

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية
من استلاب المناهج التقليدية إلى ضعف التحكم في براديفمات الإعلام الجديد
Les problématiques méthodologiques de recherche des nouveaux médias au niveau de l'université
algérienne

د. محمد أمين بن شرّاد ، د. رحموني لبنى²

¹ جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر mohamedamine.bencharad@univ-batna.dz

² جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر Loubna.Rahmouni@univ-oeb.dz

الملخص

منذ أن وجدت بحوث الإعلام الجديد موطن قدم لها في مجال الدراسات البحثية العلمية التي تُجرى على مستوى الجامعة الجزائرية واسترعاها انتباه الباحثين وطلبة الدراسات العليا لدراستها وتحليلها، حتى برزت مجموعة من المشكلات المنهجية المتعلقة أساسا بطبيعة هذا النوع من الإعلام وبحثه، مع غياب ميراثٍ تنظيري كافٍ للإلمام بهذه المشكلات وكيفية تلافيها بحثيا، أو على الأقل الخروج منها ومن أيّ مأزقٍ منهجي يُحتمل الوقوع فيه بأقل الأضرار الممكنة، ومنه تقديم بحوث علمية رزينة حول موضوع الإعلام الجديد لإثراء المكتبة الجامعية الجزائرية من دون الوقوع في أخطاءٍ منهجية قد تؤثر على قيمة هذه البحوث ومصداقيتها.

وبعد الاطلاع على عدد وافٍ من الدراسات الأكاديمية المنجزة على مستوى كليات الإعلام الجزائرية، حصر الباحثان أهم المشكلات المنهجية التي تواجه بحوث الإعلام الرقمي في الجامعات الجزائرية في خمس نقاطٍ أساسية، هي مشكلة الخلط بين باراديفمات الإعلام الجديد والتقليدي، ومشكلة ترجمة مصطلحات الإعلام الجديد، وثالثا مجموع المشكلات المرتبطة بوضع وضبط الإجراءات المنهجية الخاصة ببحوث الإعلام الجديد واختيار المقاربات المناسبة لدراسته، وأخيرا استلاب الباحثين الجزائريين لابستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال ونظرياتها التقليدية ومحاولة "إلباسها" لبحوث الإعلام الجديد.

الكلمات المفتاحية : الإعلام الجديد، البحث العلمي، الإجراءات المنهجية، بحوث علوم الإعلام والاتصال

ABSTRACT

Dés que les recherches des nouveaux médias ont trouvé leurs places dans le domaine des recherches scientifiques réalisées au niveau de l'université algérienne, et dès qu'ont captivé l'attention des chercheurs et des étudiants de postes de graduation pour les étudier et les analyser : des problématiques méthodologiques reliées profondément avec la nature de ce type de médias, et ses travaux de recherche avec l'absence d'un héritage théorique suffisant concernant ces et la manière de les éviter, au moins s'en sortir avec un minimum de dégâts afin de parachever un travail de recherche scientifique consistant au sujet du nouveau médias, sans faire de fautes méthodologiques susceptibles d'affecter la valeur de ces recherches.

Après la lecture profonde d'un nombre suffisant d'études académiques effectuées au niveau des facultés des S.I.C algériennes, les deux chercheurs ont délimité ces problèmes méthodologiques concernant les nouveaux médias et leurs recherches scientifiques en ces points essentiels : le problème

d'amalgame entre les paradigmes des nouveaux médias et les médias traditionnels, le problème de la traduction des termes liés aux nouveaux médias, problèmes liés à la mise en place des procédures méthodologiques concernant les recherches des nouveaux médias.

Mots clés : nouveaux médias, problématiques méthodologiques, recherches en S.I.C.

1. المقدمة

بعد مرور عشرية ونيف من الزمن على البدء "الفعلي" لتناول الإعلام الرقمي بحثياً على مستوى الجامعات الجزائرية، ظهرت مجموعة من المشكلات البحثية التي تواجه كل خائض في هذا الحقل الواسع، سواءً على المستوى التحضيري المنهجي القبلي المرتبط أساساً بإجراءات البحث العلمي المعروفة، أو على المستوى البعدي التطبيقي التحليلي، وهي الإجراءات التي تشتت حداً أدنى من الصرامة العلمية والضبط المنهجي.

وبُعِيد دخول وسائط الإعلام الجديد إلى عالم البحوث العلمية والأكاديمية النقدية، ساهم دخولها هذا في تعزيز المعارف النظرية حولها وتحسين الإجراءات المنهجية الممكن تطبيقها بحثياً لتشرح الظواهر الاتصالية المرتبطة باستخدام الإعلام الجديد، خالقة في نفس الآن جدلاً واسعاً حول "مشروعية" اعتبار الإعلام الجديد حقلاً خلاقاً على المستوى البحثي (وإن كانت هذه الجدالات سرعان ما هدأت واعترفت بالإعلام الجديد مادةً بحثيةً جذابةً، وباتت تميل أكثر نحو تحديد الصعوبات المرتبطة بدراسات الإعلام الجديد وبحوثه وكيفية التغلب عليها).

وفي الجامعة الجزائرية وأقسام علوم الإعلام والاتصال فيها، كان للإعلام الجديد حظٌ وافٍ من الدراسات والبحوث التي عالجت الفعل الاعلامي المرتبط بالوسائط الرقمية من جوانب مختلفة وزوايا بحثية متنوعة، وهي البحوث التي كثيراً ما اصطدمت بعوائق ومشاكل عديدة، بعضها مرتبط بالمنهج الممكن استعمالها، وبعضها الآخر مرتبط بالتطبيقات العملية لهذه الوسائط وتأثيراتها السوسيوسلوكية، وأخرى ثالثة مرتبطة بالتداخل البحثي بين وسائل الإعلام الجديدة هذه ونظيرتها الكلاسيكية.

وفي هذه الورقة البحثية، يسعى الباحثان إلى محاولة حصر أهم المشاكل البحثية التي يواجهها الباحثون والطلبة في الجامعة الجزائرية أثناء تناولهم موضوعات مرتبطة بالإعلام الجديد، طارحين في هذا الصدد التساؤل الرئيسي التالي :
ما هي أهم المشاكل البحثية التي يواجهها المشتغلون على موضوعات الإعلام الجديد في الجامعة الجزائرية، وإلى أي مدى يمكن التحكم فيها وتجاوزها؟

وقد وضع الباحثان للإجابة عن هذا التساؤل الخطة التالية :

1- مقارنة نظرية عن الإعلام الجديد و البحث العلمي حوله: مسألة الموضوع...وقضايا المحتوى

2- الدراسات السابقة حول الموضوع

3- المشاكل التي تواجه بحوث الإعلام الجديد في الجامعة الجزائرية :

أ- مشكلة الخلط بين باراديجمات الإعلام الجديد والتقليدي.

