

المنهج النتنوغرافي وتطبيقاته في المواضيع الاجتماعية

*The netnographic approach and its applications in social topics*عبد الرؤوف مشري^{1*}، سمير فارح²Abderraouf MECHERI^{1*}, Samir FAREH²¹ مركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية CRASC، (الجزائر)

docraouf@outlook.com

² مركز البحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية CRASC، (الجزائر)

Samir_fareh@yahoo.com

تاريخ النشر: 2024/07/04

تاريخ القبول: 2024/06/24

تاريخ الإرسال: 2024/01/15

Abstract:

This research aims to shed light on the latest qualitative approach that was the result of technological development and the spread of the use of the Internet and social networking sites. The term the netnography method or the ethnographic web; it has recently known wide uses in various scientific fields, and the Corona pandemic has strengthened its position and proven its effectiveness. The research concluded that the netnography method, as the latest form of development of the ethnographic method, can be applied in many social sciences subjects because of its advantages and characteristics that qualified it to occupy a place within the classical research methods.

Keywords : ethnographic method, netnography method, virtual communities, social sciences.

ملخص:

يروم هذا البحث تسليط الضوء على أحدث منهج كيفي كان وليد التطور التكنولوجي الحاصل وانتشار استخدامات النت ومواقع التواصل الاجتماعي. اصطلح عليه المنهج النتنوغرافي أو الويب إثنوغرافي؛ عرف مؤخرا استخدامات واسعة في شتى الحقول العلمية وعززت جاذبة كورونا مكانته وأثبتت نجاعته.

خلص البحث إلى أن المنهج النتنوغرافي بصفته آخر صور تطور المنهج الإثنوغرافي يمكن تطبيقه في عديد مواضيع العلوم الاجتماعية لما يتوفر عليه من مزايا وخصائص أهلته لتبوأ مكانة ضمن مناهج البحث الكلاسيكية.

الكلمات المفتاحية: المنهج الإثنوغرافي، المنهج النتنوغرافي، المجتمعات الافتراضية، العلوم الاجتماعية.

* المؤلف المرسل.

أدى التطور التكنولوجي الحاصل وظهور الانترنت والويب 2.0 إلى خلق تحديات جديدة خاصة بالنسبة للباحثين الذين يحاولون مواكبة الحاصل وفهم السلوكيات المستحدثة التي باتت تواجه مفارقات جديدة وتستخدم أدوات تكنولوجية حديثة تتحدى طرق البحث التقليدية؛ وفي الواقع أصبح النت جزءا لا يتجزأ من حياة الفرد يزاول فيه الكثير من أنشطته اليومية: التسوق عبر النت، طلب المشورة في المنتديات، تبادل خبرات على المدونات، مناقشة قضايا خاصة في مجموعات...، في هذا السياق أوضح كل من "هاجل" و "أرمسترونج" أن فكرة المجتمع اليوم تقع في قلب الويب وأن التكنولوجيا الجديدة سمحت بإنتاج أشكال جديدة ومختلفة من الاتصال تتجاوز كل الحدود الزمانية والمكانية¹.

لقد بات هناك تشكيك في قدرة الأدوات العلمية المستخدمة في البحث والمناهج الكلاسيكية على الوصول إلى نتائج علمية أكاديمية في ظل بيئة رقمية تتغير بسرعة؛ نتيجة لهذا كان من الضروري إعادة النظر فيها، فكان وليد هذا المخاض ظهور منهج علمي نوعي جديد، أو -إن صح التعبير- منهج مطور لمنهج سبقه ألا وهو المنهج التنوغيرافي الذي يعرف بأنه الدراسة الاثنوغيرافية للمجتمعات الافتراضية، و على الرغم من أن الاستعمالات الأولى لهذا المنهج من طرف "روبرت كوزينتس" كانت في ميدان البحوث التجارية والتسويقية إلا أن استخداماته سرعان ما توسعت لتشمل ميادين أخرى ومواضيع شتى منها المواضيع الاجتماعية والاثنوبولوجية وحتى النفسية.

إن تطور استخدامات المنهج التنوغيرافي واتساع دائرتها فتح المجال أمام المنشغلين بالبحث لتسليط الضوء على مواضيع حساسة كانت تعد من الطابوهات؛ فما وفرته تلك المجتمعات الافتراضية للأفراد من مسافة مادية وقدرة على إخفاء الهوية شكل حماية غير مباشرة يصعب إعادة انتاجها في سياق آخر كما أن هذه المجموعات شكلت

مصدرا للدعم الاجتماعي والعاطفي لأعضائها المنتسبين ومكنت من بناء علاقات ثقة سمحت بمناقشة الممنوع أو المسكوت عنه.

وعليه يأتي هذا البحث كمحاولة للتعريف بالمنهج النتنوغرافي والكشف عن مزاياه ومراحل تطبيقه وميادين استخدامه خاصة في حقل العلوم الاجتماعية.

2. ماهية النتنوغرافيا

النتنوغرافيا: هي تقنية بحث ظهرت في بداية القرن الحادي والعشرين، حققت نتائج مقنعة في أعمال مختلفة تم تنفيذها في جميع أنحاء العالم، وتهدف إلى وصف ظاهرة سلوك المستهلك في سياقات مختلفة داخل مجتمع افتراضي². والمنهج النتنوغرافي عبارة عن مزيج من كلمتين الإنترنت والنتنوغرافيا³، يركز هذا المنهج على دراسة الافراد والجماعات في بيئة افتراضية والتفاعلات التي تحدث عبر شبكة الانترنت، وقد استخدم هذا كأحد المناهج العلمية ضمن الدراسات لفهم التبادلات الالكترونية لمجتمع المستهلكين وقضايا التسويق عبر شبكة الانترنت، وفهم أنماط التأثير والبحث عن فهم داخلي للظاهرة المدروسة.

كمنهجية للبحث تعد التقنيات المستخدمة في المنهج النتنوغرافي لدراسة المجتمعات الافتراضية بمثابة نقل وتكييف للتقنيات الكلاسيكية للمنهج الإثنوغرافي.

