

Social Networking Research in the Arab World: New Problems, Old Tools

Dr. Abdelouahab Boukhenoufa

Assistant Professor at Sultan Qaboos University

Email: abdelouhab@squ.edu.om

Received: 05 Aug. 2024 Revised: 29 Sept. 2024 Accepted: 15 Nov. 2024 Published: 01 Jan 2025

Abstract:

This study aimed to provide a comprehensive analysis of published Arab research in the field of social network sites, focusing on the current intellectual core of the field in terms of dominant topics, theoretical frameworks, concepts, and methodologies. A systematic examination of a deliberate sample of 191 research papers published in peer-reviewed Arab journals was conducted to identify common research topics, the most important theoretical and methodological approaches, and the most prominent concepts used in this research. The results revealed an absence of a robust theoretical foundation for this research, a dominance of social and psychological topics, a reliance on descriptive approaches, and a lack of utilization of emerging digital methodologies. This study offers a detailed overview of the current state of Arab research in the field of social network sites, drawing attention to areas that necessitate further investigation and rigorous inquiry.

Keywords: Social networking sites, meta-analysis, dominant topics, theoretical frameworks, methodological approaches, digital methodologies.

بحوث شبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي: إشكاليات جديدة وعدة نظرية ومنهجية قديمة

د. عبد الوهاب بوخنوفة

الأستاذ المساعد بجامعة السلطان قابوس - عمان

الملخص:

سعت هذه الدراسة الى تقديم تحليل شامل للبحوث العربية المنشورة في مجال مواقع التواصل الاجتماعي (Social Network Sites)، واهتمت بتحليل النواة الفكرية الحالية للمجال فيما يتعلق بالموضوعات المهيمنة والأطر النظرية والمفاهيم والمنهجيات المستخدمة في هذه البحوث. تم إجراء فحص منهجي لعينة عمدية قوامها 191 بحث منشور في دوريات عربية محكمة لتحديد موضوعات البحث الشائعة بالإضافة إلى أهم المقاربات النظرية والمنهجية التي استندت إليها، وأهم المفاهيم التي استخدمتها هذه البحوث. تشير النتائج إلى غياب الأفق النظري لهذه البحوث بالإضافة إلى هيمنة المواضيع الاجتماعية والنفسية على المشكلات البحثية المطروحة، والتركيز على المقاربات الوصفية في دراسة هذه المواضيع. وغياب استخدام المنهجيات الرقمية الناشئة؛ تقدم نتائج هذه الدراسة لمحة تفصيلية عن حالة تطور البحث العربي في مجال مواقع التواصل الاجتماعي، مع تركيز انتباه القارئ الى المواضيع، والقضايا، والنظريات، والمنهجيات، التي تتطلب مزيداً من البحث والمساءلة.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، التحليل البعدي، الموضوعات المهيمنة، الأطر النظرية، المقاربات المنهجية، المنهجيات الرقمية.

المقدمة

أحدثت مواقع الشبكات الاجتماعية، خلال عقد واحد فقط من الزمن، ثورة في حياة الكثير من الناس، من مختلف الفئات الاجتماعية والعمرية، وجذبت بالتالي الكثير من اهتمام الباحثين من مختلف المجالات المعرفية، وتحظى ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في السنوات الأخيرة باهتمام كبير من قبل الباحثين في البلدان العربية في مجالات معرفية متعددة، ونما البحث حول هذه الظاهرة بشكل كبير في السنوات الأخيرة حيث حاول الكثير من الدارسين استكشاف العديد من جوانب مواقع الشبكات الاجتماعية، وفحصوها على مدار السنوات الماضية.

على الرغم من النمو الكبير في عدد البحوث الأكاديمية التي تناولت مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية خلال السنوات العشر الماضية، فإنه لا توجد، مع ذلك، مراجعة شاملة للأدبيات المنشورة حول هذا المجال حيث إن البحوث التي اهتمت بتقديم مراجعة تحليلية شاملة لما تم إنجازه في هذا المجال قليلة جداً لا تتعد في أحسن الأحوال الخمس بحوث.

على ضوء ذلك تسعى هذه الدراسة إلى تقديم مراجعة منهجية منظمة للدراسات الحديثة المتعلقة بمواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية من خلال دراسة التيارات الرئيسية في هذه الأبحاث، وتبسيط الضوء على المساهمات المقدمة حتى الآن لفهم كيفية تبني الباحثين للنظريات، واستخدام بنيات البحث، والأطر المفاهيمية في دراساتهم. وبالتالي تعزيز فهمنا للتقدم الحاصل في أبحاث مواقع التواصل الاجتماعي.

يتم تنظيم هذه الدراسة على النحو التالي. نبدأ بوصف مسعانا البحثي بناءً على مراجعتنا المتعمقة للمقالات البحثية في مجال مواقع التواصل الاجتماعي، ثم نستعرض بعدها الموضوعات والنظريات والمفاهيم التي تم تناولها في هذا المجال، ثم نناقش السياقات التي أجريت في ظلها هذه البحوث متبوعة بمناقشة النماذج الميدانية والمنهجيات البحثية المستخدمة، وأخيراً، نقدم بعض الملاحظات النقدية الختامية.

1. الدراسات السابقة

1-1- الدراسات الأجنبية:

اهتم العديد من الدارسين في المجتمعات الغربية في السنوات الأخيرة، مع اتساع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية المختلفة، وتراكم البحوث التي اهتمت بدراسة هذه الظاهرة، بإجراء مراجعات تحليلية لهذه البحوث ومحاولة تقديم لمحة عن تطور هذه البحوث واتجاهاتها باستخدام منهج التحليل البعدي meta-analysis ومن بين هذه الدراسات تلك التي قدمها "ويلسون" وزملاءه (Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. 2012) والتي سعت إلى مراجعة البحوث التي أجريت حول شبكة فاسبوك في العلوم الاجتماعية، وشملت دراستهم 412 بحثاً ذا صلة، تم تصنيفها إلى 5 فئات: التحليل الوصفي للمستخدمين، والدوافع لاستخدام الفاسبوك، وعرض الهوية، ودور الفاسبوك في التفاعلات الاجتماعية، والخصوصية، وإفشاء المعلومات. وتوصل الباحثون إلى أن (19%) من البحوث التي تم مراجعتها تناولت دوافع الناس لاستخدام الفاسبوك، و(12%) حققت في عرض الهوية، أي العملية التي يشارك الأفراد من خلالها جزءاً من الذات مع الآخرين، و (27%) فحصت الآثار الإيجابية والسلبية للفاسبوك على العلاقات بين المجموعات وبين الأفراد، و (18%) اهتمت بالبحث عن الخصوصية والكشف عن المعلومات الشخصية وناقشت المخاطر المرتبطة بالكشف عن المعلومات على الفاسبوك وقيمت الدوافع التي تدفع المستخدمين إلى مشاركة المعلومات الشخصية على الرغم من هذه المخاطر.

من جانبها، قدمت بوليان (Boulianne, S. 2015) تحليلاً بعدياً للدراسات التي تناولت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية والمدنية، واعتمدت الباحثة على عينة من 36 بحث لتقييم العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة في الحياة المدنية والسياسية. وتوصلت الباحثة إلى جملة من النتائج من خلال تحليلها لهذه العينة من البحوث حيث أظهرت البيانات الوصفية علاقة إيجابية بين استخدام الوسائط الاجتماعية والمشاركة المدنية والسياسية، كما تشير البيانات الوصفية أيضاً إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كان له تأثير ضئيل على المشاركة في الحملات الانتخابية.

اهتم تشانج ولونج (Zhang, Y., & Leung, L. 2015) بمراجعة البحوث المتعلقة بخدمات مواقع الشبكات الاجتماعية (SNS) في الفترة من 2006 إلى 2011 من خلال مسح كامل للمخرجات الأكاديمية المنشورة في ست

مجالات اتصال عالية المستوى مدرجة في فهرس الاستشهاد للعلوم الاجتماعية (SSCI) وقد توصل الباحثان الى تحديد 84 مقال ذا صلة مباشرة، ولخصت دراستهما التفضيلات المنهجية، والأنماط الموضوعية لأبحاث مواقع الشبكات الاجتماعية الحديثة، وكشفت بأن الباحثين في حقل الاتصال استخدموا مناهج مختلفة لوضع تصور وتحليل لمواقع الشبكات الاجتماعية وأن التأثيرات العلائقية والنفسية لوسائل التواصل الاجتماعي من الاهتمامات الشائعة في هذا المجال في السنوات الست الماضية؛ واقترح الباحثان أن تقدم الدراسات المستقبلية مزيداً من الجهد لمواصلة التحقيق في ميزة "التصور" لـ مواقع الشبكات الاجتماعية، والآثار الهيكلية لها، وأن هناك حاجة إلى مزيد من البحث لاختبار العلاقات السببية واستخدام الطرق المبتكرة لجمع البيانات التي يمكن أن تقلل من مشكلة التحيز في أخذ العينات الموجود في الدراسات الحالية.

اهتم "تجاي" وآخرون (Ngai, E. W., Tao, S. S., & Moon, K. K. 2015) بالبحث في النظريات، والبنى، والأطر المفاهيمية لأبحاث وسائل التواصل الاجتماعي لفهم كيفية تبني الباحثين للخطابات، واستخدام بنيات البحث، وتطوير الأطر المفاهيمية في دراساتهم، وأجروا مراجعة منهجية ومنظمة للأدبيات بناءً على خمس قواعد بيانات أكاديمية رائدة على الإنترنت، وتم توحيد وتحليل ما مجموعه 46 ورقة بحثية حول أبحاث وسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك الدراسات التجريبية التي امتدت من عام 2002 إلى عام 2011؛ وتوصل الباحثون الى اكتشاف بأن عاملي التأثير الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي كانت من أكثر المتغيرات في فئة العوامل الاجتماعية التي تم دراستها بشكل متكرر، حيث حاول الباحثون اكتشاف الأشخاص الذين يتفاعلون مع وسائل التواصل الاجتماعي، وكيف تؤثر العوامل الاجتماعية والنفسية والتصورات على تفاعلهم مع الآخرين. علاوة على ذلك، اهتمت البحوث أيضاً بتحليل سمات المستخدم وتأثير بيئة وسائل التواصل الاجتماعي على نية المستخدم، وعلى العكس من ذلك، كانت هناك مجالات مهمة أخرى، مثل التوجه التنظيمي، والقوة الاجتماعية، والاختلافات الثقافية، وتأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي، لم تتلق اهتماماً بحثياً كافياً. واقترح الباحثون أن تتناول الأبحاث المستقبلية الجوانب الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

من جانب آخر، يرى راينز وبرونر (Rains, S. A., & Brunner, S. R. 2015) بأن النمو الكبير في البحث الذي يفحص مواقع الشبكات الاجتماعية (SNS) خلال السنوات الأخيرة يجعل من هذا الوقت مناسباً للتفكير في دراسة وضعية البحوث الأكاديمية حول شبكات التواصل الاجتماعي. واهتم الباحثان بمراجعة البحوث التي تناولت علامات تجارية محددة، حيث قاما بتحليل محتوى بحوث شبكات التواصل الاجتماعي التي نُشرت بست مجلات متعددة التخصصات بين عامي 1997 و2013 وفحصت العديد من العلامات التجارية لـ مواقع الشبكات الاجتماعية (مثل Facebook و MySpace و Cyworld و Hyves)؛ أظهرت نتائج دراستهما أن أكثر من ثلثي بحوث مواقع الشبكات الاجتماعية كانت مقصورة بشكل صريح على علامة تجارية واحدة، وأن فايسبوك Facebook كانت العلامة التجارية التي تم فحصها في حوالي 80% من هذه البحوث.

سعى "قان أورش" و"كورساريس" (Van Osch, W., & Coursaris, C. K. 2015) الى تقديم تحليلٍ من المستوى الثاني شاملاً للتطور النظري لوسائل التواصل الاجتماعي ك مجال للبحث وأجرى الباحثان فحصاً منهجياً لجميع المقالات البالغ عددها 610 والمنشورة بين أكتوبر 2004 وديسمبر 2011 لتحديد موضوعات البحث الشائعة بالإضافة إلى

النظريات السائدة وكشفا الباحثان عن وجود نقص عام في استخدام النظريات الى جانب هيمنة الموضوعات الاجتماعية والنفسية على مجال البحث في مواقع الشبكات الاجتماعية.

وأجرى "سكوريتش" وآخرون (Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D., & Pang, N. 2016) دراسة تحليلية من المستوى الثاني للأبحاث الميدانية التي نُشرت في الفترة من 2007 إلى 2013 بهدف تقديم استنتاجات حول العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومشاركة المواطنين. وشمل التحليل 22 دراسة استخدمت مقاييس وصف استخدام الوسائط الاجتماعية والمشاركة، تشير النتائج التي توصل إليها الباحثون إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام له علاقة إيجابية بالمشاركة وفئاتها الفرعية الثلاث، أي رأس المال الاجتماعي، والمشاركة المدنية، والمشاركة السياسية؛ وبشكل أكثر تحديداً، اكتشف الباحثون وجود علاقات إيجابية صغيرة إلى متوسطة الحجم بين الاستخدامات التعبيرية والمعلوماتية والعلائقية لوسائل التواصل الاجتماعي، ومشاركة المواطنين، أما بالنسبة للاستخدامات الموجهة نحو الهوية والترفيه لوسائل التواصل الاجتماعي، فكتشفت النتائج عن القليل من الأدلة التي تدعم علاقتها بمشاركة المواطنين.

ومن جانبه حاول "لمبورغ" (Lomborg, S. 2017) تقديم الخطوط العريضة لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي، ومناقشة الطرق التي تناولت بها الأدبيات العلمية في مجالات الإعلام وبحوث الاتصال ووسائل التواصل الاجتماعي كظاهرة منذ ظهور مصطلح "وسائل التواصل الاجتماعي" في أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، بهدف توفير توجيهات مفيدة لوسائل الإعلام المستقبلية وأبحاث الاتصال حول وسائل التواصل الاجتماعي، واقتراح طرق لتثبيت وسائل التواصل الاجتماعي ككائن للدراسة ولتثبيت وعي تاريخي أكبر في أبحاث وسائل التواصل الاجتماعي؛ وكشفت الدراسة بأن الباحثين في وسائل التواصل الاجتماعي يقبلون التغيير بدلاً من الاستمرارية كشرط لدراسة وسائل التواصل الاجتماعي، ويتضح ذلك في موضوعات البحث المختارة، ومصادر جمع البيانات التي يعتمدون عليها وفي خطابهم عن وسائل التواصل الاجتماعي؛ ويرى الباحث بأن وسائل التواصل الاجتماعي يُنظر إليها اليوم على أنها ظاهرة في حالة تغير مستمر وأن البحث يساهم في خلق هذا الإحساس بالتغيير من خلال إغوائه للباحثين بالخدمات المضخمة والبيانات المتاحة وترك التوترات التعريفية لوسائل التواصل الاجتماعي دون معالجة؛ وفي الأخير، اقترح الباحث ثلاث اتجاهات لأبحاث وسائل التواصل الاجتماعي المستقبلية: (1) إجراء مزيد من التحقيق المنهجي في المقصود في مكون "اجتماعي" و "وسائط" ، (2) إنتاج منهجي لبحوث أساسية تجريبية حول نشر واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، و (3) التزام أقوى بالأطر النظرية لمساعدة الباحثين في تأطير وتفسير وشرح الدراسات التجريبية.

أخيراً، اهتم "كابور" وآخرون (Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. 2018) بتحليل نتائج 132 بحثاً (في مجالات علمية مختارة في نظم المعلومات) على وسائل التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية نُشرت بين عامي 1997 و2017؛ وكشفت دراستهم بأن معظم البحوث التي تمت مراجعتها تناولت الجانب السلوكي لوسائل التواصل الاجتماعي، علاوة على ذلك، فقد بحثت العديد من البحوث في جدوى المجتمعات عبر الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تسويقية، بينما استكشف البعض الآخر جوانب مختلفة من وسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك المخاطر المرتبطة باستخدامها، والقيمة التي تخلقها، والوصمة

السلبية المرتبطة بها داخل أماكن العمل، كما تم التحقيق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة المعلومات أثناء الأحداث الحرجة وكذلك لطلب المساعدة أو تقديمها.

