التي تطغى عادة في بحوث الإعلام والاتصال كما أوضحت نتائج دراستنا.
 - 4- الكثير من الظواهر الاتصالية المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي جديدة نسبية، ولا يملك فيها الباحث قواعد معرفية رصينة، ولهذا يمكن للبيانات النوعية أن تستخدم في توجيه البحث الكمي وتصميم إستمارات تستند إلى تجارب من واقع الافراد وتفاعلهم مع شبكات التواصل الاجتماعي.

قائمة المصادر

- المصادر والمراجع العربية

1. اتحاد إذاعات الدول العربية. (2016). عصر الميديا الجديد. مصر: منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية.
2. أحمد، بدر. (2008). علوم الإعلام (البحث العلمي-المناهج-التطبيقات)، القاهرة، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع.
3. أحمد رشتي، جيهان. (1978). الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي.
4. أسماء، حسين مكاوي، مشاري الرويح، يحي السيد عمر. (2021). تحليل الشبكات الاجتماعية مقاطعة المنتجات الفرنسية نموذجا، مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية، المجلد، العدد 10.
5. أ. لارامي، ب، فالي: البحث في الإتصال "عناصر منهجية" ترجمة فضيل دليو وآخرون، مخبر علم الاجتماع الإتصال جامعة منتوري قسنطينة. 2009.
6. أمينة، بصافة. (2022). البحث عن مقاربة نظرية تكاملية للممارسات الإتصالية الوسيطية الرقمية الإستخدام والتملك نموذجا، مجلة الزهير للدراسات والبحوث الإتصالية والإعلامية، المجلد، العدد 03.
7. أندريا، البرس، بروس ايه ويليامز. (2017). مقدمة إلى بيئة الإعلام الجديد، (أحمد شكل، مترجم)، مؤسسة هنداي اوي سي أس سي، (العمل الأصلي نشر عام 2010).
8. بركون، كهينة. (2018). المنظومة التعليمية لعلوم الإعلام والإتصال في الجزائر: قراءة تاريخية نقدية، المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي، المجلد، العدد 1.
9. برناط، هالة بن علي. (2018). تطبيقات نظريات الإعلام والإتصال التقليدية في فضاءات الإعلام الجديد، المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي، المجلد 5، العدد 4.
10. البستاني، افرام. (2000)، منجد الطالب، دار الشرق، بيروت.
11. بصيص، الطاهر، قدي، عبد الرحمان. (2022). الاثنوغرافيا الافتراضية وإستخداماتها في دراسات الوسائط الجديدة، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 7، العدد 4.
12. بطاهر، هشام. (2021). الصراع الكمي الكيفي رجعية منهجية وفرملة للبحث العلمي في البيئة الرقمية، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والإتصالية، المجلد 01، العدد 02.
13. بطاهر، هشام، (2018). اكسيولوجية البرامج الإلكترونية في تحديث منهجية علوم الإعلام والإتصال دراسة حالة لبرنامج tropes8.4. مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 2018، العدد 42.
- 14.
15. بلقاسي، لجين. (2018). الإتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات الانفوجرافيك في الصحف السعودية، دراسة تطبيقية على صحيفة مكة-عكاظ-، مجلة العربية للإعلام والإتصال، المجلد، العدد 2.
16. بن بلقاسم، حبيب. (2018). تحليل الشبكات الاجتماعية المنهج المهمش في البحوث العربية. مجلة علوم الإعلام والإتصال، عدد 2.
17. بن الصغير، يعقوب. (2020). المشروعية الاستمولوجية في نقل المفاهيم العلمية إلى حقل الإتصال-ثنائية النقل الميكانيكي والتبينة، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 05، العدد 1.
18. بن غربية، فلة. (2016)، تعليمية الدرس وأبعاد المفهوم في علوم الإعلام والإتصال، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، المجلد 05، العدد 06.
19. بن مرسلي، أحمد. (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، القاهرة، ديوان المطبوعات الجامعية.
20. بن مرسلي، أحمد. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، القاهرة، ديوان المطبوعات الجامعية.

21. بوجلال، عبد الله. (1993). أثر التلفزيون على الأطفال، مجلة بحوث، العدد 1، جامعة الجزائر.
22. بوجمعة، رضوان. (2006). أشكال الإتصال التقليدية في منطقة القبائل -محاولة تحليل انثر بولوجي-، أطروحة الدكتوراة، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر.
23. بوخوفة، عبد الوهاب. (2004). استطلاعات الرأي في الجزائر مشكلة تقنيات أم مسالة حريات وذهنيات، المجلة الجزائرية للإتصال، المجلد 09، عدد 18.
24. بوزيدي، سهام، لونانسة، سوسن. (2019). الاتجاهات البحثية لبحوث الإعلام الجديد في الجزائر، دراسة تحليلية نقدية لرسائل الماجستير المنجزة بقسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة باتنة 2010-2015، مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية، المجلد 20، العدد 01.
25. بوزير، بن دبيلي. (2015). عن أفاق تبني المقاربات الكمية والكيفية وتوليها في بحوث الإتصال في الجزائر، المجلة الجزائرية للعلوم الإجتماعية والإنسانية، المجلد 03، العدد 5.
26. بوعريشة، نعيمة. (2018). الأطر المعرفية لعلوم الإعلام والإتصال، الملتقى الرابع للرابطة العربية للبحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال مستغانم 2018.
27. بوعمامة، العربي، بلقاسم محمد أمين، ابن عميرة. (2019)، التكوين الجامعي في علوم الإعلام والإتصال وديالكتيك الكفاءات المهنية والأكاديمية، مخبر دراسات الإتصال والإعلام ، جامعة مستغانم.
28. بومعيزة، سعيد. (2006). أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر.
29. تمار، يوسف. (2004-2005). نظرية ترتيب الأولويات: دراسة نقدية على ضوء الحقائق الإجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر.
30. تيغزة ، أحمد. (2020). براديجمات البحوث الكمية والكيفية ودلالاتها بالنسبة للبحوث: الوضعية ما بعد الوضعية، البنائية، النظرية النقدية، والبرجماتية، المؤلف الجماعي بعنوان الأصول والأسس المنهجية في البحوث النفسية والتربوية والإجتماعية مستجدات وتقنيات حديثة، جامعة محمد بوضياف المسيلة.
31. جرار، ليلي. (2012). الفايسبوك والشباب العربي، ط1، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
32. حجاب، محمد منير. (1997). المعجم الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، مصر.
33. حجاب، محمد منير. (2010). نظريات الإتصال. (الطبعة الأولى). مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
34. حسونة، نسرين. الإعلام الجديد المفهوم الوسائل والوظائف.
35. الحمامي، الصادق. (2012). التفكير في الشبكات الإجتماعية، ورقة عمل مقدمة في ندوة الشبكات الإجتماعية والشباب الإماراتي، جامعة الشارقة.
36. الحمامي، الصادق. (2017). الميديا الجديدة في السياق الانتقالي: الميديا التونسية نموذجاً، الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات ببيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
37. خلافة، زينب. (2018). مواضيع، نظريات ومناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال في الجزائر، رسالة دكتوراه كلية علوم الإعلام والإتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بونيدر قسنطينة 3.
38. دليو، فوضيل. (1995). تاريخ البحث في الإتصال، المجلة الجزائرية للإتصال، المجلد 5 العدد 11/12.
39. دليو، فوضيل. (2021). تصميم البحوث الكيفية: المرونة والخصوصية، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، المجلد 06، العدد 1.
40. دونسياخ، فولغانغ. (2005). هوية البحث في الإتصال (فوضيل دليو، مترجم)، (العمل الأصلي نشر في 2005).

41. ديفلير، ملفين، روكيتش، ساندربول. (1992). نظريات وسائل الإعلام، كمال عبد الرؤوف، مترجم، (العمل الأصلي نشر في 1989).
42. الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر. (1990). مختار الصحاح، مكتبة لبنان ناشرون بيروت.
43. الرامي، عبد الوهاب. (2015، مارس 10-11). ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي " وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات والإشكاليات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.
44. راييس علي، ابتسام. (ديسمبر 2016). نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 25.
45. ربحي، مصطفى عليان. (2001). البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه وإجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن.
46. الربيعي، بيرق حسين جمعة، الفيصل، عبد الأمير مويث. (2019). التوظيف الصحفي للأنفوغرافيك في المواقع الإخبارية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 43.
47. روبرت، برنت. (1991). الاتصال والسلوك الإنساني، (عمر إسماعيل الخطيب، مترجم)، الإدارة العامة للبحث، (العمل الأصلي نشر عام 1984).
48. زناتي، ريم نجيب. (2020). توظيف الأنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي تويتر: دراسة على حالة موضوع فيروس كورونا المستجد، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 55.
49. زودة، مبارك. (2011-2012). دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام - الثورة التونسية أنموذجاً، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة.
50. سعد إبراهيم، محمد. (2017). إشكاليات وتحديد وصياغة المشكلة البحثية في بحوث الإعلام بين النمطية والتجديد، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، المجلد 2017، العدد 16.
51. سعد، حسين. (2017). براديغمات البحوث الإعلامية، الابستومولوجيا - الإشكاليات - الأطروحات، ط1، دار المنهل اللبناني.
52. سعد، حمزة. (2017). الاتجاهات الحديثة في دراسات وضع الأجندة دراسة تحليلية من المستوى الثاني، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المجلد 06، العدد 06.
53. السويدي، جمال. (2014). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفايبوك، ط4، الإمارات.
54. السيد، بخيت. (2010). الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي قراءة تحليلية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 16.
55. الشاعر، عبدالرحمن. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
56. الشريف، عابدين. (2015). توظيف النظرية في البحث الإعلامي، ليبيا، شركة الخبراء المتميزون للخدمات الإعلامية.
57. شطاح، محمد. (2012). التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر دراسة في فلسفة التدريس ومنظومة الإصلاحات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 08.
58. شيلر، هربرت. (1986). المتلاعبون بالعقول، الكويت، عالم المعرفة.
59. الصادق، الحمادي. (2012). الميديا الجديدة الابستومولوجيا والإشكاليات والسياقات، تونس: المنشورات الجامعية بمنوبة.

