

د. دليلة غروية

جامعة باجي مختار- عنابة

صعوبات البحوث الاستطلاعية و الاستكشافية في مجال الإعلام و الاتصال بالجامعة الجزائرية

نماذج عن بحوث في مجال الشبكات الاجتماعية و أفلام الموبايل

الملخص:

البحوث الاستكشافية هي تلك البحوث التي يلجأ لها الباحث لتذليل الصعوبات على مستوى استكشاف الظواهر، و تستعمل حين لا تتوفر مجالات العلوم على رصيد معرفي من نظريات و قوانين، ما يجعل الباحث قادرا على تفسير الظواهر.

و بحكم التطورات السريعة التي يعرفها مجال علوم الإعلام و الاتصال، و نظرا لتداعيات الثورة التكنولوجية و المعلوماتية في هذا المجال، فإن عددا كبيرا من الدراسات و البحوث انصبحت في سياق الدراسات الاستكشافية التي تبحث عن فرضيات كقيلة بتفسير اولي للظواهر الحديثة.

في هذه المداخلة سنتطرق للبحوث الاستطلاعية في مجال الإعلام و الاتصال بالجامعة الجزائرية، و سنسلط الضوء على أهم الصعوبات و العراقيل التي تواجه الباحث انطلاقا من نماذج واقعية عن دراسات خاضت في مواضيع جديدة تماما على مستوى الساحة الأكاديمية الإعلامية بالجامعة الجزائرية، و هي مواضيع الشبكات الاجتماعية و الإعلام الجديد و كذا أفلام الموبايل.

صعوبات البحوث الاستطلاعية و الاستكشافية في مجال الإعلام و الاتصال بالجامعة الجزائرية

نماذج عن بحوث في مجال الشبكات الاجتماعية و أفلام الموبايل

تعد البحوث الاستكشافية من الأنواع الأكثر ملائمة لاستكشاف ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر بهدف تحديد المشكلة بدقة قبل البدء في دراستها، أو وضع مجموعة معينة من الفروض بغرض اختبارها (1).

و يعتبر هذا النوع من البحوث، بمثابة الخطوة الرائدة في عملية البحث العلمي، و تكتسي البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافية أهمية كبيرة في مجال الإعلام و الاتصال لمجموعة من الأسباب أبرزها: (2).

أولا لأن علوم الإعلام و الاتصال هي من العلوم الحديثة نسبيا إذا ما قورنت بالعلوم الطهية أو ببعض فروع العلوم الاجتماعية و النفسية التي حققت درجة كبيرة من التقدم العلمي.

فتقدمها إذن مرهون بالقيام بخطى أولية قبل صقل الوسائل و الأدوات، و هو ما تمنحه إياها الدراسات الاستكشافية.

ثانيا ظرا للنقص الملحوظ في البحوث التطبيقية و النظريات التي يمكن الاعتماد عليها بصفة أساسية في تفسير الظواهر و تحديد المشكلات في مجال الإعلام و الاتصال بعكس العلوم الطبيعية أين يعتمد الباحث على عدد و فبر من النظريات العلمية و البحوث السابقة.

ثالثا بدم تغطية البحوث في مجال الإعلام و الاتصال لجميع مجالات و تخصصات و فروع هذه العلوم لا سيما و أنها تتطور باستمرار و بسرعة تفوق تطورها في العلوم الحديثة.

و يعد مجال الإعلام و الاتصال عموما و في الجزائر على وجه الخصوص مجالا خصبا للبحوث الاستطلاعية لا سيما و أن عددا كبيرا من البحوث التي أجريت في الخارج، لا يمكن أن تعمم نتائجها على مجتمع جزائري لاعتبارات تتعلق بالبيئة و الثقافة و المرجعيات الدينية، و الظروف السياسية

و الاجتماعية و غيرها.

من هنا ظهرت الحاجة لإجراء بحوث استكشافية تطبيقية في الجزائر انطلاقا من خصائص المجتمع الجزائري.

بعد ظاهرة الإعلام الجديد و الشبكات الاجتماعية من بين أكثر المواضيع دراسة في مجال الإعلام

و الاتصال و أكثرها حداثة و تعقيدا لكل التغييرات الاجتماعية التي و آكبت موجة الإعلام الجديد.

