



إشكالية استخدام المناهج والأدوات العلمية التقليدية في دراسات الإعلام الرقمي Challenges Concerning The Suitability Of Traditional Scientific Method And Tools In Digital Media Studies

حمزة حاجي *¹

¹ جامعة 08 ماي 1945 قالمة (الجزائر)، hamza@univ-guelma.dz

تاريخ النشر: 2025/09/30

تاريخ القبول: 2025/09/06

تاريخ الاستلام: 2025/04/08

doi 10.53284/2120-012-003-019

ملخص:

تناول البحث عرضا لإشكاليات استخدام المناهج والأدوات العلمية التقليدية في دراسات الإعلام الرقمي، أين نهدف من خلاله إلى محاولة الكشف عن الاختلافات في مجال المعاينة والتحليل بين البيئة التقليدية المألوفة والبيئة الرقمية الجديدة، بالإضافة إلى تحديد صعوبات الاعتماد على المناهج التقليدية في دراسة الإعلام الجديد.

وقد توصلت الدراسة إلى أنه من المستحيل الاعتماد على المناهج والأدوات التقليدية في دراسة ظواهر الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية لاختلاف الوسيلة وأساليب الاتصال، لذلك توجب استحداث مناهج وطرق بحثية وأدوات علمية تتماشى وطبيعة التجديد الذي حصل على مستوى المحتوى الإعلامي والوسيلة المستخدمة دون التخلي عن ما تم إثبات نجاعة بحوثه وأهميته من مناهج وأدوات قد أصبحت تقليدية في الوقت الراهن.
كلمات مفتاحية: المناهج العلمية التقليدية، الأدوات العلمية التقليدية، دراسات الإعلام الرقمي.

Abstract:

The research that we have made has dealt with a presents serveral challenges concerning the suitability of traditional scientific method and tools in keeping peace with rapid developments in thes field.

The study found that it's impossible to use the traditional methodology for cundiction research of digital media, and way we must developing new method and tools aling with the nature of digital privacy in new media, Without completely abandoning traditional method and tools , but rather adapting them according to the rucriments of the digital media studies.

Keywords: traditional scientific method; traditional tools; digital media studies.



1. مقدمة:

لقد أدى التزاوج بين الميديا وتقنيات التواصل الجديدة إلى إحداث تغيرات جذرية على مستوى الممارسات والإنتاجات الإعلامية، حيث أسهمت الرقمنة في تسريع عملية نشر وتداول المعلومات عن طريق الوسائط التفاعلية التي أوجدت ما يعرف بالإعلام الجديد والإعلام الرقمي مما أدى إلى ظهور أنماط جديدة للمضمون الإعلامي التي أصبح متعدد ومختلف عن ما ألفه الجمهور المتلقي والمتعاملين مع المحتوى الإعلامي على حد سواء.

إشكالية البحث

ساهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة من زيادة تدفق الأخبار والمعلومات وتخصيص المحتوى الإعلامي بما يتوافق مع رغبات الجمهور، الأمر الذي حرك فضول الباحثين نحو دراسة هذا النوع الجديد من الإعلام الرقمي وذلك من أجل استشراف التغيرات الخاصة على مستوى الرسالة، الوسيلة والمؤسسة الإعلامية وأبعاد هذه التغيرات المنعكسة على سلوك الجمهور وسياقه الثقافي والاجتماعي.

إضافة إلى محاولة وضع أسس بحثية ومقاربات نظرية واستجلاء نماذج تقنية، تأطر الأبحاث في البيئة الافتراضية بما يضمن الوصول إلى نتائج بحثية دقيقة في دراسات الإعلام الجديد قابلة للتعميم وتتيح فرصة التنبؤ بمستويات التغيرات المستقبلية التي سيجدها التطور التكنولوجي في مجال الإعلام.

ومن أجل القدرة على تحقيق ذلك وجب علينا تسليط الضوء على العدة المنهجية التقليدية التي تنظم البحث العلمي الإعلامي ومدى تماشها مع التغيرات الرقمية مع الوقوف على قدرتها الإستعمولوجية في ضبط الظاهرة التفاعلية وتأطيرها من أجل إخضاعها للاختبار والتفحص العلمي الدقيق.

ومن جهة أخرى محاولة وضع آليات وأساليب منهجية حديثة تمزج بين المناهج البحثية لعلوم الإعلام والتقنيات الحاسوبية والإلكترونية في المجال، التي تتوافق مع الخصوصية السريعة والمتشعبة للإعلام الجديد بما يضمن الوصول إلى نتائج أكثر دقة ونجاعة في دراسة الظواهر الإعلامية داخل البيئة الرقمية.