1-2-الدراسات السابقة باللغة العربية

على الرغم من النمو المطرد في عدد البحوث العربية التي تناولت مجال مواقع الشبكات الاجتماعية خلال العشر سنوات الماضية، إلا أن هذا النمو لم يقابله اهتمام لدى الباحثين العرب بتقديم مراجعة تحليلية لهذه البحوث حيث لا نعثر سوى على عدد قليل جدا من الدراسات التي اهتمت بإجراء تحليل من المستوى الثاني للبحوث التي أنجزت في مجال دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية، ومن بين هذه الدراسات القليلة نجد دراسة نصر (نصر حسنى 2015) التي حاول فيه الباحث تقديم مراجعة للبحوث المتاحة المنشورة في دوريات أجنبية (باللغة الإنجليزية فقط) حول الإعلام الجديد، واعتمد الباحث على عينة متاحة *available sample* من البحوث الخاصة بوسائل الإعلام الجديدة والتي تتصل بالاتجاهات البحثية والنظريات والمفاهيم النظرية الخاصة بوسائل الإعلام الجديدة وقد بلغ عدد البحوث التي تم إخضاعها للتحليل نحو 68 بحثا نشرت في 35 دورية، منها 20 دورية في مجال الاتصال ووسائل الإعلام، إلى جانب 15 دورية في تخصصات أخرى قريبة من الاتصال ووسائل الإعلام الجديدة. توصل الباحث في دراسته الى وجود خمسة مفاهيم نظرية رئيسية اتفق عليها الباحثون، وتعد هي المفاهيم الحاكمة في مجال وسائل الإعلام الجديدة، وهي: الفضاء الإلكتروني، والمجتمع الافتراضي، والتفاعلية، والنص الفائق، والوسائط المتعددة؛ كما توصل الباحث الى أن أكثر نظريات الاتصال ظهورا في بحوث الإعلام الجديد، هي: وضع وبناء الأجندة، والاستخدامات والاشباع، وانتشار المبتكرات، وفجوة المعرفة وأن النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون في الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الجديد هي نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام *media morphosis theory* التي طورها "روجر فيدلر" لشرح العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة وبين وسائل الإعلام التقليدية؛ وقد خلص الباحث الى تحديد ثلاث مجالات بحثية مهمة يمكن أن يتولد عنها توجهات تنظيرية مهمة في المستقبل، وهي: مصداقية وسائل الإعلام الجديدة، وإدمان الإنترنت، ووسائل الإعلام الجديدة والاكتئاب.

وعلى الرغم من النتائج الهامة التي توصل إليها الباحث إلا أنه توجد مع ذلك بعض التحفظات على هذه النتائج منها، أن الباحث لم يحدد لنا الفترة الزمنية التي شملها البحث، ولا معايير تضمين أو استبعاد الأبحاث في عينة الدراسة، ولم يقدم لنا بيانات كمية للنتائج التي سردتها حيث لم يذكر لنا نسبة الأبحاث التي استندت الى نظرية التطور العضوي لوسائل الإعلام، أو نسبة الأبحاث التي استخدمت نظرية الاستعمالات والاشباع، ولم يقدم لنا معطيات كمية ملموسة عن نسبة تكرار المفاهيم التي ذكرها في دراسته، كما لم يقدم لنا معطيات كمية عن المناهج المستخدمة في هذه الدراسات ولا مؤشرات عن نتائج هذه الأبحاث.

من جانبه، حاول الباحث بخيت (بخيت، سيد، 2016)، واستناداً الى قراءة غير شاملة للبحوث التي تناولت موضوع شبكات التواصل الاجتماعي خلال الفترة بين 2010 وحتى 2014، استخلاص أبرز الإشكاليات المنهجية والنظرية التي تواجه بحوث وسائل التواصل الاجتماعي، غير أن هذه القراءة لم ترق الى مستوى إجراء تحليل كمي دقيق لهذه البحوث وتقديم معطيات كمية عنها، واكتفى الباحث فقط بسرد بشكل عام المناهج والنظريات والأدوات التي استخدمها هذه الدراسات، ونوعية المجالات البحثية التي هتمت بها.

من جانب آخر، أشار الباحث أنه على الرغم من ظهور بعض البحوث المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة، إلا أن معظمها ما زال يعد من قبيل البحوث الاستكشافية والوصفية، وقلة من هذه البحوث والكتابات عنت بالبحوث التجريبية والتنظيرية لهذه الوسائل الجديدة، كما لم تظهر سوى دوريات علمية قليلة تعني بوسائل التواصل الاجتماعي بصفة عامة، في وقت لا تشغل فيه بحوث وسائل التواصل الاجتماعي مساحة كبيرة من اهتمامات الدوريات العلمية التقليدية والمعروفة ولا ندري إن كان الباحث يتحدث عن السياق العربي أم يتحدث عن السياق العالمي بشكل عام.

وأخيرًا، قدم الباحث جملة من الخلاصات لم يدعمها بأي بيانات أو معطيات كمية منها: عدم وجود اتفاق بين الباحثين حول أنسب المداخل النظرية والمنهجية لدراسة وسائل التواصل الاجتماعي، وحول الأولويات البحثية سواء على الجانب النظري أو المنهجي، وغلبة الدراسات ذات الطابع الاستكشافي والوصفي على الدراسات التجريبية والتنظيرية، وغلبة استخدام مناهج بحثية معينة أكثر من غيرها وخاصة المنهج المسحي والمقارن، وغلبة توظيف أدوات بحثية أكثر من غيرها. غير أن عدم اعتماد الباحث على منهجية محددة في دراسة هذه البحوث يجعل من الصعب استخلاص نتائج علمية من هذه الدراسة، إذ لم نستطع معرفة عدد الدراسات التي تم مراجعتها من قبل الباحث، والنطاق الجغرافي الذي أجريت فيه، والمنهجيات التي اتبعتها وعدد المواضيع التي تناولتها.

سعت الباحثة أمال (كمال، آمال 2017) الى تحليل الاتجاهات البحثية الحديثة حول دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام بشأن القضايا السياسية، وأبرز القضايا البحثية موضع الاهتمام في التراث العلمي العربي والغربي خلال الفترة ما بين 2006 و2016، وأبرز المداخل الفكرية والمقاربات النظرية التي تم الاستعانة بها في دراسة الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل الرأي العام والأدوات البحثية المستخدمة في تلك الدراسات وذلك بهدف تقديم رؤية نقدية لهذه الاتجاهات البحثية، ورؤية استشرافية لتطوير الجهود البحثية في الدراسات الإعلامية؛ واختارت الباحثة عينة قوامها 224 بحثًا منها 78 بحثًا باللغة العربية و146 بحثًا باللغة الإنجليزية.

وركزت في تحليلها لمضمون هذه البحوث على الإشكاليات البحثية المثارة، والأطر والمداخل النظرية التي تم الاستعانة بها، والمناهج والأدوات البحثية المستخدمة في هذه البحوث وأهم ما توصلت إليه الباحثة في دراستها، بروز اهتمام واضح بالتشاور السياسي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ودوره في تشكيل الرأي العام تزامنًا مع تزايد الاهتمام بالتحولات السياسية في المجتمع ودور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي بشأنها، حيث كان دور هذه الشبكات خلال الحملات الانتخابية موضع اهتمام العديد من البحوث التي ركزت على دور الشبكات الاجتماعية خلال فترات الانتخابات الرئاسية والبرلمانية سواء في التراث الأجنبي أو العربي، كما كشفت الباحثة عن قلة الاهتمام البحثي بدراسة دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام نحو القضايا الاقتصادية مقابل وفرة الاهتمام البحثي بالقضايا السياسية.

وخلصت الباحثة في دراستها الى أن معظم الدراسات العربية اتسمت بالاعتماد على عينات محدودة الحجم وعمدية وغير ممثلة، مع بروز تركيز معظم الدراسات على عينات من الشباب الجامعي وذلك تأسيسًا على كونهم أكر الفئات استخدامًا لتلك المواقع، ونمو في عدد الدراسات ذات الطابع الاستكشافي والوصفي مقارنة بالدراسات التجريبية، وكثرة استخدام مناهج بحثية معينة مثل المسح، وافتقاد كثير من الدراسات للبعد التفسيري وتوقفها عند مرحلة الوصف فحسب، وتوظيف

أدوات جمع البيانات كالأستبيان الإلكتروني والاعتماد على عينات غير احتمالية ما يقلل من إمكانية تعميم نتائج هذه الدراسات، إلى جانب كثافة الاعتماد على الأساليب الكمية مقابل قلة استخدام الأساليب الكيفية خلافا للبحوث الأجنبية التي استخدمت دراسات تجريبية وأخرى مسحية كما اعتمدت على عدة أدوات منها تحليل المضمون وكذلك تحليل الشبكات لرصد مسار التواصل بين المستخدم والآخرين عبر الشبكات الاجتماعية للتعرف على مسار التواصل وتشكيل الرأي عبر هذه الشبكات وهو ما افتقرت إليه الدراسات العربية التي كانت الغالبية العظمى منها دراسات وصفية تستخدم الأدوات الكمية مثل الاستبيان وتحليل المضمون.

اهتمت الباحثة سهير (عبد الحليم، سهير، عثمان، 2018)، برصد وتحليل وتقييم واقع الدراسات العربية والأجنبية في مجال علاقات الصحافة بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وما تثيره هذه البحوث من إشكاليات منهجية ونظرية رصد الاتجاهات البحثية في مجال علاقات الصحافة بمواقع الشبكات الاجتماعية على المستويين العربي والدولي للوقوف على الأطر النظرية والأدوات البحثية المستخدمة في هذه الدراسات، ورصد نتائج هذه البحوث النظرية والتطبيقية، وتقديم رؤية نقدية لهذه البحوث؛ اعتمدت الباحثة على التحليل من المستوى الثاني ذا الطابع الكيفي واعتمدت على عينة من 37 مفردة تضم البحوث العربية (ماجستير ودكتوراه، وبعوث المؤتمرات والبحوث المنشورة) بواقع 5 مفردات و32 بحث أجنبي واستخدمت أداة استمارة تحليل محتوى وشملت الفترة بين 2012 و2017.

وتوصلت الباحثة الى اكتشاف وجود تقارب بين المدرستين العربية والغربية فيما يتعلق بتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي داخل غرف الأخبار، واهتمام عديد الدراسات بالتعرف على تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة الصحفية، في حين ركزت بعض الدراسات (دون أن تحدد الباحثة عددها) على الاستخدامات الشخصية لمواقع التواصل الاجتماعي، كما رصدت الباحثة اهتمام بعض الباحثين (دون تقديم عدد أو نسبة) بالكشف عن المعايير المهنية والأخلاقية لمواقع التواصل الاجتماعي، الى جانب اهتمام المدرسة الأجنبية برصد استخدامات الصحفيين لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي تويتر وفيسبوك. لم تفصح الباحثة عن المعايير التي اعتمدها في اختيار عينة دراستها وعن عدد رسائل الماجستير والدكتوراه وبعوث المؤتمرات والبحوث المنشورة في الدوريات ، ولم تقدم لنا معلومات عن كيف تمت عملية المسح، وماهي قواعد البيانات التي اعتمدت عليها ، ولم تعرف لنا المجالات العلمية المحكمة التي نشرت بها هذه البحوث، كما لم تقدم الباحثة أي معلومات عن النطاق الجغرافي لهذه البحوث أو الجامعات التي أنجزت فيها هذه البحوث، علاوة على ذلك، اعتمدت الباحثة على عينة من 37 بحث خلال فترة زمنية تمتد الى خمس سنوات وهي عينة تعتبر بسيطة جدا وغير كافية ولا تسمح لنا بأخذ صورة صادقة عن اتجاهات البحوث، خصوصا أن البحوث العربية لم تشمل سوى 5 مفردات وهو رقم لا معنى له، ولم تقدم الباحثة أي تحليل إحصائي أو معطيات كمية عن اتجاهات البحوث واختزلت التحليل من المستوى الثاني الى مجرد سرد إنشائي للدراسات التي تناولتها هو أقرب ما يكون الى ما يقوم به الباحثون عند استعراض الدراسات السابقة، وأخيرا فإن النتائج التي أوردتها الباحثة لم تشفع بأي معطيات إحصائية .

حاول الباحثان النمر والبطريق (النمر، البطريق، 2019)، رصد الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة خلال الفترة بين 1 يناير 2009 و31 ديسمبر 2018، بهدف اكتشاف الموضوعات والقضايا البحثية التي عالجتها، والتعرف على الأطر المنهجية والنظرية ، وكذلك أهم النتائج التي توصلت إليها، بغية التوصل الى رؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجالات استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام

التقليدية والجديدة؛ اعتمدت الدراسة على عينة قوامها 344 بحثا شملت 314 بحثا عربيا منشورا أو تم تقديمه مقدم في مؤتمرات علمية علاوة على رسائل الدكتوراة، و30 بحثا أجنبيا؛ واعتمدت الدراسة على تطبيق العرض الوصفي التحليلي وتوصلت الى مجموعة من النتائج منها الارتفاع الملحوظ لاستخدام الشباب العربي لوسائل الإعلام الرقمية وأن الجيل الرقمي من الشباب العربي أصبح يشعر بانفصال نسبي عن المجتمع التقليدي لاندماجه في شبكات التواصل الاجتماعي.

لم يقدم لنا الباحثان شرحا كافيا للإجراءات المنهجية المتبعة في اختيار العينة ولم يوضحا المعايير التي اتبعها في تضمين أو استبعاد الدراسات في عينة بحثهما، كما لم يقدمنا لنا معلومات دقيقة وواضحة عن نسبة البحوث المنشورة، ولا عن المجالات العلمية التي نشرت بها، ولا عن نسبة رسائل الدكتوراه بالنسبة لمجموع مفردات العينة. على الرغم من أن الباحثان ذكر بانهما اعتمدا على التحليل المستوى الثاني إلا أنهما في الواقع لم يقدمنا معطيات كمية عن الموضوعات المدروسة في عينة التحليل ولم يقدمنا مؤشرات كمية عن النظريات المستخدمة ولا نوع العينات أو الأدوات البحثية المستخدمة من قبل الباحثين في هذه الدراسات فضلا عن ذلك، وعلى الرغم من أن العينة شملت 344 دراسة وبحث، إلا أن دراسة الباحثان خلت من أي معطيات إحصائية وأكتفي الباحثان بالإشارة الى عناوين بعض الدراسات ولم يقدمنا لنا قراءة شاملة للدراسات والبحوث التي تم تناولها في دراستهما.

3-1- ملاحظات ختامية عن الدراسات السابقة:

كشف لنا استعراض الدراسات العربية في مجال البحوث التي عنت بتقديم عرض تحليلي من المستوى الثاني للبحوث التي أنجزت في مجال شبكات التواصل الاجتماعي عن قصور منهجي واضح لدى الباحثين العرب في تطبيق منهجية التحليل البعدي (التحليل من المستوى الثاني)، وفي كيفية التعامل مع الإجراءات المنهجية التي يفرضها هذا النوع من التحليل، حيث اختزل هذا الأخير الى مجرد سرد إنشائي للدراسات التي شملتها عينات هذه الدراسات في صورة استعراض كل دراسة على حدة على نحو لا يختلف كثيرا عن الطريقة المعتادة في استعراض الدراسات السابقة، إذ خلت البحوث العربية من أية معطيات كمية أو إحصائية عن البحوث التي تناولتها تسمح بتحقيق رصد كمي وكيفي لهذه البحوث. والواقع إن الدراسات الخمس التي استعرضناها لم تسمح لنا بالخروج بحصيلة قائمة على مؤشرات كمية عن اتجاهات البحوث، والقضايا التي تناولتها، والمداخل النظرية التي وظفتها، والمعالجة المنهجية التي اتبعتها، والأدوات التي استخدمتها والنتائج التي توصلت إليها، واكتفت هذه الدراسات بتقديم مراجعة، تتسم بالإفراط في العمومية الشديدة، والأحكام التقريبية، على عكس الدراسات الأجنبية التي تم استعراضها هنا والتي تميزت باتباع طرق منهجية واضحة في تطبيق إجراءات التحليل من المستوى الثاني، وتوصلت الى تقديم مؤشرات كمية و إحصائية دقيقة عن اتجاهات البحوث التي تناولتها، والقضايا والموضوعات والمفاهيم والأطر النظرية التي وظفتها وطرق اختيارها للعينات وأنواعها، وهو ما سمح لنا بأخذ فكرة كاملة عن هذه البحوث.