ماهية الإعلام الجديد

يمثل الإعلام الجديد، المفهوم الحديث و الجديد لشبكة الانترنت، فموجبه تتجلى أهمية التفاعل بين المستخدمين و الجماعات ذات الاهتمامات المشتركة.

يستخدم مفهوم الإعلام الجديد لوصف البيئة الإعلامية التي تدمج بين الإعلام التقليدي كالكتب و التلفزيون و الراديو من جهة و الإعلام الرقمي من جهة أخرى.(3)

و هو مجموعة التطبيقات و الأرصيات و وسائل الإعلام على الشبكة و التي تهدف لتسهيل التفاعلية و التعاون على بناء المحتويات و مشاركتها(4).

و هناك من التعريفات من تعتبر الإعلام الجديد بمثابة مجموع النشاطات التي تدمج بين التكنولوجيات الحديثة و التفاعل الاجتماعي، و صناعة المحتوى مستعملة الذكاء الجماعي في جو من التعاون على الشبكة، حيث يقوم المستخدمون سواء كانوا أفرادا أو جماعات، بصناعة محتويات الواب و تنظيمها

و فهرستها و تعديلها، و التعليق عليها و دمجها مع إبداعاتهم الخاصة (5).

يعتمد الإعلام الجديد على العديد من التكنولوجيات كالمدونات و الويكي و منصات مشاركة الصور

و مشاركة الفيديو، و الشبكات الاجتماعية، و علامات تداول المواقع و العوالم الافتراضية و التدوين المصغر، و الكثير من التكنولوجيات الأخرى.(6)

الأشكال الرئيسة للإعلام الجديد

و تمثل أهم الأشكال الرئيسة للإعلام الجديد في (7)

* الشبكات الاجتماعية التي تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات و مساحات خاصة ضمن الموقع نفسه،

و من ثمة التواصل مع الأصدقاء و مشاركة المحتويات و الاتصالات من أشهرها الفايسبوك و ماي سبايس.

* الويكي و هي المواقع التي تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات و تعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية أشهرها ويكيبيديا الموسوعة التي ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.

* المدونات التي تعتبر أشهر أوجه الإعلام الجديد و تتجسد من خلال مذكرات ترتب بحيث توضع الأحدث في أعلى الصفحة الرئيسية للمدونة تليها التدوينات الأقدم، و تتيح التعليق على ما يكتب فيها، و يمكن لصاحبها التحكم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بمواقع الواب التقليدية و من أشهر منصات التدوين "البلوغر".

* البودكاست: هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت و الفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه، دون الحاجة لزيارته في كل مرة و تحميل المحتوى يدويا.

المستخدم الذي يمتلك تطبيقاً خاصاً على جهازه كتطبيق " آيبل آي تون" يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة.

* المنتديات: ظهرت المنتديات قبل ظهور مفهوم الإعلام الجديد و هي الأماكن و المساحات المخصصة للنقاش على الشبكة، تدور حول مواضيع معينة و اهتمامات مشتركة و تعتبر المنتديات أحد أشهر أوجه الإعلام الجديد و أكثرها انتشاراً.

* مجتمعات المحتوى: هي مجتمعات مواقع على الشبكة تسمح بتنظيم و مشاركة أنواع معينة من المحتويات، أشهرها موقع " فلايكر" ذي يهتم بالصور و موقع " يوتيوب" الذي يهتم بالفيديو.

* التدوين المصغر: و هي حملة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية حيث تسمح بإنشاء حسابات و صفحات شخصية تعتبر بمثابة مدونات، غير أن التدوينات هي عبارة عن رسائل قصيرة لا تتجاوز 140 حرفاً لعرضها و مشاركتها على الواب، و على أتمترة الهواتف المحمولة، أشهر موقع للتدوين المصغر هو "التويتز".

و نلاحظ أن مواقع الإعلام الجديد أصبحت تلعب دوراً كبيراً على الشبكة العنكبوتية و في أحيان كثيرة تتعدى الفضاء الافتراضي لتدخل للمواقع اليومي المعيش للملايين في العديد من دول العالم بل في كل أنحاءه، و ذلك نظراً لانتشار الشبكات الاجتماعية التي دخلت إلى كل المجالات لتتجه نحو التخصص تدريجياً.