وانطلاقاً من هذا الطرح تأتي ورقتنا البحثية هذه لتناقش إشكالية توظيف المناهج والأدوات العلمية التقليدية لدراسة الظاهرة الإعلامية في ظل التطور التكنولوجي، مع تقديم بعض الرؤى المنهجية المستحدثة لباحثين وظيفوا مناهج جديدة للبحث في البيئة الرقمية.

من أجل ذلك ارتئينا إلى صياغة التساؤل الرئيس الذي مفاده:

ماهي إشكاليات استخدام المناهج والأدوات العلمية التقليدية في دراسة الظواهر الإعلامية في البيئة الرقمية؟



فرضية البحث:

ومن أجل تسهيل عملية التحليل ووضع نتائج للدراسة ارتأينا وضع الفرضية التالية:
إن لاستخدام المناهج والأدوات التقليدية إشكاليات علمية وعملية في دراسة الظواهر الإعلامية في البيئة الرقمية

هدف البحث:

نهدف من خلال دراستنا هذه إلى معرفة إشكاليات استخدام المناهج والأدوات العلمية التقليدية التي تواجه الباحثين أثناء دراستهم للظواهر الإعلامية في البيئة الرقمية، ومحاولة الكشف عن الاختلافات في مجال المعالجة والتحليل بين البيئة التقليدية المألوفة والبيئة الرقمية الجديدة، بالإضافة إلى تحديد صعوبات الاعتماد على المناهج التقليدية في دراسة الإعلام الجديد، وفي الأخير محاولة تقديم نظرة شمولية تساعد الدارسين على تكييف مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال من أجل بلوغ الأهداف المرجوة.

منهجية البحث

يصنف بحثنا في خانة الأبحاث العلمية الاستكشافية الذي يهدف إلى تسليط الضوء على أبرز المناهج العلمية في مجال علوم الإعلام والإعلام الرقمي ورصد أهم التطبيقات العلمية للمناهج الجديدة أو التقليدية لدراسة الظواهر الإعلامية في البيئة الرقمية، حيث تنقسم دراستنا إلى مستويين يتعلق الأول بالأبعاد النظرية للمناهج التقليدية وإشكالية تطبيقها في الإعلام الرقمي، أما الجزء الثاني فيتعلق بعرض نظري لمختلف الرؤى والاتجاهات والبحوث التي حاولت توظيف مناهج وأدوات جديدة من أجل دراسة المتغيرات الإعلامية داخل البيئة الرقمية.

لذلك سنعتمد في دراستنا هذه على المنهج الببليوغرافي الذي يهتم بدراسة عملية سير المعلومات من مؤلفها ومرورها بالقنوات أو الوسائل التي تنقل من خلالها ووصولاً إلى المستقبلين الذين تصلهم هذه المعلومات بطرق مختلفة وبمستويات فهم متباينة.

2. مفاهيم الدراسة:

1.2. **المناهج العلمية:** يمكن الإقرار من البداية أن المنهج العلمي هو السبيل أو هو مختلف الطرق البحثية الرئيسة والثانوية التي يسلكها الباحث بغرض الكشف عن النظريات والقوانين العلمية التي تتكون منها المادة وتسير وفقها الظواهر الطبيعية والاجتماعية و الإنسانية (نوار، 2012)

ويرى ديكارت أن المنهج العلمي هو طريقة منظمة للبحث عن الحقيقة تعتمد على الشك المنهجي والتحليل المنطقي في كتابه "مقال عن المنهج (Discours de la méthode)"، وقد وضع أربعة مبادئ أساسية لهذا المنهج وهي :

1.1.2 الشك المنهجي: عدم قبول أي فكرة على أنها صحيحة إلا إذا كانت واضحة تمامًا للعقل.

2.1.2 التحليل: تقسيم المشكلات إلى أجزاء صغيرة لفهمها بشكل أفضل.



