

المحاضرة الثامنة:

المنهج الإثنوغرافي

بدايات استخدام المنهج الإثنوغرافي وتطوره:

أمام عجز الدراسات والبحوث الإمبريقية -الكمية- في دراسة وتفسير السلوكيات الاتصالية للمتلقي، وكيفية تفاعله مع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها من مختلف الوسائل الإعلامية، ظهر توجه جديد في دراسة سلوك المتلقي أو الجمهور، يتمثل في المنظور أو المقرب الإثنوغرافي في دراسات الجمهور، وقد كانت البداية مع الأبحاث التي أجراها دافيد مورلي "David Morley" في منتصف الثمانينات حول الاستعمالات الأسرية للتلفزيون، وما طرحه من مفاهيم "سياق المشاهدة" (Viewing)، "السياق المنزلي" (context)، والديناميكية العائلية، وهذا مع طرحه لنموذج التفاعل والتأويلات، حيث اقترح فكرة وجوب فهم التكنولوجيا كنظام تقني ومادي واجتماعي وثقافي، من خلال الاعتماد على المقاربة الإثنوغرافية لرصد التفاعلات التي تحدث بين أفراد الأسرة الواحدة في سياق عائلي معقد مليء بالممارسات والنقاشات الجماعية، أين اتخذ الأسرة كوحدة تحليل جزئية من المجتمع ككل.

وبذلك احتل عمل "Morley" المتصل بإثبات الطابع الفاعل للجمهور داخل الدراسات الثقافية قدرا كبيرا من الأهمية، إذ سمح للعديد من الدراسات باتخاذ كمرجعية ومنهجية لأعمالهم، وتتمثل بعض أعمال هذا الأخير فيما يلي:

- **جمهور برنامج "Nationzide"**: تعتبر هذه الدراسة (1980) بمثابة تحول فاصل في الاتجاه البحثي لما يعرف بالدراسات الإعلامية، فقد ركزت هذه الدراسة على تحليل برنامج إخباري بريطاني موجه إلى جمهور واسع غير متجانس، يتكون من 29 مجموعة كانت قد شاهدت هذا البرنامج في BBC1، وتعكس هذه المجموعات بنيات اجتماعية واقتصادية مختلفة.

وقد توصل الباحث إلى نتيجة مفادها أن النص لا يتم إنتاجه بطريقة معزولة وإنما تتدخل فيه مجموعة من الشروط التاريخية تعطي للنص دلالاته من جهة، ومن جهة ثانية أعاد التوكيد على أن الرسالة متعددة المعاني (le message est) نتيجة لتعددية القراءات.

- **تلفزيون العائلة (family television)**: لقد كتب "Stuart Hall" في مقدمة كتاب "David Morley": "التلفزيون العائلي، السلطة الثقافية والترفيه المنزلي"، قائلا: "إن التصورات الفردية للمشاهد، وللجمهور، وحتى للتلفزيون ذاته قد ارتحلت -نهائيا على الأقل حسب ما نتمناه- بفضل التشديد على الاختلافات والمتغيرات، وإن خريطة التغيرات ناتجة عن العوامل التي تعمل في السياقات الاجتماعية للمتلقى التي شرع "Morley" في إنجازها. وإن ما تكتشفه هذه الخريطة بصفة عامة هو التفاعلات الرقيقة بين المعنى والمتعة والاستخدام والاختيار. وبالتالي تندرج هذه الدراسة ضمن النظريات التي اعتبرت الجمهور بأنه نشط وفعال في تعرضه للخطاب الإعلامي، حيث انتقل "David Morley" في هذه الدراسة من التركيز على دراسة مضامين وسائل الإعلام إلى بحث إشكالية الجمهور من خلال

معرفة الكيفية التي يكون بها الجمهور معانيه نتيجة تعرضه للنصوص الإعلامية، ومن ثمة فإن مبدأ فك التشفير الذي اعتمد عليه في دراسته الأولى ترك المجال لدراسة "سياق المشاهدة التليفزيونية وصيرورتها"، والتي تعتبر منهجية رئيسية لفهم النشاط الذي يقوم به المتلقي من خلال مشاهدته لبرنامج معين.