و قد حققت هذه المواقع النقلة النوعية في مجال الإعلام و استطاعت في ظرف قصير ان تنافس و بشدة قنوات الإعلام التقليدية و أن تستقطب الملايين من المستخدمين.

فالفايسبوك، ذلك الموقع الظاهرة، أثبت في وقت جد وجيز بأن الشبكات الاجتماعية بإمكانها التأثير على إدراك و سلوك مستخدميها و قد تم تبني استخدامه كسلوك نمطي داخل مختلف التركيبات الاجتماعية و أثبت قدرته الفعالة في التغيير على أصدده كثيرة .

ما هو الفاييسبوك؟ (8)

يعتبر أشهر شبكة اجتماعية في العالم إذ يحتل المرتبة الأولى على عرش الشبكات الاجتماعية، بدأ كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد، هذا الطالب الذي حصلت بينه و بين الفتاة الذي كانت تربطه معها علاقة عاطفية، مشادة كلامية، و على وقع صدمة من الغضب اتجه إلى غرفته بالحي الجامعي و قام بكتابة عبارات تهكمية انتقاما من الفتاة، لكن ذلك لم يشف غليله، فراح يبحث عن طريقة ما للترفيه فاخترق شبكة بيانات الحي الجامعي و أخذ صوراً ثم قام بفتح موقع عرض من خلاله الصور المقرصنة كي يتم اختيار الطلبة الأكثر وسامة من بينها.

و هكذا كانت البدايات الأولى للفايسبوك، و تمكن "مارك زوكربيرج" صاحب الفكرة من تجسيدها في فيفري 2004، و مع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا في غضون أسبوعين فقط، و بدأ نصف طلبة بوسطن بالمطالبة بالانضمام للموقع لأن الدخول كان مقتصرًا على طلبة هارفارد فقط.

و في ظرف أربعة أشهر اضاف الفاييسبوك ثلاثين شبكة لكليات أخرى(9).

في سبتمبر 2005 انفتحت الشبكة على طلبة الثانويات و في أكتوبر من نفس السنة أتاح فيسبوك لمستخدميه تبادل الصور مما أكسبه شعبية كبيرة و توالى الاستثمارات و عقود التمويل التي ساعدت الموقع على تطوير نفسه و زيادة طاقة استيعابه التي امتدت لتشمل شبكات الاعمال قبل أن تفتح أخيرا على الاستخدام العام في سبتمبر 2006، حيث أصبح بإمكان كل من يملك بريدا الكترونيا أن ينضم لشبكة الفاييسبوك.

و اليوم صارت الشبكة تضم أكثر من 300 مليون مستخدم، أكثر من نصفهم خارج إطار الكليات.(10)

فالفايسبوك موقع للتواصل الاجتماعي أثبت أنه الأكثر شهرة من بين المواقع الاجتماعية، يتم التسجيل به مجانًا و تديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها.

فالانترنت، مجال اتصالي عملاق و متنامي، حقق أرقامًا قياسية لم تحققها باقي وسائل الإعلام

و الاتصال، فقد احتاجت خدمة المذياع إلى ثلاث و ثمانون سنة حتى أصبح لديها خمسة مليون مشترك،

و احتاجت خدمة التلفاز إلى واحد و ثلاثون سنة، و احتاج الحاسب الشخصي إلى واحد وستون سنة، في حين أن الانترنت احتاجت إلى أربع سنوات فقط حتى تخطت هذا الحاجز.(11)

و زادت شعبية الانترنت مع ازدهار مواقع (الواب 2.0) و هي المواقع الاجتماعية التفاعلية كالفايسبوك

و التويتز و اليوتيوب، التي قدمت خدمات اجتماعية متنوعة كالدرشة الآنية و نقل الوقائع و الأحداث من مكان وقوعها و آتيا باستعمال تقنيات الفيديو و الصورة، و استعمالها المجاني، و التسجيل السريع و البسيط على صفحاتها جعلها تستقطب ملايين المستخدمين عبر العالم.

و لعبت هذه المواقع دورا بارزا في الثورات و الحركات السياسية التي عاشتها مناطق محددة من العالم لا سيما في الوطن العربي، مما جعل الجهات الرسمية في بؤر التوتر تعمد لإغلاقها و التشويش عليها، كونها كانت الوسيلة الفعالة لنقل الإحداث إلى كافة أرجاء العالم صوتا و صورة.

