

المحاضرة الرابعة: صعوبات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة

عرفت بحوث وسائط الاتصال الجديدة تحولا في الإطار العام الموجه لها عن البحوث الاتصالية التقليدية، بسبب متغيرات وعوامل مرتبطة بخصائص هذه الظاهرة الاتصالية الجديدة التي تتسم بالتفاعلية واللاتزامنية، وتعدد الوسائط وغيرها، حيث ازداد التركيز على دراسة القضايا والموضوعات المتعلقة بمنظور الجمهور الذي يستخدم المحتوى الرقمي ويشارك ويتفاعل في عملية الاتصال، فضلا عن التحول من التركيز على مفهوم الاستهلاك إلى مفهوم التفاعل (المشاركة)، ومن مفهوم المتلقي إلى المستخدم، ومن مفهوم الجمهور العام إلى مفهوم الفرد الذي يتلقى المحتوى منفردا عن غيره، ومن البحوث التي تركز على التفاعل الذي يتم في إطار الجماعات والمؤسسات إلى البحوث التي تركز على التفاعل الشبكي وبين المجموعات، وكذا التحول من التركيز على توصيف السمات التكنولوجية والسلوكية لوسائل التواصل الاجتماعي إلى التركيز على البحوث الخاصة بالتحليل الثقافي والاجتماعي، مع التركيز على الجماعات والمؤسسات وكيفية اندماجها مع وسائل التواصل الاجتماعي، ومحاولة استكشاف أنماط ارتباطات الفرد بعوالمه الواقعية والافتراضية.

ولا تزال وسائط الميديا الجديدة غامضة بالنظر للحاجة إلى تطوير المزيد من الأطر النظرية والمنهجية لفهم ما طرأ من تغيرات على الإعلام بنمطه التقليدي، حيث تعددت أشكال الوسائط وطرق التبليغ في الميديا الجديدة واستنفذت في تحليلها الأدوات المنهجية المتوفرة سابقاً.

1. الإشكالات النظرية:

اعتمد الباحثون في تفسيرهم لظاهرة وسائط الاتصال الجديدة في بدايات ظهورها وبشكل أساسي على الموروث النظري التقليدي، الذي كان مستمداً هو الآخر من جملة من أهم التيارات البحثية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، من دراسات وسائل الإعلام إلى الإثنوغرافيا، ثم الاقتصاد والاقتصاد السياسي إلى علم الجمال وتحليل الخطاب ودراسات الجمهور. وقد دعى البعض وعلى رأسهم الباحث الفرنسي الشهير **دومنيك فولتور** إلى "إدراج التنظير لأثار شبكة الانترنت ضمن مختلف النظريات التقليدية، لأنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نفصل الوسائط الجديدة عن سيرة تطور ظاهرة التواصل الإنساني في مختلف تجلياته.

رشتحت إذن العديد من النظريات التقليدية كمرجع لتفسير الظواهر الجديدة التي خلقتها وسائط الاتصال الجديدة، في المقابل سقطت أخرى، لأنها لم تعد صالحة لتفسير المعطيات الجديدة التي أتت بها هذه الوسائط، ومن ذلك نظرية حارس البوابة، ونظرية التأثير المباشر أو الحقنة تحت الجلد، ومن النظريات التي استخدمت على نطاق واسع في هذا السياق: نظرية الاستخدامات والإشباع، نظرية انتشار المبتكرات، نظرية وضع الأجندة، نظرية التفاعلية الرمزية، ونظرية البنائية الوظيفية، نظرية الفجوة المعرفية وغيرها، لتفسير ظواهر وسائط الاتصال الجديدة.

رغم استعانة الباحثين المهتمين بدراسة وسائط الاتصال الجديدة بالموروث النظري التقليدي السالف الذكر في مقارنة هذه الظاهرة وتفسيرها، إلا أنه تواجههم العديد من التحديات أو يمكن القول الإشكالات، نظرا للتطور السريع والمعقد لهذه الظاهرة الاتصالية الجديدة التي نوجزها فيما يلي:

- تواجه الباحثين اليوم إشكالية مدى ملائمة النظريات والمداخل النظرية والنماذج العلمية التي ظهرت في ظل وسائل الإعلام التقليدية والمستقاة أساسا من علوم اجتماعية أخرى، والتي تم استخدامها لدراسة عناصر العملية الاتصالية في البيئة الاتصالية الجديد، فواقع الأمر يشير إلى أن كثيراً من مسلمات النماذج والنظريات الاتصالية القديمة تتعرض لتآكل شديد بالتزامن مع طغيان نموذج الوسائط الجديدة وتآكل النموذج الخطي القديم للإعلام الذي يسير في اتجاه واحد، مثل ما حصل مع نظرية التأثير المباشر، إذ يحتاج هذا الاستخدام إلى إعادة نظر.
- غالبية النظريات التقليدية تفتقد إلى الجدوى أو الغاية المعرفية والمصادقية العلمية من استحضارها أو توظيفها في تفسير ظاهرة من ظواهر وسائط الاتصال الجديدة.