ب- مشكلة ترجمة مصطلحات الإعلام الجديد.

ت- الإشكاليات المتعلقة بدراسة محتوى الإعلام الجديد.

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية

ث- الإشكالات الخاصة بوضع وضبط الإجراءات المنهجية الخاصة ببحوث الإعلام الجديد واختيار المقاربات المناسبة لدراسته.

ج. استلاب ابستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال ونظرياتها التقليدية على بحوث الإعلام الجديد.

خاتمة

2. مقارنة نظرية عن الإعلام الجديد و البحث العلمي حوله مسألة الموضوع...وقضايا المحتوى:

لقد اختار الباحثان في هذه المقاربة النظرية المختصرة الحديث عن ماهية الإعلام الجديد، والبحوث العلمية عموماً، ومن ثمة الحديث عن البحث العلمي في مجال الإعلام الجديد وتطبيقاته:

أ-البحث العلمي: يقصد به كل عملية منظمة للتوصل إلى حلول المشكلات أو إجابات عن تساؤلات تستخدم فيها أساليب الاستقصاء والملاحظة التي يمكن أن تؤدي إلى معرفة جديدة، وقد عرّف الكثير من الباحثين البحث العلمي لكنهم لم يتفقوا على تعريف محدد، ومرّد ذلك يعود أساساً لتعدد طرائق البحث العلمي وأساليبه، وزوايا النظر إليه،

فقد عرفه وايز ورفاقه بأنه "نشاط منظم موجه نحو جمع البيانات والمعلومات التي تتصل بأحد المجالات وتصنيفها وتحليلها وإعادة بنائها وتقويمها"، أما عند ترافيرز فهو "طريقة منهجية في الاستقصاء، وبأنه نشاط علمي يقوم به الباحث لحل (أو محاولة حل) مشكلة قائمة، أو لفحص موضوع معين واستقصائه من أجل إضافة أمور جديدة للمعرفة الإنسانية أو لإعطاء نقدٍ بناءٍ ومقارنة معرفة سابقة بهدف تقصي الحقيقة ونشرها"، فهو تحركٌ من المعلوم إلى المجهول بصورة منطقية بهدف اكتشاف حقائق جديدة، (جعفور، 2015)

إن البحث العلمي إذًا، هو وسيلة للدراسة التي يمكن بواسطتها الوصول إلى حل لمشكلة محددة، وذلك عن طريق الاستقصاء الشامل والدقيق لجميع الشواهد والأدلة التي يمكن التحقق منها، والتي تتصل بهذه المشكلة المحددة.

وللبحث العلمي مميزات عدة، أهمها الموضوعية والبعد عن التحيز الشخصي، بما يسمح لجميع الباحثين أن يتوصلوا إلى نفس النتائج باتباع نفس المنهج عند دراسة الظاهرة موضوع البحث، كما يتميز برفضه الاعتماد على العادات والتقاليد والخبرة الشخصية وحكمة الأوائل وتفسيراتهم للظواهر واستخدامها من أجل الوصول إلى الحقيقة، كون ذلك سيؤدي إلى الركود الاجتماعي والفكري، بالإضافة إلى تميزه بإمكانية التثبت من نتائج المتوصل إليها في أي وقت من الأوقات، وهذا يعني أن تكون الظاهرة قابلةً للملاحظة مع قابلية تعميم نتائج البحث العلمي والخروج بقواعد عامة يُستفاد منها في تفسير ظواهر أخرى مشابهة ومن ثمة الاستنباط والاستقراء عبر ملاحظة الظواهر وتجميع البيانات عنها بهدف التوصل إلى تعميماتٍ حولها، (الواصل، 1999).

فالببحث العلمي إذاً في تعريفه الإجرائي هو كما قال فان دالين "هو كل محاولة دقيقة ومنظمة وناقدة للتوصل إلى حلول لمختلف المشكلات التي تواجهها الإنسانية وتثير قلق وحيرة الإنسان" و "بولنسكي" الذي قال عنه بأنه "استقصاء منظم يهدف إلى اكتشاف معارف، والتأكد من صحتها عن طريق الاختبار العلم، فإنّ بإمكاننا تمييز مميزات، التي تتركز في كونه نشاطاً منظماً يهدف إلى حل مشكلة قائمة أو تفسير ظاهرة معينة أو تطوير ممارسة ما، وأنه محاولة منظمة هادفة أي تتبع أسلوباً أو منهجاً معيناً لزيادة المعرفة وتوسيع دائرتها. (جعفور، 2015)، وقد تبني الباحثان تعريفي دالين وبولنسكي كتعريف إجرائي لهذه الورقة البحثية، كونهما تعريفان جامعان مانعان مكثفان ودقيقاً ومعبّران عن الأهداف الحقيقية التي يستهدفه كل مجهود بحثي علمي.

ب-الإعلام الجديد: يضع عباس مصطفى صادق الباحث المختص في الإعلام الجديد وتطبيقاته عدة تعريفات لهذا الأخير، ويورد مجموعة من التعاريف العالمية الموثوقة، فيقول أنه في قاموس التكنولوجيا الرقمية يعرف بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة، وعند ليستر: "هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية

الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو، كما يشير هذا المصطلح إلى تلك العملية الاتصالية الناتجة عن اندماج ثلاثة عناصر أساسية هي الكمبيوتر والشبكات والوسائل المتعددة، (عباس صادق، 2008)، فهو إذًا كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدّم في شكل تفاعلي يدمج وسائط الإعلام التقليدية، وإن تعددت أسماؤه فمرّد ذلك أنّ خصائصه النهائية لم تتبلور بعد .

مع تنويعها سريعاً إلى كون ماهية الإعلام الجديد من حيث الأهداف وطريقة العمل تختلف كثيراً عن الإعلام التقليدي، ولها معايير وتقاليده وقواعد عمل تختلف عن الأخرى، فالأولى يمارسها صحفي هاو أو مواطن دون أجر ومن دون انتماء حقيقي لمؤسسة إعلامية، أما الثانية فيمارسها صحفي محترف ينتسب لمؤسسة إعلامية مقابل أجر معلوم وبعقدٍ (. Rendiero, 2003).