و وفرت الانترنت خدمات التجارة الالكترونية بمختلف أنواعها و أحدثت تحولا بالغا في مجال صناعة المعلومات و سرعة انتشارها، كما أنها وفرت خدمات مكتبية في غاية الأهمية كإرسال و استقبال البريد الالكتروني و توزيع المطبوعات الالكترونية، و الحصول على النصوص الكاملة للوثائق.(12)

كما أنها ساهمت في تطوير الخدمات السياحية عن طريق الأداة السياحية الالكترونية، و الزيارات الافتراضية لجل المواقع عبر العالم، و خدمات التعرف على فرص العمل و إتاحتها، و دعم البحث العلمي الميداني عن طريق مثلا إرسال الاستبيانات أو بإمداد الباحثين بعناوين الهيئات المتخصصة من أجل التواصل و التعرف على الآراء العلمية المختلفة.

فالأنترنزت وسيلة إعلامية عمومية متاحة للجميع، ذات أهداف لا يغلب عليها الطابع التجاري، و ذلك وصولا لثورة معلومات تتخطى حدودا فرضتها التجارة و الإعلان.(13)

فمجال الإعلام و الاتصال بتكنولوجياته الحديثة، يتطور باستمرار و بسرعة مذهلة، و انطلاقا مما سبق تذهب أقسام علوم الإعلام و الاتصال في الجامعة الجزائرية في السنوات الأخيرة إلى دراسة مختلف الظواهر الإعلامية الجديدة عالميا و وطنيا لمواجهة مجموعة من الصعوبات تجسدت في ما يلي:

عدم وجود المقاربات النظرية التي يمكن الانطلاق منها كإرضية لدراسة الظواهر في مجال الإعلام و الاتصال لتعميم نتائجها على المستوى المحلي، فباستثناء نظرية الحتمية القمية للدكتور عزري عبد الرحمان و التي بموجبها يضع الباحث خطأ فاصلا بين العلوم الاجتماعية و النفسية و علوم الاتصال و الإعلام و يربط محتوى الرسائل الإعلامية بالقيم التي تحملها لم تحتو الساحة البحثية الجزائرية على دراسات نظرية جادة يمكن ذكرها في هذا المجال.

كما أن أغلب المفاهيم التي تتعلق بتكنولوجيات الاتصال و الإعلام الحديثة لا زالت قيد التعريب و لم تترجم إلى اللغة العربية شأنها في ذلك شأن أغلب المراجع ذات القيمة العلمية العالية.

و بما أن الشبكات الاجتماعية أو حتى المواد الإعلامية المتداولة عبر الهواتف الجواله، تعد مادة غير باضعة لأية رقابة كانت، سواء من السلطات السياسية أو من القيود الاجتماعية أو من غيرها، فنجد أن الباحثين يتجنبون تحليل مضمونها تحليلا معمقا، لكونها من الطابوهات التي قد تجر الباحث لتبعات تؤرقه فيما بعد.

نف إلى ذلك أن هناك ظواهر في مجال الإعلام و الاتصال توجد في العالم و تثير اهتمام الباحثين كأفلام الموبايل مثلا و لكنها غير موجودة أصلا في المجتمع الجزائري أي أن مجتمع البحث و عينة الدراسة غير موجودتين أصلا مما يعيق الخوض في هذه البحوث.

و تجدر الإشارة إلى أن التصوير كأداة جمع معلومات هامة في مجال الإعلام و الاتصال لا سيما في تخصص الإعلام السمعي البصري تواجه عراقيل إدارية و بيروقراطية متنوعة، فاستعمالها يتطلب في غالب الأحيان موافقة من الهيئات الرسمية، و هذا ما يضيع على الباحث وقتا كبيرا، إن لم نقل أنه لا يحصل في أحيان كثيرة على الموافقة باستعمال هذه الأداة.

إلى جانب عدم توفر الإمكانيات المادية و البشرية لإجراء البحوث الاستكشافية و الاستطلاعية و اصطدام الباحث بنوع من التصدي العام لكل ما هو جديد.

إذن فالدراسات الاستكشافية و الاستطلاعية تعد من أصعب أنواع البحوث العلمية، فهي أرضية بناء المشكلات و صياغة الفروض العلمية، و عليها يتوقف نجاح كافة الجهود البحثية في مجال التخصص.