60. الصرايرة ، محمد نجيب.(2021، ديسمبر8-9). المشكلات النظرية والتطبيقية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال (عرض ورقة). مؤتمر دولي بحوث الإعلام في الوطن العربي مسارات التطوير، مركز الجزيرة للدراسات.
61. صلاح، مروى.(2013). الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، ط1، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
62. صيشي، بنزروق.(2017). نظرية حارس البوابة بين الإعلام التقليدي والجديد، مجلة الرواق المركز الجامعي غليزان، العدد5.
63. طه، أميرة سمير.(2018). التأثيرات السياسية للتلفزيون كما تعكسها التيارات البحثية الحديثة. رؤية نقدية. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المجلد01، العدد4.
64. العابد، صليحة.(2018). التكوين الإعلامي الأكاديمي دراسة ميدانية في كلية علوم الإعلام والاتصال من خلال مدخل الجودة، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.
65. عاطف، نهى.(2016). الإعلام الشعبي بين إعلام الدولة ودولة الإعلام، العربي للنشر والتوزيع القاهرة.
66. عباس، مصطفى صادق. (2009، أبريل،7-9). تكنولوجيا جديدة لعالم جديد: مصادر التنظير وبناء المفاهيم من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبنتي، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي للإعلام الجديد، جامعة البحرين. أفرد دينيس ماكويل(2010).
67. عبد العزيز، عزة.(2012). الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في العالم العربي دراسة من منظور تحليلي نقدي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 45.
68. عبد العزيز، عبد العزيز السيد.(2012). التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الإعلام الجديد دراسة تحليلية، مجلة كلية الآداب، العدد 39.
69. عبد القوي، محمود حمدي، أبو العلا، أحمد محمد.(2012). إتجاهات بحوث الإعلام بجامعة المنيا: دراسة تحليلية ورؤية مستقبلية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، العدد 75.
70. العبد الله، مي.(2006). نظريات الإتصال، ط1، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
71. العبد الله، مي.(2009). علوم الإعلام والاتصال وإشكاليات التكوين المهني، ط1، دار النهضة العربية بيروت لبنان .
72. العبد الله، مي.(2010). البحث في علوم الإعلام والاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات المنهجية، بيروت، دار النهضة.
73. العبد الله، مي.(2020). متاهة التواصل الإجتماعي في الفضاء العام، نظرية في فلسفة الإتصال في حالة متغير، بيروت، دار النهضة العربية.
74. العبد الله، مي. (بدون تاريخ). إشكاليات علوم الإعلام والاتصال وانعكاساتها على واقع البحوث العربية، مؤتمر التعليم العالي مؤسسة الفكر العربي بيروت.2005.
- 75.
76. عبد المجيد صلاح، مها.(2015، مارس19-20). الإشكاليات المنهجية في دراسات الشبكات الإجتماعية الرقمية وسبل التغلب عليها(عرض ورقة).مؤتمر دولي وسائل التواصل الإجتماعي التطبيقات والإشكاليات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.
77. عبد الواحد أمين، رضا.(2008). النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني. مصر
78. عزي، عبد الرحمان.(1990). التكوين الإعلامي: التلاقي والتلاقي بين الرسالة والوسيلة، المجلة الجزائرية للإتصال، المجلد03، العدد4.
79. العدوي، مصطفى،(2018)، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع.

80. العريشي، جبريل، الدوسري، سلمى. (2015). الشبكات الاجتماعية والقيم - رؤية تحليلية (الطبعة الأولى). الأردن: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
81. عزت، محمد فريد محمود. (2018). الاتصال ووسائله الجماهيرية والتقليدية والتكنولوجية، القاهرة، دار النشر للجامعات.
82. عقيل، هابس عبد الغفور. (2017). معالجة قضايا الفساد الإداري في ضوء نظرية الأطر الخيرية دراسة تحليلية مقارنة، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 2017، العدد 36.
83. علاء، عبد المجيد الشامي. (2013). مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، المجلة العربية للأعلام والاتصال، العدد 10.
84. عيساني، رحيمة الطيب. (2007). مدخل للإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عمان، جدار للكتاب العلمي.
85. الفار، محمد جمال. (2014). المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار نبلاء ناشرون وموزعون، الأردن.
86. الفار، محمد جمال. (2006). المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار النشر الثقافي، الأردن.
87. الفتلاوي، حسن، التميمي، خلف. (ديسمبر 2015). دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعة، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 2015، العدد 30.
88. فضل الله، وائل مبارك خضر. (2012). أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، السودان.
89. فلاح، سلامة حسن الصفدي. (2014-2015). إستخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة-دراسة ميدانية في محافظات غزة، رسالة ماجستير، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية بغزة.
90. فلاق، أحمد، لعلاوي، خالد. (2018). إشكاليات منهجية في أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بالجزائر، مجلة الإتصال والصحافة، العدد 8.
91. القزويني الرازي، أبو الحسن أحمد بن زكرياء. (1999). معجم مقاييس اللغة، دار الجيل، بيروت، لبنان.
92. قسايسية، علي. (2006-2007). المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقى- دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر- (1995-2006). أطروحة دكتوراه، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
93. قسايسية، علي. (2020). الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة: تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة، مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد 29.
94. القعاري، محمد. (2018)، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية العربية اليمن أنموذجا. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 50.
95. القعاري، محمد. (2019). التداخل النظري والمنهجي في النظرية الإعلامية دراسة نقدية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المجلد 2، العدد 9.
96. قلاعة عبد الكافي، كريمة. (2019). الشبكات الاجتماعية كمنصات افتراضية لعرض الذات في الحياة: دراسة على عينة من الشباب لجزائري المستخدم فايسبوك، المجلة العربية للأعلام والاتصال، المجلد 2019، العدد 21.
97. الكعبي، رعد جاسم. (2016). علاقة النتائج بالأهداف في البحوث الإعلامية مجلة الباحث الإعلامي، دراسة تقويمية في بحوث، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 2016، العدد 38.
98. كويبي، حفصة. (2016). علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي رؤية نقدية للتجربة البحثية، بيروت، دار النهضة العربية.
99. كفي، ريمون، كمينهود، لوكان. (1995). دليل الباحث في العلوم الاجتماعية (يوسف الجباعي، مترجم). (العمل الأصلي نشر في 1995).

100. لعبان، عزيز. (2018). تقاطع التخصصات لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية، في (محررون)، التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التوقعات الأبنيمولوجية والتقاطعات المعرفية، مخبر بحث إستخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر.
101. لعياضي، نصر الدين. (2002). تكوين الصحفيين بين المطلبين التقني والفكري، الندوة العربية حول الإعلام وإدارة الأزمات 2002/1/25، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.
102. لعياضي، نصر الدين. (2010). الرهانات الأبنيمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي: نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، مجلة شؤون اجتماعية، العدد 107.
103. لعياضي، نصر الدين. (2013). وسائط جديدة وأشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 22.
104. لعياضي، نصر الدين. (2015). مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية بين الأبنيمولوجيا والأيدولوجيا، مجلة إضافات، العددان 29، 30.
105. لعياضي، نصر الدين. (2016). البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري، مجلة المستقبل العربي، العدد 450.
106. لعياضي، نصر الدين. (2018). تقاطع التخصصات لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية، في (محررون)، التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التوقعات الأبنيمولوجية والتقاطعات المعرفية، مخبر بحث إستخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر.
107. لعياضي، نصر الدين. (2020). التفكير في عدة التفكير، مراجعة نقدية لنظرية الإستخدامات والإشباع في البيئة الرقمية، مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية مركز الجزيرة للدراسات، العدد 8.
108. لوصيف، سعيد. (2016). التفكير المنهجي في الظواهر الاتصالية التجاسر المعرفي بين التخصصات والتوقع الأبنيمولوجي، في (محررون)، التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التوقعات الأبنيمولوجية والتقاطعات المعرفية، مخبر بحث إستخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر.
109. ماتلار، ميشال. (2005). تاريخ نظريات الإتصال (نصر الدين لعياضي، الصادق رابح، مترجمان)، (العمل الأصلي نشر في عام 2004).
110. مؤيد، السعدي. (2019). الاندماج الإتصالي في الإعلام الجديد، منشورات ألفا للوثائق، الجزائر.
111. ماقرى، مليكة. (2022). التأثير الاجتماعي لوسائل الإتصال الجماهيرية، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، العدد 3.
112. محمد سعد، إبراهيم. (2017). إشكاليات تحديد وصياغة المشكلة البحثية في بحوث الإعلام بين النمطية والتجديد. المجلة العربية لبحوث الإتصال، المجلد 2017، العدد 16.
113. محمد سعد، إبراهيم. (2021). مستقبل بحوث الإعلام الرقمي وإشكاليات التكامل مع العلوم الإنسانية الرقمية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 16.
114. محمد الشريف، سامح. (2021). مشاركة قضايا ذوي الإعاقة في شبكة تويتر-تحليل الشبكات الاجتماعية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 6.
115. محمد، عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
116. محمد، عبد الحميد. (2005). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير عالم الكتب: القاهرة.
117. محمد الجوهري، حسن الخولي، فاطمة القيني، منى الفرناوي، ألفت حسن أغا، السيد عفيفي. (1992). علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.

