تمهيد:

إن الاهتمام بالدراسات الإثنوغرافية في تخصص الإعلام و الاتصال شكل منعطفا في تاريخ الدراسات و البحث في هذا التخصص، وأعطى الفرصة لبناء منظور مختلف في البحث يرتكز إلى التخلي عن المقاربات الكمية لحساب الاهتمام بالمقاربات الكيفية، لذلك انتشرت الدراسات الإثنوغرافية الخاصة بجمهور وسائل الإثنوغرافية الخاصة بجمهور وسائل الإعلام.

أولا-مبررات تطبيق المنهج الإثنوغرافي في بحوث الإعلام و الاتصال :

يعود ظهور الدراسات الإثنوغرافية في بحوث الإعلام إلى ثمانينات القرن الماضي، و بالتحديد إلى الدراسات الثقافية في بريطانيا بداية التسعينات ، حيث ركزت على بناء منظور نقدي لطبيعة تاثيرات وسائل الإعلام، ووجهت انتقادات كثيرة إلى المناهج الكمية المستخدمة في دراسات الاتصال ، ويعود توجه بحوث و الدراسات الإعلامية و الاتصالية نحو المنهج الإثنوغرافي لفهم ظواهر الإعلام و الاتصال ، وهو يعتبر الرهان لفهم مشكلات الإعلام بشكل خاص ، نظرا لما يوفره هذا الأخير من مزايا تمكن الباحثين من فهم مختلف الظواهر المعقدة الناجمة عن الإعلام الجديد، باعتبار أن المستخدم الجديد لتكنولوجيات الإعلام و الاتصال أصبح إيجابيا و فعالا ، مما استصعب على المناهج الإمبريقية في العوالم الرقمية و الإفتراضية احتواء المشكلات الناجمة عنه. حيث أن الجمهور في هذا الإطار من النمط من الوسائط استطاع القضاء على النظرة التشاؤمية التي اعتبرت أن الجمهور سلبي وغير فعال.

عن خصوصيات هذا الفضاء الاتصالي الجديد الذي هو في الحقيقة امتداد للفضاء الناجم عن الاستخدام المكثف للتكنولوجيات المنزلية، و التي استدعت تعميم الاختيارات المنهجية الإثنوغرافية للتوجه الجديد في أبحاث الجمهور ، وهي تندرج عموما فيما أصبح يعرف ب"المنهجية الإثنوغرافية في دراسة التلقي" حيث تستلزم تحديد إثنوغرافيا الجمهور إضافة إلى مختلف وحدات التحليل كا الفرد بوصفه "ذات اجتماعية وذات فردية " و الجماعة و العلاقات مابين "الذات المشتركة في تجربة الحياة اليومية للجماعة". من هذا المنظور فإن المنهج الإثنوغرافي يمكنه تجاوز الحدود التي لم تتمكن المناهج الإمبريقية من تخطيها وذلك من خلال مايلي:

- الباحث في هذا النمط من المنهج يصبح جزءا لايتجزأ من مجتمع البحث ، فهو باحث ومبحوث في نفس الوقت، أما في المناهج الإمبريقية فإن الباحث يبقى في مسافة موضوعية بينهة و بين ميدان البحث .
- كما يتمكن الباحث عبر هذا المنهج من الاتصال بعمق مع المبحوثين في ميدان البحث أما الباحث الذي يعتمد على المناهج الإمبريقية فيتقيد بالإستبيانات المسحية و الأجوبة المحددة بنمط الأسئلة.

ثانيا -المجالات التي تستهدفها المقاربة الإثنوغرافية في بحوث الإعلام و الاتصال:

إن التوجه الجديد في المنهج الإثنوغرافي يتمثل في دراسة السلوك الاتصالي للجمهور و التفاعلات الممكنة مع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها من مختلف الوسائل المتوفرة له في الفضاء الاتصالي الجديد، الذي تشكل الانترنت أهم وسائطه ، ومجالا واسعا للثقافة التفاعلية بين الإنسان و المحيط التكنولوجي ، فقد أصبحت الأنترنت منذ الشروع في استعمالها في الفضاء العمومي في الغرب في تسعينات القرن الماضي منافسا للتلفزيون كآداة تكنولوجية جديدة . والتي حولت في استخدامات وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة ، وهي بذلك تستهدف دراسة مايلي:

1) دراسة خصائص المجموعات المادية و الاجتماعية و اللغوية.
2) دراسة الاتجاهات الأساسية للعلاقات بين خصائص المجموعات الإثنية ، و أسباب الإختلافات بينها، وخاصة التمايز بين مختلف أنماط التفاعلات التي تحددها أنظمة الاتصال الرقمية، في أوساط المجتمعات المحلية في علاقاتها بالاتصال الدولي الشامل.
3) تسمح المقاربة الإثنوغرافية بالدخول إلى عوالم العائلات وسياقاتها في إطار تلقي الرسائل الإعلامية بطريقة فردية وجماعية، ووصف أفعال هذه العائلات و إشارتها في علاقاتها أثناء استخدام التكنولوجيا الحديثة، فالمقترب الإثنوغرافي يركز على السلوك في سياق اجتماعي عبر مشاركة الباحث في الوضعية المدروسة مشاركة فعالة ضمن الفريق موضوع الدراسة.
4) يهدف إلى فهم الظا هرة الاتصالية في سياقات مختلفة وديناميكية.
5) إن استخدام المنهج الاثنوغرافي في دراسةالظاهرة الاتصالية يساعد في فهم أية ظاهرة لا نملك عنها القدر الكافي من المعلومات.