2- الإطار المنهجي للدراسة

2.1. مشكلة الدراسة

توسع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في المنطقة العربية خلال العقد الماضي مع تزايد شعبية فإيسبوك وتويتر ويوتيوب وإنستغرام، ولم يعد يقتصر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب فقط، بل امتد ليشمل مختلف الفئات الاجتماعية من البالغين، وأصبح الاعتماد على خدمات هذه الشبكات الاجتماعية جزءاً من الحياة اليومية للعديد من الناس في المنطقة العربية. أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وسائط مركزية لا يمكن تجنبها تقريباً للتفاعل الاجتماعي في السنوات الأخيرة؛ جذبت هذه الظاهرة اهتماماً كبيراً من قبل الدارسين في مختلف الجامعات العربية، وتحول مجال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الى موضوع محوري في بحوث طلبة الدراسات العليا، والأكاديميين، من مختلف الفروع والتخصصات المعرفية، خصوصاً بعدما أثبتت هذه المواقع أهميتها وحضورها في الاضطرابات والتحويلات السياسية التي شهدتها البلدان العربية بداية من سنة 2011 والتي اصطلح على تسميتها بأحداث "الربيع العربي"؛ وقد أظهر الباحثون العرب اهتماماً كبيراً برصد أنماط استخدام هذه الشبكات وتأثيراتها الاجتماعية والسلوكية والثقافية والسياسية على الأفراد وعلى الطرق التي يتم من خلالها إنشاء العلاقات والشبكات والتوسط والمحافظة عليها.

الآن وبعد عقد من التطور، وعلى الرغم من تراكم كم معتبر من بحوث مواقع الشبكات الاجتماعية التي أنجزت في مختلف الجامعات ومراكز البحوث العربية، لا يزال هناك القليل من الدراسات التي اهتمت بتقديم مراجعة شاملة لهذه البحوث، وتحديد اتجاهاتها، سواء فيما يتعلق بالمواضيع والقضايا التي تناولتها، أو فيما يتعلق بالأطر النظرية والمفاهيمية لهذه البحوث، أو بالمقاربات المنهجية التي استخدمتها.

إن هذا النقص في مجال البحوث التي اهتمت بتقديم عرض تحليلي للدراسات العربية التي أنجزت في مجال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، لم يسمح لنا حتى اليوم بتكوين حصيلة قائمة على مؤشرات كمية لهذه البحوث واتجاهاتها وبالتالي تقديم لمحة صادقة عن الوضع الحالي لهذه البحوث.

انطلاقاً من ذلك، تهتم هذه الدراسة برصد تطور بحوث مواقع التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية خلال العشر سنوات الأخيرة، واتجاهاتها، وحصر المواضيع والقضايا البحثية التي حظيت بتركيز الباحثين، والكشف عن الأطر النظرية التي وظفت لمقاربة الظاهرة، والمفاهيم التي استخدمت في توصيفها، والمناهج والأدوات البحثية التي تم الاعتماد عليها في دراسة الظاهرة وتحليل أبعادها، وفئات الجمهور التي استهدفته هذه البحوث.

2. 2. تساؤلات الدراسة

تسعى هذه الدراسة الى الإجابة على التساؤلات البحثية التالية:

1. ما الموضوعات، وما القضايا البحثية المتعلقة بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي تم طرحها ومعالجتها في هذه البحوث؟
2. ما نسبة البحوث حول مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي استرشدت بالنظرية؟
3. ما النظريات الأكثر استخداماً في هذه البحوث؟
4. كيف يتم تعريف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في البحوث العربية في هذا المجال؟
5. ما نوع المقاربات المنهجية المستخدمة في بحث مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؟

6. ما المناهج، وما الأدوات البحثية التي وظفت في هذه البحوث؟

7. ما الفئات الاجتماعية المستخدمة لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي حظيت بالاهتمام في هذه البحوث؟

2. 3. الأهداف البحثية للدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى فحص الإنتاج البحثي المنشور حول ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية لمعرفة اتجاهات البحوث من حيث المواضيع التي تناولتها والأهداف التي سعت الى تحقيقها والنظريات التي وظفتها والمنهجيات التي اتبعتها والأدوات التي استخدمتها.

تأسيساً على ذلك، فإن الهدف الأساسي لهذه الدراسة هو تقديم مؤشر قائم على المعطيات الإحصائية للوضع الحالي لبحوث مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية من جانب موضوعات البحث والمفاهيم والنظريات والمقاربات المنهجية المستخدمة للوصول الى تقديم لمحة شاملة عن الهوية والجوهر الفكري لمجال البحث في هذا المجال من خلال القيام بتحليل منهجي بعدي لعينة من المقالات المنشورة في الموضوع خلال العشر سنوات الأخيرة.

نأمل أن يكون فحص أنماط واتجاهات هذه البحوث عمل مفيد وغني بالمعلومات في معالجة هذه الظاهرة أو في رصد التحولات في اهتمامات الباحثين، وفي النهاية، نطمح أن توفر هذه الدراسة رؤى للبحوث المستقبلية في مجال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

2. 4. الأهمية المعرفية والعملية للدراسة:

لا تسمح لنا الإجابة على التساؤلات المطروحة أعلاه بتقديم صورة متكاملة قائمة على المعطيات الكمية لتقييم الوضعية الحالية للبحث فحسب، بل تساعدنا أيضًا في تحديد الموضوعات التي لم يتم البحث عنها بشكل كاف، والنظريات والمقاربات المنهجية التي تم التغاضي عنها والتي يمكن أن تثري التقدم المستقبلي للمجال.

بشكل عام، تسعى دراستنا الى تحديد العديد من الموضوعات المهيمنة في هذا المجال الناشئ، وبالتالي تعزيز فهمنا للتقدم الحاصل في أبحاث مواقع شبكات التواصل الاجتماعي. يمكن أن يساعد هذا الفحص للأدبيات الموجودة التي تقدمها دراستنا في تقديم رؤية تساعد الباحثين في تشكيل أجندة بحثية لهذا المجال الناشئ.

2. 5. منهجية الدراسة

لأجل تحقيق الأهداف المذكورة أعلاه تم إجراء مراجعة متعمقة للأدبيات حيث بحثنا عن مقالات علمية في قاعدة بيانات "المنظومة" وهي من أشهر قواعد البيانات العربية التي تتيح نشر البحوث العربية في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية الى جانب ذلك تم البحث في أرشيف المنصات الرقمية للمجلات والدوريات العلمية العربية على الإنترنت من يناير 2012 الى ديسمبر 2021. وقد اعتمدت الدراسة على معايير التضمين والاستبعاد التالية لاختيار البحوث التي أدرجت ضمن عينة هذه الدراسة.

أ. معايير التضمين:

- أن يتضمن عنوان البحث كلمة واحدة من هذه الكلمات المفتاحية: "الوسائط الاجتماعية"، "وسائل التواصل الاجتماعي"، "مواقع التواصل الاجتماعي"، "أدوات التواصل الاجتماعي"، "مواقع الشبكات الاجتماعية"، "الشبكة الاجتماعية عبر الإنترنت"، شبكات التواصل الاجتماعي.

- معيار اللغة التي حرر بها البحث حيث قصرنا بحثنا على اللغة العربية،

- أن يكون البحث متوفر بنص كامل.

- أن يكون البحث منشورا في مجلة علمية محكمة

- أن يكون البحث ميداني طبقت فيه القواعد المنهجية للبحث الميداني واستخدمت فيه على الأقل أداة واحدة من أدوات جمع البيانات.

- أن يكون البحث قد نشر خلال الفترة التي حددتها الدراسة

ب معايير الاستبعاد: على ضوء المعايير السابقة فقد تم استبعاد:

- البحوث التي استخدمت مفهوم الإعلام الجديد لأن هذا المفهوم يشمل مواقع الشبكات الاجتماعية كما يشمل وسائل الإعلام الرقمية.

- البحوث التي حررت باللغة الإنجليزية ونشرت في مجلات عربية أو أجنبية

- الملخصات والبحوث التي لا يتوفر فيها نص كامل.

- أوراق المؤتمرات والندوات ورسائل الماجستير، وأطروحات الدكتوراه، والكتب المنشورة، والتقارير.

- البحوث والمقالات النظرية التي لم تعتمد على معطيات تم جمعها من الميدان.

2. 5. 1. عينة الدراسة:

على ضوء تطبيق معايير التضمين والاستبعاد تم التوصل الى جمع 191 بحث يستجيب لهذه المعايير ويشكل عينة هذه الدراسة التي تتدرج ضمن العينات العمدية المتاحة.

2. 5. 2. أداة جمع البيانات وإجراءات الصدق والثبات

اعتمدت هذه الدراسة على استمارة تحليل المحتوى في جمع البيانات عن بحوث عينة الدراسة، وقد تضمنت هذه الاستمارة عددا من فئات التحليل منها: سنة نشر البحث، وعنوان المجلة التي نشرته والبلد الذي أجري فيه البحث، والكلمات المفتاحية التي تضمنها عنوان البحث، والموضوع الذي تناوله، والمفهوم المستخدم في توصيف الظاهرة، والنظرية المستخدمة في تفسير الظاهرة، ونوع الدراسة، والمنهج المتبع، ونوع جمهور الدراسة، ونوع العينات المختارة وطبيعة الفئات الاجتماعية والعمرية المدروسة، وأدوات جمع البيانات المستخدمة. وقد تم عرض فئات الترميز على مرمزين من طلبة الدراسات العليا لقياس ثبات الأداة بتطبيق معادلة "هولستي" حيث حصلنا على نتيجة 0.83 كنسبة اتفاق وهي نسبة معقولة تؤكد ثبات الأداة.

2. 5. 3. نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من نوع الدراسات التي تنتمي الى التحليل البعدي (المستوى الثاني) وهو نوع من الدراسات يقوم على فحص البيانات من عدد من الدراسات المستقلة لنفس الموضوع، من أجل تحديد الاتجاهات العامة. وتعد منهجية المراجعة المنهجية من صميم التحليل البعدي، وهذا ما يؤكد الحاجة إلى توخي الحذر الشديد للعثور على جميع الدراسات ذات الصلة، ويكمن الهدف من المراجعات المنهجية في تقديم ملخص متوازن وغير متحيز للبحوث الحالية، وفي كثير من الأحيان، توفر مثل هذه المراجعات المنهجية تقديرًا كمياً (إحصائياً) لصادفي الفوائد المجمع على جميع الدراسات المشمولة. (Crombie, I. K., & Davies, H. T. 2009).

2. 5. 4. حدود الدراسة:

على الرغم من أننا حاولنا قدر الإمكان أن نكون شاملين في بحثنا - من خلال تضمين النصوص الكاملة للمقالات العلمية المنشورة، إلا أنه مع ذلك قد تكون هناك بحوث لم يتم إدراجها مثل تلك التي لا يتوفر لها نص كامل، أو ربما لم تتم فهرستها في قاعدة بيانات "المنظومة"، علاوة على ذلك، ليس هدفنا في هذه الدراسة الحكم على جودة أو تأثير مؤلفين أو منشورات معينة في المجال، لأن فهم هذا التأثير يحتاج إلى النظر في عوامل أخرى، بما في ذلك القياسات الببليومترية، بدلاً من ذلك، نحن نعرض النتائج فقط بناءً على تحليل بعدي مفصل وموثوق به لأدبيات وسائل التواصل الاجتماعي، ونترك للقارئ كيفية تفسير واستخدام هذه النتائج .

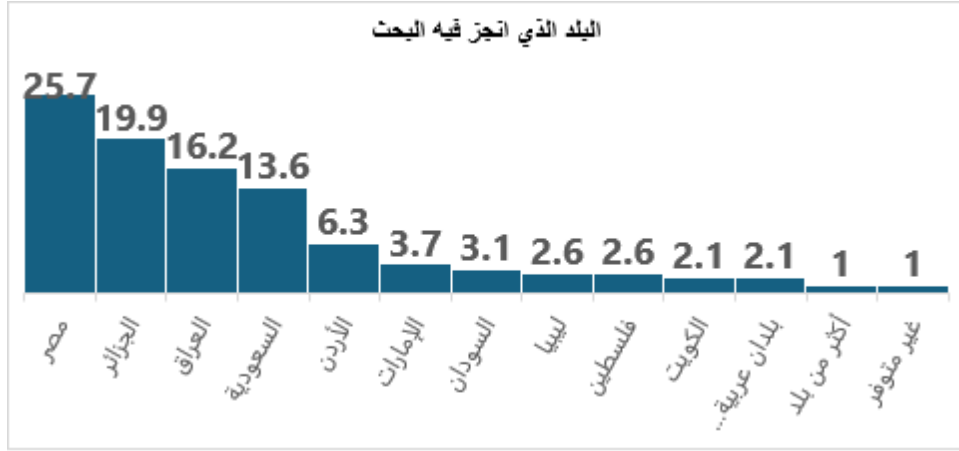
3- مفاهيم الدراسة:

مواقع شبكات التواصل الاجتماعي: تعتمد هذه الدراسة على التعريف الذي قدمته كلا من اليسون وبويد (Ellison, N. B., & Boyd, D. 2013) لمواقع الشبكات الاجتماعية بأنها منصات تواصل شبكي يقوم المشاركون فيها باستغلال ملمح متاح كلياً أو جزئياً للعموم يتكون من المضامين التي يوقرها المستخدم، ومن مضامين أخرى يوفرها الأصدقاء، وأخرى يفرزها نظام الموقع. «ويقوم المشاركون في الشبكة بالاستعراض العام لعلاقاتهم التي يمكن للآخرين مشاهداتها والإطلاع عليها، والوصول إلى سيول من المضامين يوقرها المستخدم تتكوّن من صور ونصوص وفيديوهات أو من مزيج منها، كما تتيح هذه المنصة وصلات يضعها أصدقاء المستخدم.

4- استعراض بيانات الدراسة الميدانية:

سوف يتم في هذا القسم استعراض بيانات الدراسة الميدانية حسب التقسيم التالي:

أولاً: بيانات عامة حول بحوث عينة الدراسة: وتشمل البلد الذي انجز فيه البحث، وسنة نشره، والمجلات التي نشرت فيها البحوث، ومجال تخصصها، والجهة التي أصدرتها، والبلد الذي تصدر منه.

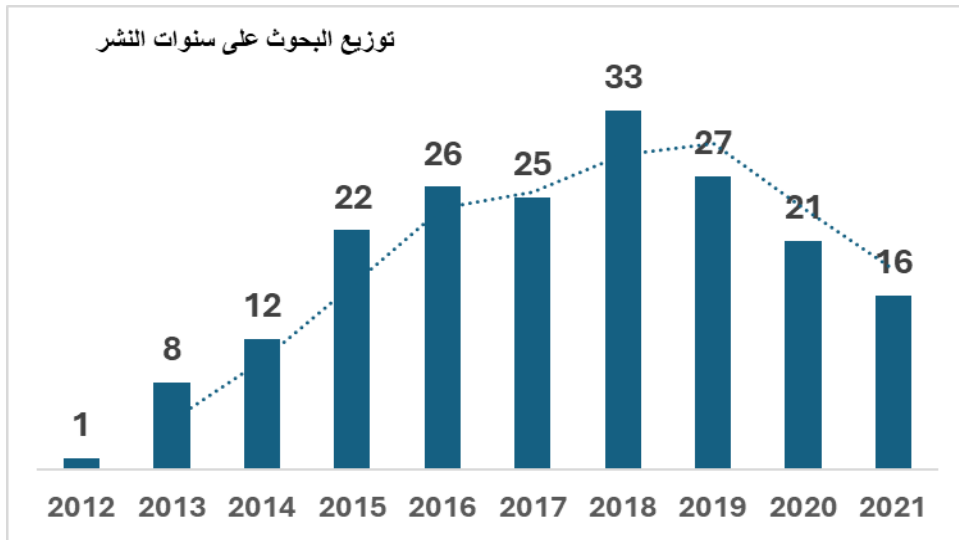


رسم بياني رقم (1) البلد الذي أنجز فيه البحث

المصدر: الباحث

يكشف لنا الرسم البياني أعلاه بأن النسبة الأكبر من البحوث عينة الدراسة أنجزت في مصر بنسبة 25.7 % تليها الجزائر بنسبة 19.9 %، ثم العراق ب 16.2%، تليها السعودية ب 13.6 %، ثم الأردن ب 6.3 %، والإمارات ب 3.7 %، والسودان ب 3.1 %، وليبيا وفلسطين بنسبة 2.6%، والكويت بنسبة 2.1% ثم تأتي بلدان عربية أخرى بنسب ضعيفة متفاوتة.