ت-بحوث الاعلام الجديد: مسألة الموضوع، وقضايا المحتوى: ويقصد ببحوث الإعلام الجديد كل دراسة متخصصة في موضوع معين يدور حول الإعلام الجديد، بناءً على مناهج وأصول علمية معينة، ويعد القيام ببحث علمي منهجي حول الإعلام الجديد أياً كان نوعه نظرياً أو تطبيقياً هو أولى المراحل العلمية و ليس نهايتها، و هي مسؤولية تتطلب من الباحث الأمانة العلمية وصحة نقل النصوص و التجريد في فهمها، و توثيقها بنسبها إلى أصحابها (بورقعة، منماني، 2019). لقد كان للإنترنت تأثير عميق على مواضيع البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال، إذ وفرت هذه الشبكة عدداً متزايداً من المنصات، وسهّلت طرق الوصول إليها للحصول على المعلومات واكتساب المعرفة وتبادلها وتحقيق أهداف التعلم الشخصية، كما أن وسائل الإعلام الاجتماعية هي الأخرى تقع ضمن تكنولوجيا الأنترنت التي تعزز فرص التفاعل الاجتماعي بين مستخدميها، فقد وفرت كوسائل بديلة للإعلام التقليدي ما يلي:

- المدونات التي تجعل المؤلفين ينشرون أعمالهم ويدعون المستخدمين إلى التعليق عليها.
- مواقع الشبكات الاجتماعية (الفيديسوك ، اللينكد إن ، إلخ) ولديها قدرات لتعزيز المجتمعات الافتراضية للتفاعل والتواصل بشكل متزامن أو غير متزامن.
- مجموعات "الويكي" التي لديها القدرة على تعزيز وتسهيل "الإبداع المشترك" من خلال المشاريع الأكاديمية المشتركة.
- توفر مواقع التدوين المصغر مثل Twitter مساحات لنشر الرسائل القصيرة جداً.
- توفر منصات مشاركة الفيديو والصور مساحات وفرصاً لمجتمع المستخدمين لنشر الصور ومشاركتها ، وممارسة البودكاست ومقاطع الفيديو وغيرها (Denish, 2014) .

إن تعدد الوسائط والروابط النصية، بالإضافة إلى ميزة التفاعلية والتغير المستمر. وغيرها من الخصائص ساهمت في إنشاء طبيعة معقدة اتسمت بها تطبيقات وتقنيات الإعلام الجديد، وهو ما جعلها صعبة الرصد ومن ثم التقييم والدراسة من قبل الباحثين في هذا المجال (إلهامي وآخرون، 2014). وقد أشارت العديد من الدراسات في المنطقة العربية إلى أن البيئة الإعلامية الرقمية تعيش تحديات كبيرة على مستوى البحث العلمي في الظاهرة الرقمية، وفي هذا الصدد تحديداً أوضحت دراسة الباحثة عزة عبد العزيز عبد الله هيمنة المنظور الوظيفي الذي يعتمد على الإحصاء، الرصد والتوصيف في معظم بحوث الإعلام الرقمي، (عبد الله، 2012) الأمر الذي وصفه السيد بخيت بـ "الأسلوب النمطي في معالجة بعض المشكلات البحثية دونما محاولة للتعمق في تحليلها وسبر أغوارها، مما جعلها بحوثاً سطحية، تسكنها استنتاجات نمذجة لا تقدم أي إضافة للعلم". (بخيت، 2015)

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية

تحت غطاء مبدئي "التقاطعية" و"التراكمية" اللذين يمتاز بهما البحث العلمي، قام الباحثان بمراجعة مجموعة من الدراسات السابقة، بما يسمح لهما بترتيب أفكارهما ووضعها في سياقها الصحيح، وتلافي تكرار الأخطاء السابقة أو إعادة نفس إجراءاتها، "فيعمد كل باحث إلى استعراض الدراسات السابقة والمشابهة حول موضوع دراسته والاستفادة من نتائجها وخبراتها الميدانية والعلمية حتى لا يقع في نفس الأخطاء، ولكي لا يكرر الأخطاء نفسها، أو لينطلق من حيث انتهت هذه الدراسات" (مسلم، 2011).

وعن أهمية مراجعة الدراسات السابقة، فيلخصها الثنائي بوب ماتيوز وليز روس في كونها "تساعد الباحث في عملية التحليل النقدي للموقف الراهن في مجال البحث، من خلال الإحاطة بما هو معروف فعلاً عن موضوع البحث، وعدم تكرار البحوث التي أجريت بالفعل (إلا في حالة ما أراد الباحث معالجة نفس القضية أو نفس البيانات لكن بطريقة مختلفة)، كما يُقصد بها تقييم الوضع الراهن للموضوع، عبر معرفة ما الذي دُرِس بالفعل وما الذي يتعين دراسته مستقبلاً، أو حتى اكتشاف الثغرات والنقائص في هذه الدراسات السابقة، وبطبيعة الحال التعرف على الاتجاهات النظرية والمنهجية التي تبناها الباحثون السابقون وإلى أي مدى حققت هذه الاتجاهات نجاحاً، ثم القيام بالمقارنة والمقابلة بين شتى المصادر وآراء الخبراء، ومن ثمة وضع البحث العلمي في سياقه" (ماتيوز، روس، 2016).

وفيما يلي، ثلاث دراسات سابقة تقترب من موضوع دراستنا هذه:

أ-الدراسة الأولى: "إشكاليات منهجية في أطروحات الدكتوراه لعلوم الإعلام والاتصال بالجزائر"، للباحثين أحمد فلاق وخالد لعلاوي، حيث يرى الثنائي بأن أطاريح الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر تعاني نقائص كبرى منذ سنوات، سببها تراكمات عملية شوّهت هذا التخصص لدرجة التفكير في جدوى هذه البحوث التي انتقلت من محاولة تقديم الإضافة إلى مجرد بحث إداري بغية الحصول على شهادة علمية حسبها،

وقد وجد الباحثان في ختام دراستهما أنه عند الاطلاع على بحوث الدكتوراه يمكن اكتشاف مواطن خلل كثيرة تطرح إشكالية التكوين العلمي الرديء في مجال علوم الإعلام والاتصال في الجزائر، وتطرح تساؤلات جادة حول مدى تعبير هذه الأعمال البحثية عن عملية البحث العلمي كنشاط فكري ومنهجي حقيقي قادر على تقديم الإضافة المرجوة. (فلاق، لعلاوي، 2018).

ب-الدراسة الثانية: "اتجاهات بحوث الإعلام الإلكتروني في الجزائر من سنة 2005 إلى 2010 - دراسة تحليلية" للباحثة عائشة كعباش، أين هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل اتجاهات الرسائل الجامعية المتخصصة في الإعلام الإلكتروني المنجزة على مستوى كلية الإعلام بجامعة الجزائر 03، خلال الفترة الممتدة بين سنتي 2005-2010 ومنهج البحث العلمي التي استخدمتها هذه الدراسات،

وبعد إجراء الباحثة دراسةً على عينة عمدية قوامها 25 رسالة جامعية، توصلت الدراسة لنتائج عدة، أهمها أن معظم الرسائل الجامعية محل التحليل كان لها اهتمام بموضوع آثار الإعلام الإلكتروني على المستخدمين، وكان الجمع بين أكثر من منهج علمي واضحاً، بالإضافة إلى أن الجمع بين أكثر من أداة هو الغالب في الرسائل التي تم تحليلها. (كعباش، 2016).

