

**قضايا وإشكاليات تحليل محتوى منصات التواصل الاجتماعي: قراءة
لمجالات البحث والمنهجية الموظفة وأدوات التحليل**
**Issues and Problems of Analyzing the Content of
Social Media Platforms: Areas of Research,
Methodology and Analysis Tools.**

هشام عطية عبد المقصود*

drhishamattia1@gmail.com

الملخص:

تعمل هذه الورقة البحثية على تحليل نماذج نوعية من مختلف الأدبيات البحثية لتحليل محتوى وسائل التواصل الاجتماعي والإشكاليات والاستخلاصات في هذا الشأن، حيث تمت مراجعة وتحليل نماذج من الدراسات العربية في الفترة المحددة فيما يخص كلاً من المجال الموضوعي للبحث، ومجال تحديد الأهمية والأهداف، ومنهجية وأدوات التحليل.

وتم استخلاص عدد من الإشكاليات، منها وجود ميل متزايد لإعادة إنتاج موضوعات وأفكار تمت معالجتها في الإعلام الأساسي "أو التقليدي" وحيث لا يتم في عدد من هذه الدراسات مراعاة اختلاف بيئة المضمون ووسيلته وخصوصية تقديمه، كما لم يقدم عدد من هذه الدراسات تحليلاً لكيفية استخدام الجمهور للأخبار وكيف تنمو المنصات كمصدر للمعلومات رغم أنها صارت ظاهرة مؤثرة، وهناك أيضاً تركيز مفرط على توظيف أداة تحليل المضمون وإحجام عن توظيف برامج التحليل فيما يخص تحليل المفردات الأكثر شيوعاً وتكراراً وتحليل المشاعر المتضمنة في تعليقات الجمهور.

* عميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

الكلمات المفتاحية: منهجية تحليل منصات التواصل؛ إشكاليات تحليل محتوى المنصات؛ برامج تحليل منصات التواصل؛ عينات محتوى منصات التواصل؛ تحليل خطاب منصات التواصل.

Abstract

This paper analyzes the research literature concerned with analyzing the content of social media and the problems and conclusions in this regard, as a number of Arab studies were reviewed and analyzed with regard to the field of research, the determining importance and objectives, and methodology and analysis tool.

A number of problems were extracted, including the existence of an increasing tendency to reproduce topics and ideas that were dealt with in the Mainstream or "traditional" media, and where a number of these studies do not take into account the difference in the environment of the content, its means, and the specificity of its presentation, and a number of these studies did not provide an analysis of the public's use of the news and how social media platforms grow as a source of information.

There is also an excessive focus on employing the content analysis tool and a reluctance to employ analysis programs with regard to analyzing the most common and frequent vocabulary and analyzing the feelings contained in the audience's comments.

Keywords: Methodology for analyzing Social Media, Problems of analyzing social media, Social media analysis software, Social media samples, Social Media Discourse analysis.

مفتتح:

إنما لكل محتوى خصائصه النوعية، ومن ثم له طريقة مثلى في التحليل وتجلية كل من مضمونه الظاهر والضمني، وبغير إدراك ذلك يكون الأمر شبيهاً بمن يريد عبور المحيط بطائرة شراعية أو قريباً من ذلك، فلا تصنع المحاولات كبير أثر في مسيرة العصر وقتاً وجهداً ولا تجتاز مسافة منجزة معرفية تحقق تقدماً معلوماً.

وهذه الورقة البحثية والتي يتم العمل عليها لتكون دراسة مفصلة مقارنة بين سياقين عربي وغربي، تعمل على تحليل نماذج نوعية من مختلف الأدبيات البحثية لتحليل محتوى وسائل التواصل الاجتماعي والإشكاليات والاستخلاصات في هذا الشأن المنشورة على مدار الفترة من 2020 وحتى نهاية 2023.