3.1.2. التركيب: إعادة ترتيب الأفكار من الأبسط إلى الأكثر تعقيداً لبناء معرفة صحيحة

4.1.2. المراجعة الشاملة: التأكد من عدم إغفال أي جزئية في البحث (ديكارت)

2.2. الأدوات البحثية: هي الوسائل العلمية التي تستخدم في جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالبحث، وقد حددها ذوقان عبيدات وعبد الرحمان عدس في: الاستبيان والقابلة والملاحظة وأسلوب تحليل المحتوى والاختبارات (مرسلي)

3.2. الإعلام الرقمي: الإعلام الرقمي هو مجموعة من الأساليب والأنظمة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل (حسان، 2022)

وهو المحتوى الذي يتم تخزينه ونقله واستهلاكه بصيغ رقمية، بما في ذلك النصوص والصور والصوت والفيديو والمحتوى التفاعلي، ويتم توزيعه عبر الإنترنت وأجهزة الكمبيوتر والهواتف المحمولة.

يشمل الإعلام الرقمي جميع المحتويات المحولة إلى صيغة رقمية، بما في ذلك النصوص الإلكترونية والوسائط المتعددة والاتصالات عبر الإنترنت، والتي يمكن إنشاؤها ومشاركتها وتعديلها باستخدام التقنيات الرقمية ويتضمن لإعلانات عبر الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، وخدمات البث، والمنشورات الرقمية المستخدمة في التواصل والتسويق وتعزيز العلامات التجارية (- Suzana gilioli da Costa Nunes، 2020)

3. المعالجة البحثية التقليدية لظواهر علوم الإعلام والاتصال:

إن البحث في علوم الإعلام والاتصال يتطلب من الباحثين نظرة شاملة حول مختلف مناهج وطرق المعالجة التي يتم استخدامها في دراسات العلوم الانسانية بصفة عامة، إذ أن مجال الإعلام والاتصال يعتبر نقطة التقاء العديد من العلوم ومحطة يستقي منها المهتمون بدراسة الكائن البشري وسلوكه وتصرفاته وعاداته وأنماط عيشه... وكذا الأثار الفردية والمجتمعية لمختلف محددات محيطه، البيانات والمعطيات التي تغذي البحوث في مجالات أخرى مرتبطة به، لذلك يكتسي البحث في مجال علوم الإعلام أهمية كبيرة، الأمر الذي جعل العديد من الكتابات البحثية تتوجه إلى عرض طرق ومناهج من أجل التعامل مع المحتوى الإعلامي وكذلك أساليب الاتصال الشخصية والاجتماعية والمؤسسية.

غير أن جل هذه الرؤى لا تخرج عن اعتبار الدراسات كلها تصب في خانة الاهتمام بعناصر العملية الاتصالية عن طريق دراسة العلاقات التي تحدث بينها أو يحتمل حدوثها، زيادة عن دراسة هذه العناصر والعلاقات الأخرى التي تربطها بوحدات خارجة ضمن المحيط الخارجي.

وعلى هذا الاعتبار فإن البحوث في مجال علوم الإعلام والاتصال وإن اشتركت مع غيرها من العلوم في بعض الخطوات العلمية المنهجية على غرار: التحديد الدقيق للموضوع من أجل ضمان عدم التيه في طيات مواضيع مشابهة وتحديد العنوان وطرح الإشكال



وتفسيره بجمل تقريرية وفرضيات علمية، بالإضافة إلى تحديد الأهداف وذكر الأهمية ووضع الموضوع في إطاره النظري... إلخ، إلا أن الوصول إلى نتائج علمية دقيقة يقتضي العمل وفق مناهج وطرق واستخدام أدوات علمية تختلف كل الاختلاف عن العلوم الأخرى وذلك راجع إلى اختلاف مجال البحث الذي يعنى بدراسة المحتوى الإعلام الذي يتصف بالتعدد والتنوع وكذا مخرجات وعناصر العملية الاتصالية التي لا بد من دراستها من وجهات نظر مختلفة.

ولعل الطرح السالف الذكر يجعل أساس نجاح البحوث في علوم الإعلام والاتصال قائما على مدى اختيار الباحث للمنهج المستخدم وكذا الأدوات البحثية المعتمد عليها في جمع المعلومات، إلا أنه لا بد من الإشارة إلى جدلية تصنيف هذه الوسائل بين اعتبارها مناهج أو أدوات بحثية، فالمتمعن في الكم الهائل من الدراسات التي تعنى بتحليل وتفسير العملية الاتصالية سواء المتعلقة بدراسة الجمهور المتمثل في مجموع المرسلين أو المستقبلين أو الشركاء الذين تكون لهم أدوار أساسية أو عرضية في العملية الاتصالية، أو تلك التي تختص بدراسة المحتوى الإعلامي يجد أن مجمل الأدوات التي يتم الاعتماد عليها لا تخرج عن ما ألفناه لأنواع البحوث الأربعة (دراسات الجمهور، تحليل المضمون الإعلامي، التحليل السيميولوجي وتحليل الخطاب)، ودليلهم في ذلك أن هذه الأدوات لديها كل ما يجعلها أدوات بحثية من خطوات ميدانية واضحة المعالم وقابلة للتطبيق ميدانيا، فاستعمال هذه الأدوات يكون بعد تحديد منهج البحث على كونه وصفيًا أو تجريبيًا أو استقرائيًا... إلخ، في حين يذهب البعض الآخر إلى استخدامه بنفس الطريقة تقريبا إلا أن التسمية تكون على اعتبارها مناهج لا أدوات بحث.