ج - الدراسة الثالثة: "المشكلات المنهجية في البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال" للباحثة ضيف ليندة، أين شرّحت هذه الدراسة المشكلات المنهجية التي تعترض البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في جميع خطوات إعدادها، انطلاقاً من اختيار الموضوع، ووصولاً إلى صياغة النتائج وتحليلها وتفسيرها، وحاولت الدراسة الدفع بالباحثين والدارسين لتجنبها، كونها تؤثر على عملية إجراء البحث وعلى طبيعة النتائج المتحصل من حيث الدقة والقيمة العلمية،

وقد اعتمدت الباحثة على أداة المقابلة المُجرّاة مع عدد من الباحثين في مجال علوم الإعلام والاتصال (عدد المقابلات والمبحوثين غير محدد على ما يبدو في هذه الدراسة (...!!))، من أجل معرفة مختلف الصعوبات المنهجية التي يواجهونها

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية

أثناء إجراء بحوثهم، وتوصلت الباحثة إلى أن أغلب الصعوبات تتمثل في اختيار موضوع البحث وضبط متغيراته، وصعوبة ضبط المجال التطبيقي للدراسة، وعدم القدرة على التحديد الدقيق للإجراءات المنهجية الخاصة بالبحث، إضافة إلى عدم القدرة على إسقاط المعارف النظرية الخاصة بالبحث تطبيقياً من خلال الأدوات البحثية المستخدمة. (ضيف، 2019).

3- أهم المشاكل التي تواجه بحوث الاعلام الجديد في الجامعة الجزائرية :

لقد ركزنا في دراستنا هذه على خمسة مشاكل كبرى تواجه الباحثين المهتمين بدراسة الإعلام الجديد والقضايا المرتبطة به منهجياً وبحثياً في الجامعة الجزائرية، وسنحاول اختصارها فيما يلي:

أ- مشكلة الخلط بين باراديغمت الاعلام الجديد والتقليدي: إذا كان الباراديغم يعرّف بأنه هو النموذج الفكري أو الإدراكي أو الإطار النظري الذي يضيفي شرعية ما على مختلف الأنشطة العلمية بشكل يسمح بتنسيق وتوجيه العمل البحثي داخل أطر هذا النموذج الفكري أو الاطار النظري ومسلماته، فإن هذه الكلمة لم تظهر كما هو شائع منذ أواخر الستينيات من القرن العشرين في اللغة الإنجليزية لتشير إلى أي نمط تفكير ضمن أي تخصص علمي أو موضوع متصل بنظرية المعرفة أو الإبيستيمولوجيا ما تشير إليه هذه الدراسات، بل إن الكلمة قديمة قدم اللغة نفسها، وكانت تستعمل حصراً في مجال اللسانيات والدراسات اللغوية، وكانت تشير في الأصل إلى "آليات حصر مفردة ما في مجال محدد". وبالعودة إلى الباراديغمت الخاصة بعلوم الإعلام والاتصال، فإن الجهل بهذه الباراديغمت وتلك القابلة للاستخدام والتطبيق على البحوث المتعلقة بالإعلام الجديد خلق مشكلة منهجية عميقة، أثرت عميقاً على العمل البحثي وقيمتة وبالتالي طرحت تساؤلات حول قدرة الباراديغمت الخاطئة أو غير المناسبة على تفكيك الظواهر المرتبطة بالإعلام الرقمي وتشريحه، ومنه عدم قابلية نتائج البحوث المرتكزة في الأساس على باراديغم خاطئ على التعميم.

إن العشوائية المسجلة أثناء اختيار الباراديغم المناسب في بحوث علوم الإعلام والاتصال عموماً وبحوث الإعلام الجديد خاصةً، تخلق مشاكل منهجية بالجملة قد تؤثر على جودة هذه البحوث، حيث يجهل كثير من الطلبة الباراديغم الذي تنتهي إليه دراستهم، كون عملية الانتقال عندهم لم تتم أصلاً على أساس وعي بأن أنموذج التناول للظاهرة في حد ذاته هو اصطفاً براديغمي. كما لا يُتبع الطلبة خطواتهم البحثية في أبعادها الفكرية والتقنية بالإجراءات المتوافقة مع هذا البراديغم، ما يؤدي إلى اختيار نظريات علمية تنتهي إلى براديغمت مختلفة، وبعضها غير متوافق تماماً مع الإعلام الجديد، كما أن الجهل بالخلفية المعرفية لكل أنموذج بحثي يُفقد البحث الدقة ووضوح الهدف، ويصبح عملاً عشوائياً يتخبط فيه الباحث بين التقصي الحقيقي عن الظاهرة المدروسة وإعطاء شرعنة علمية واتساقاً غير معقول لرؤى بحثية متباينة. (لعلوي، فلاق، 2018).

إن استعمال براديغم مناسب للبحوث المتعلقة بوسائل الإعلام التقليدية لا يعني أبداً أنه مناسب بالضرورة للاستعمال والتطبيق على الإعلام الجديد أو تقديم إجابات عن الإشكاليات المرتبطة به.

كما تبرز "مشكلة سيطرة الذعر الأخلاقي على الأبحاث" كما يسميها نصر الدين العياضي والخوف من استخدام براديغمت أخرى لندرة استعمالها أو صعوبتها، حيث سجل الثنائي لعلوي وفلاق تركيزاً شديداً على مقارنة الأبحاث بالبراديغم السلوكي الذي يعترف لوسائل الإعلام (وعلى رأسها الإعلام الجديد) بالقوة "شبه المطلقة" في التأثير على الجمهور ولكن بهاجس "ديني" بالدرجة الأولى حسيهما، لهذا تتردد المفاهيم المرتبطة بالقيم والدين والسلوكيات والأخلاقيات كثيراً في الأبحاث وفي تعبير الباحثين عن نتائج بحوثهم. (لعلوي، فلاق، 2018). ورغم "تجراً" البعض على استخدام البراديغم التأويلي أيضاً من خلال توظيف السيميولوجيا (التي تملك المؤسسة الأكاديمية الجزائرية تقاليد فيها) لكنها تبقى محدودة التأثير وتعتمد في غالبيتها على مقارنة رولان بارث فقط حسب دراسة لعلوي وفلاق دائماً.