118. مرابط، فريد.(2018). نظريات التأثير القوي في ظل الإعلام الجديد، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 4.
119. مرتاض نفوسي، لمياء.(2018). التاريخ الجديد للبحث في علوم الإعلام والاتصال، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 5.
120. مركز المحتسب.(2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب "تويتر" نموذجاً الرياضي: دار المحتسب للنشر والتوزيع.
121. مزيان، نجية.(2017). توظيف المقاربات النظرية في البحوث الإعلامية الميدانية مقترح الاستخدامات والإشباع نموذجاً، مجلة الإتصال والصحافة، المجلد 4، العدد 1.
122. المشاقبة، بسام عبد الرحمان. (2011). نظريات الإتصال، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
123. المقدادي، خالد غسان يوسف. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع.
124. مكاي، حسن عماد، حسن السيد، ليلي.(1998). الإتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
125. مكاي، حسن عماد، حسين السيد، ليلي.(2014). الإتصال ونظرياته المعاصرة. (الطبعة الحادية عشر). مصر. الدار المصرية اللبنانية
126. مكيري، مالمية.(2017). حراس البوابة الإعلامية مقارنة مفاهيمية في ظل البيئة الإلكترونية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والإتصالية، العدد 11.
127. مهنا، فريال. (2002). علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر المعاصر، بيروت.
128. موريس، أنجيس. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية- تدريبات عملية- (بوزيد صحراوي وآخرون، مترجمون)، (العمل الأصلي نشر في 1996)
129. مي، عبد الله. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، بيروت.
130. ميلود، مراد. (2018). إشكالية التكوين الأكاديمي للأعلام في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 5، العدد 09.
131. نوال، بركات.(2016-2015). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
132. هميسي، نورالدين.(2014). الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة: قراءة نقدية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 3، العدد 12.
133. بيرنارميج.(2011). الفكر الإتصالي من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة، (أحمد القصور، مترجم)، دار توبقال للنشر، (العمل الأصلي نشر عام 2005).
134. <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/201>
135. <https://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/512888> نقل عن
- نشر بتاريخ 2013/03/01، تم الإطلاع عليه يوم 16 أوت 2021، على الساعة 14:00.

2- المصادر والمراجع بالأجنبية

136. American marketing association. (2008).my space, your space, their space: connecting with your customers in online social networks.
137. Jennifer, rauche. (2007). Activités as interpretive communities: rituals of consumption and interaction in a alternative media audience media culture et society, sage publication los angles London new Delhi and Singapore.
138. Louenstein, meril. (2000).media message and new perspective in communication, longman, New York. USA.
139. Robert M Entman. (2007). Farming bias: media in distribution of power, journal of communication N°57.
140. Baran, Stanley J., and. Davis, Dennis K (2013) Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, Wadsworth Publishing Co Inc; 7 edition

الملاحق

الملحق (أ): إستمارة تحليل المحتوى:

01- المحور الأول: بيانات الوثيقة (الأطروحة).

1- 1 تصنيف الأطروحات حسب سنوات المناقشة.

2016-2015
2017-2016
2018-2017
2019-2018
2020-2019
2021-2020
2022-2021

1-2 تصنيف الأطروحات حسب الجامعة التي أجريت ونوقشت فيها

جامعة الجزائر 3
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03

1- 3 تصنيف الأطروحات حسب جنس الباحث.

ذكر
أنثى

المحور الثاني: الموضوعات والقضايا المطروحة في الدراسات

1-2 فئة توزيع القضايا والموضوعات المطروحة في الدراسات

01- تأثير شبكات التواصل على العلاقات الاجتماعية للفرد.
1-1: التأثيرات السلبية
- إضعاف العلاقات الأسرية والانتماء العائلي
- العزلة الاجتماعية
- تراجع الاتصال الشخصي (المواجهي)
- الاغتراب الاجتماعي
- إضعاف مهارة بناء العلاقات الاجتماعية الواقعية
- التأثير على الهوية الاجتماعية
2-1: التأثيرات الايجابية
- توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية
- زيادة رأس مال الاجتماعي للفرد
02- تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على النسق القيمي الاجتماعي
1-2 القيم الايجابية
- قيم التماسك الاجتماعي
- قيم التعاون، التضامن، التكافل
- قيم الحوار الاجتماعي
- قيم التسامح

- قيم المشاركة الاجتماعية (المساهمة في تكوين و تعزيز الوعي لوقاية المجتمع من المخاطر، مثل الوعي البيئي والصحي، وكذا رفع المستوى الجماهيري في الفكر والممارسة)
- 2-2 القيم السلبية
- قيم الطائفية
- قيم التعصب والكراهية
- قيم العنف
- تنمية النزعة الاستهلاكية وتعزيزها

05- فئة المنصة الاجتماعية التي كانت محل الدراسة خلال الفترة الزمنية للدراسة

الفايسبوك
يوتيوب
انستغرام
واتساب
تويتر

03- المحور الثالث: الخلفية النظرية التي استندت إليها عينة الدراسة:

3-1 يبين نظريات الإعلام والاتصال التي استندت إليها بحوث عينة الدراسة

نظرية الحقنة تحت الجلد (الطلقة السحرية)
نظرية الحتمية التكنولوجية
نظرية دوامة الصمت
نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين
نظرية انتشار المبتكرات
الاستخدامات والأشباع
نظرية ترتيب الأجندة
نظرية الاعتماد المتبادل
نظرية الغرس الثقافي
نظرية حارس البوابة
نظرية ثراء الوسيلة
نظرية الفجوة المعرفية
نظرية الحتمية القيمية
النظريات النقدية
النظرية البنائية الوظيفية
نظرية التفاعلية الرمزية
نظرية التلاقي أو الدمج
نظرية الرقمنة
نظرية الذات الثانية
نظرية الكبسة الواحدة
أخرى

بدون نظريات

04- المحور الرابع : الأطر المنهجية للأطروحات.

1-4 فئة نوع الدراسة من حيث الهدف:

وصفية
استكشافية
ارتباطية
تجريبية
استشرافية
تاريخية
تأصيلية
المجموع

2-4 فئة نوع الدراسة من حيث طبيعة البيانات.

بحث كمي
بحث نوعي
بحث مختلط كمي نوعي

4-4 فئة المناهج وفق التسميات المستخدمة لدى عينة الدراسة.

فئة المناهج المستخدمة
المنهج التجريبي
المنهج المسحي
تحليل المضمون
المنهج الاثنوغرافي
تحليل المحتوى الكيفي
المنهج التاريخي
دراسة الحالة
تحليل سيميولوجي
منهج النثنوغرافي (الاثنوغرافيا الافتراضية)
منهج تحليل الشبكات
أكثر من منهج

4-5 فئات الجماهير المستهدفة بالدراسات.

طبيعة العينة التي أجريت عليها الدراسة
الطلبة

الطلبة الجامعيين
طلبة الطور الثانوي
طلبة الطور المتوسط
طلبة الطور الابتدائي
الشباب الجزائري بصفة عامة
المراهقين
المرأة
مستخدمي الفايبيوك إجمالاً.
المجموع

4-6 فئة أدوات جمع البيانات

فئة أدوات جمع البيانات
استمارة الاستبيان
الاستبيان الإلكتروني
أداة تحليل المضمون
المقابلة
المقابلة التفاعلية الإلكترونية
الملاحظة
الملاحظة بالمشاركة الإلكترونية
المجموعات المركزة
مقياس

4-7 فئة طرائق اختيار العينات

فئة نوع العينة
عينة احتمالية
عشوائية بسيطة
عشوائية منتظمة
طباقية
متعددة المراحل
العنقودية
عينة غير احتمالية
المتاحة
قصدية
الحصصية
العارضة (عينة الصدفة)
الإجمالي

الملحق (ب): المقال المجاز لمناقشة الأطروحة

مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية | المجلد: 07 / العدد: 02 / إبريل 2022 ص 249-262



ISSN : 2543-3938 - EISSN : 2602-7771

قراءة في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي: المشكلات والحلول

*A reading in the research of social networks: Problems and Solutions*ط/د جيايلية ياسين^{1*}، طابير مفيدة²

1 مخبر علم الاجتماع للاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة3، (الجزائر)

yassine.djebabilia@univ-constantine3.dz

2 جامعة قسنطينة3، (الجزائر) moufida.Tair@univ-constantine3.dz

تاريخ الإستلام: 2021، 08، 25 تاريخ القبول: 2022، 03، 11 تاريخ النشر: 2022، 04، 05

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الانخراط في النقاش الدائر حول بحوث شبكات التواصل الاجتماعي، من حيث الإشكاليات المعرفية و النظرية والمنهجية التي تواجه هذا المجال البحثي وفي هذا السياق فقد طرحت الدراسة مجموعة من المؤشرات عن إشكاليات تواجه الباحثين الذين يدرسون الظواهر المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، مع افتراض أن الوعي بهذه التحديات والإشكاليات يعد الخطوة الأولى في تجويد مخرجات البحث في هذا المجال البحثي الذي ينمو باستمرار في المنطقة العربية. وخلصت الدراسة إلى طرح مجموعة من السبل من أجل تذليل الصعوبات أمام الباحثين لدى تناولهم بالبحث شبكات التواصل الاجتماعي كان في مقدمتها المزاوجة بين المقاربة الكمية والكيفية في هذا المجال البحثي وضرورة إعادة النظر في التراث التنظيري القديم عند مقارنة الظواهر المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي. الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، بحوث الإعلام الجديد، بحوث شبكات التواصل الاجتماعي.

Abstract:

This study aims to engage in the debate on social media research in the Arab world. It started with a reading of the fundamental differences between traditional media and communication and social networks. The study presented a series of indicators on the problems encountering researchers who study the phenomena related to social networks. Finally, the study concluded a set of methods to overcome the difficulties before researchers when dealing with social media research.

Keywords: *Social Media; Modern media research; Social media research.*

* المؤلف المرسل

مقدمة

يعد البحث في مجال الإعلام الجديد وما يرتبط به من ظواهر من أبرز المجالات البحثية التي تحضي بإقبال كبير من قبل الباحثين عبر العالم. نظرا لحجم حضور هذا الإعلام في حياة الناس في الأونة الأخيرة. وتعدد مظاهر البحث في مجال الإعلام الجديد بتعدد أدوات هذا الإعلام الذي يعرف تطورا مستمرا ومتسارعا ولعل أهمها شبكات التواصل الاجتماعي. التي أصبحت تنصدر مجالات البحث في علوم الإعلام والاتصال ويعود ذلك إلى تغلغل هذه الشبكات في يوميات الناس وارتباطهم بها. أين صنعت فضاء رمزيا موازيا لحياة الفرد الواقعية يحياه في شكل آلي وشكلت هذه الشبكات بذلك جزءا من ممارساته اليومية التي امتدت إلى كل جوانب حياته الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية وغيرها.