يعتبر "روبرت كوزينيتس" أول من صاغ مصطلح "النتنوغرافيا" "netnography" في عام 1995، واستخدمه لتحليل المحتوى عبر الإنترنت فيما يتعلق بأفلام Star Trek، وتم تعريفها على أنها "تكييف للأنثنوجرافيا لعالم الإنترنت، والذي تهتم بدراسة المحتوى ضمن شبكة الإنترنت والثقافات والمجتمعات كظواهر اجتماعية متميزة، بدلاً من المحتوى المنعزل"⁴.

في جوهرها تعتبر النتنوغرافيا طريقة ثنائية الأبعاد لجمع البيانات النوعية؛ يمكن للباحثين إما جمع المعلومات عبر الإنترنت مباشرة، أو جمع البيانات الناتجة عن النقاط وتسجيل

الأحداث والتفاعلات المجتمعية عبر الإنترنت، أو أخيراً يمكن أن تكون البيانات التي يرسمها الباحث في شكل ملاحظات ميدانية.

فالنتنوغرافيا هي طريقة مسح نوعي تستخدم الإنترنت كمصدر للبيانات من خلال الاعتماد على مجتمعات المستهلكين الافتراضية. إنها تحلل بشكل أساسي - ولكن ليس حصرياً- أعمال الاتصال لأعضاء مجتمع الاستهلاك الافتراضي، وتسعى لمنحهم المعنى. يمكن أن تتخذ هذه الأفعال شكل إرسال رسائل بريد إلكتروني أو رسائل منشورة في منتدى أو ردود متبادلة في محادثة وما إلى ذلك. الهدف هو تسليط الضوء على قضية تسويقية تتعلق بموضوع الاستهلاك وليس دراسة المجتمع بنفسه. ومع ذلك، نظراً لأن البيانات التي تم جمعها تميزت بقوة من قبل المجتمع الذي أنشأها، فإن تحليلها يتطلب الانتباه إلى الجوانب الاجتماعية والثقافية للمجتمع أيضاً⁵.

يعتبر هذا المنهج أن وسائل التواصل الاجتماعي والمجتمعات عبر الإنترنت ظواهر ثقافية جديدة. فهذه الطريقة تدرس السلوكيات عبر الإنترنت وتفاعلات الأشخاص بما في ذلك معانيهم وقيمهم ولغاتهم، وطقوسهم، وعلاماتهم، ورموزهم وعلى الرغم من أن المنهج النتنوغرافي من حيث المبدأ قد تم مواعته مع الأساليب الثنوغرافية إلا أن هناك بعض الخصائص المختلفة للظاهرة التي يجب أخذها في الاعتبار.

يمكن أن يدعم فهم كيفية اختلاف التفاعلات الاجتماعية عبر الإنترنت تطوير الثنوغرافيا عبر الإنترنت وفقاً لذلك وقد أوضح "كوزينيتس" الطبيعة المميزة للتفاعلات عبر الإنترنت كما يلي⁶:

أولاً: هناك ديناميكيات عالية لتغيير السلوكيات والتفاعلات عبر الإنترنت بسبب الطبيعة سريعة التغير للواجهة التكنولوجية؛ علاوة على ذلك يمكن أن يؤدي التغيير إلى تجارب بشرية مختلفة تماماً مثل القواعد الجديدة وشبكات الإنترنت التي قد تتطلب إجراءات محددة للاستكشاف والتحليل.

ثانياً: يمكن أن يؤثر عدم الكشف عن الهوية والاسم المستعار بشكل كبير على التفاعلات الاجتماعية عبر الإنترنت. بينما أصبح من الصعب ربط السلوكيات عبر الإنترنت بالخلفيات الاجتماعية والديموغرافية للأشخاص، يمكن للباحثين بدلاً من ذلك محاولة استكشاف السلوكيات المتعلقة بالهويات عبر الإنترنت والتي يمكن أن تكون أكثر تنوعاً وتعقيداً بسبب إمكانية إنشاء شخصيات وعلاقات متعددة عبر الإنترنت.

ثالثاً: تتيح إمكانية الوصول الواسعة للأشخاص المشاركة في مجموعة متنوعة من المجتمعات عبر الإنترنت بدرجات متفاوتة من التفاعل، علاوة على ذلك فإن المجتمعات عبر الإنترنت مفتوحة تماماً للأشخاص الذين قد يتحدثون لغات مختلفة، ولكنهم يشتركون في بعض الاهتمامات المشتركة، تسهل هذه المنصة فرص التواصل وتبادل وجهات النظر مع الاستخدام المختلط للغة المشتركة ولغة المجتمع المحددة ودعم ترجمة اللغة، قد يتطلب انفتاح التفاعلات عبر الإنترنت أدوات بحث محددة لاستكشاف مجموعة متنوعة من المعاني والروابط الاجتماعية والثقافية الناتجة عن شبكة المعلومات المترابطة.

أخيراً: تمثل الأرشفة التلقائية للمحادثات والبيانات خاصية فريدة أخرى للتفاعلات عبر الإنترنت. يؤدي هذا على الفور إلى تحويل التفاعلات الاجتماعية إلى محتويات نصية وسجلات. ضف الى ذلك فقد سهلت التكنولوجيا فرص تتبع وتعقب البيانات وكذلك الأشخاص المعنيين. يمكن أن يؤدي هذا النهج إلى أشكال موسعة من جمع البيانات النوعية وقد تؤدي الأرشفة إلى إحداث تغييرات في تسجيلات البيانات. بالإضافة إلى ذلك فإنه يقترح الحاجة إلى تقنيات لإعداد تحليل البيانات وتفسيرها في ضوء المجموعات الهائلة من البيانات.

وعليه يمكن القول بأن النتنوغرافيا هي الإتنوغرافيا في الفضاءات الاجتماعية عبر الإنترنت لدراسة الثقافات والمجتمعات الناشئة من خلال الاتصالات الحاسوبية بين البشر، كان التركيز الأولي على مجتمعات المستهلك عبر الإنترنت مع أهداف لاستكشاف وتحليل مجموعات المستهلكين ومطالبهم وتأثيرات القرار والمعاني والتفاعلات، لذلك كان على الباحثين الانغماس في بيئة الإنترنت أثناء تواصلهم والتواصل مع أفراد المجتمع من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. قد تظهر البيانات في الوقت الفعلي عبر بعض برامج الدردشة عبر الإنترنت و/ أو أرشفتها على بعض الأنظمة الأساسية للبرامج. يمكن أن تساعد هذه الطريقة في عكس العلاقات الديناميكية ضمن تعدد الزمان والمكان. إلى جانب الانخراط في الأعداد عبر الإنترنت، يلاحظ مصممو الإنترنت الطريقة التي يتفاعل بها الأشخاص ويؤثرون على بعضهم البعض ويحللون معانيهم وقيمهم وكذلك السياقات الأساسية.