يمكن تفسير هذه الأرقام بالعودة الى سببين: الأول يتعلق بقاعدة البيانات المنظومة وطريقة إدراجها للمجلات المحكمة في قاعدة البيانات حيث نجد هيمنة المجلات التي تصدر في مصر أكثر من غيرها من البلدان العربية الأخرى، والسبب الثاني هو غلبة الطابع "المحلي" على المجلات العلمية العربية التي تميل الى نشر البحوث التي ينجزها باحثون ينتمون الى نفس البلد الذي ينتمي إليه الباحث حيث نلاحظ بأن المجلات المصرية تنشر للباحثين المصريين والمجلات السعودية تنشر للباحثين السعوديين وهكذا دواليك وعدم انفتاح هذه المجالات على الإنتاج البحثي للباحثين في مختلف الجامعات العربية.



رسم بياني رقم (2) توزيع البحوث على سنوات النشر

المصدر: الباحث

توضح أرقام الرسم البياني أعلاه أن سنة 2018 تمثل السنة التي عرفت نشر أكبر عدد من البحوث بـ 33 بحثاً بنسبة 17.3 %، وأن 2012 تمثل السنة التي عرفت أقل نسبة نشر ببحث واحد فقط ويمكن تفسير ذلك بكون مواقع الشبكات الاجتماعية لم تعرف انتشاراً في المنطقة العربية إلا بعد 2012، وخاصة مع ظهور ما يسمى بثورات الربيع العربي، حيث بدأ المستخدم العربي يكتشف ويستخدم هذه الشبكات الى جانب كون الظاهرة جديدة بالنسبة للباحثين وكان هناك تخوف من دراستها؛ وتكشف أرقام الجدول أيضاً الاهتمام المتزايد والتصاعدي للباحثين العرب بدراسة الظاهرة حيث ارتفع عدد البحوث المنشورة من بحث واحد في 2012 الى (8) بحوث في 2013 ثم (12) بحث في سنة 2014 ثم قفز الرقم الى (22) بحث في 2015 و(26) بحث في 2016 ليبلغ ذروته في 2018 بـ (33) بحث ثم نشهد تراجع في اهتمام الباحثين بالموضوع حيث بدأ التراجع بداية من 2019 واستمر هذا التراجع خلال سنتي 2020 و2021 وربما أصبح الباحثون يشعرون بأن موضوع مواقع الشبكات الاجتماعية أصبح مستهلكاً ويفتقد للجدة وقل بذلك حماس الباحثين لدراسته.

جدول رقم (1) المجال المعرفي التخصصي للمجلات التي نشرت به البحوث

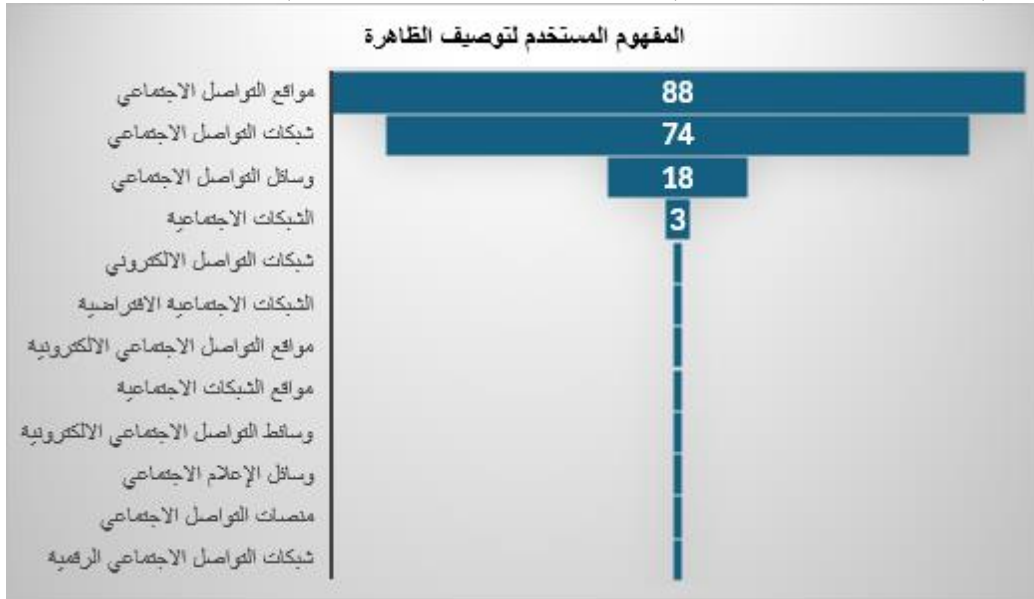
#	المجال المعرفي التخصصي للمجلة	عدد المجلات	النسب المئوية %	عدد البحوث المنشورة	النسبة المئوية
1	إعلام واتصال	22	27.88%	92	48.16%
2	علوم اجتماعية وإنسانية	18	22.78%	26	13.61%
3	علم نفس وعلوم تربوية	7	8.86%	9	4.71%
4	أخرى (شاملة مختلف العلوم)	16	20.25%	42	21.98%
5	آداب	5	6.32%	10	5.23%
6	علوم المكتبات والمعلومات وتقنيات الحاسب	5	6.32%	6	3.14%
7	مجلات اقتصادية وموارد بشرية	6	7.59%	6	3.14%
	المجموع	79	100%	191	100%

المصدر: الباحث

تكشف لنا بيانات الجدول أعلاه بأن بحوث عينة الدراسة نشرت بـ 79 مجلة علمية متخصصة بحيث بلغ متوسط المقالات المنشورة في كل مجلة 2.41 مقال ويمثل عدد المجلات المتخصصة في الإعلام والاتصال 22 مجلة من مجموع 79 مجلة بنسبة مئوية 27.88 % وبلغ عدد البحوث المنشورة في المجلات المتخصصة في الإعلام والاتصال 92 بحث من مجموع 191 بنسبة 47.91 % من بحوث عينة الدراسة. ونلاحظ من خلال أرقام الجدول التنوع الكبير في المجال المعرفي التخصصي للمجلات التي نشرت بها بحوث عينة الدراسة بين العلوم الاجتماعية 22.78% ومجلات شاملة لمختلف العلوم بنسبة 20.25 % و علم النفس وعلوم التربية بنسبة 8.86% وتليها بقية التخصصات المعرفية الأخرى.

وتكشف هذه الأرقام بأن الباحثين الأكاديميين في الجامعات العربية ينظرون الى موضوع شبكات التواصل الاجتماعي على أنه موضوع متعدي التخصصات transdisciplinary يستقطب اهتمام الباحثين في مختلف فروع المعرفة للعلوم الاجتماعية والإنسانية وعلوم المكتبات والمعلومات وعلم النفس والتربية والآداب والاقتصاد والموارد البشرية.

ثانياً: بيانات عن محتوى البحوث: وتشمل المفاهيم المستخدمة والعلامات التجارية للشبكات المدروسة، وطبيعة المواضيع التي تناولتها البحوث والمجالات التي تنتسب إليها والكلمات الأكثر تكراراً في عناوينها.



رسم بياني رقم (3) المفهوم المستخدم لتوصيف الظاهرة

المصدر: الباحث

تكشف بيانات الرسم البياني رقم (3) عن تعدد كبير في المفاهيم التي استخدمها الباحثون في توصيف نفس الظاهرة حيث نجد بأن الباحثين استخدموا (12) مفهوماً مختلفاً ويكشف هذا التعدد في المفاهيم عن الاختلاف الكبير بين الباحثين وعدم اتفاقهم في تحديد المفهوم المناسب لتوصيف الظاهرة حيث يميل كل باحث إلى استخدام مفهوم مغاير للمفهوم الذي استخدمه باحثون آخرون وتكاد تكون هذه الظاهرة خاصة موجودة لدى الباحثين العرب فقط، ولا نلمس هذا الاختلاف والتنوع في المفاهيم في الأبحاث التي نشرت في المجتمعات الغربية حيث يكاد يتفق الباحثون على مفهوم واحد هو مفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية (SNS) بالنسبة للباحثين في البلدان الأنجلوسكسونية ومفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية في البلدان الفرنكوفونية، وفي السنوات الأخيرة، مال معظم الباحثون الغربيون إلى استخدام مفهوم "المنصات الاجتماعية"؛ كما يعكس هذا الاختلاف في تحديد مفهوم موحد لتوصيف هذه الظاهرة الاتصالية الجديدة حالة الارتباك المفاهيمي والمنهجي التي سيطرت على الباحثين العرب منذ انتشار استخدام هذه الأدوات الاتصالية في المجتمعات العربية في العشر سنوات الماضية. علاوة على ذلك، تكشف بيانات الجدول أعلاه هيمنة ثلاثة مفاهيم أساسية من حيث الاستخدام من قبل الباحثين في بحوثهم حيث استخدم الباحثون مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي في 88 بحث أي بنسبة 46.1% ومفهوم شبكات التواصل الاجتماعي في 74 بحث بنسبة 38.7% ومفهوم وسائل التواصل الاجتماعي في 18 بحث بنسبة 9.4% ويليهما مفاهيم أخرى متعددة بنسب ضعيفة منها مفهوم الشبكات

الاجتماعية ومفهوم الشبكات الاجتماعية الافتراضية ومفهوم وسائط التواصل الاجتماعي وغيرها.

جدول رقم (2) توزيع استخدام المفاهيم المستعملة في توصيف الظاهرة حسب البلد الذي انجز فيه البحث.

المفاهيم المستخدمة في توصيف الظاهرة					البلد
المجموع	مفاهيم أخرى	مواقع التواصل الاجتماعي	وسائل التواصل الاجتماعي	شبكات التواصل الاجتماعي	
49	5	26	5	13	مصر
38	0	12	1	25	الجزائر
31	2	21	0	8	العراق
26	1	11	5	9	السعودية
12	1	6	1	4	الأردن
7	0	2	2	3	الإمارات
6	1	2	1	2	السودان
23	1	8	3	11	بقية البلدان العربية
191	11	88	18	74	المجموع

المصدر: الباحث

تفسر لنا بيانات الجدول (2) ما كشفت عنه بيانات الرسم البياني رقم (3) من حيث التباين والاختلاف بين الباحثين في المفاهيم المستخدمة لوصف الظاهرة حيث تكشف لنا الاختلاف بين الباحثين في البلد الواحد والاختلاف بين الباحثين من بلدان مختلفة وعلى سبيل المثال نجد انه في مصر استخدم 13 بحث مفهوم شبكات التواصل واستخدم 26 بحث مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي في حين استخدمت 5 بحوث مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي؛ وفي المقابل نجد بأن البحوث المنجزة في الجزائر استخدمت مفهوم شبكات التواصل بواقع 25 بحث، و12 بحث استخدم مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، وبحث واحد فقط استخدم مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي.

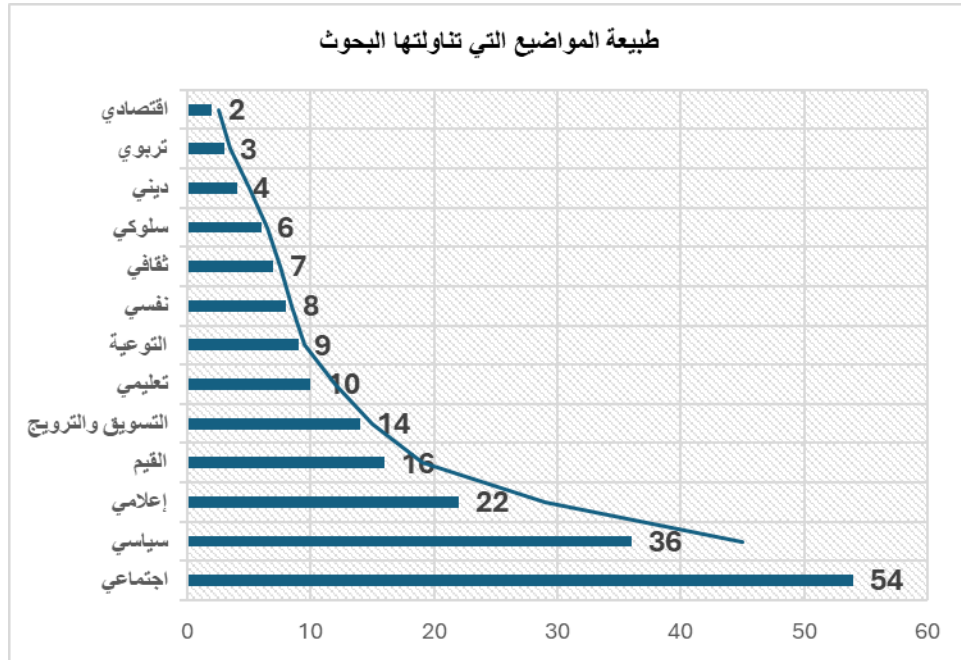
جدول رقم (3) اسم الشبكة التي تم دراستها في البحث

#	اسم الشبكة	التكرار	النسب المئوية
1	أكثر من علامتين تجاريتين	135	70.7
2	فيسبوك	30	15.7
3	لم يتم ذكر أية علامة	12	6.3
4	تويتر	8	4.2
5	فيسبوك وتويتر	2	1.0
6	فيسبوك وواتس أب	2	1.0
7	تويتر وواتس أب	1	.5
8	يوتيوب	1	.5
	المجموع	191	100.0

المصدر: الباحث

توضح بيانات الجدول (3) بأن فيسبوك هي الشبكة الأكثر ذكرا بالتحديد في متن نصوص البحوث بنسبة 70.7 % وتويتر بنسبة 4.2 % ويوتيوب ب 0.5 % في حين أن 135 بحث أشارت الى أكثر من شبكة بنسبة 70.7 % وان 12 بحث من عينة الدراسة لم تشر في متن النص الى أي شبكة محددة بنسبة 6.3 %. من الملاحظات الملفتة للانتباه في هذه البيانات بأن موقع شبكة يوتيوب لنشر وتقاسم الفيديوهات، وموقع شبكة إنستغرام لنشر الصور والفيديوهات وتقاسمها لم يحظيا بأى اهتمام من قبل الباحثين على الرغم من انتشار استخدام فئات واسعة من الجمهور والشركات والهيات لموقعي يوتيوب وإنستغرام، ويمكن إرجاع هذا العزوف للباحثين عن الاهتمام بالموقعين الى الصعوبات

المنهجية التي يواجهها الباحثون عندما يتعاملون مع الصور بمختلف أنواعها ولذلك يميلون الى تفضيل تحليل الصفحات التي تعتمد أكثر على النصوص.



رسم بياني رقم (4) طبيعة المواضيع التي تناولتها البحوث

المصدر: الباحث

تكشف بيانات الرسم البياني أعلاه عن تنوع كبير في طبيعة المواضيع التي تناولتها بحوث عينة الدراسة ذات العلاقة بمواقع الشبكات الاجتماعية حيث تنوعت طبيعة هذه المواضيع بين مواضيع اجتماعية، ومواضيع سياسية، ومواضيع نفسية ، ومواضيع تسويقية وترويجية؛ واحتلت المواضيع ذات الطابع الاجتماعي الترتيب الأول بنسبة 28.3 % تليها المواضيع السياسية بـ 18.8 % ثم المواضيع الإعلامية بنسبة 11.5 % ثم موضوع القيم بـ 8.4 % مواضيع التسويق والترويج بـ 7.3 % ومواضيع التعليم والتعلم بـ 5.2 % ومواضيع التوعية بنسبة 4.7 % والمواضيع النفسية بـ 4.4 % وتأتي بعده بقية المواضيع الأخرى التربوية والاقتصادية وغيرها..