ومثلما ظهرت هيمنة تطبيقات وتوظيفات تحليل المضمون كأداة بحثية في الدراسات الإعلامية المصرية وعاشت حقبةً وعقوداً، وحتى ظهرت تطورات غير ذات صلة حيناً بالمنشأ وبالأصول، فتحدث البعض ثقةً وجهازاً عياناً عن تحليل مضمون "كيفي" وحين تسأل يقال إنه تفسير جداول تحليل المضمون الكمي وهكذا يكون الكيف مع التحليل الكمي، بل نادى البعض بترك وهجر كل أدوات التحليل الكمي دون تقديم بدائل ضرورية ولازمة لم تحتج إلى إحصاء وكما في طبيعته وخصوصية ظواهره.

ثم بالطريقة حدث تحولٌ مهول ومنتشر نحو توظيف أدوات تحليل الخطاب بذات النهج وذات الطريقة لانتشار وكثافة استخدام أداة تحليل المضمون سابقاً، وعلى نفس الدرب امتلاءً وتقليداً وتكراراً إلا قليلاً.

المجال المعرفي للورقة البحثية:

أثمرت مطالعات مكثفة لدراسات تخص تحليل وتقييم وسائل التواصل والمنصات عن عدة مؤشرات ناقشتها ورأيت أنها مجالاً معرفياً لهذه الورقة:

▶ بعض تكرارات في طريقة التناول نمت وتراكمت لتشكل سؤالاً واستفساراً مهماً عن الجدوى والقيمة البحثية المضافة.

▶ حجمٌ يتزايد دوماً من الدراسات والبحوث المنشورة في الدوريات العلمية العربية صارت تتخذ من منصات التواصل الاجتماعي والمحتوى المطروح عليها مجالاً للبحث، دون أن يتم تحليل وتصنيف اتجاهاتها ومجالات عملها وحدود النجاح والإخفاق فيما استهدفته، ثم مدى تقاطعها علمياً ومعرفياً وبحثياً مع اتجاهات حديثةً دولياً، ثم الأهم مدى قدرتها على استجلاء عناصر ومرتكزات علاقة الجمهور العربي بالمحتوى للمنصات بثاً واستخداماً وتفاعلاً وتأثراً.

ولا شك أن نمو حجم دراسة منصات التواصل هو مهمٌ وقد يساير ازدياد حضور وتأثير تلك المنصات لكن يجدر أن يكون ذلك ضمن شروط أوضحها فيما يلي:

▶ عدم إغفال الطبيعة النوعية لمحتوى وسائل التواصل، وما يفرضه ذلك من تحديات اختيار الفكرة والعينات واختيار منهجية وأداة التحليل، حيث تمت مراجعة وتحليل نماذج من الدراسات العربية في الفترة المحددة فيما يخص كلاً من:

1/المجال الموضوعي للبحث.

2/ إطار تحديد الأهمية والأهداف.

3/ منهجية وأدوات التحليل (وهو مجال التركيز الأكبر).

كما تم استخلاص مجموعة من الإشكاليات كما يلي:

أولاً: إشكاليات الموضوعات (المجالات والأفكار البحثية):

1- هناك ميلٌ متزايدٌ في مجال اختيار الفكرة لإعادة إنتاج موضوعاتٍ وأفكارٍ تمت معالجتها في الإعلام الأساسي "أو التقليدي"، وحيث لا يتم في عددٍ من هذه الدراسات مراعاة اختلاف بيئة المضمون ووسيلته وخصوصية طرحه، بل والطبيعة غير المؤسسية لتحريره والتفاعل معه في المنصات غالباً، حيث يتم تجاه الطابع الفردي للتعليقات وما تفرضه من بنى لغوية وتوظيف رسوم ومقاطع فيديو وأيقونات نمطية متاحة.

2- عدم الالتفات لأولويات بحثية أحياناً، فلم يقدم عددٌ من هذه الدراسات بعداً وتحليلاً لكيفية استخدام الجمهور الأخبار وكيف تنمو المنصات كمصدرٍ للمعلومات رغم أنها صارت ظاهرةً مؤثرة، ولا من ثم تتبع وتحليل نمط تدفق الأخبار الصحيحة والكاذبة ومعدلات تشييرها ودلالاته، وأيضاً تأثير وباء تدفق المعلومات غير المحدود على إدراك الجمهور للواقع وأحداثه وسلوكها إزاءه.

3. عدم تقديم حالاتٍ بحثيةٍ لتتبع نمط سريان الأخبار المزيفة أو الشائعات رغم دراسة الشائعات ذاتها كظاهرة.