1.3. مناهج البحوث التقليدية في علوم الإعلام والاتصال:

1.1.3. المنهج التاريخي: هو دراسة الظاهرة الإعلامية في الماضي والحاضر من أجل القدرة على التنبؤ بمستقبلها من خلال الجرد البيبليوغرافي وجمع الوثائق التاريخية وتحليلها ونقدها.

2.1.3. المنهج الوصفي: هو آلية الفحص الدقيق والموضوعي للمادة موضوع الدراسة من خلال تفكيك بنيتها الداخلية إلى عناصر صغيرة جدا والتعرف على طبيعة العلاقة التي تربط هذه الجزئيات المكونة بطريقة شاملة أو جزئية.

3.1.3. المنهج التجريبي: هو مجموعة من المبادئ التي تقوم على أسس مخبرية، يخضع فيها الباحث الظاهرة الإعلامية إلى التجربة ضمن ظروف معينة من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة، وذات نسبة عالية من الصحة، ولهذا النوع من المناهج خصوصيته في التطبيق والتعامل مع الظواهر الإعلامية.

4.1.3 يقوم على أساس المقارنة العلمية للتغيرات التي تطرأ على الظاهرة الإعلامية بسبب الاختلافات السياقية، أو إجراء مقارنة بين مكونات الظاهرة الواحدة وطبيعة العلاقات التي تربطها ومستوى التأثير بينها، مع الأخذ بعين الاعتبار حدود المقارنة التي لا يجب أن يحيد عليها الباحث.

2.3. الأدوات البحثية التقليدية في علوم الإعلام والاتصال:



1.2.3. الملاحظة: نقصد بها المستوى العلمي لتتبع الظاهرة في سياقها الذي وجدته فيه وتبيان مميزاتها وخصائصها، حيث يعتمد هذا الأسلوب أيضا على التفحص العلمي للخطاطات النظرية المتعلقة بموضوع البحث.

12.2.3. الاستبيان: هو الاستمارة البحثية التي تشمل محاور وتساؤلات تستهدف المبحوثين من أجل استطلاع آرائهم حول موضوع الدراسة، يصاغ الاستبيان بأسلوب علمي ويتخذ شكل الأسئلة المغلقة أو المفتوحة كما أنه قد يجمع بين الاثنين.

والاستبيان العلمي نوعان: مقنن وغير مقنن يحدد وفق طبيعة ونوعية الدراسة ويبنى انطلاقا من خطوات علمية ومنهجية منظمة.

3.2.3. المقابلة العلمية: عادة ما تكون مصاحبة للاستبيان، وهي ذلك الحوار العلمي البسيط الذي يقوم فيه الباحث بشرح استبيانه أو من أجل الحصول على معلومات تفيد المسار البحثي .

4.2.3. تحليل المحتوى : هي أداة تقوم على تفكيك المواد الإعلامية وتحديد ما ضمن فئات الشكل والمضمون، يقوم الباحث بقياس مدى تكرار هذه الفئات وتحليلها كميا وكيفيا.

ويتم قياس الفئات الشكلية والمضامينية للمادة الإعلامية وفق وحدات العد والتسجيل.

4. إشكالية استخدام المناهج والأدوات العلمية:

مع تطور الإعلام الرقمي، لم تعد المناهج البحثية التقليدية في علوم الإعلام والاتصال قادرة على استيعاب طبيعة الإعلام الجديد. إذ يتميز الإعلام الرقمي بالسرعة، والتفاعلية، والتغيير المستمر، وهو ما يفرض تحديات جديدة أمام الباحثين، خاصة عند استخدام المناهج التقليدية التي طُوّرت أساساً لدراسة وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف، والإذاعة، والتلفزيون. فيما يلي، سنتناول تفصيلاً المشكلات المنهجية التي طرحتها الدراسات الحديثة حول الإعلام الرقمي، وكيفية تجاوزها بمناهج وأدوات بحثية متطورة.