ويعكس هذا التنوع في المواضيع الانتماءات المعرفية والتخصصية للباحثين ومثلما أشرنا من قبل فإن ظاهرة شبكات التواصل استقطبت اهتمام الباحثين من مختلف الفروع المعرفية التخصصية في العلوم الاجتماعية والإنسانية كما يمكن تفسير ارتفاع نسبة المواضيع ذات الطبيعة السياسية بالظروف التي مرت بها المجتمعات العربية في العشر سنوات الماضية حيث عرفت حراكا سياسيا كبيراً استخدمت فيه شبكات التواصل الاجتماعي كوسائل لنشر وتقاسم المعلومات والتحريض، وتعبئة الجماهير وتحريضها على الثورة والتعبير عن مختلف الآراء والتيارات السياسية.

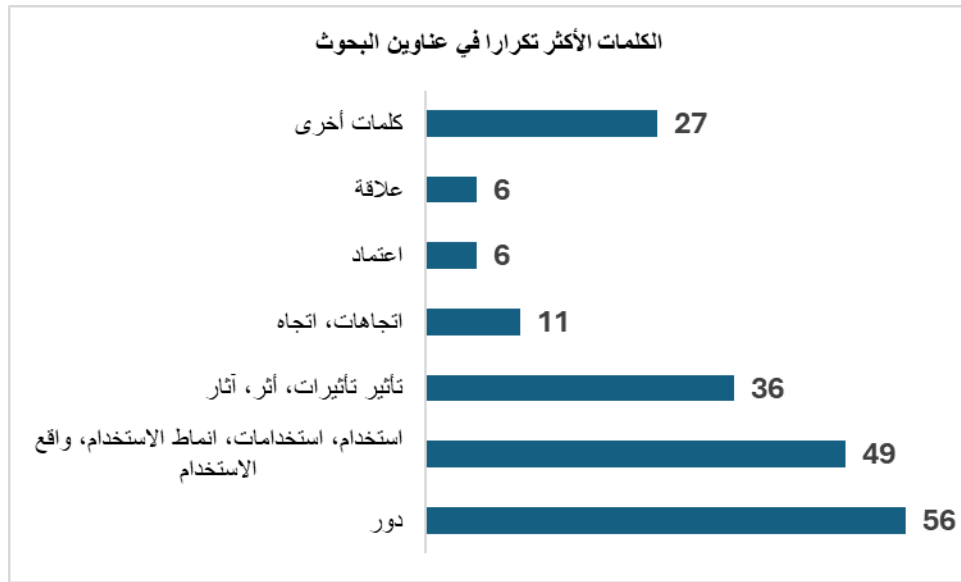
جدول رقم (4) المحاور والقضايا البحثية التي تناولتها البحوث عينة الدراسة

النسب المئوية	التكرارات	المجالات البحثية والقضايا والموضوعات	
23.6	45	وصف وتحليل الأدوار المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي	1
18.3	35	التأثيرات المختلفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على قيم وسلوك ومعارف واتجاهات	2

النسبة المئوية	التكرارات	المجالات البحثية والقضايا والموضوعات	
		المستخدمين	
13.6	26	علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ببعض المتغيرات الاجتماعية والنفسية	3
10.5	20	دوافع وأنماط الاستخدام والإشباع لدى المستخدمين	4
6.3	12	اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو قضايا ومسائل مختلفة	5
4.7	9	الممارسة المهنية والاداء الاتصالي عبر شبكات التواصل الاجتماعي	6
4.2	8	الجوانب القانونية والأخلاقية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	7
4.2	8	شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات لدى المستخدمين	8
3.1	6	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج والتسويق والتعريف والتوعية	9
3.1	6	شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل وصناعة الرأي العام	10
2.6	5	شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية والحراك الشعبي والمجتمعي	11
2.6	5	شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد والتفاعلات الاجتماعية	12
2.1	4	شبكات التواصل الاجتماعي والتعليم والتعلم والتطوير	13
1.0	2	التفاعلية والمشاركة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	14
100.0	191	المجموع	

المصدر: الباحث

تكشف بيانات الجدول (4) عن التنوع الكبير في المحاور والقضايا البحثية التي تناولتها البحوث عينة الدراسة وقد جاء محور وصف وتحليل الأدوار المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي في قمة المحاور بنسبة 23.6 % يليه محور التأثيرات المختلفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على قيم وسلوك ومعارف واتجاهات المستخدمين بنسبة 18.3 % ثم محور علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ببعض المتغيرات الاجتماعية والنفسية مثل الاغتراب والعزلة والإدمان بنسبة 13.6 % ومحور دوافع وأنماط الاستخدام والإشباع لدى المستخدمين بـ 10.5% يليه محور اتجاهات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نحو قضايا اجتماعية مختلفة (مثل قضايا التطرف الديني، المشاركة السياسية، ثقافة الحوار، الأمن الفكري...) بنسبة 6.3% ثم تأتي بعد ذلك محاور بحثية أخرى حظيت باهتمام أقل مثل محور شبكات التواصل والممارسات المهنية (4.7 %) الجوانب القانونية والأخلاقية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي (4.2 %) وتكشف لنا هذه الأرقام عن تركيز اهتمام الباحثين على وصف الأدوار المختلفة التي يعتقد الباحثون أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤديها داخل المجتمعات ولا غرابة أن تكون كلمة "دور" هي الكلمة الأكثر تكرارا في عناوين بحوث عينة الدراسة حيث وردت في 29.5 % من عناوين البحوث المدروسة؛ كما مال الباحثون الى دراسة التأثيرات المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي على سلوك ومعارف وتصورات واتجاهات وقيم المستخدمين ويتصور الباحثون أن شبكات التواصل الاجتماعي تمارس بالفعل تأثيرا على المستخدمين ويميلون الى تعظيم هذا التأثير والملاحظ أن كلمة "تأثير" تكررت في عناوين البحوث عينة الدراسة 36 مرة بنسبة 18.8 % (انظر الرسم البياني أسفله)



رسم بياني رقم (5) الكلمات الأكثر تكرارا في عناوين البحوث عينة الدراسة

المصدر: الباحث

يكشف لنا الرسم البياني رقم (5) عن الكلمات الأكثر تكرارا في عناوين البحوث حيث جاءت كلمة "دور" على رأس قائمة الكلمات التي تكررت في عناوين البحوث بنسبة 29%، تليها كلمة "استخدام أو استخدامات أو أنماط الاستخدام بنسبة 25.6% وكلمة "تأثير"، "تأثيرات"، أثر، آثار بنسبة 18.8% وكلمة "اتجاهات" بـ 5.8% وتكشف لنا هذه النسب للكلمات الأكثر تكراراً في العناوين عن التوجهات البحثية المهيمنة في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي التي تكاد تنحصر في البحث في أدوار هذه الشبكات و استخدام المبحوثين لها، وتأثيراتها المختلفة على سلوكياتهم وقيمهم وتصوراتهم ومعارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا اجتماعية معينة.

ثالثا: الأطر النظرية للبحوث

جدول (5) النظريات التي تم توظيفها في البحوث

#	النظريات التي تم توظيفها في البحوث	التكرار	النسب المئوية
1	الباحث لم يستند الى أي نظرية في بحثه	97	50.8
2	نظرية الاستخدامات والاشياعات	34	17.8
3	الاعتماد على وسائل الإعلام	16	8.4
4	الباحث استند الى أكثر من نظرية في بحثه	14	7.3
5	المجال العام	6	3.1
6	نظرية ثراء الوسيلة	3	1.6
7	نظرية انتشار الافكار المستحدثة	3	1.6
8	نظرية المسؤولية الاجتماعية	2	1.0
9	نظريات أخرى (تكررت مرة واحدة): نظرية التفاعلية الرمزية، نظرية الغرس الثقافي، نظرية التماس المعلومات نظرية الفجوة الرقمية، نظرية الراسمال الاجتماعي، نظرية التعزيز، نظرية الاتصال الحواري الإلكتروني، نظرية البيئة الإعلامية، نظرية فاعلية المعلومات السياسية، نظرية الحتمية التكنولوجية، نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام، نظرية تأثير الشخص الثالث، نظرية التدفق الأمثل، نظرية التلقي، نظرية بناء الأجندة نظرية، حارس البوابة	16	8.3
	المجموع	191	100.0

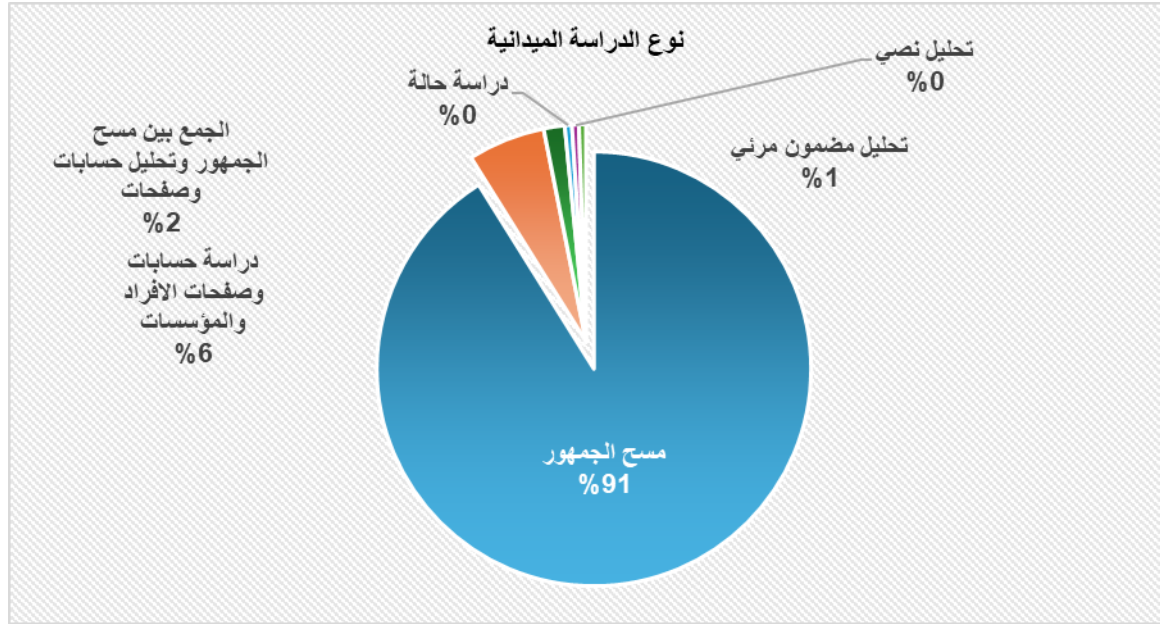
المصدر: الباحث

يكشف لنا الجدول أعلاه بأن عدد النظريات التي تم توظيفها في البحوث عينة الدراسة بلغ 22 نظرية مختلفة مقابل 14 بحثاً وظفت أكثر من نظرية واحدة بنسبة 7.3 في حين نجد بأن 97 بحث من مجموع 191 أي بنسبة 50.8 % أي أكثر من نصف البحوث عينة الدراسة لم يتم فيها توظيف أية نظرية، ومن حيث اسم هذه النظريات نجد بأن 3 نظريات كانت الأكثر توظيفاً في البحوث، نظرية الاستخدامات والاشباع بـ34 تكرار بنسبة 17.8 % ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموع 16 تكرار و نسبة 8.7 % ونظرية المجال العام بمجموع 6 تكرارات و 3 %، أخيراً نجد بأن 16 بحث من 191 بحث عينة الدراسة وظف 16 نظرية مختلفة بنسبة 8.3 %

وتكشف هذه الأرقام الصعوبات التي يواجهها الباحثون في اختيار النظرية المناسبة لتأطير بحوثهم، وعدم اهتمام الباحثين الى النظريات المناسبة التي تساعدهم في فهم ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي.

رابعاً: الأطر المنهجية للبحوث:

وتشمل نوع الدراسة الميدانية، والمناهج المستخدمة، واعتماد البحوث من عدمه على فرضيات، وعينات هذه البحوث، وطرق اختيارها، وحجمها، والأدوات المطبقة في جمع البيانات.



رسم بياني رقم (6) نوع الدراسة الميدانية

المصدر: الباحث

تظهر بيانات الرسم البياني (6) بأن 174 بحث من البحوث المدروسة أي 91.1 % اعتمد على مسح الجمهور لاستقاء البيانات حول القضايا المدروسة في حين اعتمد (11) بحث على دراسة حسابات وصفحات أفراد أو مؤسسات على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 5.8 % واعتمدت 3 بحوث بنسبة 1.6 % على الجمع بين مسح الجمهور ودراسة حسابات وصفحات على شبكة التواصل الاجتماعي، وفي الأخير نعثّر على بحث واحد فقط اعتمد على دراسة الحالة وبحث آخر اعتمد على تحليل النصوص وبحث آخر اعتمد على تحليل مضمون مرئي من الفيديوهات التي يتم نشرها على موقع اليوتيوب. وتكشف هذه الأرقام عن الهيمنة المطلقة لأسلوب مسح الجمهور على بحوث شبكات

التواصل والاستمرار في النظر الى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على انهم لا يختلفون في شيء عن جمهور وسائل الإعلام التقليدية وبالتالي يتم دراستهم بنفس الطرق والأساليب المنهجية التي وظفت في دراسة جمهور وسائل الإعلام التقليدية، كما تكشف هذه الأرقام أيضا عن تقادي الباحثين دراسة مضمون ما يتم نشره على شبكات التواصل الاجتماعي بسبب الصعوبات التي يجدها الباحثون في اختيار المناهج المناسبة وتطبيق برمجيات تحليل ودراسة الشبكات والتعامل مع بياناتها.

جدول رقم (6) منهج الدراسة

نوع المنهج	التكرار	النسب المئوية
كمي	188	98.4
كيفي	2	1.0
مختلط	1	.5
المجموع	191	100.0

المصدر: الباحث

تشير بيانات الجدول (6) الى أن 98.4 % من البحوث التي تم مراجعتها استخدمت المنهج الكمي في دراسة وتحليل القضايا المطروحة حيث اعتمدت على الوصف وتكميم البيانات التي تم الحصول عليها من فئات الجمهور المدروس أو حسابات وصفحات الأفراد أو المؤسسات في حين اعتمد بحثان فقط على المنهج الكيفي وبحث واحد مزج بين الكمي والكيفي. وتؤكد هذ الأرقام استمرار سيطرة البراداييم الكمي على بحوث العلوم الاجتماعية والإنسانية في الجامعات العربية حيث ما زال المنهجي الكيفي مغيبا تماما في البحوث العربية لانعدام تقاليد البحث الكيفي لدى الأكاديميين العرب وعدم تدريس المنهج الكيفي وأدواته البحثية في مناهج التدريس العربية.

جدول رقم (7) استخدام الفرضيات في البحث

استخدام الفرضيات في البحث	التكرار	النسب المئوية
لم يعتمد البحث على فرضيات	118	61.8
اعتمد البحث على فرضيات	73	38.2
المجموع	191	100.0

المصدر: الباحث

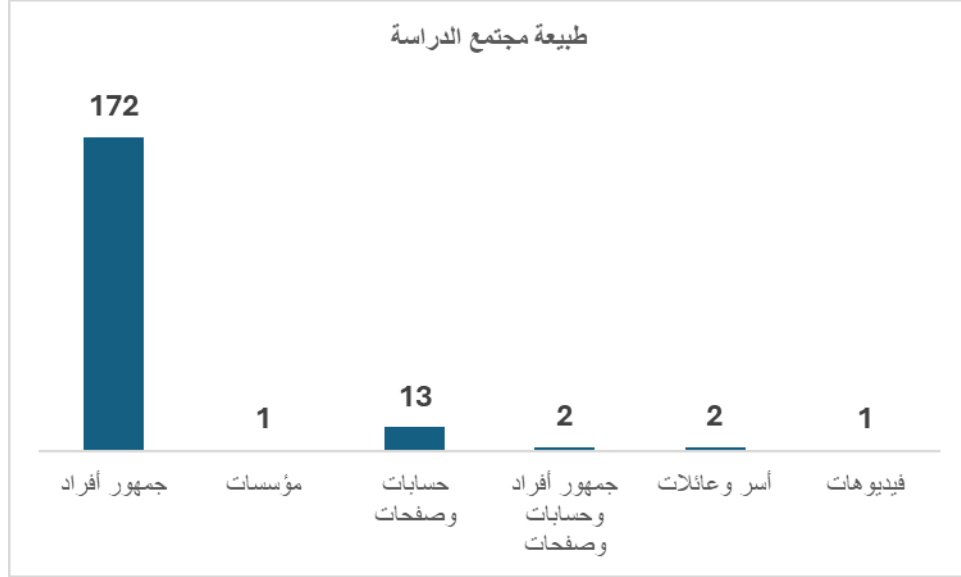
توضح لنا بيانات الجدول (7) بأن 118 بحثا من مجموع 191 بحث عينة الدراسة وبنسبة 61.8 % لم تعتمد على فرضيات وأن 73 بحثا فقط أي 38.2 % اعتمدت على فرضيات، وتكشف هذه الأرقام الطابع الشكلي لهذه البحوث التي تركز على جانب الوصف ولا تهتم بالبحث في العلاقات بين المتغيرات ودراستها وتحليلها وتفسيرها وتفضل جمع معطيات كمية عامة لا تساعد على فهم الأبعاد المختلفة والمعقدة لظاهرة شبكات التواصل.

