

صعوبة تطبيق تحليل المحتوى في الفضاء الرقمي

The difficulty of applying content analysis in the digital space

جدعون زينة^{1*}¹كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية- جامعة خنشلة(الجزائر).العنوان الإلكتروني: المهي: djadoaun.zina@univ-khenchela.dz

تاريخ النشر: 2022/12/13

تاريخ القبول: 2022/10./23

تاريخ الاستلام: 2022/05/31

ملخص:

تتناول هذه الورقة البحثية والموسومة بـ "صعوبة تطبيق تحليل المحتوى في الفضاء الرقمي"، حيث لا يخفى على الباحث في علوم الإعلام والاتصال أن تحليل المحتوى يعتبر من أهم فروع البحث في حقل علوم الإعلام والاتصال؛ وسواء تم اعتباره منهجا أو أداة، فإن هذه المداخلة تطرح رؤية مغايرة، خصوصا في ظل التوجه نحو دراسة المجتمعات الافتراضية ومنها مثلا: أثر هذه المجتمعات على الأفراد، وانعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع، أو الهوية الافتراضية لهذه المجتمعات وغيرها مما تعلق بالمجتمعات الافتراضية، فإن هذا المجال عادة ما يتم تناوله بمنظور تقليدي حيث عادة ما يتم استخدام الفئات والوحدات التقليدية لتحليل المضمون وإسقاطها على هذه المجتمعات، وهذا ما ستقف عليه هذه المداخلة من حيث تطويع وحدات وفئات تحليل المحتوى بحيث تناسب هذه المجتمعات الزبئية، وذلك بالعودة إلى نموذج تطبيقي.

كلمات مفتاحية: تحليل المحتوى. دراسة الجمهور، العينة، وحدات و فئات التحليل، المجتمعات الافتراضية.

Abstract:

This intervention, which is tagged with: "The difficulty of applying content analysis in the digital space.," addresses the researcher in media and communication sciences that content analysis is one of the most important branches of research in the field of media and

communication sciences. Whether it is considered a method or a tool, this intervention presents a different vision, especially in light of the trend towards studying virtual societies, for example: the impact of these societies on individuals, the repercussions of using social networking sites on society,

Keywords: keywords; keywords; keywords; keywords; keywords.

مقدمة:

تعتبر العلوم الإنسانية والاجتماعية وما ترتبط بها من ظواهر وبحوث من أبرز الحقول التي تحظى باهتمام الباحثين؛ خصوصا ما أتاحتها التكنولوجيا، وبالتحديد ظهور المجتمعات الافتراضية والتي جذبت إليها اهتمام الباحثين من مختلف التخصصات خصوصا في مجال الإعلام والاتصال.

و بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي عرفت رواجاً بين مستخدميها فاق كل وسائل الإعلام التقليدية حسب ما أثبتته كثير من الدراسات في هذا المجال، بحيث تحول المتلقي من متفاعل إلى مشارك في صنع الرسالة الإعلامية، حيث يعرف قاموس أكسفورد شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: "التطبيقات التي تمكن مستخدميها من إنتاج محتوى، ومشاركته مع الآخرين، أو الاندماج والاشتراك في شبكات اجتماعية (Oxford Dictionaries, 2013) ومن أهم هذه الشبكات الفيسبوك (Facebook) ومع انتشار استخدامه في الجزائر دخل في طقوس الحياة اليومية للأفراد، وأصبح يستخدم بشكل مرضي (ياثولوجي) خصوصا ما تعلق بفتة الشباب، وذلك حسب ما أثمرت عنه العديد من الدراسات مع اختلاف تطبيقاتها

المنهجية، وما استوقف الباحثة أن كثير من الدراسات سواء ما تعلق بمضمون هذه الشبكات أو الجمهور المستخدم لها هو معالجتها من قبل الباحثين بمنظور تقليدي، وهو ما يعكس إشكاليات منهجية تواجه الباحثين على هذا المستوى، وهو ما دفع الباحثة إلى طرح هذه القضية في هذه الورقة البحثية.