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية

ب- مشكلة ترجمة مصطلحات الإعلام الجديد: إن للإعلام الجديد أو الرقمي مصطلحات تقنية وعلمية وبحثية دقيقة في اللغة الأم التي ظهرت فيها الدراسات البحثية التي تعنى بهذا المجال (لغتها الأم هي اللغة الانجليزية غالبا و بعض الاشتقاقات المأخوذة من اللغة اللاتينية)، وخلال السنوات القليلة الأخيرة، برز إشكال الترجمة العربية في الجامعات الجزائرية القادرة على التعبير "التأويلي" المناسب لمحتوى مفردات الإعلام الجديد بعيدا عن "الترجمة الحرفية" لمثل هذه المصطلحات، وإن كانت مشكلة الترجمة الحرفية أو التأويلية التي تحفظ "المعنى المراد توصيله" هي مشكلة تمس جميع التخصصات والميادين بما فيها علوم الإعلام والاتصال، إلا أن هذه المشكلة المنهجية تبدو على درجة أكبر من التعقيد عند ارتباطها بمصطلحات الإعلام الجديد، إما لجدة الموضوع أكاديميا أو لعجز اللغة العربية "الميتة" على تخليق وتوليد مصطلحات جديدة كما هو الشأن في "اللغات الحية" الأخرى، فيلجأ كثير من الباحثين والطلبة إلى ترجمة شخصية قد لا تكون دقيقة أو معبرة أو متفقا عليها ولا يوجد اجماع حولها، أو ببساطة يحتفظون بالمصطلح الأجنبي كما هو مع كتابته باللغة العربية.

فإذا كان المختصون في الترجمة يرون بأن المترجم المتخصص (بما في ذلك مترجمو مصطلحات الإعلام الجديد) الذين يعتمدون على "ولاء غريزي" يعتمد على "مبدأ الكلمة بالكلمة" سيؤدي بهم حتماً في نهاية المطاف إلى نتائج مضحكة وطائشة، فإن الأصح هو اعتماد "مبدأ المعنى بالمعنى" لتحقيق أفضل نتيجة، كون الترجمة ليست عملية نقل كلمات بل هي فعلٌ اتصالي يتحقق بنقل الرسائل عن طريق الكلمات وليس نقل الكلمات في حد ذاتها، من أجل خلق تأثير يجعل الفكرة أقرب ما يكون في ذهن القارئ إلى النص الأصلي. (دي، 2009).

وفي تخصص الإعلام الجديد برزت هذه المشكلة كذلك، أيتم ترجمة مصطلح الـ **NEW MEDIA** حسب معناه الحرفي أو معناه السياقي، فهل هو إعلام رقمي مرتبط بالانترنت ورقمنة الفعل التواصل، أو هو إعلام وسائط مرتبط بالتطبيقات وآثارها؟

وقد كان الباحث مصطفى عباس صادق من أوائل من نهوا لمشكلة ترجمة مصطلحات الإعلام الجديد إلى اللغة العربية والآثار المترتبة عن ذلك على دراسات الطلبة والباحثين، والذي أرجعه إلى عدم القدرة على ضبط ترجمة عربية موحدة له، لكون خصائصه النهائية لم تتبلور بعد حتى في العالم الغربي، وأعطى لذلك مجموعة من المسميات الغربية وما يقابلها في اللغة العربية حيث تدل الترجمات المتعددة للتطبيقات الإعلامية المستحدثة على وجود أرضية جديدة تماما لهكذا نوع من الإعلام، فهو الإعلام الرقمي **Digital Media** لوصف بعض تطبيقات الإعلام التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية كالتلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلى كل نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر ويطلق عليه الإعلام التفاعلي **Interactive Media** متى ما توفرت حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت وصحافة الإنترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة، كما اطلق عليه أيضا اسم الإعلام الشبكي **Online Media** المرتكز على خطوط الاتصال بالإنترنت، كما يطلق عليه تعبير الوسائط السيبرونية **Cyber Media** المأخوذة من تعبير الفضاء السيبروني **Cyber Space** المأخوذ من علم السيبرنيطيقا **Cybernetics** المعروف عربيا بعلم التحكم الآلي، (صادق، 2008) ويسجل الباحثان في هذا المقام، بأن ترجمة عباس صادق حاولت الجميع بين أسلوب المعنى والأسلوب الحرفي في ترجمة المصطلح بشكل واضح.

إن الإعلام الجديد وتقنياته، فرض على العالم ما يعرف بـ "التواصل عبر الترجمة **TMC**"، والذي يوقّر حدا "أقصى" من الاتفاق على المصطلحات بين اللغات العالمية بسبب تداعيات العولمة وانتقال العالم إلى حجمه الصغير والمترابط عبر الشبكة، وكذلك خدمة لما تقتضيه الحياة اليوم، (أوهاجن، اشوورث، 2015)، وهو الأمر ذاته الذي ينطبق على الإعلام الجديد الذي تحولت ترجمة مصطلحاته إلى مأزق منهجي وبحثي حقيقي يواجهه الطلبة والباحثون، وهو المأزق الذي تراوح

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية

موضوعه بين التساؤل عن كيفيات فعل الترجمة وبين الشروط المفروض توفرها في نقل المصطلحات وتأويلها في ميدان علوم الإعلام والاتصال عموما والإعلام الرقمي خاصة من حيث سياقها لا من حيث مفرداتها في اللغة العربية، على اعتبار أنّ السياق بمفهومه الواسع لا ينحصر فقط في الظروف التاريخية والاجتماعية والثقافية التي أنتجت فيها البحوث والمصطلحات المرتبطة بها، بل يعني أيضا الظروف المحيطة بتلقي هذا البحوث ومصطلحاتها المترجمة وتأويلها حسب جمال شاوش شعبان، والتي يرجعها إلى أسباب مختلفة قد يكون من بينها غياب تقاليد استغلال الدراسات في الحياة الاجتماعية وصعوبة ترجمة واستخدام المصطلحات الإعلامية، وحتى في تطبيق النظريات الغربية في السياقات المحلية العربية، أو بسبب إشكاليات منهجية وموضوعية ومعرفية في نفس الوقت، فالتعامل مع مصطلحات بحوث الإعلام والاتصال المترجمة (بما فيها مصطلحات الإعلام الجديد في شكلها الأصلي الغربي) وترجمتها بدون استيعاب لأصولها العلمية وخلفيتها المعرفية التي تسندها ستجعل من هذه المصطلحات في أغلب الأحيان مجرد كيانات بلا تاريخ ولا مردودية، أي مجرد أدوات صماء، لا تمكّننا من الفهم والتعامل والتداول، ولا يمكن أن تخلق لدينا تراكما معرفيا يمكننا من تطوير طرائق تعاملنا معها، وتخلق لنا قصورا واضحا في عملية تلقي مصطلح الإعلام الجديد وترجمته وبالتالي التعامل معه منهجيا وبحثيا، وهو القصور الذي يبدو ناجما في الأساس عن غياب الوعي بحقيقة أن الحديث عن منظومة مصطلحية لنظرية ما في الإعلام الجديد بمعزل عن التصور النظري الذي تؤسس له هذه النظرية وتنطلق منه هو حديث غير ذي جدوى لكون المصطلح لا يُدرك إلا من خلال موقعه داخل تصور نظري يمنحه مشروعيته الوجود والاشتغال (شعبان شاوش، 2015)، مما يعني أن نقل وترجمة المصطلح، هو نقل لهذا التصور وليس إعطاء مقابل عربي لمفردة أجنبية.