• في ذات السياق نجد أن النظريات التقليدية تتسم تفسيراتها لظواهر وسائط الاتصال الجديدة بالتناقض. حيث نجد نظرية الاستخدامات والإشباع التي تدخل ضمن نظريات التأثير، التي تندرج ضمن البراديجم الوظيفي، التي تفسر الظاهرة انطلاقاً من سببية خطية (سبب، نتيجة)، أصبحت أداة سحرية جاهزة لتفسير الظاهرة الإعلامية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي، أين نلاحظ فيها تناقض صارخ، فمن جهة تقدم تقريراً وظيفياً جاهزاً لجنوح مستخدمي الانترنت نحو استخدام المواقع المذكورة إشباعاً للحاجات، وتسجل مأخذ أخلاقية على هذا الاستخدام الذي يؤدي إلى الإدمان والانحراف.

إن الإشكالات التي يعاني منها الباحثين في وسائط الاتصال الجديدة لا تقف عند حدود النظريات التقليدية فقط، بل تشمل حتى النظريات التي استحدثت لتفسير ظاهرة الوسائط الجديدة. حيث يؤخذ عليها أنه يكن مصدرها أساتذة الإعلام والاتصال بالأساس، بقدر ما صدرت عن خبراء وأساتذة ومهتمين بالشق التكنولوجي المتعلق بتقنية المعلومات، وهندسة الشبكات وتطويرها، إذ اتسمت المقاربات السائدة بطابعها "التقني". أي أنها بحثت في ظاهرة الميديا الجديدة من منظور تكنولوجي، معتبرة التكنولوجيا وتطبيقاتها بُعداً أساسياً ومؤسساً لخصوصية وسائط الاتصال الجديدة، يعكس هذا المنظور لوسائط الاتصال الجديدة تمثلاً حتمياً Determinist يعظم عاملاً يعينه (التكنولوجيا) على حساب عوامل عديدة أخرى تساهم في تشكيل الظاهرة الإعلامية والاتصالية بشكل عام بما أنها ظاهرة مركبة (complex).

2. الإشكالات المنهجية: إلى جانب الإشكالات النظرية يعاني الباحثين في وسائط الاتصال

الجديدة من إشكالات منهجية على مستويات عدة نوجزها على النحو التالي:

أ. إشكالات على مستوى دراسة محتوى وسائط الاتصال الجديدة:

يعتبر محتوى وسائط الاتصال الجديدة ذا خصائص وميزات - ستتجلى في ثنائيا هذه المعالجة - تجعله يخلق لدى الباحثين عدة إشكالات عند محاولة دراسته وسبر أغواره لأجل فهم الظاهرة الاتصالية التي يحتويها نوجز عدد منها على النحو التالي:

- **إشكالية تنوع المحتوى وتشعبه**، حيث تختلف طبيعة وتكوين المحتوى المنشأ في إطار وسائط الاتصال الجديدة جذرياً عن محتوى وسائل الإعلام التقليدية، الذي اعتاد الباحثون دراسته بأدوات تحليل المحتوى المعروفة. حيث تتنوع فيه الوسائط المعلوماتية من حيث كونها نصوص، أو مواد سمعية وبصرية. الخ، كما تتنوع فيه مستويات علاقات التناص التي تربط بين وحداته من خلال الروابط التي تمثل جزءاً أصيلاً في تكوين شبكة الويب، كما أنه يشتمل كذلك على بعد يرتبط بالعلاقات التفاعلية والارتباطية التي تنشأ من خلال تباين الاتصال.
- **إشكالية عند اختيار وتحديد وحدات المعاينة**، أو عند الرغبة في تطبيق اختبارات الصدق والثبات وإعادة تحليل مضمون سبق تحليله من قبل، حيث لا يجد الباحث نص ثابت يدرسه أو يعو لدراسته عند الحاجة.
- **إشكالية في تحديد العينة وفي إتباع إجراءات المعاينة**، حيث أنه ونتيجة لهذه الطبيعة يصعب تحديد إطار عام لمجتمع البحث عليها، ومنه يصعب اختيار العينة، كما أن الاستعانة بمحركات البحث وتقنيات البحث بتتبع الروابط المعروفة بـ Web crawlers، سوف يرصد فقط المواقع والصفحات التي ترتبط ببعضها، أو المواقع المشهورة وتبقى المواقع المغمورة بعيدة عن التصنيف. بالتالي لا يمكن التعامل مع عينات عشوائية، ولا يمكن تعميم نتائج البحث طالما أن العينات عمدية.
- **يخلق تنوع اللغات المستخدمة في محتوى تطبيقات الإعلام الاجتماعي**، إلى جانب تنوع السياقات الثقافية والاجتماعية التي يُطر من خلالها إشكالية كيفية تفكيك هذه الرموز وتفسيرها، وعند اللجوء إلى استخدام الترميز الآلي والبرمجيات الإلكترونية في تحليل المضمون المنشور على الويب بشكل كامل، يزداد الأمر خطورة لأن ذلك الإجراء يتجاهل طبيعة السياق الاتصالي الذي