هذا التركيز على فهم التعقيد الثقافي عبر الإنترنت يميز النتنوغرافيا عن الدراسات البحثية الأخرى عبر الإنترنت مثل التقيب عن البيانات التي تهدف إلى الكشف عن الأنماط أو المعرفة من قاعدة البيانات المجمعة، أو تحليل الشبكة الاجتماعية (SNA) الذي يدرس بنية وروابط شبكة للعلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت. على عكس تقنيات البحث الأخرى عبر الإنترنت التي قد تستخدم بعض البرامج أو الأدوات الحسابية للمساعدة في تحليل الهياكل / الأنماط أو الشبكات المحددة، تعتمد النتنوغرافيا إلى حد كبير على مهارات الباحث في مراقبة الظاهرة والتفاعل معها وتحليلها.

تهدف النتنوغرافيا في جوهرها إلى دراسة السلوكيات التي تحدث بشكل طبيعي عبر الإنترنت واستنباط وجهات نظر emic وetic؛ يعتبر المنظوران نتيجة للبحث لأنها تؤثر على عملية البحث ونتائج الدراسة والحجة التي قدمها الباحث حول الآثار المترتبة على هذه النتائج. وجهات النظر Emic هي تلك التي يتخذها الباحث العضو في المجتمع محل الدراسة. أما وجهات نظر Etic فهي تلك التي يتخذها الباحث الغريب عن المجتمع الذي تتم دراسته.

تتضمن طبيعة العمل الإثنوغرافي تفسير الثقافات؛ لذلك هناك مسؤولية من جانب الباحث تجاه الثقافة التي تتم دراستها لأن المنظور الذي يتخذه الباحث يؤثر على المعرفة المنتجة عن تلك المجموعة الثقافية⁷. -مثل تلك النقاط البارزة في تقنية الإثنوغرافيا- يمثل منظور emic مشاركة ذاتية مع المجتمع عبر الإنترنت واللغة المتخصصة والتعبيرات التي يستخدمها المستهلكون في ظروف اجتماعية معينة، أو طقوسهم، أو دوافعهم، أو قيمهم، أو معانيهم التي يستخدمها الأشخاص في المجتمع. يوفر المنظور etic رؤية موضوعية وتجريدية للظاهرة.

يجب على مستخدمي النتنوغرافيا التعامل ذهاباً وإياباً بين المنظورين الإيميك والايك لتطويع وجهات نظر متوازنة حول رؤى المطلعين من الداخل وتحليل الخارجيين⁸، يجب أن يعملوا باستمرار بين التحقيق كغرباء، ورؤية مساحة أو مجموعة من التفاعلات من مسافة بعيدة، ثم الانتقال داخل المكان للاستكشاف كمتلع قبل الخروج مرة أخرى لشرح ما يحدث.

3. خصائص المقاربة النتنوغرافية

يتميز المنهج النتنوغرافي بمجموعة من الخصائص مقارنة عن باقي المناهج الكلاسيكية النوعية، فهو يستند في تطبيقه على بيانات شبكة الانترنت وتحليل وتفسير التفاعلات التي تحدث ضمن الفضاء الافتراضي، ومن ميزاته أنه يضمن الوصول إلى أكبر عدد من المستجيبين في وقت وجيز وبأقل التكاليف عكس ما تتطلبه المسوحات التقليدية من تكاليف وتحضيرات ووقت، وبالرغم من ذلك ينطوي المنهج النتنوغرافي على عيوب ولمعرفة مزايا وعيوب المنهج ندرج الجدول التالي:

جدول رقم 01: يبين مزايا وعيوب المنهج النتنوغرافي⁹

المزايا	العيوب
<ul style="list-style-type: none"> - طريقة أقل تدخلا: يتم دراسة المستهلك في بيئة "طبيعية" لم يتم تصنيعها لأغراض الدراسة؛ - البيئة المدروسة ليست مضطربة أو أقل اضطرابا؛ - لا توجد حواجز مكانية وقليل من الحواجز الزمنية؛ - الدخول إلى المجتمع سهل نسبياً؛ - هناك وصول مستمر للمستهلكين الذين قد يكونون مشتتين جغرافياً؛ - منهجية مقتصدة للوقت: - وصول أسرع للبيانات؛ - ممنوع النسخ أو الكتابة؛ - طريقة تسمح بالاهتمام بظواهر الاستهلاك شديدة التنوع. 	<ul style="list-style-type: none"> - هوية المستهلكين غير مؤكدة؛ - تعميم دقيق للنتائج: - يتم أخذ المستهلكين الذين ينتمون إلى المجتمع المدروس فقط في الاعتبار؛ - نحن ندرس فقط التبادلات بين المستهلكين ، وليس سلوكهم الكامل؛ - صعوبة إيجاد المجتمع المناسب؛ - يتطلب مواهب خاصة (التعاطف، والشعور بالملاحظة، وما إلى ذلك) التي ليس من السهل تطويرها.