ج - الإشكاليات المتعلقة بدراسة محتوى الإعلام الجديد: ويمكن النظر إلى هذه الإشكالات المتعلقة بدراسة المحتوى من المناظير التالية:

- إن تعدد الوسائط والروابط النصية، بالإضافة إلى ميزة التفاعلية والتغير المستمر وغيرها من الخصائص، ساهمت في إنشاء طبيعة معقدة اتسمت بها تطبيقات وتقنيات الإعلام الجديد، وهو ما جعلها صعبة الرصد ومن ثم التقييم والدراسة من قبل الباحثين الإعلاميين.
- إشكالية التعامل مع كم هائل من البيانات المتاحة والتي يصعب دراستها بالتقنيات اليدوية التقليدية، كونها لا تتخذ مسارا واحدا، ولا تظهر بقالب واحد بل في عدة أشكال ومسارات، مما يستدعي الاستعانة بالبرامج التحليلية الآلية، وهو الأمر الذي اعتبرته مها عبد المجيد من بين الإشكاليات التي تعاني منها بحوث الإعلام الجديد، إذ أن الترميز الآلي والبرمجيات الإلكترونية المستخدمة في تحليل المضمون المنشور على الويب، يتجاهل مختلف السياقات الثقافية والاجتماعية التي تتم من خلاله عملية إنتاج المحتوى وتداوله والتفاعل معه، فغالبا ما سيؤدي إلى نتائج مضللة عند تطبيقه، وهو ما يخلق لنا تحدي معرفة أيديولوجيات وتوجهات الرسائل.
- مشكلة المصادقية في دراسات محتوى وسائل الإعلام الجديدة، والتي يمكن أن تنتج من وجود بيانات غير دقيقة لبعض جوانب استخدام المواقع الإلكترونية أو وسائل التواصل الاجتماعي، فلا يمكن عكس عدد مرات المشاهدة التي يقدمها موقع اليوتيوب Youtube كمعلومة دقيقة على كثافة مشاهدة مقاطع الفيديو المنشورة عليه، وبالمثل فإن عدد المعجبين بصفحة ما على الفيسبوك لا يعني بالضرورة أنهم يترددون عليها باستمرار ويتفاعلون معها، خاصة بعدما ظهرت جوانب تجارية وترويجية تتيح إمكانية شراء أعداد المتابعين للحسابات الإلكترونية على تلك المواقع. (علي، 2019)

وفي حوصلة لما تقدمه أعلاه حول الإشكاليات المتعلقة بدراسة محتوى الإعلام الجديد تحضرنا دراسة الباحث سكولاري التي قدمت تحليلا لـ "واقع دراسات الإعلام والاتصال من خلال تحليل سمات البحث العلمي والتنظيري حول وسائل

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية

الإعلام الجديد"، وبينت أن التكنولوجيا الرقمية أثرت على الأطر النظرية المفسرة لظواهر الإعلام الجديد منذ ظهورها، ويظهر ذلك من خلال :

- بروز بعض النظريات المتعلقة أساسا بالكمبيوتر والاتصالات الشبكية، كنظرية النظم والمعلومات في الفترة الممتدة ما بين 1960- 1984 .
- الاعتماد على ما تقدمه علوم أخرى من نظريات، كتوظيف نظريات المعرفة، وعلم النفس، والعلوم السياسية، وكذا الاقتصادية، وعلم الاجتماع والثقافة والتكنولوجيا...
- أما في السنوات الأخيرة فقد استندت البحوث النظرية على تطبيق نظريات الاتصال التقليدية، كما عمد الباحثون على استحداث نظريات جديدة خاصة بالإعلام الجديد، من بينها نظرية الشبكة **Network Theory** ونظرية الفاعل على الشبكة **Actor Network Theory** وغيرهما (رحموني، 2018).

د - مشكلات خاصة بوضع وضبط الإجراءات المنهجية الخاصة ببحوث الإعلام الجديد واختيار المقاربات المناسبة لدراسته: إذا كانت الخطوات المنهجية هي التي تحدد مسار البحث والطريق الذي سيسلكه الباحث لتحقيق أهداف بحثه وإجابة عن تساؤلات دراسته فإن هذه الخطوات "البديهية" ليست بديهية في الحقيقة عند كثير من دارسي الإعلام الجديد. وقبل الحديث عن هذه المكالات المنهجية، يبرز لنا موضوع النمو غير المتوازن بين وسائل الإعلام وبحوثها، حيث أنّ هناك نموا غير متوازن بين وسائل الإعلام وبحوثها، فبالرغم من التغيرات الملحوظة التي لحقت بوسائل الإعلام والاتصال في السنوات الأخيرة، لم يواكبه تقدم ملموس في بحوث الإعلام وعلى الأخص من حيث النوعية، ومع التطور السريع في مجال الإعلام، وارتباده آفاقا واسعة، وتطويعه للتقنيات والمستحدثات التكنولوجية واستيعابه لها، وظهور ما يسمى بالإعلام الجديد بأشكاله وخصائصه، وأثاره، واختلافه عن الإعلام التقليدي، تزداد الهوة المعرفية لما وصل إليه الإعلام حاليا وبين الأساليب والإجراءات المتبعة في الدراسة والبحث فيه، ولعل هذه الفجوة تترجمها جل الصعوبات والتحديات التي تواجه الباحثين ومختلف الإشكاليات التي توصلوا إليها، سواء على مستوى النظري المنهجي والإجرائي (العلمي، 2019).

إن أغلب الباحثين خاصة المبتدئين منهم لا يمتلكون تصورا منهجيا واضحا عن كيفية بناء الإشكالية المدروسة حول الإعلام الجديد، سيما أنه لا توجد قوالب جاهزة لبنائها، كما لا يستطيع أغلب الباحثين تفكيك مشكلة الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي إلى تساؤلات فرعية تغطي موضوع الإعلام الجديد محل البحث، ويجدون صعوبات كبيرة في القيام بهذه الخطوة المهمة في البحث والتي تنقله من النظري نحو التطبيقي. كما لا يدرك بعض الباحثين المعايير التي يجب أن تتضمنها الإشكالية و التي تتمثل في الوضوح، والدقة والإيجاز، وأن تكون واقعية ولها صلة بموضوع البحث وتضم جميع عناصر المشكلة وتعبّر عنها، فيبقون تائهين بين الاختلافات المنهجية بين الأساتذة و الدارسين في التمييز بين هذه العناصر، كما لا يدرك معظم الباحثين أن القراءة المتعمقة والدقيقة لموضوع البحث هي التي تكسب الباحث رصيدا معرفيا يؤهله لبناء إشكالية البحث، وإعطاء تصور دقيق لما يريد أن يبحث فيه انطلاقا من الأهداف العامة للبحث (ضيف، 2019)، وهو ما يفسر صياغة إشكاليات بعض بحوث الإعلام الجديد بأسلوب إعلامي أكثر منه أكاديمي، وبمستوى رديء ناقص .