1.4 دراسة البروفيسور نصر الدين لعياضي المعنونة بـ : "مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف" والتي تسعى إلى وضع خريطة لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي، مسلطة الضوء على تعقيدات البحث في مجال الميديا الرقمية وخصوصياته.

ناقشت هذه الدراسة إشكالية الاعتماد على المناهج الكمية التقليدية (الإحصاء والاستبيانات) في دراسة الإعلام الرقمي، أشار فيها البروفيسور إلى اعتماد الدراسات الإعلامية التقليدية بشكل أساسي على المناهج الكمية، مثل تحليل الاستبيانات والإحصاءات لمعرفة تأثير الإعلام على الجمهور، غير أن هذه المناهج تواجه مشكلة في دراسة الإعلام الرقمي، لأن المحتوى يتغير بسرعة كما أن الجمهور يشارك في صناعة الأخبار وليس مجرد مستهلك لها.

بالإضافة إلى ذلك، فإن منصات مثل "فيسبوك" و"تويتر" تحتوي على ملايين التفاعلات اليومية، مما يجعل من الصعب جمع بيانات دقيقة باستخدام الاستبيانات فقط .



من أجل ذلك فإن نصر الدين العياضي يقر بضرورة الاتجاه نحو التجديد المنهجي في دراسة المتغيرات العلامية ضمن المجال الرقمي وذلك من خلال:

- تحليل الشبكات الاجتماعية (Social Network Analysis) يساعد هذا المنهج على فهم العلاقات بين المستخدمين في المنصات الرقمية، مثل مناقشة القضايا الاجتماعية أو انتشار الأخبار المزيفة.
- استخدام أدوات مثل NodeXL و Gephi لتحليل العلاقات بين الحسابات المختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحليل البيانات الضخمة (Big Data Analysis) يُستخدم لاستخراج الأنماط والتوجهات من ملايين التفاعلات الرقمية عبر مواقع الأخبار ووسائل التواصل الاجتماعي. يُطبق من خلال الذكاء الاصطناعي والخوارزميات المتخصصة في تحليل النصوص والتفاعل الاجتماعي. (كويبي، 2020)

2.4. دراسة للدكتورة منال هلال المزاهرة تحت عنوان " إشكاليات البحوث الإعلامية العربية وأساليب تطويرها في ظل البيئة الرقمية الجديدة: رؤية نقدية تحليلية "، تحاول هذه الدراسة الإجابة عن الإشكاليات التي تواجهها البحوث الإعلامية العربية في البيئة الرقمية الجديدة، معتمدةً على تحليل كيفي لعينة من 66 دراسة تبحث في ملاءمة المناهج والنظريات التقليدية للبيئة الرقمية. وقد أثبتت الدراسة قصور مناهج تحليل المضمون في دراسة الإعلام الرقمي وذلك نظراً لاعتماد تحليل المضمون (Content Analysis) في دراسات الإعلام التقليدي على دراسة النصوص الإعلامية، مثل المقالات الصحفية أو نشرات الأخبار، وتحليلها لمعرفة اتجاهاتها وتأثيرها.

إلا أن هذه المنهجية غير كافية لدراسة الإعلام الرقمي لأن: المحتوى الرقمي متغير باستمرار ويتم تحديثه لحظياً، إضافة إلى وجود تفاعلات متعددة مثل التعليقات، الإعجابات، وإعادة النشر، والتي لا يمكن تحليلها بنفس طريقة تحليل المقالات التقليدية.

وأثناء تقديم الدكتورة منال هلال المزاهرة للإشكاليات البحثية في دراسة الإعلام الجديد فقد طرحت مجموعة من الأساليب والتقنيات الإلكترونية الجديدة التي يجب الاعتماد عليها في دراسة الظواهر الإعلامية داخل السياق الرقمي بما يضمن الوصول لنتائج أكثر دقة وفاعلية من الكتفاء فقط بتوظيف المناهج التقليدية نذكر منها ما يلي:

- تحليل المشاعر (Sentiment Analysis) الذي يساعد على فهم كيفية استقبال الجمهور للمحتوى الرقمي، عبر تحليل مشاعر المستخدمين من خلال تعليقاتهم وتغريداتهم.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لاستخراج المشاعر الإيجابية أو السلبية من النصوص الرقمية.
- التنقيب في النصوص (Text Mining) يُستخدم لاستخراج الأنماط من النصوص الرقمية، مثل معرفة الكلمات الأكثر تداولاً حول قضية معينة والذي يطبق عبر برمجيات مثل NVivo R و Python.