تتم من خلاله عملية إنتاج المحتوى وتداوله والتفاعل معه، بل أنه غالبا ما سيؤدي إلى نتائج مضللة عند تطبيقه.

– إشكالية وهاجس مصداقية البحث، وهي وجو بيانات يمكن أن تكون ذات دلالات غير دقيقة لبعض جوانب استخدام وسائط الاتصال الجديدة، وبالتحديد في مواقع التواصل الاجتماعي. على سبيل المثال، لا يعكس عد مرات المشاهدة التي يقدمها موقع Youtube معلومة دقيقة عن كثافة مشاهدة مقاطع الفيديو المنشورة عليه، وبالمثل فإن عد المعجبين بصفحة ما على موقع Facebook، لا يعني بالضرورة أنهم يترون بنشا على هذه الصفحة ويتابعونها باستمرار ويتفاعلون عليها. وهذا الذي دفع ميريام ميتزغر Myriam Metzger إلى الإشارة والقول "أن المضامين التي يتم تناقلها عبر مختلف الوسائط الجديدة تمثل بالنسبة للباحثين هاجسا كبيرا بالنظر لارتباطها بأحد الأسس العلمية الرصينة، وهو المصداقية و الموثوقية العلمية، وهما برأيها شرطين أساسيين لازمين ولا غنى عنهما لإنجاز بحوث سليمة ومقبولة منهجيا".

ب. إشكالات على مستوى دراسة جمهور وسائط الاتصال الجديدة:

نظرا لتوسع عدد مستخدمي وسائط الاتصال الجديد برزت لدى الباحثين إشكالات على مستوى دراسة جمهور الويب، نلخصها على النحو التالي:

صعوبة حصر وتحديد إطار عام لمجتمع مستخدمي وسائط الاتصال الجديدة. فإذا أردنا مثلا دراسة تفاعل الجمهور مع موضوع ما، عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من الصعب جدا بل ومن المستحيل محاولة تحديد إطار عام لمجتمع البحث حتى يمكن استكمال إجراءات المتابعة وتحديد العينة وسحبها. لذا لا يمكن الاعتماد على العينات الاحتمالية في دراسة جمهور تطبيقات الإعلام الاجتماعي، وما يترتب على ذلك من عدم إمكانية تعميم نتائج البحث.

تطرح صفة المجهولية التي يتسم بها مستخدمو وسائط الاتصال الجديدة إشكاليات في مصداقية البيانات المستخرجة لإجراء البحث. حيث يمكن أن تؤدي إلى احتمالية الوقوع في خطأ البيانات غير الدقيقة، بسبب عدم صدق البيانات الديموغرافية التي تعرضها بعض الملفات التعريفية عن أصحابها على مواقع التواصل الاجتماعي. وكذلك استخدام هويات مجازية وإخفاء الهوية الحقيقية. وبالتالي خطورة تأثير ذلك على إجراءات المعاينة، واحتمالية أن يصل الباحث لنتائج غير سليمة بسبب اعتمادها على بيانات غير دقيقة.

وفي ذات السياق ونتيجة للطابع غير الجدي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع الموضوعات المطروحة في غالب الأحيان، تبرز عند الباحثين إشكالية عدم مصداقية الآراء والأفكار المنشورة أحيانا لتكون مؤشرا دقيقا عن الواقع الحقيقي. حيث يمكن أن تكون سلوكيات الأشخاص على تطبيقات التواصل الاجتماعي كما تعكسها كتاباتهم وتفاعلاتهم مغايرة لما هو قائم على أرض الواقع. وقد كشفت النتائج العلمية أن سلوك الأفراد يمكن أن يختلف عند استخدامهم لتطبيقات الإعلام الاجتماعي إذا شعروا بأن أشخاصا بعينهم يشاهدون تعليقاتهم وتفاعلاتهم عليها. وقد يتصرف الأشخاص على الواقع الافتراضي على نحو يختلف عن تصرفاتهم على الواقع الفعلي، فقد تكون هناك مبالغة أو اندفاع أو في المقابل المزيد من الحرص والحذر.