فضلا على أن شبكات التواصل الاجتماعي تلقى إقبالا كبيرا من قبل المستخدمين. فإنها أنتجت بيئة اتصالية جديدة تختلف بشكل جذري على ما هو قائم مع وسائل الإعلام التقليدية من إذاعة وراديو وتلفزيون. فقد جمعت شبكات التواصل الاجتماعي بين مميزات الاتصال الشخصي من حيث تفاعليته وأخذت صفة الانتشار من وسائل الاتصال الجماهيري ولهذا توصف بالاتصال الفردي الجماهيري. محدثة بذلك انقلابات كبيرة في عملية التواصل. أنهت احتكار المرسل للعملية الاتصالية ووسعت من خيارات المتلقي الذي أصبح فاعلا يتبادل الأدوار مع المرسل في السيطرة على نسق الاتصال.

هذه الخصائص التي تميز شبكة التواصل الاجتماعي من تفاعلية وتشاركية وإعلاء للذاتية وغيرها طرحت تحديات كبيرة تطلبت من الباحثين إعادة النظر في العدة المنهجية والنظرية المستخدمة مع وسائل الاتصال الجماهيرية التي لم تعد مناسبة وأظهرت قصورها في فهم الظاهرة الاتصالية والإعلامية الجديدة.

وفي هذا السياق تسعى هذه الدراسة إلى طرح جملة من المؤشرات بأهم المشكلات التي تواجه بحوث شبكات التواصل الاجتماعي. وجملة من المقترحات لتجاوز هذه الإشكالية. وتسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية:

ما أهم الاختلافات الموجودة بين وسائل الإعلام والاتصال التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي والتي تثير إشكالية إعادة النظر في العدة النظرية والمنهجية المستخدمة في دراسة وسائل الاتصال التقليدية عند تناول شبكات التواصل الاجتماعي بالدراسة؟
ما هي أهم الإشكاليات المعرفية والنظرية التي تواجه الباحثين في الوطن العربي في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي؟
ما هي أهم الحلول التي يمكن اللجوء إليها من أجل تجاوز هذه التحديات والمشكلات؟

01 مدخل مفاهيمي:

01.01 مفهوم البحث

استقصاء منهجي دقيق يهدف إلى وصف، تفسير وتوقع الظاهرة المرصودة عبر طرق إما استنباطية أو استقرائية، بغية تقديم حلول للمشكلات، أو صياغة قوانين وتعميمات، أو الكشف عن حقائق جديدة وإنتاج معارف جديدة تضيف شيئا للمعرفة الإنسانية. حيث يتم ذلك عبر منهجية منضبطة تتضمن تحديد المشكلة وجمع بيانات حولها وتفسيرها والوصول إلى نتائج بشأنها.

2.1 مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

عرفها كل من دانا بويد ونيكول إلسون بأنها "خدمات الويب التي تسمح للأفراد ببناء ملف شخصي عام أو شبه عام في نظام محدد، وتوضيح قائمة بالمستخدمين الآخرين الذين يشاركون معهم اتصالاً، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت.

وبري فراج(2012) بأنه فضاء جديد تنشط فيه جماعات ومؤسسات وتنقل فيه المعلومات بسرعة فائقة، وهو الفضاء الذي تعرض فيه مختلف الخدمات وتمارس فيه الصفات حيث انتقلت أغلب الأنشطة السائدة في الواقع الاجتماعي إلى هذا النوع من الفضاء الافتراضي الذي يلعب دوراً إعلامياً وترويجياً هاماً يحاكي ما هو موجود في الواقع.

3.1 مفهوم بحوث شبكات التواصل الاجتماعي:

إن القصد ببحوث شبكات التواصل الاجتماعي في بحثنا هذا هي البحوث التي تتناول شبكات التواصل الاجتماعي بالدراسة، وذلك باستخدام مناهج وأدوات محددة، وهنا لا بد من التساؤل هل لهذا النشاط البحثي أدواته بحثه المتميزة ونظرياته العلمية الخاصة به أم أن شبكات التواصل الاجتماعي امتداد لوسائل الإعلام والاتصال التقليدية يسري عليها ما يسري على غيرها من الوسائل من حيث العدة المنهجية والنظرية .

04.01 مفهوم المشكلات :

هي المشاكل والصعوبات التي تواجه الباحث في علوم الإعلام والاتصال لدى إجراءه بحوث حول شبكات التواصل الاجتماعي، وهذه الصعوبات تتمحور عادة في الشق المعرفي النظري والمنهجي والإجرائي..

2. قراءة في مظاهر اختلاف شبكات التواصل الاجتماعي عن وسائل الاتصال التقليدية:

إن الكثير من الإشكاليات المرتبطة بالدراسات والبحوث المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي نابعة من الخصوصية والملاح التكنولوجية لهذه الشبكات التي تختلف عن وسائل الاتصال التقليدية، فشبكات التواصل الاجتماعي التي تعد واحدة من أبرز مظهرات الإعلام الجديد هي تعبير عن تغير جديد في عملية التواصل الإنساني ونقطة تحول بارزة في العملية الاتصالية ترتب عنها إنتاج بيئة اتصالية جديدة تختلف اختلافاً جوهرياً عن ما سبقها. لقد أنهت شبكات التواصل الاجتماعي سيطرة القائم بالاتصال على العملية الاتصالية . و أحدثت تحول جذري في طريقة التخاطب و التعبير حيث أنهت الاتصال العمودي وكسرت الفيضنة الخائفة على وسائل الإعلام من قبل الدولة أو من قبل النخب وأنهت العديد من المفاهيم التي كانت تميز البيئة الاتصالية القديمة كمفهوم حارس البوابة وأنتجت أيضاً مفاهيم جديدة كالمجتمعات الافتراضية والجمهور النشط والتشبيك الاجتماعي . الانتقاء، التخصيص والتفاعلية .

أما بخصوص الملتقي الذي يعد عنصراً محورياً في نماذج الاتصال فقد غيرت شبكات التواصل الاجتماعي أدواره بصفة كبيرة فلم يعد ذلك الملتقي السلبي الذي يقع عليه فعل البث، بل تحول دوره من التلقي والاستهلاك إلى أن يصبح مشاركاً ومحاوراً وناقداً ومعقباً ومنتجاً، فشبكات التواصل الاجتماعي كرسرت واقع جديد ووسعت من إمكانيات الملتقي في الحوار والتبادل والمشاركة. فمكنت وسائل التواصل الاجتماعي الأشخاص من المشاركة بشكل كبير في الأنشطة عبر الإنترنت وتحطيم حاجزي الزمان والمكان ومكنت

مستخدمي الوسائط الاجتماعية من أن يكونوا مسهلين للمحتوى بشكل سلبي أو أن يكونوا منتجين نشطين له ويقومون بإنشاء البيانات بمعدل غير مسبوق وتختلف هذه البيانات اختلافا كبيرا عن البيانات التقليدية ولكن أصبحت العلاقات الاجتماعية متاحة على نطاق واسع وتلعب أدوارا مهمة في وسائل التواصل الاجتماعي مثل حل مشكلة التحميل الزائد للمعلومات وتعزيز عملية نشر المعلومات مما قد يؤدي إلى فهم غير مناسب للبيانات الغزيرة. (العبد الله، 2020).

إن تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي في البيئة الاتصالية لم يقتصر على عناصر العملية الاتصالية فحسب فقد أثرت هذه المظاهر الاتصالية على الوظائف التقليدية فألغت بعض منها وزادت من أهمية بعض وأضاف أخرى لم تكن موجودة من قبل. وفي هذا السياق يذكر (الفغاري، 2018) أن الوظائف التي قلل الإعلام الجديد من أهميتها هي مراقبة البيئة ووظيفة التفسير أما الوظائف التي أضافها الإعلام الجديد هي توفير المعلومات وإقامة علاقات اجتماعية افتراضية، بينما طور الإعلام الجديد من وظيفتي التعليم والترفيه .

وفي ظل هذه المعطيات نشأ مجتمع جديد يختلف اختلافا شديدا عن المجتمع الجماهيري، بل مجتمع يتميز بشبكات اتصال تفاعلية شديدة التطور وفي هذه الظروف نحن بحاجة إلى إعادة تقييم التوجه الرئيس للنظرية الثقافية والاجتماعية لوسائل الإعلام وهو ما نتطرق إليه لاحقا في بحث مستقل .

3. مشكلة تقديم الأحكام المسبقة على المعرفة العلمية في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي.

للبحث العلمي عادة مسار يجب أن يتبعه وقد لخصه غاستون باشلار ببضع كلمات "الواقعة العلمية تغزي، تبني، وتعابن (كيفي، كميهود، 1996/1995) . وغزو الواقعة العلمية هي تخلصها والقطع مع الأحكام المسبقة التي لدينا حول الظواهر التي ندرسها. والقطع في العلوم الاجتماعية ينطوي على ما ندعيه لأنفسنا من ثقافة نظرية لأن قسما كبيرا من أفكارنا نستوحيه من المظاهر المباشرة أو من مواقفنا المتحيزة وفي الغالب لا تكون هذه الأفكار إلا من قبيل الأوهام والأحكام المسبقة. والبناء على مقدمات كهذه كالبناء على الرمل. من هنا أهمية القطع الذي يرتكز تحديدا على فصل أية علاقة مع الأحكام المسبقة والبدهييات الخاطئة التي توهمنا فقط بأننا نفهم الأشياء. القطع إذن هو الفعل التكويني الأول في المسار العلمي.