جدول رقم (8) تقاطع احتواء العنوان على علاقة سببية بين متغيرين واستخدام الباحث للفرضيات

المجموع	الاعتماد على الفرضيات في البحث		احتواء العنوان على علاقة سببية
	لم يعتمد البحث على فرضيات	اعتمد البحث على فرضيات	
67	35	32	يتضمن العنوان علاقة سببية بين متغيرين
124	83	41	لا يتضمن العنوان علاقة سببية بين متغيرين
191	118	73	المجموع

المصدر: الباحث

تؤكد بيانات الجدول رقم (8) ما ذكرناه أعلاه حيث إن 35 بحث من أصل 67 بحث تتضمن عناوينها علاقة سببية بين متغيرين لم تعتمد على فرضيات وأن 41 بحث لا تتضمن عناوينها وجود علاقة سببية بين متغيرين اعتمدت على فرضيات، مما يكشف عن المعالجة السطحية للقضايا المطروحة وعن الاستخدام الارتجالي للفرضيات في البحوث دون الاستناد الى مبررات علمية رصينة.



رسم بياني رقم (7) طبيعة مجتمع الدراسة

المصدر: الباحث

تبين أرقام الجدول أعلاه بأن الغالبية العظمى من البحوث (90.1%) مالت الى دراسة شبكات التواصل الاجتماعي من خلال دراسة جمهور الأفراد، وأن بحوثاً قليلة جداً فقط (6.8%) درست حسابات وصفحات المستخدمين سواء كانت حسابات أو صفحات فردية أو مؤسساتية، وهذا يعني بأن غالبية بحوث شبكات التواصل اهتمت بما يقوله الناس وليس بما يفعلونه على شبكات التواصل.

جدول رقم (9) أنواع العينات المستخدمة في البحوث

النسب المئوية	التكرار	أنواع العينات
العينات الاحتمالية		
8.9	17	العينة العشوائية البسيطة
6.8	13	العينة العشوائية الطبقية
1.6	3	العينة العشوائية المنتظمة
العينات غير الاحتمالية		
32.5	62	العينة العمدية
12.6	24	العينة المتاحة
3.1	6	العينة بالحصة
2.6	5	عينة كرة الثلج
2.1	4	العينة العنقودية
2.1	4	العينة العرضية
25.7	49	غير معرفة

النسب المئوية	التكرار	أنواع العينات
2.1	4	لا ينطبق
100.0	191	المجموع

المصدر: الباحث

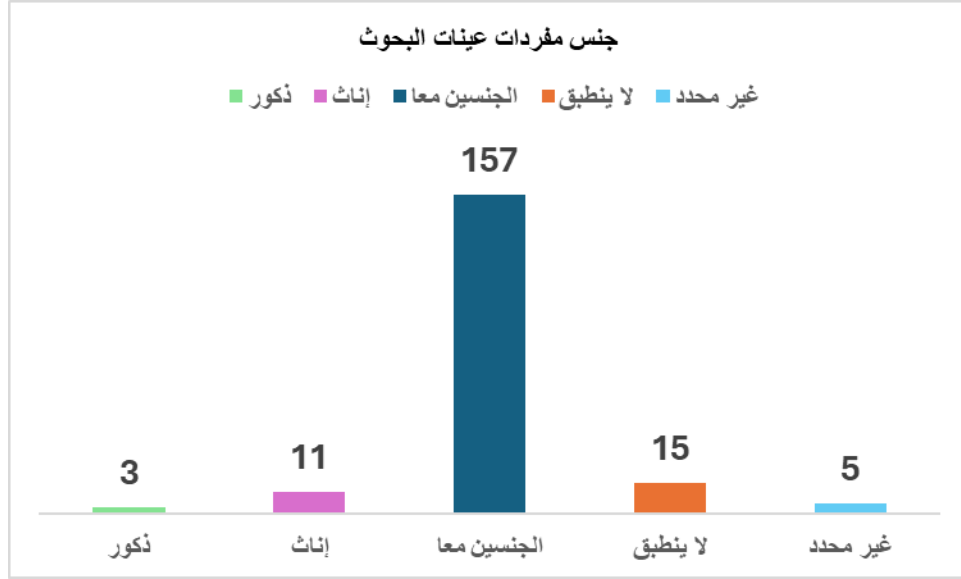
تكشف بيانات الجدول (9) عن تنوع في أنواع العينات المستخدمة في البحوث حيث تم استخدام 9 أنواع من أنواع العينات المتعارف عليها في البحوث الأكاديمية لكن بنسب ضعيفة، في المقابل مالت نسبة كبيرة من البحوث 32.5% الى الاعتماد على العينة العمدية أو القصدية وهو نوع من العينات الغير احتمالية في حين لا تمثل العينات العشوائية أو الاحتمالية (البسيطة والطبقية والمنتظمة) سوى 17.2% من مجموع البحوث المدروسة مما يعني بأن 82.2% من البحوث اعتمدت على العينات غير الاحتمالية وهذا يعنى صعوبة تعميم النتائج التي توصلت إليها هذه البحوث؛ علاوة على ذلك، تكشف بيانات الجدول بأن 49 بحثا من مجموع 191 (25.7%) لم يتم فيها توضيح نوع العينة المستخدمة وطريقة اختيارها وهذا يؤشر على غياب التزام الباحثين بتطبيق الإجراءات المنهجية السليمة والركون الى السطحية والارتجالية في إعداد وإنجاز البحوث.

جدول (10) حجم العينات في البحوث

النسب المئوية	التكرار	حجم المفردات
25.1	48	100 مفردة فما تحت
33.5	64	من 101 الى 300 مفردة
27.7	53	من 301 الى 500 مفردة
3.7	7	من 501 الى 700 مفردة
1.0	2	من 701 الى 900 مفردة
2.6	5	من 901 مفردة فما فوق
3.7	7	غير محددة
2.6	5	لا ينطبق
100.0	191	المجموع

المصدر: الباحث

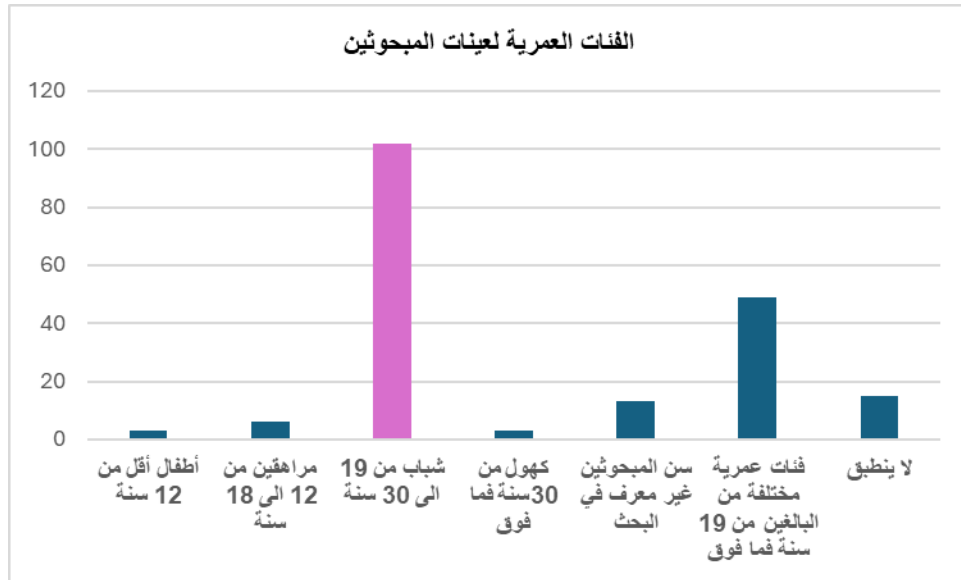
يمكن استخلاص، من خلال قراءة أرقام الجدول رقم (10)، ملاحظة أساسية بأن البحوث حول مواقع الشبكات الاجتماعية اعتمدت على حجم عينات صغير جدا قياس بحجم مجتمع البحث حيث أن 165 بحث من مجموع 191 أي بنسبة 86.3% اعتمدت على عينات لا تزيد مفرداتها عن 500 مفردة وهو حجم ضئيل، ولا يمكن لعينات بهذا الحجم أن تعكس التباين والتنوع في مجتمع الدراسة، في حين أن نسبة البحوث التي اعتمدت على عينات حجمها يتجاوز 900 مفردة لا تمثل سوى 2.6% أما البحوث التي لم يتم فيها تحديد حجم العينة وهي تلك التي تناولت دراسة الحسابات والصفحات ولم يتم تحديد حجم التغريدات أو المنشورات التي تم اختيارها للدراسة فبلغت 3.7%.



رسم بياني رقم (8) جنس مفردات عينات البحوث

المصدر: الباحث

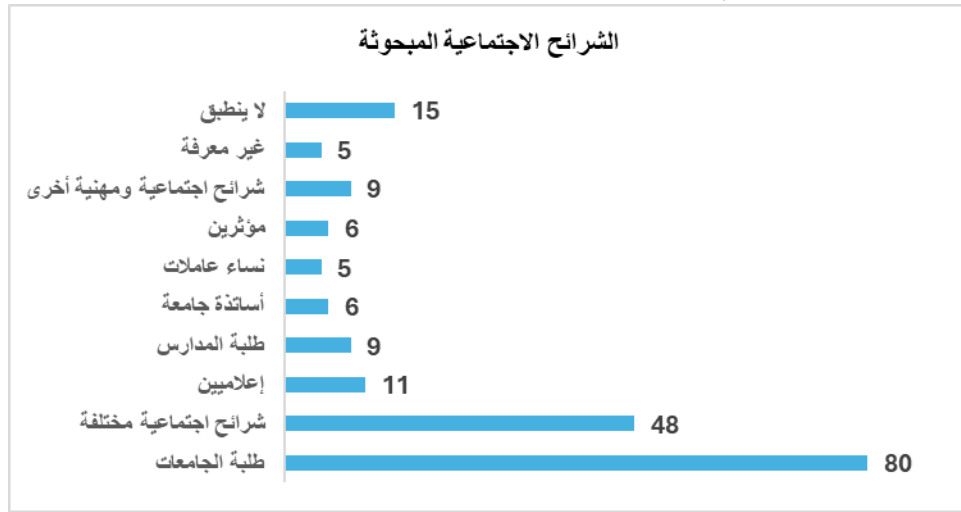
توضح بيانات الرسم البياني رقم (8) إن معظم البحوث (82.2%) اختارت عينات تشمل الجنسين (الذكور والإناث) وأن 5.8% فقط اعتمدت على عينات من الإناث مقابل 1.6% اعتمدت على عينات من الذكور، وفي المقابل نجد بأن 2.6% من البحوث لم تحدد جنس مفردات العينة وأن 7.9% لا ينطبق عليها الوصف لأنها تتعلق بالبحوث التي اختارت عينة من الحسابات والصفحات.



رسم بياني رقم (9) الفئات العمرية لعينات المبحوثين

المصدر: الباحث

تفيد بيانات الرسم البياني (9) بأن 53.4% من البحوث اعتمدت على عينات من الشباب يتراوح سنهم بين 19 و30 سنة وهي نسبة تمثل أكثر من نصف البحوث في حين يتوزع النصف الآخر بين الأطفال والمراهقين بنسبة 4.7% والكهول فوق 30 سنة بنسبة 1.6% فقط و6.8% أعمار المبحوثين غير معرفة البحث في حين نجد أن 25.5% من البحوث اعتمدت على عينات من فئات عمرية مختلفة من البالغين من سن 19 فما فوق و7.9% تمثل البحوث التي اعتمدت على عينات غير بشرية أي صفحات وحسابات. نستخلص من استعراض هذه الأرقام اتجاه البحوث الى الاعتماد على عينات من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 19 و30 سنة. وتدعم هذه الأرقام الاعتقاد الشائع في المنطقة العربية (والذي لا يقوم على أدلة علمية) بأن الشباب هم فقط من يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية دون غيرهم من الفئات العمرية الأخرى في المجتمع.



رسم بياني رقم (10) الشرائح الاجتماعية المبحوثة

المصدر: الباحث

تبرز بيانات الرسم البياني أعلاه بأن فئة طلاب الجامعات هي الفئة المفضلة لدى الباحثين عند اختيارهم لعينات بحوثهم حيث إن 41.9% من البحوث اعتمدت على عينة قوامها طلبة الجامعات مقابل 25.1% من البحوث التي اعتمدت على عينات مشكلة من شرائح اجتماعية مختلفة بينما لم تحظ باقي الشرائح الاجتماعية باهتمام الباحثين حيث جاءت نسب العينات التي اعتمدت على الإعلاميين، أو الموظفين، أو المعلمين، أو باقي الشرائح ضعيفة وتتراوح بين 1% و6%.

ونستخلص من استعراض هذه الأرقام بأن الباحثين يفضلون الركون الى السهل والاكتفاء بما هو في متناول اليد باعتمادهم على طلبة الجامعات لسهولة توزيع الاستبيانات على الطلبة، وهو ما يطرح مشكلة القيمة المعرفية لهذه البحوث، وقدرتها على فهم ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع في ظل حصر الظاهرة داخل أسوار الجامعة وعدم الانفتاح على المجتمع، خصوصا أن شريحة الطلبة الجامعيين لا تمثل بأية حال مختلف شرائح المجتمع من حيث حجمها ومن حيث خصائصها، واحتياجاتها، وأنماط استخدامها لهذه الشبكات.

جدول رقم (11) أدوات جمع البيانات المستخدمة في البحوث

النسب المئوية	التكرار	أدوات البحث المستخدمة
89.0	170	الاستبانة
5.2	10	استمارة تحليل محتوى
3.1	6	المقابلة
1.0	2	الجمع بين استخدام استبانة واستمارة تحليل محتوى
1.6	3	غير محددة
100.0	191	المجموع

المصدر: الباحث

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) بأن 89% من البحوث اعتمدت على أداة الاستبانة في جمع البيانات مقابل 5.2 % اعتمدت على استمارة تحليل المحتوى و 3.1 % فقط اعتمدت على المقابلة. وتكشف هذه الأرقام تفضيل الباحثين العرب لأداة الاستبانة في جمع المعلومات والتعامل مع مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية وكأنهم جمهور لا يختلف في شيء عن جمهور وسائل الإعلام التقليدية.