4. غياب دراساتٍ موسعةٍ تضع المحتوى الفردي للمؤثرين بمعنى أنه إنتاج جمهور/ في مقابل المحتوى الذي تقدمه قناة أو وسيلة كمؤسسة تجاه نفس الموضوعات، دراسة للتفاعل واتجاهاته والأثر، أي أن هناك توجهاً لاختيار أفكارٍ ومجالاتٍ بحثيةٍ أكثر قرباً واتصالاً من الموضوعات البحثية لمنظومة الإعلام التقليدية. وبيد أنه إذا تم تغيير مسمى الوسيلة الإعلامية لتصبح على الفيس بوك أو اليوتيوب فلا مجال كبير لفروقٍ تتغلغل في بنية المجال البحثي

وتفاصيل الفكرة، رغم أن طبيعة الوسائل تضفي تغييراً على طبيعة الظواهر وطرق تقديمها ومعالجتها.

ومشكلة ذلك ابتداءً، أنه يخلق مصدرًا بحثيًا في تعامل الباحث مع خصوصية الظاهرة المدروسة فيضفي عليها أو يضعها داخل بنية تحليل أو تفسير قديم، غير ملتفت في بعض الأحيان إلى أن جوهر المحتوى "الجديد" هو في خصوصيته.

ومن ثم يُضفي عليه توظيفاً منهجياً تقليدياً أو لا يناسبه فتكون النتائج أحياناً نمطية أو لا تقدم إضافات بحثية فارقة في كشف حالة عمل محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، ومن ثم لا تتضمن أحياناً قيمة نوعية مضافة لفهم المحتوى الجديد.

وانطلاقاً من أن طبيعة الوسائل الجديدة تضفي تغييراً على طبيعة الظواهر المقدمة عبرها تعبيراً ودلالةً وسياًقاً وتفاعلاً، بل وتأثيراً تحتاج جميعها دراسة أعمق.

5. هناك اهتمام بمتابعة موضوعات ترتبط بأزمات، فمثلاً فترة كورونا أفرزت تدفقاً غير طبيعي عن دراسة الظاهرة على منصات التواصل والمواقع الطبية لمنظمة الصحة أو وزارة الصحة، وتجاهلت تدفق المحتوى الطوعي لدى الجمهور في الصفحات "العادية".

6. الميل في الدراسات المطروحة إلى دراسة مواقع رسمية حكومية مصرية وعربية، وهو ما يوفر للباحث إطاراً وبيئة تحليل محددة ويمسك بسياقها وييسر تفسير محتواها، لكنه أحياناً يترك قضية بحثية مهمة في مجال منصات التواصل بدون حل، وهي كيف يمكن دراسة تعبيرات البروفائلات العادية لعموم الجمهور فيما يخص تفاعلهم بشأن حدثٍ أو قضيةٍ أو موضوعٍ ما، وهو ما يمثل إجمالاً

وعدم رغبة في بذل جهد كبير في ارتياد فضاء شبه مجهول، يدفع البعض لاختيار مساحة تحليل "مريحة" جاهزة نسبيًا.

ثانيًا: إشكالية الدراسات السابقة واختيارها وعرضها:

- يتم في بعض هذه الدراسات عمل فصل تعسفي لمحاوَر يتم إدراج عددٍ محدودٍ من البحوث داخلها ليتم استيفاء بند مراجعة وتقديم الدراسات السابقة، وقد قمت بتجربة البحث في قواعد معلومات عن بحوث إضافية في عددٍ من هذه الدراسات ووجدت أنه يمكن استكمالها بمحاوَر وأبحاث جديدة، فضلًا عن عدم توافق مجالات بعض الدراسات المعروضة مع سياق مجال البحث الذي يتم دراسته، وأيضًا عدم وجود منهجية في مجال مقارنة الدراسات السابقة وتحديد استفادة منها.