وتمظهر الأحكام المسبقة في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي في الحكم على هذه الأخيرة بالسلب أو الإيجاب حتى قبل بداية المسار العلمي . وحولنا بذلك ثنائية الايجابيات والسلبيات إلى عيون ننظر بها كباحثين إلى شبكات التواصل الاجتماعي. وهذه الرؤية تخلو من أي قيمة معرفية ولا تقدم أي جديد لعملية الوصف بل تتفوق على مجموعة من الأحكام القيمة المطلقة. فالحكم على السلوك بالإيجابية أو السلبية لا يضيف إلى فهمنا له أي شيء. العبرة العلمية ليست في تصنيف المواقع وفق معايير ذاتية (إيجابي أو سلبي) بل في تقديم أسبابه وكيف أندغم في الحياة العامة وما هي الإشكالات المعرفية التي يطرحها (لعياضي، 2015). وهذا ما تلبته الكثير من الكتابات حول شبكات التواصل الاجتماعي كما يوضحها النموذج التالي :

"لا شك أن هذه الوسائل ساعدت كثيرا في نشر الرذيلة في أوساط المجتمعات المحافظة فكم تسببت هذه الوسائل في نشر فسق وهدم خلق أو ذبوع كذب ونشر إشاعات أو بث فتنة في الدين وهدم القيم والأفكار

فبعض بنات المسلمين وبناتهم ما كانوا يعرفون الفواشش والممارسات الأخلاقية المنحطة حتى تعلموها من هذه الوسائل" (باشا، 2020)

وهنا يذكر الحمادي (2012) بأن البحوث العربية في علوم الإعلام والاتصال لطالما خضعت إلى رؤية إيديولوجية أخلاقية جعلت من قضايا الاختراق الثقافي واستلاب الهوية من جهة وأزمة القيم الثقافية أخرى المشكلات الفكرية المهيمنة والتي تحول البحث في علوم الإعلام والاتصال بسببها إلى خطاب معياري وهذا نتيجة طبيعية لغياب استثمار المفاهيم النظرية. إن الرهان الحقيقي للباحثين هو ليس الانخراط في النقاش حول إيجابية أو سلبية شبكات التواصل الاجتماعي ، بل بالأدوات التي يجب التفكير بواسطتها في هذه الشبكات والتي تسمح لهم بتجاوز الخطاب الأخلاقي حول هذه الوسائل وتعلو فوق الانتطاعات والإيديولوجيات . هل إطار التفكير يكون إطارا معياريا ما يجب أن تكون عليه الميديا أو استكشافيا يطرح فقط إشكالية اشتغال الميديا؟ إذا البعد الأخلاقي الذي يتسم بالوعظ والإرشاد هذا سيسقطنا لا محالة في الأيدولوجيا وبعدها عن إدراك الواقع الحقيقي لشبكات التواصل الاجتماعي وبني قدرتنا على فهمها. وفي هذا السياق يشير (لعياضي، 2015) إلى أن النظرة الأخلاقية إلى مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية تعبر عن بعد إيديولوجي يسجن الفكر . ويشل آليات فهم مواقع الشبكات الاجتماعية في ديناميكيتها التي تتسم بطابع المفارقة. فحسب تقديرنا أننا لفهم شبكات التواصل الاجتماعي لا بد أن نلج إلى الواقع مباشرة دون أحكام مسبقة. فندرس هذه الشبكات كما هي عليه في الواقع وليس انطلاقا مما يجب أن تكون عليه. وهذا يحلنا إلى الحديث عن النموذج الاستمولوجي في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي .

4. مشكل المقاربات النظرية التقليدية في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي.

تكمن أهمية النظرية في البحث العلمي أنها أرقى ما يتوصل له الحقل المعرفي. فالنظريات من أهم شروط تشكل العلوم إلى جانب الموضوع والمناهج. كل دراسة يجب أن تحتكم إلى نظرية. فالنظرية هي الإطار التحليلي الذي يعتمده الباحث لتفسير الواقع أو استشراف المستقبل ومن خلالها أيضا يستوحي الباحث أدوات ووسائل عمله وإجراءاته المنهجية من أجل إنتاج المعرفة والإلمام بالظواهر المدروسة. وقد ناز جدا كبيرا منذ ظهور الإعلام الجديد وفي مقدمته شبكات التواصل الاجتماعي حول مدى صلاحية الأطر النظرية التي أطرت التفكير في وسائل الإعلام التقليدية من أجل دراسة ما أستحدثت من وسائل إعلامية واتصالية جديدة وظهرت بذلك مسارات بحثية عديدة بين قائل بقدره هذه الأطر النظرية التقليدية على التكيف مع وسائل الإعلام الجديد وبين قائل بمحدودية وعدم كفاءة هذه الأطر. وانطلاقا من الرأي الثاني ساق الباحثون مجموعة من المتغيرات والعوامل الداخلية مرتبطة بالظاهرة الإعلامية والاتصالية الجديدة التي تستدعي إجراء تحول في الإطار النظري العام الذي يجب أن يوجه بحوث شبكات التواصل الاجتماعي وأهم هذه المتغيرات هي:

التحول من التركيز على مفهوم الاستهلاك إلى مفهوم التفاعل.

التحول من التركيز على مفهوم المثلثي إلى مفهوم المستخدم .

التحول من البحوث التي تركز على الجمهور العام إلى مفهوم الفرد الذي يتلقى محتوى متفردا عن غيره.

التحول من البحوث التي تركز على التفاعل الذي يتم في إطار الجماعات والمؤسسات إلى البحوث التي تركز على التفاعل الشبكي وبين المجموعات.

التحول من البحوث التي تركز على توصيف السمات التكنولوجية والسلوكية لوسائل التواصل الاجتماعي إلى التركيز على البحوث الخاصة بالتحليل الثقافي والاجتماعي.

إن هذا التحول الكبير في البيئة الاتصالية وفي موضوعات البحث وفي المفاهيم يثير إشكاليات حول طبيعة المسار البحثي الذي يستوجب استخدامه في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي . هل يتم تطبيق المداخل النظرية التقليدية نفسها لدراسة هذه الشبكات أم يستدعي هذا التغير البحث واستكشاف آفاق نظرية جديدة تتلاءم مع طبيعة الظواهر الاتصالية والإعلامية الجديدة . وهكذا أظهرت التطورات التي عرفتها البيئة الاتصالية الحديثة الحاجة الماسة إلى نظرية اتصال يمكن على أساسها التعامل مع المتغيرات الحديثة التي أفرزها الواقع الاتصالي المعولم وهو ما دعا عددا من الباحثين ودارسي الاتصال إلى إعادة تقييم ومراجعة التوجهات البحثية في الحقل الإعلامي والسعي إلى تطوير مداخله النظرية (الصبيبي، 2008) . إن محاولات الباحثين الحديثة من أجل دراسة شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الأطر النظرية التقليدية انتهى إلى نتائج بحثية متواضعة، وقد توصل (علمان، 2014) في دراسة نقدية للإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في العالم العربي هيمنة المنظور الوظيفي الذي يعتمد على الإحصاء والرصد والتوصيف في معظم دراسات الإعلام الجديد مما أسفر عن تجزئ الظواهر الإعلامية وبالتالي عدم تمكها من رصد وتفسير العديد من الظواهر الإعلامية المدروسة.

ويمكن في هذا السياق أن نسوق مثلا على سبيل المثال لا الحصر للوقوف على محدودية هذه الأطر في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي ويتعلق المثال بنظرية الاستخدامات والاشباع التي تلقى إقبالا كبيرا من قبل الباحثين في ميدان الإعلام والاتصال، فجاءت البحوث العربية التي تناولت الشبكات الاجتماعية في إطار علوم الإعلام والاتصال استعانت بنظرية الاستخدامات والاشباع إلى درجة بات الاعتقاد لدى قطاع واسع من الطلبة ودارسي علوم الإعلام والاتصال انه لا توجد نظرية غيرها لدراسة هذه المواقع (العباضي، 2020، ص217)، تبحث هذه النظرية في الاستخدام الذي يعد أحد أهم مفاهيمها وعادة ما يتم البحث في جنس المستخدم وسنه وزمن ومكان استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي ووقت ومدة وعدد الاستخدام في اليوم ولغة الاستخدام وأي نوع من الشبكات يستخدم أكثر، إن البيانات عن بعض هذه المحددات مثل مكان الاستخدام أصبح لا معنى له في زمن توافرت فيه الانترنت المتنقلة عبر الهاتف الذي وكذلك الأمر بالنسبة إلى وقت الاستخدام صباحا أو مساء أو ليلا في ظل تحرر المستخدم من إكراهات الزمن . إن مثل هذه المعلومات لا تفيد سوى موزعي الصحافة الورقية، والفائمين على البرمجة التلفزيونية التقليدي، وجل البيانات الأخرى أصبحت متوفرة، وبعضها يوفره الموقع ذاته، وبعضها يفصح عنه مستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية ذاته، وبعضها الآخر توفره محركات البحث العامة والمتخصصة وبرامج التجسس الرقمي (العباضي، 2020، ص223) وتتوفر اليوم الكثير من البرامج الالكترونية التي تمكن الباحث من الحصول على هذه البيانات مثل HOOTSUITE – GOOGLE ANALYTIQUE-AFS ANALYTIQUE.ALEXA.COM:

إن الوصول إلى نتائج في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي التي عادة ما تعتمد على نظرية الاستخدامات والاشباع إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تستخدم في التواصل لا تجيب عن هاجس معرفي أو حقائقي جديدة فهل معرفة عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصهم تعبر عن فهمنا لهذه الشبكات ؟

في وقت اتجهت جل البحوث في الدول الغربية إلى البحث في سوسيولوجية الاستخدام وفي تمثل وتصورات المستخدمين لهذه الشبكات.

وما ينطلق على نظرية الاستخدامات والاشباع في مجال محدوديتها في فهم ظواهر الإعلام والاتصال في البيئة الاتصالية الرقمية قد ينسحب أيضا على جملة كبيرة من النظريات التي ظهرت ضمن النسق النظري لوسائل الاتصال الجماهيرية . فيمكن الحديث عن نهاية نظرية حارس البوابة فالقائم بالاتصال لم يعد قادرا على التحكم في المادة الإعلامية في ظل قدرة المستقبل اليوم على صناعة مادته الخيرية والاتصالية والمشاركة بفعالية في رسم المشهد الاتصالي . كما أن الحديث اليوم لم يعد حديثا فقط عن أجندة وسائل الإعلام كما تشرح نظرية الأجندة بل أصبح أيضا للجمهور أجندته وتعددت مصادر الحصول على المعلومات بشكل رهيب وأصبحت وسائل الإعلام التقليدية تخصص مساحة كبيرة لما يطرحه المستخدمون على شبكات التواصل الاجتماعي وتناوله بالنقاش .

هذه نماذج من نظريات لم تعد قادرة على تفسير الواقع وتفسير الظواهر الاتصالية الجديدة ذلك أن هذه الأخيرة لا تأخذ في حسابها الملامح الجديدة والمميزة لتكنولوجيا وسائل الاتصال الجديدة .