للمنهج النتنوغرافي مجموعة من المبادئ التي تميزه عن باقي المناهج البحثية

الآخري ويمكن ان نوضحها فيما يلي:

- إمكانية الانغماس ومراقبة المبحوثين:

مثله كمثل المنهج الإثنوغرافي الذي يعرفه "اوجيو" بأنه: طريقة وأداة لفهم أساليب مجتمع ما وطرقه في الحياة من خلال معرفة أفكار أعضائه ومعتقداتهم وقيمهم وسلوكياتهم وما يصنعونه من أشياء ويتعاملون معها؛ ويتم ذلك عن طريق الملاحظة بالمشاركة في الوضع الطبيعي؛ يمكن للباحث الذي يقوم بمقاربة نتنوغرافية لموضوع

معين أو ظاهرة عبر الانترنت أن يستخدم تقنية الملاحظة بالمشاركة عبر الانترنت، وهو ما يتطلب الانغماس في المجتمع المدروس والتفاعل مع أفراد، وبالتالي يجب على الباحث "النتوغراف" أن يخرط شخصياً في المجتمع الافتراضي الذي يحدده وأن يصبح كامل العضوية فيه ولا يكتفي بالملاحظة من الخارج فقط، يجب عليه متابعة المناقشات والمشاركة فيها مما سيسمح له بتطوير فهم "داخلي" للظاهرة التي يدرسها واختراق المعنى الذي يعطيه الأفراد للموضوع المدروس وبالتالي إمكانية صياغة أجوبة بعد التحليل¹⁰.

- منهجية متعددة الاستخدامات وسهلة التنفيذ:

من مزايا المنهج النتوغرافي أنه طريقة مرنة ويتكيف مع عدد كبير من القضايا وهو أيضاً طريقة أقل تدخلاً وسهل التنفيذ بحيث لا توجد أمامه حواجز مكانية أو زمنية. ومع ذلك ينبغي مراعاة قيوده الرئيسية المتمثلة في:

أولاً: يجب الأخذ بعين الاعتبار أن النتائج المتوصل إليها في البحث النتوغرافي هي نتائج محدودة في الواقع لأن الدراسة تركز على أفراد لا يمثلون المجتمع بالكامل، بالإضافة إلى أن تحليل البيانات يشمل تبادلات الأفراد المستجيبين فقط على الويب وليس سلوكهم بالكامل.

ثانياً: تمتلك النتوغرافيا حدوداً تقنية أكثر فليس من السهل دائماً تحديد مجتمع افتراضي ذي صلة بالسؤال المطروح. كما أن تحليل بياناته يتطلب الكثير من الدقة.

ثالثاً: من الصعب التأكد من هوية المستجيبين طالما أن التبادلات تتم حصرياً على الإنترنت.

- إمكانية أكبر للوصول إلى المستجيبين:

يمكن للباحث الذي يعتمد على المقاربة النتوغرافية تجنيد المستجيبين بسرعة وسهولة خلال الدراسة، ونظراً لطبيعة بيئة الانترنت المفتوحة والمجهولة والتشاركية

فهي تسمح للأشخاص ذوي الطبيعة المحجوزة بالمشاركة في مجموعات التركيز الحقيقية، أو الاستجابة بشكل أكثر مرونة للمقابلات¹¹.

كما يمكن أن يوظف المنهج مستجيبين بطريقة سهلة وسريعة بسبب كون المجتمع الافتراضي مفتوح ومجهول الأفراد في الغالب وتشاركي، تعتبر المرونة في الملاحظة والتحليل من السمات البارزة للمنهج فهو يضمن توفر معلومات فورية من مصادر متنوعة: (سجل محادثات، مقاطع فيديو، مدونات...) وسهولة فحصها من قبل الباحث ما يمكن من القيام بالمزيد من التحليلات المعمقة والملموسة.

- معالجة المواضيع الحساسة:

يعتبر المنهج التنوغيرافي مناسباً بشكل خاص لدراسة ظواهر الاستهلاك الحساسة أو الحميمة أو المتجنبة سياسياً؛ تتيح ميزة إخفاء الهوية التي توفرها الإنترنت للمستخدمين التعبير عن أنفسهم بحرية أكبر مما يفعلون في الواقع. لذلك من الأسهل مناقشة الموضوعات الحساسة أو المحظورة أو المتحفظ عنها مع مستخدم الإنترنت الذي يشعر بنوع من الحماية خلف شاشته أكثر من مناقشة شخص وجهاً لوجه¹² كما يمنح الاسم المستعار كذلك مسافة مادية لمستخدم الويب يصعب إعادة إنتاجها في سياق آخر، فإمكانية إخفاء الهوية في الواقع الافتراضي توفر أماناً للمستخدم وبالتالي تصبح المجتمعات الافتراضية ومجموعاتها مصدراً للدعم العاطفي لأعضائها ومن أمثلة ذلك: مواضيع مجتمع النساء، المدمنين، الزيجات¹³، كما تسمح المجتمعات الافتراضية المشاركة في المحادثات دون قلق بشأن المظهر المادي للمتصلين، وبالتالي تبرز الأهمية الأساسية للأفكار والتفاعلات.

- تحديد وفهم المستخدمين:

يتم إنتاج التنوغيرافيا انطلاقاً من عمليات التبادل بين مستخدمي الإنترنت في المنتديات، قد يتعلق الأمر اذن بمستهلكين يشاركون في نشاط أو فئة من المنتجات أو علامة تجارية ويأخذون الوقت الكافي لإبداء آرائهم وتقديم المشورة للآخرين، غالباً ما

يكون هؤلاء المستهلكين مستخدمين رئيسيين، أي المستهلكين الأكثر مشاركة والذين غالباً ما يعتبرهم المستهلكون الآخرون قادة رأي، لذلك من الضروري التعرف عليهم وفهمهم والاستماع إليهم، ولكن أيضاً لفهم تأثيراتهم والتفاعلات فيما بينهم وبين الآخرين.¹⁴

- اختبار وتطوير الابتكارات:

منتديات المناقشة هي منصات تبادل معرفي بين مستخدمي النت: فهي تناقش على سبيل المثال المنتجات (الخصائص والجودة ...) وشروط استخدامها (الصعوبات، والنصائح). وبالتالي، فإن النتوغرافيا ستجعل من الممكن ظهور استخدامات جديدة لها، بالإضافة إلى هذا التحديد البسيط يمكن أيضاً استخدام هذه المنهجية لجعل المستهلكين الأكثر مشاركة يتفاعلون مع الابتكارات (سواء الابتكارات الإضافية أو الابتكارات الخارقة)..

كما ساهمت الكثير من الدراسات النتوغرافية في تطوير شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها من خلال ما تقترحه من خدمات وميزات كانت في الأساس وليدة استخدام فئات واسعة لها وجعلها محل تقييم، وتطوير شبكات متعاملي الهاتف النقال وخدمات الانترنت.