- تحليل التفاعل (Engagement Analysis) بدلاً من الاكتفاء بتحليل النصوص، يتم تحليل كيفية تفاعل المستخدمين مع المحتوى، مثل عدد المشاركات، والتعليقات، وسرعة الانتشار (لعياضي، أبريل 2023)

3.4 وقد طرح الباحث محمد الفاتح حمدي في كتابه: مناهج البحث المستخدمة في علوم الإعلام والاتصال، إشكالية قياس التأثير الإعلامي في البيئة الرقمية وطرق قياسها، حيث يرى الباحث أن الطريقة التقليدية التي يتم فيها قياس تأثير الصحف والتلفزيون من خلال نسب المشاهدة والاستطلاعات، قد لا تقدم نتائج دقيقة وقابلة للتعميم أثناء القيام بدراسة على مستوى الإعلام الرقمي وذلك بالنظر إلى خصوصية الإعلام الرقمي، الذي أصبح التأثير فيه أكثر تعقيداً بسبب التفاعل الفوري (مثل إعادة التغريد والتعليقات، الانتشار الفيروسي للمحتوى، دور الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى لكل مستخدم...)، هذه الأخيرة تعيق تقدم الباحث في مساره البحثي باعتماده على المناهج والأدوات التقليدية (المزاهرة)

إن بروز تقنيات وخصائص إلكترونية جديدة لم تكن موجودة سلفاً حتماً سيجعل الباحثين يصطدمون بإشكاليات إبستمولوجية وتقنية لدراسة الإعلام الرقمي، فالتغير السياقي الاجتماعي والاقتصادي وحتى التكنولوجي الذي ولدت به كل من وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية ونظيرتها الكلاسيكية إلا ما ينعكس على التطورات البحثية في المجالين ويظهر العديد من العوائق التي تستوجب التجديد المنهجي والنظري من أجل القدرة على ضبط الظاهرة الرقمية ودراسها واستشراف نتائجها والتنبؤ بمستقبلها، ومن خلال اطلاعنا المعمق وتحليلنا لجملة من الأبحاث الخاصة بموضوع الدراسة نلخص مجموعة من العراقيل البحثية في ما يلي:

1.3.4 الخلط بين نماذج الإعلام التقليدي والرقمي: يعاني الباحثون من صعوبة في التمييز بين خصائص الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، مما يؤدي إلى تطبيق مناهج غير ملائمة لدراسة الظواهر الرقمية.

2.3.4 صعوبات ترجمة المصطلحات التقنية: يواجه الباحثون تحديات في ترجمة وتوحيد المصطلحات

المرتبطة بالإعلام الرقمي، مما يسبب ارتباكاً في فهم المفاهيم وتطبيقها.

3.3.4 تحديد الإجراءات المنهجية المناسبة: تتطلب دراسة الإعلام الرقمي تطوير أدوات ومناهج بحثية جديدة تتناسب مع خصائص البيئة الرقمية، وهو ما يمثل تحدياً للباحثين المعتادين على المناهج التقليدية.

4.3.3 الاعتماد المفرط على النظريات التقليدية: يميل بعض الباحثين إلى تطبيق نظريات الإعلام التقليدي على الظواهر الرقمية دون مراعاة الفروقات الجوهرية، مما قد يؤدي إلى استنتاجات غير دقيقة (حمدي، 2019)

5.3.4 صعوبة اختيار وتحليل العينات: تتميز المحتويات الرقمية بالتجدد السريع والتنوع، مما يجعل عملية اختيار العينات وتحليلها تحدياً كبيراً للباحثين.



6.3.4 قياس التأثير في البيئة الرقمية: يُعد قياس تأثير المحتوى الرقمي على الجمهور معقدًا بسبب التفاعلات المتعددة والمتغيرة، مما يتطلب تطوير أدوات قياس متقدمة.

7.3.4 التداخل بين الإعلام التقليدي والرقمي: يؤدي التداخل بين وسائل الإعلام التقليدية والرقمية إلى صعوبات في تحديد نطاق الدراسة وتطبيق المنهجيات المناسبة لكل نوع.