الإشكالية

شهدت الدراسات الإعلامية تطورات، وذلك بظهور وسائل إعلام جديدة فالصحافة مثلت منعرجا حاسما في الدراسات الإعلامية وبعدها الإذاعة، ثم التلفزيون الذي أخذ حصة الأسد من الدراسات الإعلامية بالنظر لأثره على جمهوره منها ما تعلق بالمضمون أو بجمهور المشاهدين، لتأتي الإنترنت لتأسس لمرحلة جديدة من الدراسات الإعلامية، أو ما يعرف بالجيل الثاني من الدراسات الإعلامية (Mediastudies 2) تمييزا لها عن الدراسات التقليدية (الجيل الأول).

ومنه تتلخص إشكالية هذه المداخلة في العمل على توظيف أساليب منهجية مختلفة تناسب وخصائص الواقع الإعلامي الجديد، تتمثل أساسا في كيفية تطبيق تحليل المضمون في الفضاء الرقمي، وتأسيسا على هذا فإن هذه الورقة البحثية تطرح تساؤلا رئيسيا: كيف يمكن تطبيق تحليل المحتوى في الفضاء الرقمي؟

أهداف وأهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الموضوع في حد ذاته، فهو من أهم المواضيع التي تفرض نفسها خاصة ونحن نعيش في ظل ثورة تكنولوجيا، التي تفرض تغييرات جذرية، تحكمها وتسيرها التكنولوجيا بلا منازع، خصوصا إذا تعلق الأمر بالفضاء الرقمي الذي يتميز

بالزبكية وعد الاستمرارية مما يزيد الأمر تعقيدا في كيفية تحليل مضامينه؛ وما يترتب عليه من نتائج علمية يمكن البناء عليها في عدة مجالات.

أما أهداف هذه الورقة البحثية فهي محاولة الإجابة على إشكالية الدراسة والمتمثلة أساسا في كيفية تطبيق وحدات وفئات تحليل المحتوى في الفضاء الرقمي.

* صعوبة تطبيق تحليل المحتوى في الفضاء الرقمي

1/ تحليل المحتوى

يختلف الباحثون فيما تعلق بتحليل المحتوى فهناك من ينظر إليه على أنه منهجا قائما بذاته وهناك من يرى أنه مجرد أداة لجمع البيانات.

وبصرف النظر عن كونه أداة أو منهجا يبقى تحليل المحتوى أو المضمون له استخدام واسع في طرف الباحثين في العلوم الإنسانية والاجتماعية وخصوصا في مجال الإعلام والاتصال.

إن التحليل يعني التفكيك أي تفكيك الشيء إلى أجزاء صغيرة، أما المحتوى فيشير معناه إلى ما يتضمنه الوعاء الفيزيائي من تسجيل صوتي أو فيلمي أو لغوي.. وغيره مما ينتجه الفرد ويعبر عنه في رموز مختلفة ويقوم بتوصيله لغيره.

ومن بين التعريفات الكثيرة لتحليل المحتوى ما يلي:

أن تحليل المحتوى أداة للبحث العلمي تستخدم في مجالات متنوعة لوصف المحتوى الظاهر للمادة العلمية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون؛ تلبية للاحتياجات البحثية وطبقاً للتصنيفات التي يحددها الباحث، بهدف استخدام البيانات في وصف هذه المادة أو لاكتشاف بعض الظواهر التي تنبع منها وبشرط أن تتم عملية التحليل وفق أسس منهجية ومعايير موضوعية وأن يستخدم الباحث في جمع البيانات وتحليلها الأسلوب الكمي بصفة أساسية ((طعيمة رشدي أحمد، 1996 ص 198، 353).

وقد عرف بأنه: "أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلي للقائمين بالاتصال أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الإعلامية أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منظمة، ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية" (محمد حسين سمير، 1995 ص 233، 234).

وهذا يكون تحليل المحتوى هو البحث عن المعلومات المتضمنة في وعاء ما وتفسير للمعاني والمفاهيم التي جاءت في الصورة أو النص أو الحديث والتعبير عنها بكل موضوعية ودقة ووضوح.