4. مراحل تطبيق المنهج النتوغرافي

لا يختلف المنشغلون بالبحث النتوغرافي حول حقيقة تشابه مراحل تطبيقه مع مراحل المنهج الإثنوغرافي كيف لا وهو وليد مزاجية الأخير مع الانترنت واشتغاله بمواضيع الواقع الافتراضي والمجتمع الرقمي؛ فالمنهج النتوغرافي ذو طبيعة تفسيرية شأنه في ذلك شأن المنهج الإثنوغرافي فهما على صلة بأنواع التحقيق في وجهات النظر، والتمثلات العقلية، والعمليات الاجتماعية، والعلاقات.

حدد "كوزينتس" في مؤلفاته مراحل أساسية في تطبيق الباحث للمنهج النتوغرافي يمكن تلخيصها في:

- المرحلة الأولى الدخول أو الإدخال:

قد يسبق هذه المرحلة مرحلة تحديد مجتمع البحث في الواقع الافتراضي، لكن تحديد المجتمع الافتراضي يجب أن يتوافق ومشكلة البحث المتمثلة في المثير أي سؤال الدراسة الذي طرحه الباحث عبر الانترنت بأي صيغة قد يراها هو مناسبة (منشور، فيديو، صور..¹⁵)، كما أن صياغة سؤال الدراسة تقتضي الوضوح والدقة بعد ذلك تعريف المجتمع المستهدف بالموضوع لتحقيق التوافق بين السؤال او الأسئلة المطروحة والمجتمع الافتراض المعني.

الخطوة الموالية في هذه المرحلة هي غربلة المجتمع الافتراضي والإبقاء على المجموعات ذات الصلة الأكبر بالموضوع، تضم أفرادا نشطين في الفضاء الرقمي ويمثلون للباحث مصدرا للمعلومات ذات العلاقة بالاشكالية، واختيار الفضاءات ذات التفاعل الكبير وغير المتجانس وذات العدد الكبير من المنتسبين، يجب التحقق كذلك في هذه الخطوة بعناية من معلومات المنتسبين الشخصية وعلاقتهم بالمجموعة (تجنب الدخلاء والطفيليين).

على الباحث ان ينوع مصادر معطياته من خلال استخدامه لعدة مواقع ووسائط في عملية الجمع، كما عليه أن يصبح عضوا كاملا في المجموعات التي يستهدفها من خلال الانغماس فيها وفحص دقيق للتفاعلات بين الأعضاء واستخدام لغة المجموعة ومعرفة موقف كل فرد ومكانته في المجموعة (رئيس، عضو مؤثر..)، بالإضافة إلى التقرب أكثر -بهدف الفهم- من الأعضاء النشطين الذين يشكلون قلب المجتمع الافتراضي.

- المرحلة الثانية جمع البيانات:

تتوفر العديد من أنواع البيانات على شبكة الانترنت أثناء عملية الجمع فهناك بيانات متاحة داخل المجتمع الافتراضي تأتي في شكل نصوص كتبها أعضاء المجموعات، بالموازاة مع الإثنوغرافيا يتم في المنهج التتوغرافي كذلك تحليل العناصر الخارجية للتواصل داخل المجموعات (الصوت، الصمت، التردد..).

وفقا لتوصيات "كوزينتس" فإن مجموعات الافراد في المجتمع الافتراضي يجب ان تتوافق مع هدف ومشكلة البحث، هذا مع إعطاء أهمية للمنشور الأكثر شعبية والذي ولد عددا كبيرا من التفاعلات والتعليقات¹⁶.

يجب أثناء الجمع في المنهج النتنوغرافي ادخال العناصر المكونة في التحليل للرسائل وحجمها، عناوينها وتاريخ ارسالها وعدد الردود، كذلك نقاط الباحث المسجلة وردود افعاله وملاحظاته المدونة. تكمن أهمية المنهج النتنوغرافي في حقيقة أنه يجعل من الممكن مراقبة تفاعل الاخرين عبر الانترنت فيما يتعلق بالموضوع محل الاهتمام دون تدخل لكن قد تقتضي الضرورة تدخل الباحث في الموضوع إذا رأى انه قد يحصل بيانات أخرى من خلال ذلك أو ان النقاش في الواقع الافتراضي قد حاد عن المطلوب.

في حالة اتخاذ الباحث موقفا تشاركيا يمكن انشاء اتصال مع الأعضاء بغرض اجراء مقابلة فردية او بدأ مناقشة جديدة من اجل انشاء محتوى موجه، من الحكمة كذلك ألا يتوقف الباحث عن جمع البيانات طالما أن المجتمع المستهدف لا يزال يولدها، قد تطول مرحلة جمع البيانات حسب الموضوع المثار وحسب تفاعلات الأعضاء لكن كما أشار "كوزينتس" يجب ألا تقل عن 6 أشهر حتى يتسن للباحث الوصول إلى أكبر كم من البيانات، قد تجمع البيانات عن طريق النسخ واللصق وتحويل المحتوى إلى صيغة الورد.

يمكن أن تعالج البيانات من خلال أداة تحليل المحتوى، كما يمكن تحويل البيانات النوعية المحصلة إلى أخرى كمية من خلال تصنيفها حسب محتواها بحيث تصبح قابلة للتحليل الاحصائي؛ تقسيمها مثلا إلى (سلوك، تفاعل، استجابة).

- المرحلة الثالثة تحليل البيانات وتفسيرها:

بمجرد الانتهاء من عملية جمع البيانات فإن الخطوة الموالية هي تحليلها وتفسيرها؛ حيث يعكف الباحث على إدارة الكمية الكبيرة من المعلومات التي جمعها من شبكة النت من خلال تصنيف الرسائل والتعليقات والتفاعلات وتحديد الخارج منها عن الموضوع. مع ضرورة إلغاء كل التعليقات والرسائل المبهمة وإعادة كتابتها بلغة البحث¹⁷.