8.3.4 نقص التدريب على الأدوات الرقمية: التفاصيل: يحتاج الباحثون إلى مهارات تقنية متقدمة للتعامل مع أدوات البحث والتحليل في البيئة الرقمية، وهو ما قد يكون غير متوفر لدى البعض.

9.3.4 التحديات الأخلاقية في البحوث الرقمية: تثير البحوث في الفضاء الرقمي قضايا أخلاقية جديدة تتعلق بالخصوصية وحقوق النشر، مما يتطلب وضع إرشادات أخلاقية محدثة.

10.3.4 صعوبة الوصول إلى البيانات: قد يواجه الباحثون صعوبات في الحصول على البيانات الرقمية بسبب سياسات الخصوصية أو القيود التقنية، مما يعيق إجراء دراسات شاملة (رحموني، 2023)

5. الأدوات البرمجية لدراسة الإعلام الجديد:

إذا كانت الإشكاليات السابقة نتيجة للتكنولوجيا النص المتشعب (Hypertext) ، فإن هذه الأخيرة نفسها قدمت بعض الحلول لتتجاوز هذه الصعوبات التي طرحتها، حيث ظهرت برمجيات خاصة بالمواقع الإلكترونية التي تساعد على تحليل الشبكات الاجتماعية والمدونات بإعطاء صور بيانية حول بنية الشبكات الاجتماعية، وعدد المستخدمين المشبكين بالموضوع المعين. وهذا ما يعرف بـ: سيمانطيقا الواب (Web Sémantique) ، هذا المصطلح الذي استحدثه تيم بيرنرز لي في إطار تصوره لمستقبل الواب كمجال تبادل المصادر بين البشر والآلات، والذي يتيح حجمًا كبيرًا ومتنوعًا من المعلومات والخدمات المختلفة، حيث يسمح الواب السيمانطيقا بتقديم مخططات بيانية (الرسوم ونسب مئوية) لممارسة المستخدمين. ومن بين هذه البرامج نذكر TweetLayers ، والذي كان مخصصًا فقط لتحليل موقع تويتر، ثم تم تعميمه على جميع الشبكات الاجتماعية، في مقدمتها فيسبوك ويوتيوب. يتيح هذا البرنامج إعطاء صورة توضيحية تخطيطية لعدد المستخدمين واهتماماتهم، كما يقدم معلومات عن المستخدم نفسه، والأشخاص الذين يتفاعلون معه، وغيرها من بيانات حول مختلف التفاعلات.

كما أن هناك برامج تدرس الأخبار على الخط (Online) فرقمنة المضامين الإخبارية تتطلب بالضرورة رقمنة الأدوات التحليلية، وقد تم تطوير عدة برمجيات تمكّن من تحليل مختلف المواقع الإخبارية على الخط، مثل برنامج Regular Interval ، RCC Counting Capture يقوم هذا البرنامج بتقديم التقارير التحليلية للمضمون، ويوفر أيضًا خدمة معرفة عدد زيارات الأشخاص لكل صفحة في الموقع، وطول المدة التي يقضونها، ومختلف تفاعلاتهم. (شريف، 2024)

6. التجديد في المناهج والأدوات القديمة لدراسة الظاهرة الإعلامية في ظل الإعلام الرقمي:



إنه من الغير المنطقي إلغاء كافة المناهج والأدوات التقليدية والإقرار بقصورها الكلي لدراسة الإعلام الرقمي وذلك بالعودة إلى مبدأ التراكمية الذي يحكم بحوث الإعلام والاتصال، فجميع الأساليب والمناهج التي قامت وتطورت بالمجال لم تلغي السابقة إنما طورت فيما لتصل إلى قالب جديد ينظم عملية البحث ويسر بها نحو تحقيق أهدافها.

إن الخصائص المشتركة بين الإعلام الرقمي والتقليدي، واشتراكهما في العديد من الخصائص الإخبارية والمعرفية والترفيهية... الخ، يجعل الإعلام الرقمي امتدادا للتقليدي وليس بديلا عنه، وبالتالي وانطلاقا من الوظائف التوجيهية والطقوسية والترفيهية التي يقدمانها فإن من الممكن جدا دراسة الإعلام التفاعلي بأساليب تقليدية أكثر مواءمة والخصوصية الرقمية للمجال، كالمناهج الإثنوغرافي مثلا والذي قام مجموعة من الباحثين بتحويله إلى المنهج النيتنوغرافي ليتماشى مع خصوصية الدراسات الإعلامية على مستوى البيئة الرقمية، حيث نتهج النيتنوغرافيا نفس طريقة وأسلوب المنهج الإثنوغرافي في تحليل السلوكيات والتفاعلات داخل البيئة الرقمية.