وقبل أن يتبلور مفهوم تحليل المحتوى إلى ما يعرف اليوم مر بعدة مراحل جعلت منه تقنية أو منهجا قائما بذاته وهذه المراحل هي:

المرحلة الأولى: كانت عبارة عن مرحلة تجريبية أولية يتم تطبيقه لتحليل المضامين المختلفة (الأدبية، التاريخية، النفسية...) وهي بعيدة عن الإعلام والاتصال، لكنها تعتبر مرحلة أولى لتأسيس لبروز تحليل المحتوى في مجال الإعلام والاتصال.

المرحلة الثانية: بدأت مع بيرسلون حيث عرّف تحليل المحتوى بأنه: "تقنية بحث تستعمل لتحقيق وصف موضوعي، منظم وكمي للمحتوى الظاهري للاتصال " (Madeleine Grawitz, 2001, p606)، حيث تبين في هذه المرحلة ما هو تحليل المحتوى وأهدافه وكيفية تطبيقه، وقد أجريت في هذه المرحلة عدة دراسات على المواد الاتصالية والإعلامية وخضعت لتحليل المحتوى.

المرحلة الثالثة: ويمكن اعتبارها مرحلة النضج لتحليل المحتوى حيث بدأت في هذه المرحلة الانتقادات الموجهة له وبالتالي بدا في التطور وتجاوز النقائص ومنها عدم الاكتفاء بالوصف الظاهري للمحتوى الذي ركز عليه بيرسلون وغيره.

خطوات تحليل المحتوى:

يمثل تحليل المحتوى أسلوبا مميزا في الدراسات الإعلامية ومنذ تطبيقاته الأولية لاقى رواجاً كبيراً لدى الباحثين خصوصا في مجال الإعلام والاتصال، ويمكن تطبيق تحليل المحتوى على المواد الإعلامية في مختلف حواملها وأوعيتها من خلال:

* تحديد الإشكالية والتساؤلات.

* تحديد أهداف وأهمية الدراسة.

* تحديد مجالات الدراسة.

* تحديد مجتمع الدراسة والعينة.

* تحديد وحدات التحليل وإسقاطها على الدراسة.

* بناء فئات التحليل الأساسية والفرعية مع مراعاة الدراسة ومتغيراتها.

* إجراءات الصدق والثبات.

* ترميز وتحليل المعطيات.

* استخلاص النتائج وتعميمها.

وتبقى هذه الخطوات عملية لأي دراسة في علوم الإعلام والاتصال لا بد على الباحث المرور عليها لأنها تعتبر خطوات منهجية، لكن يبقى تحليل المحتوى منذ تطبيقاته الأولى إلى اليوم أسلوب بحثي مرن يمكن تطويعه حسب الدراسة وحسب إمكانيات الباحث، خصوصا إذا تعلق الأمر بالدراسات الإعلامية الحديثة (الفضاء الرقمي).

2/ تعريف الفضاء الرقمي (Digital Space)

يسمى أيضا العالم الافتراضي أو الفضاء السيبراني كلها مصطلحات تدل على معنى واحد وهو نتاج ما أتاحتها شبكة الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة حيث ألغى الزمان والمكان وأتاح حرية التواصل بين الأفراد وقرب المسافات .. وما سنركز عليه في هذه الورقة البحثية هو مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook وWhats App وInstagram وTwitter).

3/ مواقع التواصل الاجتماعي:

تسيطر مواقع التواصل الاجتماعي على السوق الإعلامية والاتصالية عبر العالم وذلك لمميزاتها وأهمها القدرة على التواصل بين البشر دون حدود مكانية أو زمانية أو قيود على حرية الاتصال والتواصل خاصة بعد تطور شبكة الإنترنت وانتشار الهواتف الذكية وغيرها من وسائل ووسائل التكنولوجيا الحديثة التي أتاحت التفاعلية والسرعة وغيرها من الخصائص التي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي تتربع على وسائل الإعلام والاتصال الأخرى، مع إمكانية نقل المحتوى سواء كان مرئي أو مسموع أو مكتوبة؛ ولكل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي خصائصها ومميزاتها في نقل المحتوى وعرضه على المستخدمين.