قد يحتاج الباحث وقتا وهو ينتقل من النظري إلى البيانات الميدانية قبل أن يتمكن من إنشاء تفسيرات مناسبة والاجابة عن سؤال البحث، كما يجب أن يندمج بشكل مكثف في المجتمع الافتراضي المعني ويحافظ على قربه - كما أشرنا سابقا - أثناء تحليل البيانات حتى يتمكن أكثر من فهم واستيعاب منطق المشاركين، وما يسعى التنتوغرافي إلى تحليله هو خطابات المشاركين وليس سلوكياتهم لأن الواقع الافتراضي يسمح بإعطاء صورة للأفراد تختلف عن حقيقتهم.

في سياق التعميم ما يسمح به المنهج التنتوغرافي هو مراقبة المجتمع في سياق معين، ولا ينبغي للباحث أن يعمم النتائج المتوصل إليها، بل وجب عليه اثبات نتائج بحثه في كل سياق.

- المرحلة الرابعة التحقق من البيانات (التأكد من صحة المشاركين، اخلاقيات العملية):

هذه المرحلة وخاصة عملية التحقق من صحة المشاركين لاقت انتقادا عند بعض المنشغلين بالبحث التنتوغرافي كما هو الحال عند "بريمان" الذي نادي بإلغائها؛ لأن عملية مشاركة الافراد في الواقع الافتراضي تخرج عن الطابع الرسمي الذي يمكن من التحقق منه كون الفضاء الرقمي يوفر خاصية إخفاء الهوية وبالتالي يصعب التأكد من

صحة البروفایل وحقیقة الافراد. لكن تبقى مرحلة تقديم تقرير عن نتائج البحث مهمة لما يترتب عنها من مخرجات نظرية أو ميدانية مرتبطة بالمجتمع المدروس¹⁸.

يثير البحث في الانترنت تساؤلات حول مدى احترام خصوصية مستخدمي الانترنت، وهل ينبغي اعتبار البيانات التي يتبادلها أعضاء المجتمع الافتراضي عامة؟، ماهي سمات المواقف الصريحة في سياق الانترنت؟ بناء على ذلك صاغ "كوزينتس" أربع توصيات أساسية تهدف إلى ضمان أخلاقيات البحث في المنهج النتوغرافي¹⁹:

1- على الباحث أن يكشف بوضوح عن وجوده وحضوره ونواياه لأفراد المجتمع الافتراضي.

2- ضمان سرية المخبرين والحفاظ على خصوصيتهم.

3- التماس ودمج ردود أفعال المجتمع الافتراضي اثناء البحث.

4- الحصول على إذن الأعضاء المعنيين بالبحث قبل أن ينشر الباحث مقتطفا من منشوراتهم أو رسائلهم أو أي مصادر أخرى.

5 . تطبيقات المنهج النتوغرافي في العلوم الاجتماعية

منذ بداية استخدام المنهج النتوغرافي في البحوث العلمية، دار جدال في أوساط

الباحثين حول كيفية موائمة هذا المنهج وتكييفه لدراسة المجتمعات والثقافات عبر الانترنت، ومهما كان الاسم فإن جميع الدراسات الإثنوغرافيا للثقافات والمجتمعات عبر

الإنترنت توسع المفاهيم التقليدية للدراسة الميدانية الاثنوغرافية؛ وذلك من مراقبة التفاعلات التي تتم في مكان واحد وجهاً لوجه إلى التفاعلات التي تتم بوساطة التقنية عبر

الشبكات والمجتمعات والثقافة (أو الثقافة الإلكترونية) المشتركة بينهم²⁰. عند القيام بذلك يتم تأسيس هذه التقنيات بمعنى أن المفاهيم التقليدية للموقع الميداني كمساحة محلية قد عفا عليها الزمن.

يقترح "كوزينيتس" أنه يمكن تطبيق العمل الميداني الإثنوغيرافي بشكل مفيد على التفاعلات التي تتم بواسطة الحاسوب، وهو تأكيد اعترض عليه البعض، ولكنه أصبح مقبولاً بعد ذلك بشكل متزايد²¹.

في أبحاث العلوم الاجتماعية، أصبحت التنوغيرافيا طريقة بحث مقبولة على نطاق واسع، وقد تم استخدامها لمعالجة مجموعة متنوعة من الموضوعات من الثقافة إلى الهوية إلى العلاقات الاجتماعية والتمكين المدني²².

منذ تطويرها تم استخدام التنوغيرافيا، في دراسات الاستهلاك لحل المشاكل المتعددة وبشكل أكثر تحديداً لوصف الظواهر المتعلقة بالمجتمعات الاستهلاكية التي تظهر من خلال الاتصال الافتراضي، ولا سيما الحركات الاجتماعية للمستهلكين، عوامل نجاح المجتمعات الافتراضية، الدردشات الخاصة، مجتمعات القهوة، مجتمعات المقاطعة، مجتمع المعجبين، إنتاج رأس المال الاجتماعي، والتعليم والهوية...²³

خارج مجال سلوك المستهلك، تم استخدام المنهج على سبيل المثال: في علم الإدارة لفهم كيفية التعلم وخلق المعرفة في المجتمعات الافتراضية للابتكار وكذا في علوم الاتصال من أجل فهم تأثير الإنترنت على بناء هوية الحركات الاجتماعية غير المتصلة بالإنترنت، في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل اقتراح تصنيف للمجتمعات

الافتراضية، في العلوم التنظيمية من أجل تقديم تصنيف لمهن الويب، وفي علم الاجتماع من أجل فهم المجتمعات الافتراضية لعشاق السيارات...

ومن بين الماثلة عل سبيل الذكر لا للحصر على استخدامات المنهج التنتوغرافي في سياق الاستهلاك التعاوني الاجتماعي "دراسة مصرية" حاول فيها الباحث معرفة دوافع وعوائق استخدام السيارات والآراء حول تطبيقات استخدام السيارات²⁴، وقد حاول الباحث معرفة الأسباب التي تدفع الناس إلى التفكير في استخدام السيارات المشتركة وأيضاً الحصول على خلفية واضحة حول تجاربهم مع خدمات مشاركة السيارات في السياق المصري، وقد حاول الباحث الاجابة على التساؤلات التالية: ما هو تصور جيل الألفية تجاه خدمات مشاركة السيارات؟ وما هي الدوافع التي دفعت جيل الألفية إلى اعتبار استخدام السيارات المشتركة سلوكاً تعاونياً للاستهلاك؟ وركزت الدراسة على Facebook و Twitter لمراقبة واستكشاف دوافع الأشخاص للقيام بمشاركة السيارات أو استخدام تطبيقات مشاركة السيارات في مصر. صفحات Facebook التي تم تضمينها في الدراسة هي صفحات Uber Egypt و Careem Egypt و SWVL Egypt الرسمية و Life و Miss Basket.