هكذا إذا يتبين لنا من خلال ما ذكر أننا أمام إشكالية حقيقية فيما يخص التنظير لشبكات التواصل الاجتماعي وراينا كيف أن واقع البيئة الرقمية قد تجاوز النسق النظري الذي ظهر أصلا لتأطير التفكير في وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، مما يتطلب من الباحثين خاصة في منطقتنا العربية والجزائر خاصة على الاشتغال على عملية التنظير للإعلام الجديد انطلاقا من خصوصيات مجتمعاتنا .

5. بحوث شبكات التواصل الاجتماعي وسؤال الاشكاليات المنهجية.

يطرح التناول المنهجي لشبكات التواصل الاجتماعي الكثير من التحديات أمام الباحثين في علوم الإعلام والاتصال. انطلاقا من سؤال الموائمة وصلاحيات المنهجيات التقليدية المرتبطة أساسا بالاتصال التقليدي لبحث ودراسة شبكات التواصل الاجتماعي فهل تكفي وتصلح وتناسب الاستراتيجيات والأدوات المنهجية التقليدية لمقاربة قضايا وتساؤلات التي تطرحها شبكات التواصل الاجتماعي أم أن مميزات وخصائص والملاحق الرقمية لهذه الشبكات تستدعي أن يبحث الباحثون على أدوات واستراتيجيات منهجية جديدة ؟ من هذا المنطلق سوف نبسط مجموعة من الصعوبات والتحديات التي تواجه الباحثين في مجال دراسة شبكات التواصل الاجتماعي منهجيا.

1.5 مشكلة طغيان المنهج الكمي في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي.

البحث العلمي الأكاديمي في بحوث الإعلام والاتصال يتميز عموما في الدول العربية ومنها الجزائر بميله المفرط إلى استخدام المنهج الكمي والبحث الكمي يرتبط بالتصور الوضعي للأشياء. فلا يمكن الحديث عن العلم ضمن هذا المنظور دون الحديث عن تكميم الظواهر . فالمدرسة الوضعية انطولوجيا ترى أن الحقيقة مطلقة موجودة ويمكن تجريبها عن الوحي البشري . أما ابستمولوجيا الوصول للحقيقة يكون من خلال فهم العلاقات والقوانين التي تحكمها وترتبط بين المتغيرات المختلفة . أما منهجيا فالمنهج الكمي يعتمد المنهج الاستنباطي المبني على نظريات وتستخدم التجربة والطرق الكمية لإيجاد العلاقات . والباحث ضمن هذا المنهج يجب عزل نفسه وتبني الموضوعية النامة . وفي هذا السياق يذكر بوعمامة(2019) أن البحث العلمي والأكاديمي في حقل الإعلام والاتصال في الجزائر يتسم بجملة من الخواص أهمها تبعيته المعرفية

الابستمولوجية، افتقاره للتأصيل النظري والمعرفي، اعتماده على النظريات الغربية الجاهزة . وانفصامه عن واقعه التاريخي والثقافي .إضافة إلى هوسه بالتكميم وطغيان الجوانب الأميركية على مختلف المقاربات الكيفية وأولويتها عليها.

هذه المقاربة الكمية تعرف تحديات كبيرة نظرا لمحدودية قدرتها على فهم الظاهرة الاتصالية نظرا للتطورات التكنولوجية التي شهدتها في الأعوام الأخيرة ومن جملة هذه التطورات التي ترغمتنا على إعادة النظر في الاستخدام المتضخم للمنهج الكمي :

- نهاية عصر الاتصال العمودي وتوسع الاتصال الأفقي وخيارات الملتقي هذا الأخير الذي أصبح منتجا ومتفاعلا مع المواد الإعلامية.
- قدرة تكنولوجيا الاتصال اليوم على توفير البيانات الكمية بشكل جد دقيق حول الجمهور من مثل السمات الديمغرافية . مدة الاستخدام، المنطقة الجغرافية التي يتصل منها . نوعية المواد التي يقرأونها أو يسمعونها أو يشاهدونها، الأمر الذي أصبح يتطلب جهدا نوعيا لمعرفة الجمهور وهذا لن يتم إلا بالابتعاد عن الأدوات المنهجية الكمية والاقتراب من الأدوات المنهجية النوعية .
- تعقد الظاهرة الاتصالية في ظل تكنولوجيا الاتصال وأصبحت العوامل الاجتماعية أكثر تعقيدا والغوص في هذه العوامل يستوجب مقاربات كفية فلا يمكن أن نكتفي اليوم بما يقوله الباحث عن مفردة البحث بل لا بد من المرور إلى ما يقوله الفاعل نفسه عن نفسه.

وبناء على ما ذكر فإن كفاية التصميمات المنهجية الكمية لم تعد قادرة على تقديم تفسيرات للواقع الاتصالي الجديد ولهذا بدأت نداءات بحثية تتعالى للتوجه إلى البحوث الكيفية والمختلطة لأجل الإلمام بحركة الظاهرة الاتصالية الجديدة وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي.

إن انتشار وتغلغل شبكات التواصل الاجتماعي في حياة الناس واختلافها عما سبقها من وسائل الاتصال الجماهيري كما سبق وأن ناقشناه طرح الكثير من الإشكاليات حول المنهج الذي يجب استخدامه لفهم تمللات واستخدامات هذه الشبكات لدى فئات واسعة من المجتمع، فالتطور الرهيب كما يذكر لعياضي في وسائل الاتصال الجديدة أفرز انشغالات بحثية جديدة وطرح مواضيع بحثية جديدة مستجدة تتمحور حول تمل هذه الوسائل واستخدامها مما عزز مكانة البحوث النوعية في حقل علوم الإعلام والاتصال. وجاءت هذه النداءات لإحداث تحول منهجي في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي بعد أن ثبت لدى الكثيرين حدود النجاعة العلمية للمنهج الكمي في الإلمام بالظواهر الاتصالية الجديدة . إن التوفير الكمي مثلا للمعلومات حول الجمهور(وهذا من صميم انشغالات البحث الكمي) اليوم أصبح يسيرا إلى درجة كبيرة . فيمكن للكثير من البرمجيات والمواقع ومحركات البحث ويمكن أيضا لبرمجيات شبكات التواصل الاجتماعي أن توفر لنا بيانات كبيرة جدا عن زوار هذه الشبكات وتفضيلاتهم ومشاركاتهم وغيرها من الإحصائيات بشكل آلي ويسير ولكن السؤال المطروح هل هذه البيانات يمكن أن تقدم لنا فهم أعمق لمستخدمي هذه الشبكات في المجتمع ؟ . وفي هذا السياق تشير عبد الله(2020) أن انتشار وسائل التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية يطرح أسئلة إشكالية عديدة تستحق البحث، فالدراسات الوصفية حول عدد المستخدمين، أو حول الخصائص الديمغرافية والاجتماعية غير كافية. فأبعاد هذه المعلومات وتفسيراتها هي التي هم الباحثين وتمكنهم من معرفة كيفية التأثير . أو المساهمة في التغيير الاجتماعي، أو ماذا تعني هذه الأدوات للمستخدم، وكيف تؤثر على تفكيره وشخصيته وعلاقاته بالآخرين وبالتالي ما هو دورها في المجتمعات.

2.5 تحدي المعاينة:

يصعب في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي تحديد إطار عام لمجتمع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، فنصوّر مثلاً لو أردنا دراسة تفاعل الجمهور مع التغريدات السياسية لرئيس الجمهورية الجزائرية، فسنكون أمام صعوبة بالغة إن لم نقل مستحيلة لتحديد إطار عام لمجتمع البحث من أجل تحديد عينة ممثلة تجري عليها الدراسة، مما يطرح مشكل تعميم النتائج، ولهذا عادة يلجأ في أغلب الأحيان في مثل هذه البحوث إلى العينات غير الاحتمالية.

وما يطرح في دراسة جمهور شبكات التواصل الاجتماعي يطرح أيضاً على مستوى دراسة محتوى هذه الشبكات الذي يختلف بشكل كبير عن نظيره الموجود في وسائل الاتصال التقليدية فهو يختلف عنه من حيث المكونات، فالشبكات الاجتماعية تقوم على الملمتديا أو تعدد الوسائط ويستعمل روادها الروابط التشعبية التي تعزز بنورها التنوع ويؤدي هذا التنوع الحاصل على مستوى الشبكات الاجتماعية الرقمية إلى تشظي المواضيع التي يمكن الإمساك بها علمياً وكذلك تناسبها وهو ما يؤدي إلى عدم تجانس المواضيع المدروسة وصعوبة تحديد موضوع الشبكات الاجتماعية الرقمية. (الرامي، 2015) مما يصعب إجراء المعاينة نظراً إذا للحالة الديناميكية والمرونة الشديدة التي تنسم بها شبكة الواب فوحدات المعاينة التقليدية لا تتناسب مع طبيعة المحتوى المنشور في شبكات التواصل الاجتماعي حيث لا يمكن إغفال سلسلة التفاعلات التي تحدث عليه من خلال التعليقات والتي تجعل المنشور اقرب ما يكون لنمط المحادثة (عبد المجيد صلاح، 2015)

3.5 تحدي المصادقية:

لا تعكس الآراء الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي دائماً واقع أصحابها، فقد تختلف تصرفات وسلوكيات وآراء مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي عن حياتهم الواقعية، فقد تكون الحياة الافتراضية على الشبكات أكثر حذراً أو أكثر تكلفاً الأمر الذي يخدم مصادقية التصرفات والآراء المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي وتأتي غير عاكسة للآراء الحقيقية والفعلية للأشخاص.

إن عدم صدق البيانات الديمغرافية أيضاً التي تعرضها حسابات شبكات التواصل الاجتماعي تعد من بين التحديات التي تواجه الباحثين في هذا المجال البحثي، إضافة إلى إخفاء الهوية والأسماء المستعارة على مواقع التواصل الاجتماعي ما يؤثر على مصادقية ودقة النتائج التي يتوصل إليها الباحثين.