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: "مواقع تتشكل من خلال شبكة الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للتواصل مع الآخرين والتعبير عن وجهات نظر الأفراد ومناقشة مدى واسع من القضايا والموضوعات من خلال عملية الاتصال وتختلف طبيعة التواصل من موقع إلى آخر" (وليد محمود خالد، 2011، ص 22).

وتعرف أيضا بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهويات، فضلا على أنها شبكة من التفاعلات الاجتماعية والعلاقات الشخصية التي تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والتعليقات والرسائل والصور، وما إلى ذلك" (المرجع نفسه، ص 22).

فمواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مجموعة من المواقع تتيح للأفراد التواصل مع بعضهم وتكوين مجتمع افتراضي تربطهم علاقات مختلفة تسمح لهم هذه المواقع بتبادل عدد من المواضيع والصور والفيديوهات وإرسال الرسائل... وغيرها من الخدمات التي تتيحها هذه المواقع وتختلف من موقع إلى آخر.

4/ تحليل المحتوى في الفضاء الرقمي:

أغلب البحوث – التي وقفت عليها الباحثة- التي اعتمدت المنهج الوصفي وطبقت تحليل المحتوى كتقنية أو أداة لجمع البيانات؛ كانت بحوثا ودراسات منمطة انحسرت أغلبها في الوصف لمحتوى مضمون وشكل الظاهرة المدروسة معتمدة على المنظور الوظيفي التقليدي لأسلوب تحليل المحتوى وإسقاطه على الظاهرة المدروسة دون مراعاة لخصائص المجتمع (الافتراضي) الذي يتميز بالحركية والتغير المستمر.

إن الدراسات المتعلقة بالإنترنت خصوصا ما تعلق بالجيل الثاني (web 0-2) لا يمكن إخضاعها لفئات "المضمون ماذا قيل؟ وفئات الشكل كيف قيل؟" دون مراعاة لخصائص الظاهرة التي تتميز بما يلي:

- المرونة بحيث يتميز بالتغير المستمر والتجدد الدائم، سواء بالإضافة أو الحذف أو قد يختفي تماما، وهنا تكمن إشكالية أخرى خصوصا في غياب الأرشفة لهذه المجتمعات؛ فلو تصورنا أن باحثا في علوم الإعلام والاتصال بدأ بحثه على إحدى هذه المجتمعات الافتراضية ولتكن مثلا "تجمعا (مجتمع) خاص بالأساتذة الجامعيين" مثلا ونظرا لظروف تكوّن هذه المجموعة تم حلها وبالتالي ضمورها واختفائها دون وجود أرشيف لها، في هذه الحالة يقع الباحث في إشكالية تهدد بحثه، لذا لا بد من دراسة مجتمع بحثه دراسة دقيقة قبل الخوض فيه، وعليه أن يربط الافتراض بالواقع حتى يتمكن من الاستمرار في بحثه، خصوصا إذا كان بحثه محصلة لسنوات دراسة (ماستر، ماجستير، دكتوراه...).

- اختلاف طبيعة المجتمع الافتراضي تماما عن طبيعة وسائل ومضامين الإعلام التقليدية، وذلك من حيث دمج أكثر من وسيط في المضمون الواحد (نص/صورة/فيديو/روابط..). إضافة إلى اختلاف اللغة ومستوياتها حيث تدمج مثلا الإيقونات ضمن النص والصورة والفيديو...، وهذا راجع للطبيعة التفاعلية التي أتاحتها التكنولوجيا، ومنه يجب التعامل مع ذلك بطريقة تختلف عن المنظور التقليدي.

- الطبيعة التفاعلية لمضمون هذه المجتمعات مما يجعلها تقترب من نمط المحادثة، وما يترتب على ذلك من صعوبة ضبط النص الذي سيخضع للتحليل، وهنا على الباحث أن لا يغفل السياق الاتصالي الذي تم فيه تداول المحتوى.