6) استخدام المنهج الاثنوغرافي يعد فاعلا ومفيدا للحصول على وجهات النظر والآراء المختلفة، وكذا المعمقة لصعوبة الحصول عنها بطر ق كمية أو إحصائية.9

7) يهدف تطبيق المنهج الاثنوغرافي في المجال الاتصالي إلى دراسة السلوك الاتصالي وفهمه و تاويله على مستوى من العمق ، وهذالا يمكن أن يتحقق باعتماد المناهج الكمية التي تركز على دراسة السلوك في مظهره الخارجي دون الكشف عن العوامل والقوى الثقافية والسياسية الكامنة خلفه.

8) تكمن أهمية المنهج الاثنوغرافي في دراسته للظاهرة الاتصالية من خلال الاطار الكلي الذي نشات فيه ،ح ومن خلال الربط بين جاانبيها الداخلي والخارجي للسلوك ومن خلال أنماط التفاعل الاجتماعي داخل الأسرة أو داخل الجماعة أو داخل مجموعة في علاقاتها بوسائل الاتصال الجديدة ضمن البيئة الإتصالية التي يتواجدون فيها .

9) يساعد المنهج الاثنوغرافي على فهم ا كيفية تاثير مختلف المشاكل الاتصالية على تكوين أنماط التفاعل الأجتماعية وبناء المعاني داخل المجموعة الاتصالية ، وكيفية تشكيل هذه المعاني وكيفية استجابة كل مشارك لها ، وهذه الطريقة تمكن الباحث الاتصالي من أن يطور العناصر التحليلية والتصويرية للتفسير من خلال البيانات الواقعية ذاتها ،بدلا من أن يبدأ بفئات كمية مفترضة، قد لاتكون متصلة مباشرة بالطبيعة النوعية للواقع الاتصالي الذي يدرسه.

10) تبلورت الأبحاث الاثنوغرافية من خلال الاهتمام بتقييم العملية الاتصالية من منظور اجتماعي-ثقافي، حيث جنح بعض الباحثون إلى الدخول إلى مجموعات فايسبوكية من خلال أبحاث اثنوغرافية لفهم التفاعلات التي تحدث داخلها وربطها بالثقافة المجتمعية، حيث تمكّن الأبحاث الاثنوغرافية الباحث من الانخراط في الحياة الاتصالية الجديدة والتعمق في التفاعلات التي تحدث بين المستخدمين وبينهم اوبين الوسيلة ،وأثر الاستخدام على تشكيل مثل هذه التفاعلات.

11) تمكننا الأبحاث الاثنوغرافية من فهم أعمق لأثر الثقافة السائدة في المجتمع على مختلف الممارسات السائدة في البيئة الاتصالية الجديدة وكيف يتم نقل الثقافة .

ثالثا- صعوبات تطبيق المنهج الإثنوغرافي في بحوث الإعلام:

1) صعوبات على المستوى المفاهيمي والمنهجي والتطبيقي ،ويعود ذلك لاستلزام البحث العلمي الاتصالي الجاد لتوفير البيئة العلمية المناسبة لاحتضان الإبداع الفكري وتبني الرؤى والمقاربات البحثية المغايرة، التي تتناول من خلالها القضايا والاشكاليات الاتصالية بطرق وأساليب غير تقليدية و ليس بالاستناد للآراء العلمية التي لا تتوفر على الظروف العلمية التي تعمل فيها الإدارات بالجامعات العربية.
2) الانتشار الكبير للمنهج الكمي وأثره الواضح على الدراسات والبحوث الاتصاالية بهدف السعي إلى الحياد والموضوعية والابتعاد قدر الإمكان عن الذاتية.
3) حاجة الباحث إلى فترة زمنية طويلة في الميدان لجمع البيانات بنفسه أو بالاعتماد على باحثين مساعدين أكفاء.
4) يستلزم المنهج الاثنوغرافي من الباحث مهارات عالية وامكانيات قد لا تتوافر في كثير من الباحثين بصفته الأداة الأساسية لجمع البيانات من الميدان أو الحقل.
5) يستلزم المنهج الاثنوغرافي من الباحث ضرورة الالتزام بقواعد ومبادئ أخلاقية وقانونية قد تكون عائقا بالنسبة للعديد من الباحثين.
6) تطرح صعوبة توفر معايير الصدق والموضوعية عند الاعتماد على المنهج الاقنوغرافي.
7) صعوبة تعميم النتائج على حالات أخرى عند الاعتماد على المنهج الاقنوغرافي.

عدم التحكم و الفهم الجيد للمنهج الاثنوغرافي لدى البعض ، على أنه منهج لا يتبع خطوات منهجية وعلمية صارمة لأن تصميم البحث وفرضياته في هذا المنهج غير محددة مسبقا.

خلاصة:

ما يمكن استخلاصه أن استخدام الإثنوغرافيا في الدراسات الإعلامية له مميزاته ومحاذيره، ولكن الرهان يكمن في الطريقة و المنظور النابعة من فكر الباحث و كفاءته في تطبيق هذا المنهج و الإختيار المحكم للسياقات التي تجري فيها دراسته.

قائمة المراجع:

- آمال عساسي ،إثنوغرافيا مستخدمي الفايسبوك في المجتمع الجزائري-دراسة إثنوغرافية على عينة من مشتركي المجموعات الأمازيغية على الفايسبوك- ، دراسة ماجستير غير منشورة ،جامعة باتنة ، 2015
- حياة قزادري، نصيرة تامي، المنهج الإثنوغرافي في دراسة الظواهر الاتصالية الجديدة، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي حول العلوم الاجتماعية و التربوية و الإنسانية و الإدارية و التربوية، إسطنبول ، 30،31 ديسمبر 2019