كما كانت هذه الدراسة تهدف إلى اكتشاف مختلف التفاعلات التي تحدث بين أعضاء العائلة أمام جهاز التليفزيون -بطبيعة الحال أثناء المشاهدة- وذلك في السياق الطبيعي لتلقي البرامج التليفزيونية أو كما يسمى المحيط العائلي، علماً أن الدراسة اشتملت 18 عائلة إنجليزية مكونة من شخصين بالغين وطفلين، ينتمون في أغلبيتهم للطبقة العاملة وهم الملاحظين والمستجوبين في هذه الدراسة، وكان الهدف الأساسي لـ "Morley" في هذه الدراسة هو اكتشاف الاختلافات بالنسبة لكل عائلة ولكن أيضاً بين العائلات في حد ذاتها في سياق المشاهدة التليفزيونية من جهة، واهتم من جهة ثانية بسلطة الاختيار بين الجنسين، علماً أنه لم يهمل إطار التحليل لبنية الجمهور على مستوى الطبقة والتعليم والإيديولوجية التي يعتنقها الأفراد حيث اعتبر الطبقة الاجتماعية عاملاً أساسياً يؤثر بطريقة مباشرة في كيفية المشاهدة ومختلف التأويلات التي يتوصل إليها الأفراد.

من هذا المنظور درس "Morley" كيفية استهلاك الجمهور للتليفزيون وذلك في إطار اجتماعي-تقني وثقافي واسع، من خلال فهمه للتعقيد الذي تتسم به ظاهرة التلقي انطلاقاً من طريقة تعامل كل عائلة مع التكنولوجيات المنزلية ومختلف التأويلات التي تصاحب سياق المشاهدة.

وانطلاقاً من هذا الاعتبار، فإن الباحث حاول اكتشاف مختلف التفاعلات التي تحدث داخل الأسرة حول شاشة التليفزيون، حيث يحتل هذا الأخير مكانة هامة في النشاط العائلي وتوليد مختلف القراءات الخاصة بهم من خلال المعنى والمتعة والاستخدام والاختيار.

ومع رواج الانترنت في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي، ومع استخداماتها الواسعة من قبل فئات المجتمع خاصة الأطفال والشباب، وظهور مفاهيم جديدة كالجمهور الإلكتروني "E-audience"، والجمهور القادر على التواجد في المكان والزمان "Ubiquitous audience"، وغيرها من المفاهيم الجديدة المتعلقة بالجيل الإلكتروني، استمرت البحوث الإثنوغرافية، منها دراسة قام بها "ميلر سلايتر" حول استخدام الانترنت في العمل ولدى الأطفال في منطقة "ترينيداد"، ودراسة "بيتريز" حول دور منتديات الدردشة في تغيير النسيج الاجتماعي وبناء علاقات عاطفية جديدة، إضافة إلى العديد من الدراسات اللاحقة، والتي أنجزت ولازالت تنجز من أجل معرفة كيفية تفاعل الأفراد مع الانترنت، والآثار التي تحدثها على سلوكياتهم واتجاهاتهم.

ب- مفهوم المنهج الإثنوغرافي:

ويعني مصطلح الإثنوغرافيا العلم أو الأداة التي تهدف إلى الدراسة الوصفية والتحليلية في الميدان لعادات وأعراف شعوب محددة، وكانت في بدايتها الأولى تهتم بدراسة الشعوب البدائية، وتتكون الكلمة من جزأين الجزء الأول "اثنو" وهي مأخوذة من الكلمة اليونانية "ethno"، وتعني أي نوع من الكائنات ذات الأصل أو الظرف المشترك، أما الجزء الثاني "غرافيا" المأخوذة هي الأخرى من الكلمة اليونانية "graphie"، أي صور، وعليه فإن

الاثنوغرافيا تعني لفظيا "وصف الشعوب، وتعني تحديدا أعمال الباحثين الذين يبحثون في طبائع الشعوب ودورات حياتهم".

ويرى أوجبو "Ogbu" أن البحث الإثنوغرافي طريقة وأداة لفهم أساليب مجتمع أو جماعة ما، وطرقه في الحياة اليومية، من خلال معرفة أفكار أعضائه ومعتقداتهم وقيمهم وسلوكياتهم، وما يصنعونه من أشياء يتعاملون معها، ويتم ذلك عن طريق الملاحظة بالمشاركة في الوضع الطبيعي الحياتي من جانب الباحث.