- إشكالية المعاينة، وبالعودة لمجتمع البحث وعادة ما يكون وثائقي في حوامله الفيزيائية، كما يقول أحد الباحثين "البيانات التي يجمعها الباحث مقصورة على دليل وثائقي (جرائد، مجلات، برامج تلفزيونية....)"(تمار يوسف، 2007، ص 14) ، وعليه فإن المجتمع الذي سيحلله الباحث في هذه الحالة معلوم مسبقا وهذا التوجه المنهجي يضبط مسبقا، لكن الأمر يختلف تماما بالنظر لطبيعة المجتمعات، فيستحيل على الباحث تحديد ذلك مسبقا بشكل نهائي، وفي حالة المجتمعات الافتراضية يستحيل تطبيق المعاينة الاحتمالية لذا لا بد من اللجوء إلى العينات غير الاحتمالية رغم مساوئها المنهجية ومنها بالتحديد العينة المتاحة، وكرة الثلج، وهنا يقع الباحث في إشكالية أخرى وهي عدم التمكن من تعميم نتائج بحثه طالما كان الاعتماد على العينات القصدية.

وغير ذلك من الخصائص التي جعلت هذه المجتمعات زئبقية بما تحملها الكلمة من معنى، ومنه نسجل أن فئات التحليل التقليدية المتعارف عليها لدى الباحثين، لن تكون لها فعالية ضمن هذا المجال.

* مقترحات للخروج من هذه الإشكاليات

- تعتبر ثنائية الكمي والكيفي وليدة النظريات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وترتبط بواقع اجتماعي معقد ومتداخل، ينطلق فيه الباحث من عدة تقييمات من خلال تصوره لمجتمع بحثه، ولكن يزداد الأمر تعقيدا إذا تعلق الأمر بمجتمع بحث زئبقي وديناميكي وهنا نتحدث عن المجتمعات الافتراضية التي قد تظهر وقد تختفي، هذا بالإضافة إلى تعقيدات واستحالة حصرها، كما ذكرنا ذلك سابقا، ومنه فالمزاوجة بين التحليل الكمي والكيفي؛ أي

إتباع منهج مزدوج عبر مختلف مراحل الدراسة (توظيفهما معا)، أي عدم الاكتفاء بتحليل المحتوى فقط، أو دراسة الجمهور فقط، والاكتفاء بجهة واحدة يجعل البحث أعرج.

- استخدام الأساليب البحثية المناسبة والاعتماد على النظريات الحديثة التي تناولت هذه المجتمعات، فمن غير المنطقي استخدام نماذج أو نظريات الإعلام التقليدية التي تعتمد على أحادية الاتجاه من أجل معالجة ودراسة مجمع متشابك وبالغ التعقيد فالمتلقي في حالة اندماج مع المنتج أو المرسل، "خاصة وأن تعقد العلاقات وتشابكها التقني والاجتماعين وبين الفرد والبنية الاجتماعية، ينفي وجود علاقة رأسية مباشرة بين السبب والنتيجة في علوم الاتصال" (لعياضي نصر الدين، (2014) ص 124)، ومثال ذلك الاستعانة بتقنية تحليل الشبكات بالاعتماد على البرمجيات

، المناسبة (Web crawlers)[†]، وتدعيم ذلك بأسلوب تحليل المحتوى، حيث يمكن الربط بين تحليل المضمون المنشور في هذه المجتمعات، وطبيعة تكوينها والعلاقة التي تربطها، وهنا يمكن أن نشير إلى صعوبة تحليل المحتوى المتعلق بالمضمون الاتصالي للفضاء الرقمي والتي عادة ما تأخذ طابع المحادثة (Discourse) وما تحمله من تعقيدات من لغة ورموز تعبيرية وأيقونات

[†] تستخدم هذه التقنيات في تتبع شبكة الروابط والإحالات الموجودة في مجتمع الدراسة على شبكة الإنترنت حيث تكشف العلاقة بين هذه المجتمعات وشكل الارتباط وانواعه ومساره حيث يمكن من خلال ذلك الإجابة على سؤال: "من؟/ ماذا؟".