كما نسجل مشكلة عينات الدراسات التحليلية، حيث تؤكد الباحثة لبنى رحموني أن الانترنت لا توفر في الغالب بيانات دقيقة عن المجموعات والمدونات والفضاءات التي يتفاعل من خلالها المستخدمون وهو ما يضطر الباحث في مجال تحليل المضمون إلى اختيار عينات قصصية وفق مؤشرات يقدمها هو قد تكون غير موضوعية، وتضيف الباحثة المصرية مها عبد المجيد أن الدينامكية المستمرة لمحتوى الإعلام الجديد، سواء كانت بالإضافة، الحذف، التطوير، أو بالإخفاء؛ هو أمر يضع

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية

إشكالية أمام الباحثين سواء عند تحديد وحدات المعاينة، أو عند الرغبة في تطبيق اختبارات الصدق والثبات، أو إعادة تحليل مضمون سبق تحليله من قبل.

كما أن كثيراً من الدراسات الاتصالية والاجتماعية المرتبطة بالإعلام الجديدة هي "رهينة المفاهيم المفاهيمية" حسب رضوان بوجمعة، حيث يعتقد الكثير من منظري المدارس الاجتماعية المعاصرة، كالظاهريّة الاجتماعية والتفاعلية الرمزية على أن أهم مشكل أوصل علوم الإعلام إلى الأزمة التي عاشها و يعيشها هو ارتباط دراسات بالقوالب الجاهزة المتعلقة بالمبادئ والقواعد النظرية البعيدة عن الواقع كما يعيشه الناس في عالم الحياة اليومية، لذلك فإن أهم تحدٍ يواجه اليوم الدراسات الاجتماعية والاتصالية على حد سواء وفي دراسات الإعلام الجديد تحديداً، هو التحرر من علم الإعلام الفرضي والاقتراب من علم إعلام الفهم، والتحرر من الفرضيات التي توجه البحث وتقيد أكثر مما تؤطره، والابتعاد عما يسميه نفس الباحث بـ "بالمفاهيم المفاهيمية" والذي يقصد به أن المفهوم (البحثي الإعلامي) قبل نشأته قد مرّ حتماً من خلال الذهاب إلى الميدان، ثم إلى عالم الحياة اليومية، ومنه إلى المجتمع الذي ينتج المعاني، فالواجب على الباحث ألا ينغلق في عالم الأدبيات، وأن يقترب أكثر من الميدان. (بوجمعة، 2009)

هـ - استلاب ابستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال ونظرياتها التقليدية على بحوث الإعلام الجديد: تقول الباحثة فريدة صغير عباس أنه كثيراً ما تم تجاهل دراسة الإعلام الجديد كوسيلة إعلام واتصال والاكتفاء بالتركيز على وسائل الإعلام التقليدية في الوقت الذي يفتح فيه الاهتمام بدراسة هذه الوسيلة الجديدة أفقا رحبا أمام الدراسات الإعلامية والاتصالية، كون الإعلام الجديد هو في الحقيقة دمج بين وسائل الاتصال التقليدية والجديدة معا، الأمر الذي ولّد أنماطا إعلامية جديدة، وخلق مداخل جديدة في مجال فاعلية الجمهور والتكنولوجيا وطبيعة المضمون ورجع صدى، وبالتالي أجبر باحثي الاتصال على إعادة التنظير والتأصيل لكثير من المفاهيم والنظريات الاتصالية الإعلامية السائدة، وخلقت تساؤلات من قبيل: أيّ من حلقات الاتصال سندرس وبأي منهج؟ وهل سندرس المرسل أم مضمون الرسالة أو الجمهور المتلقي للرسائل أم التقنية أو الوسيط المستخدم في عملية الاتصال هذا؟ وهل ستصلح المناهج البحثية المتعارف عليها في شكلها التقليدي كما هو الحال في العلوم الانسانية للبحث في المواد الخاصة بالإعلام الجديد أم لا؟ (صغير عباس، 2019).

إن هذه التساؤلات "المشروعة" هي ما يدفع كثيرا من باحثي الإعلام الجديد في الجامعة الجزائرية إلى استلاب نظرات الإعلام القديم وإسقاطها على الإعلام الجديد، فبرزت لنا نماذج "مشوهة" في نظر كثير من الباحثين المخضرمين، نظرية الاستخدامات والإشباع في الإعلام الجديد، ونظرية الأجندة الرقمية، وكذا نظرية الفضاء العام الافتراضي، وغيرها من النظريات المستلبة في مجملها من نظريات الإعلام الجماهيري التقليدي ومحاولة ربطها بالإعلام الجديد بدلا من وضع نظريات مستقلة خاصة بالإعلام الجديد حصراً (ولو أن هناك محاولات غربية حديثة في هذا الشأن، لكنها مازالت في بداياتها، ولم تنضج لدرجة التحول إلى نظريات لها مسلماتها الخاصة باستثناء عدد محدود جدا من المحاولات الناضجة والخاصة بالإعلام الجديد أهمها نظرية المجتمع الشبكي لكاتسز ونظرية الهوية الافتراضية..

لقد استعان معظم الباحثين في دراسة المجال محل الحديث بنفس الأساليب والأدوات البحثية والمداخل النظرية التي اعتادوا استخدامها في دراسة وسائل الإعلام التقليدية حسب الباحثة مها عبد المجيد، وذلك برغم عمق الاختلاف بينها وبين الظواهر التي تنتجها بيئة الإعلام الجديد (عبد المجيد، 2016).

وفي هذا الصدد تحديداً، يؤكد السيد بخيت على هيمنة التيار البحثي التقليدي بحثيا، منهجيا، وحتى في مجال التدريس، باعتبار أن الانترنت وما نتج عنها هو امتداد للوسائل التقليدية وليس بديلا عنها في نظر كثير من الباحثين (بخيت، 2014).

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية

وإذا كان مصطلح "الاستلاب" يقصد به استيراد واقع أو نظريات أو افكار قد لا تكون بالضرورة مناسبة أو مُعبرة عن ماهية الشيء محل الدراسة (الإعلام الجديد في حالتنا هذه) ، فإن ذلك سيؤدي لا محالة لخلق مشكلة منهجية عويصة، تحتاج حلولاً سريعة وفعالة، وبالتالي الابتعاد عن تبعية تنظرية محتملة للإعلام التقليدي من الإعلام الجديد .