في الدراسة الميدانية تم جمع جميع أنواع بيانات شبكة الإنترنت أولاً، ثم جمع بيانات الأرشفة / المراقبة من خلال البحث عن جميع تطبيقات استخدام السيارات على منصات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: تم جمع البيانات المستخرجة من خلال التفاعل مع أعضاء المجموعة المختلفين في مجموعات الفيسبوك.

ثالثاً: تم جمع الملاحظات الميدانية من اليوم الأول عندما بدأت شبكة الإنترنت؛ بما في ذلك التواريخ والتعليقات والمراجعات ولقطات الشاشة من جميع الأنظمة الأساسية عبر الإنترنت التي تم النظر فيها لجمع البيانات.

كشفت النتائج أن فكرة الاستهلاك التعاوني تحظى باهتمام في السياق المصري، ولا سيما ممارسة استخدام السيارات المشتركة. لقد أظهرت أن المستهلكين يدركون بشكل إيجابي هذا السلوك الشائع، كما تمكنت الدراسة من الكشف عن الدوافع الرئيسية للمستهلكين لاستخدام خدمات مشاركة السيارات في مصر حيث يقوم هؤلاء السائقون بتوفير المال، وحماية البيئة، والاستمتاع بالشركة مع الآخرين رغبة في تقليل حركة المرور ومع ذلك كانت هناك بعض المعوقات التي كشفت عنها الأساليب النوعية المتبعة وتتمثل في عدم الثقة في الخدمات ومستخدمي السيارات، وعدم مرونة الجداول الزمنية وأسعار الرحلات المرتفعة والموقف غير المنضبط وغير المهذب للسائقين.

وعن استخدام المنهج التنوغيرافي في دراسة الظواهر الاجتماعية، اتجه بعض علماء الإثنوغيرافيا الحضرية الى دراسة الجماعات النشطة والمستخدمين لشبكة الانترنت ومنصات التواصل الاجتماعي ومن بين هذه الجماعات: المهمشون اجتماعياً واقتصادياً، والأشخاص الذين يعانون من التشرد، والشباب المعرضون للخطر والجانحين، وحتى أعضاء العصابات، بالنسبة لهذا الأخير على وجه الخصوص، فإن الانترنت ومنصات الوسائط الاجتماعية مثل Instagram و Facebook و Snapchat و Twitter يمكن اعتبارها جانبا بارزا من حياة الشارع وديناميكيات العصابات؛ وبالتالي فان اشكال التفاعل الاجتماعي عبر المنصات تتطلب مناهج علمية جديدة في البحث العلمي، ومن بين الباحثين الذين استعانوا في بحثهم لدراسة الجماعات عبر شبكة الانترنت واعتماد ودمج وسائل التواصل كـ مجال أو أداة للبحث وتعد بين الدراسات الإثنوغرافية الحضرية الدراسة الرائدة نجد دراسة²⁵ Urbanik حول "عصابات الشوارع" التي تعمقت من خلالها الباحثة في دراسة المبحوثين عبر تتبع اشكال التواصل والتفاعل عبر منصات التواصل الاجتماعي، اشارت "اربانيك" الى أن اتباع هذه المنهجية سمحت لها بمشاهدة وتتبع تطور العديد من النزاعات عبر الاحياء من خلال شبكة الانترنت. تبرز كذلك دراسة "roks's" في هولندا، الذي قام بإجراء مقابلات شبه منظمة ومحادثات غير رسمية وملاحظات إثنوغرافية وركز جوهر المشروع على تتبع حياة 60 مشاركاً (18-

65 عاماً) ولاستكمال بياناته قام "روكس" بمراقبة وتحليل نشاط وسائل التواصل الاجتماعي لبعض المبحوثين باستخدام منصات تواصل مثل: Facebook و Instagram و Twitter.

وفي ميدان التعليم تم تطبيق المنهج الننتوغرافي ونقدم كمثال دراسة قام بها مجموعة من الباحثين وتتعلق بتقييم تجربة القراءة الإلكترونية باستخدام الننتوغرافيا²⁶ وقد انطلق الباحثون في دراستهم من تساؤل مفاده: ما هي إمكانيات القراءة الإلكترونية، وهل تعزز تجربة القراءة؟ وللإجابة على التساؤل تم اعتماد المنهج الننتوغرافي لتحديد مجتمعات قراء الكتب الإلكترونية ومستخدمي الأجهزة الذكية ومعرفة التصورات المتعلقة بتكلفة الكتب الإلكترونية والقراء الإلكترونيين، وتحديد القضايا ذات الصلة بالقراءة الإلكترونية وتفضيلات المستخدمين التي لم يتم تناولها في الأدبيات البحثية. تم استخدام مجموعتين من البيانات لهذه الدراسة:

المجموعة الأولى: هي المناقشة التي نشأت رداً على مقال نُشر على الإنترنت في صحيفة نيويورك تايمز (نيويورك تايمز) في 31 ديسمبر 2013 بعنوان: "كيف تغير الكتب الإلكترونية تجربة القراءة". وفي غضون أسبوع تم نشر 305 تعليقا حول الموضوع المثار.

المجموعة الثانية: تحتوي على تعليقات أدلى بها قراء مقال نشر في مجلة Scientific American في 11 أبريل 2013 حاولت المقالة الإجابة عن السؤال: كيف تغير بالضبط التكنولوجيا التي نستخدمها للقراءة الطريقة التي نقرأ بها؟ من خلال النظر في الأدلة العلمية المتعلقة بالاحتفاظ والقراءة بدقة. تمت المساهمة بإجمالي 42 تعليقا للفترة الممتدة من: 20 أبريل 2013 إلى 11 جوان 2015. وفرت التعليقات من مجموعتي البيانات فرصة فريدة للتحقيق في البيانات من المناقشة عبر الإنترنت حول تصورات المستخدمين للقراءة الإلكترونية في المجتمعات التي تضم عدداً كبيراً من السكان.