وتدخّل عدة أطراف فيما (discussion Complexes) وكذا تفرعات لمواضيع أخرى، مع اختلاف مساراتها بسرعة وبسهولة والتغير المستمر في هيكلها (هيكل الخطاب Structure Discourse)، وهنا يحتاج الباحث إلى أسلوب يحتوي كل هذه التعقيدات والخصائص، وذلك بالاستعانة بأسلوب تحليل هيكل الخطاب بالاستعانة بالحاسوب "والذي يمر عبر 4 خطوات تبدأ بتحويل سجل المحادثة إلى شكل من البيانات الخام Import ثم ترميزها بالإشارة إلى مصدرها Reference، ثم ترميز كل رسالة متضمنة في سجل المحادثة بالنظر إلى علاقتها بالرسائل الأخرى Discourse structure building، ثم تحليل وتفسير الرسائل المتبادلة" (عبد المجيد صلاح الدين مها، 2015، ص 14)، ويعتبر من الأساليب المكتملة لتحليل المحتوى المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يتمكن الباحث من خلاله من الكشف عن المحادثة سواء الفردية أو الجماعية، وشكلها.

- ومن أهم الأساليب العلمية التي تعود بفعالية سواء منها ما تعلق بسحب عينة من مجتمع البحث أو ما تعلق بالملاحظة بالمشاركة، هو الأسلوب "غير الاحتمالي" أو العينة العمدية؛ رغم مساوئها والمتمثلة في عدم القدرة على تعميم النتائج ولكن يمكن الوصول إلى نتائج علمية قيمة كما يمكن تجاوز هذه المساوئ من خلال المزاوجة بين تحليل المضمون والدراسة الميدانية، ومن بين أهم العينات المستخدمة في الدراسات على المجتمعات الافتراضية والتي أثبتت فعاليتها "العينة المتاحة، العينة الحصصية Quota، كرة الثلج، وهي الأكثر استخداماً في هذا المجال" مع توخي الحذر وضرورة ضبطها وفلترتها من المفردات التي لا تتوافر فيهم خصائص مجتمع البحث.

- ونظرا لخصائص المضمون المنشور في هذا الفضاء الرقمي والذي يتميز، إضافة إلى ما سبق بالتعقيد الناتج عن اختلاف مستويات التفاعل فقد يكون التعليق أهم من المنشور، كما يمكن اعتماد أكثر من لغة،... وغيره، لذلك من الضروري ضبط فئات المحتوى، تحديد الهدف من التحليل، ثم تحديد الوعاء الزمني الذي تم فيه نشر المحتوى الإلكتروني.

- من المعروف أن تحليل المحتوى يتضمن فئات المضمون ومنها فئة الموضوعات، القيم، الأهداف، فئة الاتجاهات وغيرها، وهناك فئات أساسية لا يمكن حذفها عند التحليل ومنها فئة الموضوعات، والقيم مثلا، ويمكن استحداث فئات أخرى تناسب والمجتمعات الافتراضية فمثلا عند دراسة أحد الصفحات في الفيس بوك ولتكن مثلا "ثقف نفسك" يمكن استحداث فئة التعليقات (لأهميتها فعادة ما يكون التعليق أهم من المنشور الذي هو محور التحليل)، فئة الأيقونات نظرا لكثرة استخدامها وتعدد معانيها حيث تعتبر شيفرة بين المتفاعلين، كما يمكن استحداث فئة اتجاه التعليق (مؤيد مثلا أو معارض)، وأيضا فئة الروابط وما تحيل القارئ إليه من موضوع خاص بالمنشور أو غيره.

أما ما تعلق بوحدات التحليل فيمكن مثلا الإبقاء على وحدة الكلمة أو الفكرة لأهميتها، وكذا استحداث وحدة التعليقات.

ويمكن أن ندرج الملاحظة الآتية: هذا الجهد يعتبر اجتهاد شخصي وهو قابل للتعديل، ومنه فيمكن استحداث فئات للتحليل بحسب طبيعة مجتمع البحث المراد تحليله واختيار وحدات للعد والقياس تناسب الفئات التي ستخضع للتحليل، بشرط إمكانية عدّها من خلال تكرارها، للحصول على نتائج علمية.