ت- خصائص المنهج الإثنوغرافي:

- وتظهر خصائص المنهج الإثنوغرافي ومميزاته فيما يأتي:
- يعتمد المنهج الإثنوغرافي في جمع بياناته أساسا على الملاحظة، خصوصا الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة المفتوحة المتعمقة مع عينة الدراسة.
- ينطلق المنهج الإثنوغرافي من مفهوم نظري وفلسفي مناقض لمفاهيم البحوث التقليدية، ففي حين يسعى البحث الكمي الإحصائي إلى تحديد الأسباب، والتنبؤ وتعميم النتائج، يسعى البحث الإثنوغرافي إلى التبصر، والفهم، والاستكشاف، ودراسة السلوك الإنساني من خلال التفاعل بين الباحث والمبحوثين، وعبر الفهم المتعمق لشعور وأحاسيس وأفكار ومعتقدات المبحوثين، ومن ثم ينتج من هذا التحليل الكيفي نوعا من المعرفة يختلف عن نتائج البحث الكمي.
- يتميز المنهج الإثنوغرافي بالمرونة في الطريقة والتحليل، كما أنه بحث غير مقنن، فلا يخضع لضبط سابق للمتغيرات، كما أن له القدرة على الكشف عن الظواهر العفوية التي تظهر من خلال الممارسات والسلوكيات غير المقصودة خلال إجراء الدراسة.
- يوصف البحث الإثنوغرافي بأنه بحث تفاعلي، يتطلب وقتاً طويلاً للملاحظة، والمقابلة، وتسجيل المعلومات كما تحدث بشكلها وفي مواقعها الطبيعية، ويستغرق البحث الإثنوغرافي أوقاتا طويلة تتراوح بين أشهر إلى عدد من السنوات.
- يركز البحث الإثنوغرافي على وصف السياق، دون محاولة من الباحث فرض نظامه أو معتقداته على الموقف البحثي، ويقوم البحث الإثنوغرافي على افتراض أن السلوك الإنساني يتأثر تأثرا كبيرا بالبيئة التي يحدث فيها، وعليه، فالفهم الحقيقي للسلوك يتطلب منا فهم تلك البيئة، أو السياق، بصورة متكاملة، ولذا فإن جمع البيانات والمعلومات يجب أن يجري في مواقعها وسياقاتها الطبيعية، وحيث تتم عملية تفسير البيانات في إطار السياق ذاته.
- أن تعميم النتائج ليس هدفا، فالمهم هو الوصف الدقيق والمتعمق للموقف موضوع الدراسة.
- يركز البحث الإثنوغرافي على دراسة حالة اجتماعية معينة، أو حدث معين، وتقديم فهم شمولي عن الحالة أو الحدث، ويعتمد هذا الوصف على النص أكثر من اعتماده على الأرقام، ولذلك فإن البحوث الكيفية تعتمد في عرضها للنتائج على التحليل والتفسير لإجابات المبحوثين واستخلاص الرؤى منها.
- على الباحث الإثنوغرافي أن ينظر إلى السلوكيات والممارسات الاجتماعية نظرة كلية شمولية، ضمن إطار الأبعاد الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية والتنظيمية،

وأن يعتمد لتحقيق ذلك عددا من الأدوات، أبرزها المقابلة المتعمقة، والملاحظة بالمشاركة، وتحليل الوثائق والمجلدات، ودراسة الآثار المادية والسير الذاتية.

المراجع المعتمدة:

- وليدة حدادي: منهجية البحث في الدراسات الإعلامية (الأسس النظرية والإجراءات التطبيقية)، دار أسامة، عمان، 2020.
- د. وليدة حدادي: مناهج البحث الإعلامي (الأسس العلمية ومجالات التطبيق)، كتاب "سؤال المنهج في العلوم الاجتماعية (بين الخرائط الفلسفية والإجراءات البحثية)"، جمع و إشراف وتقديم: د. عبد الرزاق بلعقروز، منتدى المعارف، بيروت، 2019.
- **The Routledge Companion to Digital Ethnography**
Hjorth, Larissa; Horst, Heather; Galloway, Anne; Bell, Genevieve (Eds.).
London: Routledge, 2017.
- **Audiovisual and Digital Ethnography: A Practical and Theoretical Guide**
Grasseni, Cristina et al.
London: Routledge, 2021.
- **Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday**
Hine, Christine.
London: Bloomsbury Academic, 2015.