5- عرض النتائج ومناقشتها

● كشفت الدراسة عن النمو المطرد في البحوث التي تناولت ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية منذ 2012 حيث يكشف لنا هذا النمو عن تحول هذه الظاهرة الى بئرة اهتمام بحثي محوري بالنسبة للباحثين في المنطقة العربية تزامنا مع نمو انتشار استخدام هذه الشبكات من قبل شرائح متنوعة من السكان؛ غير أن هذا الاهتمام الكبير الذي يوليه الدارسون لظاهرة مواقع الشبكات لا يمكن رده فقط الى سرعة وتوسع انتشار استخدام هذه الشبكات على نطاق واسع في المجتمعات العربية في السنوات العشر الأخيرة من هذا القرن (أنظر تقرير رادكليف وأبوحميد (Radcliffe D & Hadil, 2021) Abuhmaid، بل يمكن رده أيضا الى ولع الباحثين العرب بدراسة الظواهر الجديدة و الاعتقاد بأن ذلك مؤشر على جودة موضوع الدراسة، وفي الواقع يسود اعتقاد لدى الباحثين، خصوصا الشباب منهم، بأنه كلما كان موضوع البحث متعلقا بظاهرة جديدة كان ذلك مؤشر على حسن الاختيار، فالمهم ليس الإشكالية التي يطرحها الباحث والطرق المنهجية التي يتبعها في دراستها وإنما المهم في اعتقادهم هو أن يطرق الباحث موضوعا جديدا لم يتناوله باحثون من قبله؛ والواقع، لقد عودنا الباحثون العرب على الشغف المفرط بدراسة المواضيع المرتبطة بالظواهر الجديدة وصرف اهتمامهم عن البحث في الظواهر القديمة ويمكن التذليل على ذلك بالشغف الذي سيطر على الباحثين بداية الثمانينات من القرن الماضي عندما انتشرت ظاهرة الألفية التلفزيونية الفضائية حيث مالت معظم البحوث الى دراسة هذه الظاهرة الجديدة في المجتمعات العربية من حيث الاستخدام وتأثيراتها على قيم وسلوك وتصورات المشاهدين، غير أنه بمجرد بداية ظهور شبكة الإنترنت وانتشارها تحول فجأة اهتمام الباحثين الى هذه الوسيلة الجديدة وصرفوا اهتمامهم عن التلفزيون الفضائي ومشكلاته وتأثيراته واتجهت معظم البحوث الجديدة الى دراسة شبكة الإنترنت ليتراجع هذا الاهتمام بالإنترنت مع بداية ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وانتشار استخدامها في المنطقة العربية مع بداية العقد الثاني من القرن الحالي، ويبدو المشهد أماننا وكأن الاهتمام البحثي بالظواهر في الجامعات العربية يخضع لمنطق "التقليعات" ونزوات الباحثين أكثر من خضوعه لمتطلبات الواقع والحاجة الى إنتاج معرفة عنه. غير أن الولوج بمحاولة دراسة كل ما

هو جديد من ظواهر ومواضيع بحثية لدى الباحثين العرب يتناقض بشكل صارخ مع تمسكهم الشديد بالمفاهيم والمناهج والأدوات البحثية القديمة التي يوظفونها في دراسة الظواهر الجديدة دون الأخذ في الاعتبار الاختلافات الموجودة وعلى سبيل المثال لا يزال بعض الباحثين العرب يستخدمون مفهوم "التعرض" على نحو غير سليم عند دراستهم لمستخدمي شبكات التواصل غير مدركين للاختلافات الموجودة بين جمهور وسائل الإعلام التقليدية والمنطق التكنولوجي الذي يحكم هذه الوسائل باعتبارها تكنولوجيا "دفع push" والمنطق التكنولوجي لشبكات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي التي هي تكنولوجيا "سحب pull" أي انه في الأولى تصل الرسالة الى الجمهور بدون إرادة منه أو جهد، في حين أنه في الثانية، يذهب المستخدم الى الرسالة ويبذل جهدا في الوصول إليها.

● تميزت أغلب عناوين البحوث بالتمطية في الصياغة حيث جاءت معظم العناوين متشابهة، وعلى نفس الصياغة تقريبا مع بعض الاختلافات الطفيفة في بعض الكلمات القليلة التي تميز البحوث عن بعضها البعض، ومن أكثر الصياغات المتكررة في العناوين "دور شبكات أو مواقع أو وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 29.3 %؛ "استخدام مواقع أو شبكات أو وسائل التواصل بنسبة 25.6 %؛ تأثير شبكات أو مواقع أو وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 18.8 %؛ "اتجاهات مستخدمي مواقع أو شبكات أو وسائل التواصل الاجتماعي نحو" بنسبة 5.8 %؛ "علاقة شبكات أو مواقع أو وسائل التواصل بنسبة 3.1 %؛ "اعتماد [الشباب، أو الطلبة، أو النساء، أو الصحفيين، أو المعلمين، أو أي شريحة اجتماعية، أو مهنية أخرى] على شبكات أو مواقع أو وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على المعارف أو الأخبار" بنسبة 3.1 %.

● علاوة على ذلك، فقد تميزت العناوين بالضعف في الصياغة من حيث تضمينها لمتغيرات الدراسة فقد جاءت معظم العناوين في صيغة جمل وصفية أكثر من كونها عناوين بحثية تبرز موضوع الدراسة وتبرز متغيراتها، حيث إن 124 بحث من 191 (64.9 %) التي تم مراجعتها لا تتضمن عناوينها علاقة سببية بين متغيرين مقابل 67 بحث فقط (35.1%) عكست عناوينها علاقة سببية بين متغيرات الدراسة.

● كشفت الدراسة بأن كلمة "دور" هي الأكثر تكرارا في عناوين البحوث بنسبة 29%، تليها كلمة "استخدام" أو استخدامات أو أنماط الاستخدام بنسبة 25.6 % وكلمة "تأثير"، "تأثيرات"، "أثر"، "آثار" بنسبة 18.8 % وكلمة "اتجاهات" ب 5.8 %. تكشف هذه النتيجة عن استمرار الباحثين العرب التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية بنفس العدة النظرية والمنهجية التي استخدمت في التفكير في وسائل الإعلام التقليدية، لذا ركزت معظم البحوث المنتجة في مجال في دراسة علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بمستخدميها على مفهومي "الدور" الذي تقوم به هذه الشبكات، والمحدد سلفا في كل المجتمعات، بصرف النظر عن طبيعة المستخدم، وينطبق على كل الفئات الاجتماعية، ويسمو فوق الثقافات، و"التأثير" الذي ظل موضع مراجعة ومساءلة مستمرة منذ نموذج هارولد لا زويل وتم دحضه من قبل سوسيولوجيا الاستخدام وظل حاضرا في معظم البحوث التي تطرقت إلى مواقع الشبكات الاجتماعية رغم تأكدها على أن مفهوم التفاعل في هذه المواقع يتنافى ومنطق التأثير (العياضي 2013).

● كشفت الدراسة عن التنوع الكبير في طبيعة المواضيع المدروسة مع الحضور البارز للمواضيع ذات الطابع الاجتماعي، والمواضيع ذات الطابع السياسي في بحوث شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن تفسير ذلك بالرجوع الى عدة عوامل منها: كون البحوث المنجزة تنتمي الى حقول معرفية متعددة في العلوم الاجتماعية والإنسانية (إعلام

واتصال، علم اجتماع، علم نفس، علوم تربية. الخ) ؛ ونظرة الباحثين من مختلف الفروع المعرفية الإنسانية والاجتماعية الى ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها ظاهرة متعددة الفروع المعرفية transdisciplinary لا تنتمي لأي فرع معرفي بحد ذاته وبالتالي يمكن البحث فيها، ويبدو أن الباحثين العرب لا يعتقدون بأن موضوع شبكات التواصل الاجتماعي ينتمي معرفيا لحلل الإعلام والاتصال مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وهذا ما يدفع ربما بعض الباحثين في حقل الإعلام والاتصال الى تفضيل استخدام مفهوم الإعلام الجديد عند تناول ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية للتأكيد على انتماء الظاهرة معرفيا لحقل الإعلام والاتصال.

● كشفت الدراسة عن تنوع كبير في المحاور والقضايا البحثية التي تناولتها بحوث شبكات التواصل (14 محور) لكن مع ميل واضح لتركيز اهتمام الباحثين على دراسة أربعة محاور بحثية رئيسة مهيمنة وهي: وصف الأدوار المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 23.6%؛ التأثيرات المختلفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على قيم وسلوك وتصورات ومعارف واتجاهات المستخدمين بـ 18.3%؛ علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ببعض المتغيرات الاجتماعية والنفسية بنسبة 13.6%؛ ووصف وتحليل أنماط ودوافع استخدام شبكات التواصل والاشباعات المتحققة لدى المستخدمين بنسبة 10.5%.

تشكل البحوث حول مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية استمرارية لبحوث الاتصال الجماهيري، إذ أن الكثير منها سعى إلى تشخيص دور هذه المواقع في التغيير الاجتماعي والسياسي، وتشكيل الرأي العام، ورفع الوعي، والتأثير على القيم والسلوك الاجتماعي وهذا رغم الاختلاف الواضح بين وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية وهذه الوسائل الاتصالية الجديدة (العياضي 2013)

● كشفت الدراسة عن تنوع المفاهيم التي استخدمها الباحثون في توصيف الظاهرة حيث تم استخدام 12 مفهوما مختلفا مع هيمنة ثلاث مفاهيم أساسية وهي: مواقع التواصل الاجتماعي في 88 بحث بنسبة 46.1% ومفهوم شبكات التواصل الاجتماعي في 74 بحث بنسبة 38.7% ومفهوم وسائل التواصل الاجتماعي في 18 بحث بنسبة 9.4%. يكشف لنا هذا التنوع في المفاهيم المستخدمة من قبل الباحثين عن غياب النقاش العلمي حول المفاهيم، ونتفق مع الحمامي فيما ذهب إليه بأن المفاهيم لا تمثل رهانا معرفيا في البحوث العربية بسبب غياب التفكير في النماذج النظرية التي يستخدمها الباحثون وفي المقاربات النظرية التي يوظفونها وفي المسائل البحثية التي يطرحونها وفي السياق الثقافي التي تشكلت فيه مواقع الشبكات الاجتماعية (الحمامي الصادق 2015).

إن التأكيد على كثرة هذه المسميات، التي تبدو لغير المطلعين أنها مرادفات لمسمى واحد، لا يفيد البحث العلمي كثيرا، ما لم يقترن بجهد علمي واستثمار معرفي للتمتلات التي يحملها كل مسمى، والرهانات الأبتمولوجيا التي يطرحها (العياضي 2015).

● كشفت نتائج الدراسة أنه من بين 192 بحث أشار 135 بحث الى أكثر من علامة تجارية للشبكات المدروسة بنسبة 70.7% وأن 12 بحث من أصل 192 من عينة الدراسة لم تشر في متن النص الى أي علامة تجارية محددة للشبكات بنسبة 6.3%، في حين نجد بأن العلامة التجارية "فيسبوك" هي العلامة الأكثر ذكراً بالتحديد في متن نصوص البحوث بنسبة 15.7% وتويتر بنسبة 4.2% ويوتيوب بـ 0.5%. وتكشف هذه النتيجة ميل الباحثين الى طمس الفوارق الأساسية المختلفة بين هذه الشبكات والخدمات التي تقدمها والحديث عنها وكأنها تمتلك نفس الخصائص

والوظائف ولا توجد بينها أية فروق حيث يتم الجمع بين "فيسبوك" و"واتس أب" و"تويتر" و"واتس أب" تحت مفهوم واحد وهو مواقع التواصل الاجتماعي رغم وجود اختلافات كبيرة بين هذه الوسائل كما لا يتم استخدام أي فئات لتصنيف هذه الوسائل من حيث الخدمات التي تقدمها وطرق الولوج إليها ونوع البيانات المتاحة أو تلك التي يمكن أن يتم تبادلها بين المستخدمين، وعلى سبيل المثال هناك اختلاف كبير بين الفاسبوك وبين "الواتس أب" التي ينتميان إلى نفس الشركة ولكنهما مختلفان في الخصائص والوظائف وطرق الاستخدام فلا يمكن اعتبار الواتس أب موقع وإنما شبكة مغلقة بين المشتركين وهي تنتمي إلى عائلة الماسنجر والفايبر والإيمو وغيرها من الشبكات التي تتيح في إطار مغلق للمستخدمين التواصل فيما بينهم وتبادل الرسائل والنصوص المكتوبة والمسموعة والمرئية والمكالمات الهاتفية.

● توصلت الدراسة إلى أن 97 بحث من مجموع 191 بنسبة 50.8% أي أكثر من نصف البحوث عينة الدراسة لم يوظف فيها الباحثون أية نظرية؛ بلغ عدد النظريات المستخدمة في هذه البحوث 22 نظرية مختلفة مقابل 14 بحثاً وظفت أكثر من نظرية واحدة بنسبة 7.3%. تكشف هذه النتيجة عن الصعوبات التي يواجهها الباحثون في اختيار النظرية المناسبة وحالة الارتباك التي سيطرت على الباحثين بسبب كون معظم هذه النظريات استخدمت في تحليل ظواهر اتصالية مرتبطة بوسائل الإعلام التقليدية وعدم اهتمام الباحثين إلى النظريات المناسبة التي تساعدهم في فهم ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي.

وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة عزة عبد العزيز (2012) ودراسة بخيت (2016) من أن معظم البحوث لم تكن قادرة على توظيف أي نظرية أو ضبط للإطار النظري لموضوع البحث واكتفى معظمها بعرض المفاهيم واختبار الفرضيات دون أي سند نظري، وأن هذه البحوث اكتفت بذكر النظرية في مقدماتها فقط، ولم تعد إليها ولم توظفها في البحث.

من جانب آخر فإن لجوء الباحثين إلى الاعتماد على أكثر من نظريتين أو ثلاث في البحث الواحد يعبر عن ضبابية الأفق النظري لديهم وعجزهم عن تحويل موضوع مواقع الشبكات الاجتماعية إلى مشكل نظري لا يمكن أن يصاغ دون مقارنة نظرية. وكما يشير إلى ذلك العياضي (العياضي 2016) فإن الاستغناء عن النظريات في البحث أو ذكرها دون تشغيلها يطرح التساؤل حول طبيعة الإشكاليات التي تطرحها هذه البحوث، فالإشكالية ذات صلة وثيقة بالبناء النظري لموضوع البحث، ومن الصعب بناء هذا الأخير من دون الاستعانة بنظرية ما.

● كشفت الدراسة بأن ثلاث نظريات كانت الأكثر توظيفاً في البحوث حول مواقع الشبكات الاجتماعية وهي: نظرية الاستخدامات والشبكات ب 34 تكرار بنسبة 17.8% ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموع 16 تكرار ونسبة 8.7% ونظرية المجال العام بمجموع 6 تكرارات و 3%.

إن استمرار تفضيل البحوث التي تتناول مواقع الشبكات الاجتماعية لنظرية الاستخدامات والشبكات يعني أن هذه البحوث ما زالت حبيسة "البراداييم" الوظيفي وإنما لا ترى في هذه المواقع سوى أداة بسيطة تعمل على تلبية حاجات المستخدمين وإشباعها؛ وتكشف هذه النتيجة استمرار هيمنة المدرسة الوظيفية على بحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، واستمرار تطبيق الأطر النظرية ذاتها التي استخدمت في دراسة وسائل الإعلام التقليدية في دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية أي الاستمرار في التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية بالطرق ذاتها، النظرية والمنهجية، التي استخدمت للتفكير في التلفزيون وفي الإذاعة وفي الصحافة وفي الإنترنت لاحقاً؛ كما تكشف هذه النتيجة أيضاً بأن

عملية الاستعانة بنظرية أو مقارنة نظرية في البحث لا تزال تمثل إشكالية كبيرة في البحوث العربية حيث يعتقد البعض أنه عليه أن يختار نظرية في بحثه ولذلك يختار ما يعرفه أو ما هو متوفر لديه دون التساؤل عن فائدة هذه النظرية وقدرتها على مساعدته في فهم المشكلة التي يطرحها، وعلى سبيل المثال كشفت مراجعتنا للبحوث عينة هذه الدراسة بأن بعض الباحثين وظفوا نظرية الاستخدامات والاشباع في دراسة دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام وهو أمر يتجاوز قدرة هذه النظرية على مساعدة الباحث في فهم ظاهرة تشكل الرأي العام ؛ وتؤكد هذه النتيجة ما ذهب إليه العياضي من قبل حين أشار إلى أن الباحثين العرب يزجون بنظرية الاستخدامات والاشباع لاستقراء علاقة بعض الفئات الاجتماعية بمواقع الشبكات الاجتماعية في "صناعة" ظاهرة اجتماعية في غاية التعقيد، مثل ظاهرة الرأي العام (العياضي 2013).