لقد أضحى الفضاء الرقمي سباقا في عديد المجالات بل وأصبح يهدد بالزوال مصادر المعلومة وأشكال التجمع التقليديين؛ حقيقة أدى التحول الرقمي إلى عولمة المحلي ومحلة العالمي فاتسعت سياقات المواضيع المطروحة للنقاش وتعددت مشاربها، ولم يعد الباحث يكتف بما يصل إليه من نتائج محليا، بل صار البعد العالمي مطلوباً، وعلى الرغم من أن الاستعمالات الأولى للمنهج النتنوغرافي من طرف "روبرت كوزيننتس" كانت في ميدان البحوث التجارية والتسويقية إلا أن استخداماته سرعان ما توسعت لتشمل ميادين أخرى ومواضيع شتى منها المواضيع الاجتماعية والانثروبولوجية وحتى النفسية.

لتحليل المجتمعات الافتراضية عبر الانترنت تميز المنهج النتنوغرافي عن باقي المناهج الكيفية بالقدرة على تفحص المجتمعات الرقمية والانغماس داخلها وتحليل خطابات أفرادها والتبادلات النقاشية المثارة داخلها بنفس الخطوات المنهجية العلمية وادواتها على غرار الملاحظة وتحليل المضمون والمقابلة.

عديد المزايا والخصائص التي توفر عليها هذا المنهج وإثباته لقدرته على تفحص المجتمعات الافتراضية؛ أهله لأن يبرز ضمن مكونات الساحة المنهجية ويلقى رواجاً واستحساناً كبيرين لكن هذا لا ينف استخدام أدوات بحث كلاسيكية غير أنه نجح في تكييفها إلى حد بعيد ما سمح بتحقيق أهداف البحث المنشودة ألا وهي الوصول إلى الحقائق والتفسيرات.

تتوفر العديد من الأمثلة الحية والموثقة لاستخدامات المنهج النتنوغرافي في المواضيع الاجتماعية والتي لا يسعنا في هذا المقال ادراجها ككل، لكن من شأن هذه الأمثلة المشار إليها أن تبرز إمكانية استخدام المنهج في مجال العلوم الاجتماعية. كما تفتح افاقاً للتفكير في مواضيع اجتماعية محلية مشابهة يمكنها أن توظف المنهج النتنوغرافي في دراستها.

- 1- SAYARH, N. (2013). La netnographie : mise en application d'une méthode d'investigation des communautés virtuelles représentant un intérêt pour l'étude des sujets sensibles. *Recherches qualitatives*, 32(2), p 227–251.
- 2- LOUNICI, N. (2019). L'intérêt de la netnographie dans l'étude communautés virtuelles, *Les cahiers du cread*, 35 (02) , p 125-153.
- 3- ALLA, L et autres. (2020). La netnographie dans les recherches marketing, revue AME, vol3, n04.
- 4- VILJOEN, K.L. A. (2022). Netnography: An underapplied research method, *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 25(1).1-2. <https://doi.org/10.4102/sajems.v25i1.4891>
- 5- BERNARD, Y. (2004). La Netnographie : Une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation. *Décisions Marketing*, (36), p49-62. <http://www.jstor.org/stable/40593000>
- 6- NUTTAVUTHISIT, K. (2019). Netnography. In: *Qualitative Consumer and Marketing Research*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-6142-5_8
- 7- NAAEKE, A., Kurylo, A., Grabowski, M., Linton, D., and Radford, M. L. (2011). "Insider and Outsider Perspective in Ethnographic Research," *Proceedings of the New York State Communication Association: Vol. 2010, Article 9*. Available at : <http://docs.rwu.edu/nyscaproceedings/vol2010/iss1/9>.
- 8- NUTTAVUTHISIT K., *ibid*. p 9.
- 9- BERNARD, Y. (2008). La netnographie : étudier les tribus virtuelles. Dans : Delphine Dion éd., *A la recherche du consommateur : Nouvelles techniques pour mieux comprendre le client* (pp. 103-121). Paris. <https://doi-org.sndl1.arn.dz/10.3917/dunod.dion.2009.01.0103->
- 10- *Ibid.*, p121.
- 11- LOUNICI, N., *ibid*, p132.
- 12- YOHAN, B. (2008). *ibid*, p103-121.
- 13- SAYARH, N. (2013). *ibid*, p229.
- 14- YOHAN, B. (2008). *ibid*, p135.
- 15- LOUNICI, Nadjib, *ibid*, p134.
- 16- *ibid*, p136.

- ¹⁷-SAYARH, N. (2013). *ibid*, p 235.
- ¹⁸-ALLA .L. et autres (2020). *ibid*, p 634.
- ¹⁹-YOHAN, B. (2003). *ibid*, p11.
- ²⁰-KOZINETS, R. (2010). *ibid*.
- ²¹-BOWLER, G. M. (2010). Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The Qualitative Report*, 15(5), 1270-1275.<http://www.nova.edu/ssss/QR/QR15-5/kozinets.pdf>
- ²²-FELICE, A., & others. (2020). Doing Social Research on Online Communities: The Benefits of Netnography. *Athens Journal of Social Sciences*, 7(1) ,9-38 .
<https://doi.org/10.30958/ajss.7-1-1b>
- ²³-SAYARH, N. (2013). *ibid*, p 251.
- ²⁴-ABUTALEB, S., EL-BASSIOUNY N. & HAMED, A. (2021). "Exploring the notion of collaborative consumption in an emerging market: the use of netnography," *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, Springer;*International Association of Public and Non-Profit Marketing*, 18(4), 599-627,. <https://doi.org/10.1007/s12208-021-00286-3>
- ²⁵-URBANIK, MM., ROKS, R.A. (2020). Gangsta Life : Fusing Urban Ethnography with Netnography in Gang Studies. *Qual Sociol* ,(43),213-233.
<https://doi.org/10.1007/s11133-020-09445-0>
- ²⁶-D'AMBRA, J., WILSON, C. S., & AKTER, S. (2019). Affordance theory and e-books : evaluating the e-reading expérience using netnography. *Pers Ubiquit Comput*, (23), 873–892 <https://doi.org/10.1007/s00779-017-1086-1>