4.5 تحدي أخلاقي:

وهذا الأمر يتعلق بخصوصية البيانات المتوفرة على شبكات التواصل الاجتماعي وفي هذا السياق صلاح (20) أن من المبحوثين من قد لا يرغبون في الإفصاح عن هوياتهم وكشفها ضمن نتائج البحث، كما أن عدم ذكر الباحث لأسماء المبحوثين لا يعني بالضرورة عدم قدرة الاستدلال عليهم والوصول إليهم من خلال كتاباتهم التي رصدتها البحث، إذا تم اقتباسها والإشارة إليها بالنص ضمن النتائج، ذلك أن النشر الإلكتروني التلقائي الذي تقوم به محركات البحث يمكن أن يقود إلى الحساب الإلكتروني الذي ورد فيه النص المذكور على مواقع التواصل الاجتماعي. (عبد المجيد صلاح، 2015). الأمر الأخر وهو مدى أخلاقية الاقتباس أو استخدام بيانات أو معلومات من حساب المبحوثين دون إعلام المبحوثين بذلك.

5.5 إشكاليات منهجية في تطبيق تحليل المضمون على محتوى شبكات التواصل الاجتماعي:

هناك شبه إجماع بأن تحليل المحتوى هو من بين أكثر الأدوات مناسبة وملائمة لتحليل محتوى شبكات التواصل الاجتماعي. كما يعد من الأدوات الأكثر مرونة فقد تكيف مع كل وسائل الإعلام والاتصال التي ظهرت سابقا الصحافة المكتوبة ثم الإذاعة ثم التلفزيون إلى غاية وصولنا إلى محتوى وسائل الإعلام الجديدة وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي. والتحدي الكبير في استخدام تحليل المحتوى في السياق الرقمي هو عدم ملائمة فئات التحليل التقليدية المعروفة لمتطلبات تحليل المحتوى المنشور في شبكات التواصل نظرا للاختلاف الكبير بين المحتوى في وسائل الاتصال التقليدية والجديدة فسؤالي ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ التي تجيب عنهما فئات الشكل والمضمون لا تناسب مع الكثير من المواضيع المطروقة في البيئة الرقمية فمثلا إذا أراد باحث دراسة سياسات الخصوصية في شبكات التواصل الاجتماعي فلا يمكن أن نعتمد على فئات الشكل والمضمون المتعارف عليها في تحليل المضمون (اللغة والمصدر، الاتجاه، الموقف، وغيرها). بل يتوجب تكيف فئات تحليل المضمون في هذه الحالة واستحداث فئات تتناسب طبيعة وشكل المادة ومضمون محل التحليل والذي في مثالنا سياسات الخصوصية لدى شبكات التواصل الاجتماعي.

وحسب تقديرنا فإن استعانة الباحث في علوم الإعلام والاتصال لدى تطبيق تحليل المضمون على المحتوى المنشور في شبكات التواصل الاجتماعي بمختصين في البناء التقني لهذه الشبكات يعد ضروريا للتمكن من تكيف فئات تحليل المضمون ووحدات العد والقياس فالشبكات لديها تنظيم معين ولديها خصائص تقنية معينة ومعرفة هذه الأشياء قد يساهم في بناء فئات للتحليل مناسبة. وهذا ما يبعث على التفكير في تبني الدراسات الجماعية .

إن طبيعة المحتوى المنشور على شبكات التواصل الاجتماعي انه ليس محتوى ثابتا على غرار محتوى وسائل الإعلام التقليدية. فإذا أردنا تحليل محتوى المقال الافتتاحي لجريدة يومية نستطيع أن نعود له متى أردنا فنجده في حالته الأصلية. أما محتوى شبكات التواصل الاجتماعي فهو في حالة تغير مستمر بل قد تطله إضافات أو حذف أو حتى اختفاء المحتوى مما يصعب من مهمة الباحث الذي يرغب في تطبيق تحليل المحتوى المنشور على شبكات التواصل الاجتماعي.

6.5 إشكاليات منهجية في دراسات جمهور مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي:

انه دائما كلما ظهرت وسيلة إعلام واتصال جماهيرية تطرح تحديات منهجية لدراساتها. ودراسة جمهور شبكات التواصل الاجتماعي يطرح مجموعة من الإشكاليات المنهجية. ويشير لعياضي (2013) في هذا السياق انه بالنسبة لمواضيع البحوث الخاصة بجمهور التكنولوجيا الحديثة الصحافة الالكترونية والمدونات وشبكات التواصل الاجتماعي لا تكفي معرفة الجمهور من خلال إبراز بعض المؤشرات الكمية: التكرار المدة والمنطقة الجغرافية وغيرها. وان المعرفة العمودية لجمهور وسائل الاتصال الحديثة يتطلب جهدا نوعيا لفهمه أكثر ولا يمكن لهذا الجهد أن يحقق وعوده دون استخدام أدوات منهجية أكثر قربا من مكونات هذا الجمهور. وهي إشارة إلى ضعف المناهج الكمية في فهم جمهور شبكات التواصل الاجتماعي والذي سبق الإشارة إليه. كما أن من بين تحديات البحث في هذا المضمار هو إشكالية إخفاء الهويات وتعامل المستخدمين من وراء أقنعة وأسماء مستعارة. حيث يبدو أن نسبة كبيرة من رواد شبكات التواصل الاجتماعي خاصة في الدول العربية

ومنها الجزائر هم على هذه الشاكلة، وبالتالي يجد الباحث نفسه أمام الكثير من المستخدمين لا يبدون كما هم، مما قد يؤثر على عملية المعاينة وصدق النتائج في الأخير أيضا .

6 . مقترحات في سبيل تجاوز إشكاليات بحوث شبكات التواصل الاجتماعي.

بدأت بحوث شبكات التواصل الاجتماعي تعرف تحولات سواء على مستوى المواضيع أو على صعيد الأدوات المنهجية والمقاربات النظرية، إلا أنه لا تزال هذه البحوث تواجه تحديات كبيرة كما سبق الإشارة إليه على طول هذه الدراسة. وقد تميزت إشكاليات بحوث شبكات التواصل الاجتماعي على حسب طبيعة الاهتمام بهذه البحوث التي انتقلت من حالة الاتيهار بالوسيلة إلى التعود عليها وهو ما حدث تقريبا مع كل ظهور لوسيلة اتصالية جديدة. وحسب تقديرنا فإن تجاوز الإشكاليات التي تواجه بحوث شبكات التواصل الاجتماعي ينطلق من جرد هذه الإشكاليات وكشفها حتى يتسنى للباحث التنبه إليها ومن ثم يتم تجويد مخرجات بحوث شبكات التواصل الاجتماعي.

في إطار هذا المنظور وبناء على ما سبق تقديمه سوف نعرض فيما يلي مجموعة من المقترحات من أجل تجاوز تحديات بحوث شبكات التواصل الاجتماعي.

1.6 الدعوة إلى تبني البحث المختلط في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي:

إن دراسة الظاهرة الاتصالية والإعلامية في البيئة الاتصالية الجديدة أصبح أكثر تعقيدا ولهذا تتعال أصوات المختصين لأجل تبني تصميمات جديدة في معالجة الظواهر الاتصالية الجديدة خاصة ما ارتبط بشبكة التواصل الاجتماعي. فأصبح ضروريا الجمع بين أساليب البحث الكمية والكيفية في الدراسة الواحدة والاستفادة من قوة هذا المزج من أجل تكوين فهم أعمق وأشمل للظواهر محل الدراسة. ذلك أن الاعتماد على منهجين يعين الباحث على تجاوز القصور والتحيزات والقيود الخاصة بكل منهج، ويسمح استخدام الطريقتين الكمية الكيفية معا لتقييم ظاهرة ما من تعزيز صحة النتائج وتقوية صحتها. وفي هذا الصدد مثلا توفر اليوم البرامج الالكترونية مجموعة كبيرة من البيانات الضخمة حول مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي إلا أن هذه البيانات في شكلها الكمي قد لا تفي بالغرض لفهم الظواهر على اعتبار أنها لا تعبر حقيقة عن المعنى الذي يستبطنه الفاعلين وكذلك السياقات الخاصة التي يحدث فيها سلوكهم .

2.6 ضرورة مراجعة الكثير من النظريات التي تستخدم في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي:

إن العدة النظرية المستخدمة في فهم وسائل الاتصال والإعلام التقليدية بدت أنها قاصرة في فهم الظواهر الاتصالية الجديدة وعليه يتوجب على الباحث في علوم الإعلام والاتصال الذي يتصدى بالدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي أن يأخذ بعين الاعتبار المعطيات الجديدة التي أنتجتها البيئة الاتصالية الجديدة من خلال إحداث تطوير في النظريات القديمة أو التأسيس لتراث نظري جديد .

3.6 ضرورة زيادة جرعة الأخلاقيات في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي: من خلال وضع

آليات منهجية يحترم الباحث من خلالها حماية البيانات الشخصية للمستجيبين من جهة، ومن خلال الحصول على موافقة الأفراد من جهة أخرى في حالة إذا تم توظيف ما ينشره المستخدمون كمادة بحثية .

4.6 تعزيز الجهود البحثية الجماعية و التشاركية في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي: لقد أصبح مهما الإطلال على الظاهرة الإعلامية والاتصالية من نوافذ معرفية متباينة. كما سبقت الإشارة إليه أن تمتع الباحث بمعرفة تقنية في التنظيم التقني لشبكات التواصل الاجتماعي يمكنه من تكييف فئات التحليل ووحدات التحليل في دراسات تحليل المحتوى من جهة. كما يمكنه من استغلال الإحصائيات المتوافرة في بعض الأحيان مجانا. بالإضافة إلى المساعدة في استخدام البرمجيات والتقنيات المتعلقة مثلا بتتبع شبكة الروابط وشكل الارتباط ومسارته ضمن ما يطلق عليه بتحليل الشبكات.

5.6 الثاني في اختيار العينة:

يصعب جدا في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي تحديد إطار عام لمفردات المجتمع. ومن ثم يكون من العسير استخدام العينات العشوائية. وهذا نظرا لديناميكية التي تميز محتوى هذه الشبكات أو تميز مستخدميها. فالبيانات الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي في حالة تجدد دائم وعليه يكون اللجوء إلى العينة العمدية أمرا ضروريا ولهذا يتوجب أن يحرص الباحث على الثاني في اختيار عينته التي تتحقق فيها فعلا الخصائص المطلوبة لتحقيق أهداف الدراسة. وفي هذا السياق تذكر (عبد المجيد صلاح، 2015) انه يمكن الاستعانة بالعينة المتاحة. كما يمكن أيضا الاستعانة بالعينة الحصصية وكذلك تناسب عينة كرة الثلج مع تطبيقات الإعلام الاجتماعي. حيث يعتمد فيها الباحث على الترشيحات التي يحصل عليها من عدد من الأشخاص الذين يختارهم الباحث عمدا ابتداء لأنه تتوافر فيهم خصائص مجتمع البحث ثم يقومون هم بعد ذلك بترشيح عدد آخر من الأشخاص وفق الخصائص المطلوبة.