مع إمكانية الاستعانة والاستفادة من التطبيقات المناسبة في تحليل المحتوى، ومنها تحديد الكلمات الدالة تحديدا دقيقا وسليما رغم أيضا ما فيه من عدم الدقة فمثلا إذا كنت تبحث عن كلمات دالة على مجتمع بحثك المتعلق بـ"الحركات الإسلامية..." فمن الضروري تحري الدقة والشمولية فقد يكون هناك صفحات باسم "الحركات الإسلامية" ولكنها لا تمت بصلة للحركات الإسلامية وغيره، ومن هذه التطبيقات مثلا tweetarchivist حيث يمكن من خلال هذا التطبيق المتعلق بأرشفة تويتر التعرف على الاسم المتداول، أو الجهة الأكثر بروزا أو المنتج (العلامة التجارية)، كما يمكن من خلال هذا التطبيق الحصول على التغريدات والهاشتاج وتحليله في ما تعلق بمجتمع الدراسة المحدد مسبقا، وغير من التطبيقات التي تتيح اختيار العينة ومنها Blog roll.

والجدول الآتي فيه مقارنة بين فئات تحليل لمجتمع بحث تقليدي (برنامج إذاعي) ومجتمع بحثي افتراضي (صفحة ثقف نفسك):

فئات التحليل (صفحة ثقف نفسك)	فئات التحليل (برنامج من عمق البادية*)
<p>أولاً فئات المضمون "ماذا قيل؟"</p> <p>1- فئة الموضوعات</p> <ul style="list-style-type: none">- موضوعات دينية- موضوعات سياسية- موضوعات اجتماعية- موضوعات ثقافية <p>2- فئة تعليقات الجمهور</p> <ul style="list-style-type: none">- تعليقات حول الموضوع المنشور	<p>أولاً فئات المضمون "ماذا قيل؟"</p> <p>1- فئة الموضوعات</p> <ul style="list-style-type: none">- موضوعات ثقافية الشعبية-الموضوعات الأدبية-الموضوعات الاجتماعية- الموضوعات الفكرية <p>2- فئة الوظيفة</p> <ul style="list-style-type: none">- الوظيفة الإخبارية- الوظيفة الثقافية

برنامج أسبوعي يعنى بالتراث الشعبي في البوادي والأرياف التبسية، يبيث كل يوم ثلاثاء بإذاعة تبسة المحلية، إعداد وتقديم * ربيع مزور.

<p>- تعليقات خارج عن الموضوع</p> <p>3- فئة الإيقونات</p> <p>4- فئة اتجاه التعليقات</p> <p>- مؤيد</p> <p>- معارض</p> <p>5- فئة عدد المتابعين (المتفاعلين، المشتركين..):</p> <p>ثانيا فئات الشكل "كيف قيل؟"</p> <p>4- فئة شكل المنشورات الخاصة بصفحة "ثقف نفسك" (كتابة، كتابة مرفقة بصورة، كتابة مرفقة بفيديو، فيديو...).</p> <p>5- فئة طبيعة اللغة</p> <p>- اللغة العربية</p>	<p>- الوظيفة الترفهية</p> <p>- الوظيفة التوعوية الإرشادية</p> <p>3- فئة طبيعة الضيوف</p> <p>- مختصون في الطب</p> <p>- مختصون في علم الاجتماع</p> <p>- مختصون في الأدب</p> <p>- ممثلون عن هيئة رسمية</p> <p>- من عامة الجمهور</p> <p>3- فئة الأساليب الإقناعية المتبعة</p> <p>- أساليب إقناعية عاطفية</p> <p>- أساليب إقناعية عقلية</p> <p>ثانيا فئات الشكل "كيف قيل؟"</p> <p>1- فئة اللغة</p>
--	---

<p>- لغة أجنبية</p> <p>- هجين "مزيح"</p>	<p>- لغة عربية فصحي</p> <p>- عامية</p> <p>- مزيح</p> <p>2- فئة الشكل الإذاعي (القالب الفني)</p> <p>- تقرير</p> <p>- ندوة إذاعية (مائدة مستديرة).</p> <p>- خبر</p> <p>- بورترية</p> <p>3- فئة الزمن</p>
--	--