ختاماً، وبالإضافة إلى المشكلات الخمس التي ركّز عليها الباحثان أعلاه، تضيف لنا الباحثة عيواج بذراع بضع مشكلات أخرى متعلقة في مجملها بالمشاكل المنهجية التي تواجه الباحثين في علوم الإعلام والاتصال عموماً، بما في ذلك أولئك الذين يبحثون في الإعلام الجديد والعمليات المرتبطة به، ولا بأس بإدراجها هنا دون تعمّق، تعميماً للفائدة واستخلاصاً للمشاكل :

- اختيار المواضيع الشاملة، كأن يختار الباحث العلمي موضوع تأثير الإعلام الجديد على الطفل، فهذا الموضوع جداً شامل وواسع يحتاج إلى تحديد أكثر،

- اختيار المواضيع المستهلكة، إذ أن هناك تشبعا في الكثير من المواضيع الاتصالية والإعلامية، فالأفضل الإتيان بالجديد، أو البحث في مواضيع مستهلكة لكن من زوايا جديدة.

- اختيار مواضيع تدور حولها مشاكل عديدة، وقد تعرض الباحث لضغوطات تهدد أمنه،

- اختيار مواضيع البحث العلمي التي لا تتوافق مع الميول والرغبات الخاصة بالباحث.

- اختيار موضوع بعيد عن التخصص، حيث من شأن هذا أن يصعب على الباحث موضوعه، (عيواج، 2020)

4. الخاتمة

إن العرض الموجز الذي قدمه الباحثان أعلاه يُظهر لنا بوضوح بروز مشكلات منهجية عديدة بُعيد دخول الإعلام الجديد إلى قائمة المواضيع التي تثير اهتمام الطلبة والباحثين في الجامعة الجزائرية، وهي مشاكل يعتبر ظهورها تحصيل حاصل متى ما تم تناول موضوع هام وحيوي مثل موضوع الإعلام الجديد بطريقة غير سوية علمياً ومنهجياً، وبشكلٍ قد يؤثر على قيمة هذه البحوث ومصادقيتها وبالتالي إمكانية الاعتداد بها والأخذ بمخرجاتها.

لقد حاول الباحثان حصر أهم المشكلات التي قد تواجه باحثي الإعلام الجديد، وبقي لنا فقط أن ننوّه إلى أنّ الموضوع محل التحليل يبقى صفحةً مفتوحةً على قراءات متعددة بتعدد مستويات فهمها من جهة، وقراءات متعددة حسب درجة ارتباطها بالمستوى الفكري والبحثي لصاحبها حول الإعلام الجديد، وهي القراءات التحليلية التي تمثل تقاطعاً لتشكيلات منهجية وقرائية وتطبيقية، كما أنها قراءاتٌ تتنوع وتباین من باحثٍ إلى آخر، الشيء الذي يترك المجال واسعاً لقراءة مشاكل البحث في الإعلام الجديد من زوايا أخرى متعددة ومختلفة.

5. المراجع

أ- باللغة العربية:

1. أحمد فلاق وخالد لعلاوي: إشكاليات منهجية في أطروحات الدكتوراه لعلوم الإعلام والاتصال بالجزائر، مجلة الاتصال والصحافة، المجلد 1 العدد 8، 2018، ص 96.
2. بوب ماتيوز وليز روس: الدليل العملي لمنهج البحث في العلوم الاجتماعية، ترجمة محمد الجوهري، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2016، ص 212 213.
3. جعفرور ربيعة: محاضرات في مقياس منهجية البحث العلمي، مطبوعة علمية من جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015، ص 7.
4. جمال شعبان شاوش: إشكالية ترجمة المصطلحات وتأويلها في بحوث علوم الإعلام والاتصال، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، عدد 2، مجلد 2، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015، ص 68.
5. جون دي: الترجمة الأدبية، رحلة البحث عن الاتساق الفني، ترجمة محمد فتحي كلفت، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2009، ص 86.

المشكلات المنهجية لبحوث الإعلام الرقمي في الجامعة الجزائرية

6. حسام إلهامي، أحمد سمير حماد، مها عبد المجيد، مناهج البحث في الإعلام الجديد، شركة الوابل الصيب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014. ص 45.
7. رضوان بوجمعة: ابستمولوجيا علوم الاتصال: أزمة فهم بنية الاتصال في المجتمع الجزائري، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 9، العدد 18، 2009، ص 15.
8. سامية العلمي: واقع بحوث الإعلام الجديد في الجامعات الجزائرية، دراسة تحليلية من المستوى الثاني، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أم البواقي، 2019، ص 52.
9. سميرة بورقعة، ومباركة منماني: كيفية استخدام المنهج الكمي والكيفي وإمكانية الجمع بينهما في بحوث علوم الإعلام والاتصال، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، جامعة الجلفة، عدد خاص، نوفمبر 2019، ص 125.
10. (ال) سيد بخيت، الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي قراءة تحليلية، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، المملكة العربية السعودية، 10-11 مارس 2015.
11. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 30.
12. عبد الرحمن بن عبد الله الواصل: البحث العلمي- خطواته ومراحل، منشورات وزارة المعارف السعودية، الرياض، 1999، ص 17.
13. عدنان أحمد مسلم و أمين صلاح عبد الرحيم: دليل الباحث في البحث الاجتماعي، مكتبة العبيكان، الرياض، 2011، ص 40.
14. عزة عبد العزيز عبد الله، الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني، دراسة من منظور تحليلي نقدي، مؤتمر السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الإعلام الجديد... التحديات النظرية والتطبيقية، المملكة السعودية، 15-16 أبريل 2012.
15. عيواج عذراء: رؤية منهجية حول اختيار الموضوع وتحديد مشكلة البحث في بحوث علوم الاعلام والاتصال، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام الرأي العام، المجلد 3، العدد 1، جوان 2020، ص 25.
16. فريدة صغير عباس: بحوث علوم الإعلام والاتصال، أي تموقع ابستمولوجي في ظل الإعلام الجديد؟، مجلة التراث، العدد 30، المجلد 01، 2019، ص 66.
17. كعباش عائشة: اتجاهات بحوث الإعلام الإلكتروني في الجزائر من سنة 2005 إلى 2010، دراسة تحليلية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 15، مارس 2016، ص 61.
18. لبنى رحموني: البحوث الإعلامية في عصر شبكات التواصل الاجتماعي: الثابت والمتحول، مجلة دراسات، جامعة عمار ثليجي، الجزائر، العدد 62، 2018، ص 121.
19. ليندة ضيف: المشكلات المنهجية في البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 2، العدد 4، ديسمبر 2012، ص 37.
20. ميناكو أواهجن، ديفيد آشورث، التواصل عبر الترجمة في عالم رقمي، ترجمة محمد عبد العاطي مسعود، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2015، ص 29.

ب- المراجع الأجنبية مرتبة ترتيباً ألفبائياً:

1. Denish , Social Media as tool for Conducting Academic Research, International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering 4(1), January - 2014, pp. 962-967

2. Mark Fonseca Rendeiro: Defining Alternativeness: The Meaning Alternative Journalists give to their work, International School for Humanities and Social Sciences, Universiteit van Amsterdam, 2003, p12