● كشفت الدراسة عن الهيمنة المطلقة لأسلوب مسح الجمهور على بحوث شبكات التواصل (91.1 % اعتمد على مسح الجمهور لاستقاء البيانات حول القضايا المدروسة)، والاستمرار في النظر إلى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على أنهم لا يختلفون في شيء عن جمهور وسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي يتم دراستهم بنفس الطرق والأساليب المنهجية التي وظفت في دراسة جمهور وسائل الإعلام التقليدية، كما تكشف هذه النتيجة أيضا عن تقادي الباحثين دراسة مضمون ما يتم نشره على شبكات التواصل الاجتماعي بسبب الصعوبات التي يجدها الباحثون في اختيار المناهج المناسبة وعدم إلمامهم بتطبيق برمجيات تحليل ودراسة الشبكات والتعامل مع بياناتها.

● كشفت الدراسة بأن بحوث مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية لا تزال تقف عند عتبة الوصف ولم تتخطاها أبد إلى تتبع الظاهرة وتفسير تطورها أو التجريب لقياس متغيراتها، فعينة الدراسة التي شملت البحوث المنجزة من 2012 إلى 2021 أي خلال 9 سنوات لم تؤد إلى أي تغيير أو تطور في مقارنة الواقع، فقد ظلت هذه البحوث حبيسة المقاربة الوصفية التي لا تساعد على الولوج إلى الظاهرة وتفسيرها، وعلى الرغم من أهمية الوصف إلا أننا نعتقد أن الواقع يحتاج اليوم إلى بحوث تفسره لا إلى بحوث تكتفي بوصفه.

● توصلت الدراسة إلى نتيجة مهمة وهي أن 98.4 % من البحوث المدروسة استخدمت المنهج الكمي في دراسة وتحليل القضايا المطروحة حيث اعتمدت على الوصف وتكميم البيانات التي تم الحصول عليها من فئات الجمهور المدروس أو من حسابات وصفحات الأفراد أو المؤسسات في حين اعتمد بحثان فقط على المنهج الكيفي وبحث واحد مزج بين الكمي والكيفي. وتؤكد هذه النتيجة ما خلصت إليه دراسة آمال كمال (2017) من جموح معظم بحوث مواقع الشبكات الاجتماعية إلى الوصف، كما تؤكد استمرار هيمنة تقاليد البحث الكمي على بحوث الإعلام في المنطقة العربية وغياب شبه تام للبحوث الكيفية وأن الباحثين العرب ما زالوا مهتمين بدراسة الواقع من خلال ما يقوله المبحوثين بأنهم يفعلونه وليس من خلال دراسة ما يفعلونه حقا، أي محاولة اكتشاف الواقع والولوج إليه من خلال ما يصرح به الناس وليس من خلال دراسة ماذا يحدث بالفعل.

● توصلت الدراسة إلى نتيجة أن 61.8 % من البحوث عينة الدراسة لم تستند إلى فرضيات وهي نسبة كبيرة تعبر عن غياب الإشكالية في هذه البحوث وميل الباحثين إلى تسطيح المواضيع المدروسة وتقادي البحث في العلاقة بين المتغيرات ودراستها وقياسها وتحليلها والاكتفاء بالوصف الخارجي خصوصا إذا علمنا بأن 35 بحث من أصل 67 بحث تضمنت عناوينها علاقة سببية بين متغيرين لم يستند أصحابها إلى فرضيات. وإذا قارنا هذه النتيجة بنسبة تكرار

كلمات "تأثير" و"تأثيرات" و"أثر" في البحوث التي تم مراجعتها (18.8%) نكتشف بان الباحثين العرب الذين اهتموا بالبحث في مواقع الشبكات الاجتماعية لا يفترضون بأن هذه المواقع لها تأثير يجب أن يتم دراسته وقياسه، بل يعتبرون هذا التأثير أمراً مسلماً به لا يحتاج الى أي تحليل أو قياس.

● كشفت الدراسة بأن 90.1% من البحوث المدروسة اعتمدت على مجتمع دراسة يتشكل من الأفراد مقابل (6.8%) فقط اعتمدت على مجتمع دراسة يتشكل من حسابات وصفحات المستخدمين سواء كانت حسابات أو صفحات فردية أو مؤسساتية، وتعكس هذه النتيجة الاتجاه البحثي السائد في معظم البحوث العربية والمتمثل في انصراف الباحثين الى دراسة ما يقوله الناس وليس دراسة ما يفعلونه على مواقع الشبكات الاجتماعية. إن فهم الطبيعة المعقدة لهذه المواقع تقتضي من الباحثين عدم استسهال طرق معالجتها والاكتفاء بالوصف الخارجي، بل ضرورة التعمق في تحليل ما ينتجه الناس الذين يستخدمون هذه المواقع والغوص في معانيه ودلالاته وعلاقته بتصوراتهم وشروط معيشتهم.

● توصلت الدراسة الى نتيجة أن 82.2% من البحوث اعتمدت على العينات غير الاحتمالية، وأن 25.7% من هذه البحوث اعتمدت على عينات لم يتم توضيح نوعها وطريقة اختيارها، وفي المقابل لا تمثل العينات العشوائية أو الاحتمالية (بكل أنواعها، البسيطة، والطبقية، والمنظمة) سوى 17.2% من مجموع البحوث المدروسة. من جانب آخر كشفت بيانات الدراسة بأن البحوث حول مواقع الشبكات الاجتماعية اعتمدت على حجم عينات صغير جداً قياس بحجم مجتمع البحث حيث إن 165 بحث من مجموع 191 أي بنسبة 86.3% اعتمدت على عينات لا تزيد مفرداتها عن 500 مفردة وهو حجم يمكن اعتباره لا معنى له ولا يمكن لعينات بهذا الحجم أن تعكس التباين والتنوع في مجتمع الدراسة، في حين أن نسبة البحوث التي اعتمدت على عينات حجمها يتجاوز 900 مفردة لا تمثل سوى 2.6%. أما من حيث الفئات العمرية للعينات المدروسة فقد اعتمد 53.4% من البحوث على عينات من الشباب يتراوح سنهم بين 19 و30 في مقابل ضعف نسبة الفئات العمرية فوق الثلاثين سنة؛ أما من حيث الفئات الاجتماعية المكونة للعينات المدروسة فقد كانت فئة طلاب الجامعات هي الفئة الأكثر تفضيلاً لدى الباحثين عند اختيارهم لعينات بحوثهم بنسبة 41.9% مقابل 25.1% اعتمدت على عينات مشكلة من شرائح اجتماعية مختلفة بينما لم تحظ باقي الشرائح الاجتماعية باهتمام الباحثين حيث جاءت نسب العينات التي اعتمدت على الإعلاميين أو الموظفين أو المعلمين أو باقي الشرائح ضعيفة وتتراوح بين 1% و6%.

ونكتشف هذه النتائج عن جملة من الحقائق، منها صعوبة تعميم النتائج التي توصلت إليها هذه البحوث بسبب اعتمادها على عينات غير احتمالية وغير ممثلة لمجتمع البحث؛ وغياب الصرامة العلمية في تطبيق الإجراءات المنهجية، والركون الى السطحية والارتجالية في إعداد وإنجاز البحوث؛ وميل الباحثين الى ما هو سهل والاكتفاء بما هو في متناول اليد باعتمادهم على طلبة الجامعات لسهولة توزيع الاستبيانات؛ على ضوء ذلك، نستوقفنا هذه النتائج للتساؤل عن القيمة المعرفية لهذه البحوث وقدرتها على الإسهام في فهم ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في المجتمعات العربية في ظل حصر الظاهرة بداخل أسوار الجامعة وعدم الانفتاح على المجتمع خصوصاً أن شريحة الطلبة الجامعيين لا تمثل بأية حال مختلف شرائح المجتمع من حيث حجمها ومن حيث خصائصها، ومن حيث تمثلها للظاهرة واستخداماتها المتولدة عن هذا التمثل.

●توصلت الدراسة الى اكتشاف بأن 89% من البحوث عينة الدراسة اعتمدت على أداة الاستبانة في جمع البيانات، وتؤكد هذه النتيجة التوجه العام المهيمن في بحوث مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية حيث يميل الباحثون الى استقاء المعلومات من أفواه المستخدمين لهذه الشبكات أي الاعتماد على ما يصرحون به وليس ما يقومون به بالفعل، كما تؤكد أيضا، بأن النسبة الغالبة من هذه البحوث ليست سوى مجرد استطلاعات لرأي المستخدمين للشبكات وغير المستخدمين لها في أمور وقضايا مجتمعية.

ولا شك بأن انعدام التنوع في طرائق البحث، وفي أدوات جمع البيانات يحد من قيمة البيانات المتحصل عليها، وفائدتها في تحليل وتفسير المشكلات التي تطرحها مواقع الشبكات الاجتماعية في المجتمع ويحول دون الوصول الى الفهم العميق للظواهر المتولدة عن انتشار هذه الشبكات واستخداماتها في المجتمع.

خاتمة

حاولت هذه الدراسة أن تقدم وصفا وتحليلا من المستوى الثاني لعينة من 191 بحثا من البحوث العربية المنشورة في مجال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي خلال عشر سنوات تقريبا من حيث المجالات والمواضيع والقضايا البحثية التي تناولتها والمفاهيم التي استخدمتها والأطر النظرية التي استندت إليها والعدة المنهجية التي وظفتها.

على ضوء بيانات الدراسة التي تم استعراضها تم رصد ملامح عام لبحوث مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث تتجه البحوث العربية الى التركيز على الموضوعات الاجتماعية والسياسية والنفسية، والبحث في الأدوار الاجتماعية لهذه المواقع، وتأثيراتها على وعي وقيم وسلوك واتجاهات المستخدمين، ولا تعتمد على أطر نظرية مفسرة، ولا تساءل المفاهيم التي تستخدمها، وتكتفي بالوصف الكمي ولا تهتم بدراسة المتغيرات والعلاقات السببية، وتركز على دراسة فئة الشباب من الطلبة الجامعيين وتستخدم أدوات تقليدية في جمع المعلومات عما يدلي به المبحوثين، وتبتعد عن الطرق المنهجية المبتكرة في دراسة ظاهرة مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

لقد توصلت الدراسة الى جملة من النتائج ذات الدلالة، من أهمها النمو المطرد في البحوث التي اهتمت بدراسة ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية التي أضحت تشكل بؤرة اهتمام بحثي لدى الباحثين العرب في حقل الإعلام والاتصال وأيضا في مختلف فروع العلوم الاجتماعية والإنسانية، غير أن هذا النمو الكمي لم يصاحبه تطور على صعيد المعالجة النظرية والمنهجية لهذه الظاهرة الاتصالية الجديدة في المجتمعات العربية حيث مالت أغلبية البحوث الى استخدام الأطر النظرية والمنهجية ذاتها التي استخدمت في دراسة وسائل الإعلام التقليدية، وتعاملت مع مستخدمي هذه الشبكات بالطريقة ذاتها التي تعاملت بها مع جمهور وسائل الإعلام الجماهيري، وابتعدت هذه البحوث بذلك عن التجديد في المقاربات البحثية أو السعي لتوظيف أطر نظرية، ومنهجية جديدة قادرة على تفسير هذه الظاهرة الاتصالية المعقدة واستخدامات الجمهور لمواقع الشبكات الاجتماعية في إطار الأنساق الاجتماعية والثقافية السائدة.

لقد كشفت هذه الدراسة عن غياب هاجس السؤال البحثي في معظم هذه البحوث التي يبدو أن الهاجس الأساسي والحقيقي لدى أصحابها هو إنجاز بحوث في اقصر مدة زمنية إما للحصول على الشهادات العلمية أو تحقيق الترقيات في مسارهم الأكاديمي، إن توقف معظم هذه البحوث عند عتبة الوصف، واعتبار تأثير استخدام هذه الشبكات على قيم وسلوكيات المستخدمين أمر بديهي ومسلم به، علاوة على التخلي عن الرصانة العلمية في تطبيق الإجراءات المنهجية،

حال دون تحقيق تراكم معرفي حول الظاهرة، أو تطوير العدة النظرية والمفاهيمية الملائمة للولوج الى الواقع وتفسيره تفسيراً علمياً.

أخيراً نأمل أن تكون هذه الدراسة، التي حاولت أن ترصد الملمح العام للبحوث العربية في مجال مواقع الشبكات الاجتماعية، منطلقاً لبحوث عربية مستقبلية تتخطى عتبة وصف استخدام الجمهور لهذه الشبكات وتحقيق الانتقال من مرحلة البحث في ما يقوله الناس بأنهم يفعلونه في الشبكات الاجتماعية الى مرحلة البحث فيما يفعلونه حقاً، وتحريير النقاش حول مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال تجديد التفكير الإعلامي عبر مراجعة المقاربات النظرية والمنهجية لمواقع الشبكات الاجتماعية، وتقديم قيمة علمية مضافة في دراسة الظواهر الاتصالية في المنطقة العربية.

المصادر والمراجع

- الحمامي، الصادق (2015)، مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي، المجلة العربية الأوروبية لعلوم الإعلام والاتصال - عدد 1
- العباضي، نصر الدين (2013)، وسائل جديدة واشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، مجلة الباحث الإعلامي عدد 22
- العباضي، نصر الدين (2015)، دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية في الدول العربية بين الاستمولوجيا والايديولوجيا، المجلة العربية الأوروبية لعلوم الإعلام والاتصال - عدد 1
- العباضي، نصر الدين (2016) البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري، مجلة المستقبل العربي العدد 450: آب/أغسطس
- النمر، مصطفى صابر محمد عطية، والبطريق غادة مصطفى أحمد، (2019)، الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة في الفترة من يناير 2009 م إلى ديسمبر 2018 م، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد، (23)
- بخيت، سيد، (2016) الاشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث شبكات التواصل الاجتماعي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، عدد (16)
- عبد الحليم، سهير، عثمان (2018)، رؤية تحليلية نقدية في عينة من بحوث وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصحافة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، عدد (13)
- عبد العزيز عبد اللاد عثمان عزة (2012) الاشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني: دراسة من منظور " تحليلي نقدي، ورقة قدمت إلى المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الإعلام الجديد: التحديات النظرية والتطبيقية، الرياض، 6 نيسان/أبريل 2012
- نصر، حسنى (2015): اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الاعلام الجديدة، دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض 10-11 مارس 2015
- كمال، أمال (2017) الاتجاهات الحديثة في بحوث مواقع الشبكات الاجتماعية وتشكيل الرأي العام، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد (17)

- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, communication & society*, 18(5), 524-538.
- Crombie, I. K., & Davies, H. T. (2009). What is Meta-Analysis. What is, 1-8.
- Kapoor, K. K., Tamilmanni, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2018). Advances in social media research: Past, present, and future. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531-558.
- Lomborg, S. (2017) A state of flux: Histories of social media research, *European Journal of Communication*, Vol. 32(1) 6– 15, DOI: 10.1177/0267323116682807
- Ellison, N. B., & Boyd, D. (2013). Sociality through social network sites. *The Oxford handbook of internet studies*, 151-172
- Ngai, E. W., Tao, S. S., & Moon, K. K. (2015). Social media research: Theories, constructions, and conceptual frameworks. *International journal of information management*, 35(1), 33-44.
- Radcliffe D & Abuhmaid H. (2021), How the Middle East Used social media in 2020. SSRN.2021
- Rains, S. A., & Brunner, S. R. (2015). What can we learn about social network sites by studying Facebook? A call and recommendations for research on social network sites. *New media & society*, 17(1), 114-131.
- Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D., & Pang, N. (2016). Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *New media & society*, 18(9), 1817-1839.

- Van Osch, W., & Coursaris, C. K. (2015, January). A meta-analysis of theories and topics in social media research. In 2015 48th Hawaii International Conference on System Sciences (pp. 1668-1675). IEEE
- Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A review of Facebook research in social sciences. *Perspectives on psychological science*, 7(3), 203-220.
- Wu, J., Sun, H., & Tan, Y. (2013). Social media research: A review. *Journal of Systems Science and Systems Engineering*, 22(3), 257-282.
- Zhang, Y., & Leung, L. (2015). A review of social networking service (SNS) research in communication journals from 2006 to 2011. *New media & society*, 17(7), 1007-1024.