إعداد الباحثة

خاتمة

التكنولوجيا الحديثة غيرت حياة البشرية على أكثر من صعيد تغييرا جذريا وهذا التغير مس بشكل مباشر وأثر على جانب البحث العلمي حيث شكلت بيئة جديدة للباحثين وإن تجاهل هذا التغير قد يؤدي إلى نتائج غير سليمة؛ لذا لا بد من مراعاة هذه الاختلافات، وتعتبر هذه

الورقة العلمية مقترحا بحثيا للبدء فعليا للمهتمين خصوصا في مجال الإعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية والإنسانية عموما بوضع نظريات جديدة أو تطوير النظريات القديمة للإعلام والاتصال لتناسب والعالم الافتراضي الذي يعيشه ويستخدمه الفرد وله تأثير لا يمكن بأي حال من الأحوال تجاهله، إذ أنه -هذا العالم- دخل في تفاصيل الحياة اليومية للأفراد على اختلاف شرائحهم وجنسهم وأعمارهم، لذا لا بد من الاهتمام بالمنهج والنظريات حتى لا نبقى مستهلكين لما أنتجه الغرب سواء ما تعلق بالتكنولوجيا أو ما تعلق بالمنهج العلمية.

وهذا يتأتى بمجهودات علمية رصينة تنبع من هم علمي ينبع من إحساس بالمشكل في مجال التنظير في مجال الإعلام الجديد، والاهتمام بتطوير أدوات البحث، وإعادة النظر في طرق المعاينة ونوع العينات، وتحديد مجتمع البحث تحديدا دقيقا؛ بحيث يمكن من خلاله تعميم النتائج المتوصل إليها، حيث لا يزال هذا المجال من الحقول الخصبة التي لم تحظ باهتمام علمي كاف خصوصا في الوطن العربي والجزائر -حسب اطلاع الباحثة-.

توصيات

- 1- وضع نظريات جديدة تتماشى والتطور التقني والتكنولوجي الذي نعيشه أو تطوير النظريات القديمة في علوم الإعلام والاتصال لتناسب والعالم الافتراضي.
- 2- الاهتمام الجاد والرصين بمجال تطوير مناهج البحث وأدواته.
- 3- إعادة النظر في أساليب المعاينة ونوع العينات وتحديد مجتمع البحث تحديدا دقيقا للتمكن من تعميم النتائج.

4- عقد لقاءات دورية تكوينية بين الأساتذة لتبادل الخبرات المنهجية في إطار تعاون بين الجامعات داخل الوطن وخارجه.

6- تكوين وبناء الطلبة والباحثين منهجيا وتشجيعهم لأخذ زمام المبادرة وتطوير البحوث من الناحية المنهجية والتطبيقية حتى لا يبقى الاعتماد على المنظور التقليدي خصوصا ما تعلق بتحليل المحتوى.

المراجع باللغة العربية

- 1- طعيمة رشدي أحمد، (1996) تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، كلية التربية والعلوم الإسلامية، جامعة السلطان قابوس.
- 2- سمير محمد حسين، (1995) بحوث الإعلام، مناهج البحث العلمي، ط2، القاهرة، مصر، عالم الكتب.
- 3- وليد محمود خالد، (2011) شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغير في العالم العربي، بيروت، لبنان، دار مدارك.
- 4- تمار يوسف، (2007) تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، الجزائر، طاكسينج-كوم للدراسات والنشر والتوزيع.

5- لعياضي نصر الدين، (2014) وسائط جديدة وإشكاليات قديمة : التفكير في عدة التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، المجلة الجزائرية للاتصال، كلية الاتصال، جامعة الجزائر 3، العدد 22.

6- عبد المجيد صلاح مها، (يومي 10-11 مارس 2015) الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي -رؤية تحليلية-، مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي.. التطبيقات والإشكاليات المنهجية"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، الرياض، المملكة العربية السعودية.

المراجع باللغة الفرنسية

7- Oxford Dictionaries, 2013

8- Madeleine Grawitz,(2001) Méthodes des sciences sociales, 11^{eme} Ed, Paris, Dallo,.