7. خاتمة:

لقد تناول البحث الذي أنجزناه إشكاليات استخدام المناهج والأدوات العلمية التقليدية في دراسات الإعلام الرقمي، أين قمنا من خلاله بالوقوف على أنماط المعالجة البحثية التقليدية لظواهر علوم الإعلام والاتصال من خلال التعرّيج على أهم المناهج والأدوات البحثية العلمية التي شاع الاعتماد عليها في دراسات المحتوى الإعلامي التقليدي، ومن ثمة عرض آراء مجموعة من الباحثين في مجال دراسات الإعلام الرقمي الجديد ومختلف الصعوبات البحثية أثناء محاولة استخدام المناهج والأدوات البحثية التقليدية في دراسة الظاهرة الاتصالية في البيئة الرقمية.

وفي الأخير ذكر بعض الأدوات البرمجية لدراسات الإعلام الرقمي ومحاولة تقديم نظرة شمولية في المزاوجة بين التجديد والأصالة عند دراسة الظاهرة الإعلامية في ظل الإعلام الرقمي.

وقد توصلت الدراسة إلى أنه من المستحيل الاعتماد على المناهج والأدوات البحثية التقليدية في دراسة ظواهر الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية وذلك راجع إلى الاختلاف الجذري في البيئة والوسيلة والآثار الناجمة وأساليب الاتصال السائدة...، بل يتوجب على الدارسين في المجال الاهتمام أكثر باستحداث مناهج وطرق بحثية وأدوات علمية تتماشى وطبيعة التجديد الذي حصل على مستوى المحتوى الإعلامي والوسيلة المستخدمة، الأمر نفسه الذي لا يعني بالضرورة التخلي عن ما تم إثبات نجاعة بحوثه وأهميته من مناهج وأدوات قد أصبحت تقليدية في الوقت الراهن، بل يتعين تكييفها والجمع بينها وبين الأساليب الإحصائية والتحليلية الإلكترونية وبرامج وتقنيات الذكاء الاصطناعي ... بما يضمن بلوغ الأهداف المرجوة.

8. قائمة المراجع:

المؤلفات:



بن راشد محمد الأمين و لبنى رحموني: ، جامعة الوادي، ، ص 6-8. (2023). المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية: من استلاب الابدستيمولوجيا إلى إشكاليات الترجمة، كتاب الملتقى الدولي لمعايير الجودة في بحوث علوم الإعلام والاتصال. الوادي، الجزائر: جامعة الوادي.

صالح بن نوار. (2012). مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية. قسنطينة، الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري.

ديكارت، ر. 2011. (مقال عن المنهج). م. م. الخصري (Trad.)، لقاهرة، مصر: دار الكاتب العربي للطباعة والنشر.

مرسلي، أ. ب. 2010. مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون.

المقالات:

حسان، منصور. (2022). الإعلام الرقمي مفهومه ووسائله ونظرياته. بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، 03(02)، 89.

فاطمة أعراب، جمال شريف. (2024). لمشكلات المنهجية التي تواجه طلبة الإعلام والاتصال في ظل البيئة الرقمية الجديدة، دراسة استطلاعية على عينة من طلبة جامعة البويرة. الآداب والعلوم الاجتماعية، 21(02)، 14...16.

كويبي، ح. (2020). الإشكاليات المنهجية في بحوث الاعلام الجديد. التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية. 54، 26(03) ،

نصر الدين لعباضي. (أفريل 2023). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال إشكاليات نظرية وتطبيقية. مركز الجزيرة للدراسات، 155-127.

مواقع الانترنت:

المزاهرة، م. ه. (s.d.). إشكاليات البحوث الإعلامية العربية وأساليب تطويرها في ظل البيئة الرقمية الجديدة: رؤية نقدية تحليلية، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال إشكاليات نظرية وتطبيقية). م. ا. للدراسات (Producteur) Récupéré sur الجزيرة: <https://aljazeerajournal.aljazeera>

الفتاح، م. ا. (2019). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث Récupéré sur https://archive.org/details/20210324_20210324_013

- Suzana gilioli da Costa Nunes, N. R. (2020). digital media and a new society " allok at human interaction and organizational relation. Publisher of the federal university of Tocantins, 22.