7. النتائج العامة للدراسة.

- تختلف شبكات التواصل الاجتماعي عن وسائل الاتصال التقليدية فهي تعبير عن تغير جديد في عملية التواصل الإنساني ونقطة تحول بارزة في العملية الاتصالية ترتب عنها إنتاج بيئة اتصالية جديدة تختلف اختلافا جوهريا عن ما سبقها.
- إن اختلاف شبكات التواصل الاجتماعي عن وسائل الاتصال التقليدية يطرح مشروعية التساؤل حول مدى صلاحية التراث النظري التقليدي في مقارنة هذه الشبكات ونفس الشيء يطرح بخصوص استخدام المنهجيات المستخدمة في بحوث وسائل الاتصال التقليدية وتطبيقها على بحوث شبكات التواصل الاجتماعي .
- جل النسق النظري القديم لا يأخذ في الحسبان الملامح التكنولوجية الجديدة لشبكات التواصل الاجتماعي. ولهذا فالباحث في علوم الاعلام والاتصال يجب أن يكون حذرا عند استخدام النظريات الكلاسيكية في مقارنته للظواهر الاتصالية المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي واجراء التكيفات اللازمة كاللجوء الى التعاضد النظري(استخدام نظريتين أو أكثر).أو البحث عن مسارات بحثية جديدة في هذا المضمار.
- تبني تصميمات جديدة في معالجة الظواهر الاتصالية الجديدة خاصة ما ارتبط بشبكة التواصل الاجتماعي تقوم على المزاوجة بين المقاربة الكمية والنوعية والاستفادة من قوة كلا المقاربتين . بعدما تبين قصور المنظور الكمي وحده في القدرة على الإلمام بالظاهرة الاتصالية الجديدة . وتيسر عملية الحصول على البيانات الكمية تقنيا. وأصبح بذلك مثلا معرفة مستخدمي شبكات التواصل

الاجتماعي يتطلب جهدا نوعيا لا كميا فقط لفهمه. كما يتوجب البحث أيضا عن مسارات منهجية جديدة مثل منهج تحليل الشبكات ومنهج التلغرافيا.

- تعزيز الجهود البحثية المشتركة أصبح أكثر من ضروري في أقسام علوم الاعلام والاتصال خاصة في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي. ذلك أن البحث المستقبلي في هذا المجال البحثي يتطلب مهارات تقنية قد لا يمتلكها الباحث في علوم الاعلام والاتصال مما يلزمه التعاون مع باحثين من علوم الحاسوب لإتجاز أبحاثه باستخدام منهج "تحليل الشبكات" الذي يتطلب استخدام برامج تقنية في جمع البيانات.

خاتمة:

يمكن القول أن ما قدّم هو ليس كل النقاش وإنما هو جزء من النقاش أو انخراط فيه. فالجدة النسبية التي تميز هذا المجال البحثي تفرض مزيدا من النقاش من أجل إرساء تقاليد بحثية جديدة تتناسب وطبيعة هذه الكيانات الاتصالية الجديدة. إلا إننا اليوم حقيقة أمام بيئة اتصالية جديدة. تحتضن هذه الأخيرة أدوات وتطبيقات جديدة تختلف عن وسائل الإعلام والاتصال التقليدية. لذا نحن بحاجة فعلية إلى إعادة النظر والتفكير في العدة النظرية والمنهجية التي نستخدمها لدراسة شبكات التواصل الاجتماعي. ذلك أن الفجر على هذه الاختلافات والتميزات التي تطبع هذه الأخيرة مقارنة بما سبقها من وسائل يسقطنا لا محالة في مجموعة الإشكاليات التي سقناها خلال هذه الدراسة. علينا لدراسة شبكات التواصل الاجتماعي أن نعتبرها كيانات اتصالية جديدة بعلامات تكنولوجية جديدة تستوجب على الباحث أن يكثف المقاربات النظرية الكلاسيكية لتتناسب مع الظواهر الإعلامية والاتصالية الجديدة أو البحث عن مسارات بحثية جديدة في هذا المضمار. إضافة إلى هذا تتطلب دراسة شبكات التواصل الاجتماعي إعادة النظر في الأدوات البحثية وتطويع هذه الأخيرة لتناسب محتوى وجمهور هذه الشبكات. بعد أن أبانت الأدوات البحثية كتلليل المضمون مثلا بصفته الكلاسيكية عن قصوره في إمكانية استيعاب مضمون شبكات التواصل الاجتماعي. وبناء على ذلك فإن الباحث يوصي بضرورة مواكبة أقسام الاعلام والاتصال في العالم العربي والجزائر للمنهجيات الجديدة من خلال طرح مقاسات خاصة بالمنهج الرقمي (منهج تحليل الشبكات، التلغرافيا) التي أصبحت تستخدم في البحوث الأجنبية. كما يتوجب على المؤسسات الجامعية في حقل علوم الاعلام والاتصال تنشيط عملية الترجمة للمؤلفات الأساسية في مناهج البحث الحديثة المستخدمة في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي ووضعها تحت تصرف الطلبة والباحثين.

المراجع باللغة العربية:

- 1- باشاء حسان شمسي (2020). وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق دار القلم دمشق.
- 2- بوعصامة، العربي، ابن صيرة، بلفاسم محمد أمين (2018). التكوين الجامعي في علوم الاعلام والاتصال وتبليغيات الكفاءات المهنية والأكاديمية بخير دراسات الاتصال والاعلام. جامعة مستغانم، الجزائر.
- 3- الرامي، عبد الوهاب (2015، مارس 2019). الإشكاليات المنهجية في دراسات الشبكات الاجتماعية الرقمية وسبل التنظير عليها (عرض ورقة) مؤتمر دولي وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات والإشكاليات المنهجية، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.
- 4- الصادق الحماسي (2012). المينيا الجديدة الإستمولوجيا والإشكاليات والسيقات، تونس: المنشورات الجامعية ببنوية
- 5- الصبيحي، محمد بن سلمان (2008). العلاقة الوظيفية بين الفهم بالاتصال والجمهور دراسة وصفية في ضوء البيئة الاتصالية الحديثة في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه، كلية الدعوة والاعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

- 6- عبد السموع محمد فراج، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمفرد سياحي، وزارة سياحة قطاع بحوث التخطيط، 2012، ص43.
- 7- عبد الله مي، (2020) سقاة التواصل الاجتماعي، بيروت: دار النهضة العربية
- 8- عبد المجيد صلاح، مها، (2015، مارس 19-20)، الإشكاليات المنهجية في دراسات الشبكات الاجتماعية الرقمية وسبل التناوب عليها عرض ورقة مؤتمر دولي وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات والإشكاليات المنهجية ، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.
- 9- عثمان، عزة عبد العزيز عبد اللاد، (2014)، الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الجديد في العالم العربي دراسة من منظور تحليلي نقدي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد5، (ص ص، 4-23).
- 10- القعاري، محمد، (2018)، العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد دراسة نقدية المطة المصرية للبحوث. عدد خاص، (ص ص، 27-56).
- 11- كفي، ريمون، كمنهود، لوكفان (1995)، دليل الباحث في العلوم الاجتماعية/يوسف الجاعي، مترجم، (العمل الأصلي نشر في 1995).
- 12- لجانسي ، نصر الدين ،(2015)، مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية بين الاستمولوجيا والابدولوجيا، مجلة إضافات، العدد29، (ص ص ، 227-240).
- 13- لجانسي ، نصر الدين ،(2020)، التفكير في عدة التفكير:مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والاشاعات في البيئة الرقمية، مجلة لياب للدراسات الإستراتيجية والإعلامية، العدد08، (ص ص ، 208-232).
- 14- لجانسي، نصرالدين ، (2013) ، وسائل جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية. مجلة لياحث الإعلامي، العدد 22، (ص ص، 35-54).

المراجع باللغة الأجنبية :

- 1- Boyd Danah, Nicole Ellison, Social Network sites Definition History and Scholarship, Journal of computer Mediated computer, Tissue13, university of Indiana, 2007, p211



Full name : **DJEBABLIA YASSINE**
Title : **Social Media Impact Studies in Algeria: An Analytical Study**

A Thesis is Submitted for the PHD Degree in The information and communication sciences

Abstract

The evolving communication landscape has precipitated significant transformations in research within the social and human sciences, particularly in the media and communication sciences. These advancements pose diverse challenges to researchers while simultaneously unveiling contemporary horizons for exploration within this dynamic context.

This study endeavors to scrutinize the theoretical and methodological approaches applied in researching the social effects of social media networks in Algeria. By conducting content analysis on 19 doctoral theses from the faculties of information and communication at the University of Constantine 03 and the University of Algiers 03, spanning the period from 2015 to 2022, the research aims to contribute insights into prevalent trends.

Employing a descriptive-analytical methodology, the study utilizes the survey method and incorporates the content analysis form as a fundamental tool for data collection. The findings indicate that, despite substantial differences between social media networks and traditional media, the traditional theoretical context remains the predominant backdrop for most analyzed doctoral theses. The functional paradigm, particularly the Uses and Gratifications Theory, emerges as the most adopted theoretical framework.

From a methodological perspective, the study observes that approximately 90% of the total theses exhibit a prevalence of quantitative research, with an apparent inclination towards the survey method. Concurrently, data collection tools have a discernible variation, encompassing both quantitative and qualitative methodologies. Overall, the study underscores the persistence of classical methodological approaches in addressing issues related to social media networks, despite the intricacies of the communication phenomenon in the digital environment.

Keywords: Social Effects; Paradigms; Theoretical Framework; Methodological Approaches; Social Media Networks

Supervisor: TAIR MOUFIDA –University of Constantine 3

2023/2024