نظرا لإمكانية المستخدمين من فتح عدة حسابات ضمن تطبيق واحد من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، تواجه الباحثين إشكالية تتعلق برسمية وغير رسمية هذه الحسابات لنفس الجهة أو الجماعة الواحدة، أو لنفس الشخص، وهو ما يعرض الباحث للتضليل إذا لم ينتبه وتكون لديه المهارات المناسبة عند محاولة تحديد الحساب الرسمي الأصلي المعبر عن الجهة أو الشخص المطلوب.

ت. إشكالات على مستوى الأساليب (المناهج) البحثية المستخدمة:

على مسار الدراسات الإعلامية التقليدية، سارت الدراسات الحديثة المهتمة بدراسة الوسائط الاتصالية الجديدة، وذلك من خلال اعتمادها على المناهج والأساليب البحثية نفسها. حيث تستخدم هذه الأخيرة المنهج المسحي على نطاق واسع، إذ يعتبر من أشهر وأكثر المناهج انتشارا في بحوث وسائط الاتصال الجديدة. ويذكر كل من ارسى غرانيلو Darcy Granello وجوي ويتون heatonJoe W، بأن المسوح عبر الإنترنت توفر للباحثين الكثير من المزايا التي تجعل منها أسلوبا مغريا جدا لجمع البيانات، وأهم هذه الميزات اختصار الزمن، التكلفة المنخفضة، سهولة تحصيل البيانات، المرونة والمراقبة الجيدة، تسهيل

د. قدوري ريم فتيحة

مهمة الباحث في التعمق في جمع البيانات. غير أن المشكلة فيما يخص البحوث المسحية عبر شبكة الإنترنت، تكمن في مدى قدرة الباحث على استيفاء شرط التمثيل في العينات المختارة، ويضاف إلى هذا، مشكلة أخرى تصطدم بها أغلب البحوث المسحية عبر شبكة الإنترنت، وهي عدم استجابة الكثير من المبحوثين لطلب الاستفتاء، وذلك راجع إلى انشغالهم أثناء الإبحار عبر الشبكة بقضاء حاجياتهم النفسية والفيزيائية.

من الإشكالات التي تبرز أيضا في دراسة وسائط الاتصال الجديدة، مشكلة الاعتماد على أسلوب بحثي واحد في دراسة ظاهرة إعلامية ثرية بمعطياتها، فعند التمعن في وسائط الاتصال الجديدة وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي نجدها تتميز بوجود سياقات ومستويات مختلفة ومتنوعة لعملية الاتصال، وكذا قدرتها على التشبيك الاجتماعي بين أنساق فكرية واجتماعية وثقافية متنوعة. ومن ثم فإن تبني أسلوب بحثي واحد والانغلاق عليه في دراسة ظواهر وسائط الاتصال الجديدة، التي بالرغم من أنها تحمل أبعادا متنوعة، لا يمكن من دراستها بدقة، ولا يساعد البحث العلمي على تقديم معرفة جديدة تفسر الظاهرة وتضيف للتراث العلمي. فالاعتماد على مناهج وأدوات البحث الكمية التي تقوم على تقديم معطيات سطحية تستنبط من عدد من الإحصائيات، لا تمكن الباحث من إدراك التفاصيل المرتبطة بسياق الظاهرة وتفاعلاتها، بينما نجد أن استخدام التحليل الكيفي في دراسة ظواهر الإعلام الجديد يسعى للإجابة على سؤال "كيف" ويخرج بالبحث العلمي عن حدود السؤال "لماذا"، خاصة وأن تعقد العلاقات وتشابكها بين التقني والاجتماعي، وبين الفرد والبنية الاجتماعية، ينفي وجو علاقة رأسية مباشرة بين السبب والنتيجة في علوم الاتصال.

يضاف إلى ما سبق من إشكالات بروز إشكالات على مستوى الأدوات البحثية المعتمد عليها في جمع البيانات من وسائط الاتصال الجديدة، ومن ذلك إشكالية الصدق والثبات في الاستبيان الإلكتروني. حيث يتعرض في أحيان كثيرة إلى عدم معرفة شخصية المبحوث ومدى انطباق مواصفات العينة عليه، كما يمكن للفرد الواحد الإجابة على أكثر من استبيان، إذ يرى كل من بول سيرمون **Paul Sermon** وشارلوت غولد **Charlotte Gold** أن: ما يحدث عبر مختلف الوسائط الاتصالية الجديدة هو نمط ثان ومختلف من الحياة أطلقا عليه "الحياة الاجتماعية الثانية"، وهي برأيها شبكة من العلاقات غير المحددة بين مجموعة من الأفراد الحقيقيين أو المزييفين الذين قد يلجئون لانتحال هويات افتراضية، وهو الأمر الذي يجعل من الصعب التأكد من هوية هؤلاء الأفراد.