- هناك سعي واضح في بعض هذه الدراسات لإبعاد شبح وجود قرابة أو صلة وثيقة مع دراسات أخرى غربية أو صينية المنشأ تحديدًا نظرًا لكثافة إنتاجها منشورة في قواعد غربية وهي تدخل بكثافة في مجال دراسات هذه المنصات عالميًا وتحتاج توقعًا وفهمًا، بمعنى أنه ليس غريبًا مطلقًا أن يقوم باحث بتطبيق ظاهرة بحثية في سياق اجتماعي مختلف وعبر تضمينها في سياق تفاعلٍ مختلف.

لكن عندما يكون إبعاد شبح ذلك، صار وحده ضرورة تجب كل ضرورة بحثية تنفيها في بعض الدراسات، فهو أمر يستحق التوقف والتنبه قبل أن يصير عرفًا يمضي.

- تنتهي تجربة عرض الدراسات السابقة بكليشيه عابر للدراسات من بحوث وسائل الإعلام التقليدية إلى تحليل محتوى منصات التواصل وهو: استفاد

الباحث بتحديد الهدف وبناء المشكلة دون أن يقول كيف كان قد تصورهما في البدء وكيف أصبحت مثلاً.

- عددٌ محدودٌ جداً من الدراسات ذكر استفادة ما في مجال توظيف أداة تحليل محددة أو منهجية تعامل مع المحتوى التفاعلي المختلف.
- هناك إفراط في عرض أفقي غير مدمج لهذه الدراسات أحياناً لا يتناسب مع ورقة أو بحث من ثلاثين صفحة، كأن بعض الباحثين يصر على أن يرى من يقرأ أنه رجع لكل ذلك وبما يغلب من قدرته على تقديم سياق قراءة وتحليل مفيد لها وكيف تتطور أو تتخذ ظواهر ما كحالات دراسة.

ثالثاً: إشكاليات توظيف أدوات التحليل:

- هناك تركيزٌ مفراطٌ على توظيف أداة تحليل المضمون، والتي هي "أداة للوصف الكمي المنتظم للمحتوى الظاهر" بما لا يتناسب أحياناً مع ما يلي:
 - ▶ طبيعة المحتوى على منصات التواصل الذي لا يقدم خطاباً لغوياً أو محتوى فيديو ولا نصاً بشكله المؤسسي، وإنما يغلب عليه تعبيرات فردية ذات أساليب لغوية تتداخل فيها الفصحى والعامية.
 - ▶ هناك عدم انتباه واضح لدور ما أسميه بالتعليقات الموجهة القائدة بحكم طبيعة مضمونها، أو لاسم شخصياتها، أو دورها المجتمعي، أو علاقتها بالمحتوى، فيتم تجاهل دورها داخل النصوص ويتم التعامل معها كغيرها من التعليقات، بمعنى أنه تعليقٌ على بوست أو تغريدة أو فيديو قد يأتي تعليق منها يفرز تفاعلاً مكثفاً، فوزنه النسبي هنا في التحليل التقليدي يقف عند حالة أنه تعليقٌ من بين تعليقات أخرى تكرر ولا ينتبه لدوره الضد أو المتمايز أو الموجه.

- ▶ هناك إجماعٌ عن تحليل دلالة توظيف الأيقونات والوسوم المختلفة والتوقف عند مجرد إحصائها كما هي عددًا دون ربطها بمضمونها.
- ▶ هناك إهمالٌ يكاد يكون ظاهرةً تستحق التوقف عن توظيف برامج التحليل التي أصبحت حالةً حاضرةً في البحوث الغربية فيما يخص تحليل التعليقات والمفردات الأكثر شيوعاً وتكراراً، وأيضاً تحليل المشاعر المتضمنة بها ودلالة توظيفها في سياق ما دون غيره.

ولا توجد اجتهادات مهمة ولا محاولة موسعة لعرض تجارب ونقد ذلك، وحيث يمكن أن تتم على مستوى برامج تحليل إلكترونية جاهزة، وأخرى أكثر تطوراً يتم تغذيتها عبر عينة تحليل تصمم نمطاً متكرراً، يتم التعرف عليه إحصائياً وترميزه ومنحه الوصف داخل تغذية البرنامج بما ييسر تحليل كم المحتوى وجزارته المطروحة.

- ▶ عدم بناء آلية موثقة منهجياً لاختيار المحتوى.. حيث إن غزارة المحتوى وطبيعة إنتاجه تفرض محددات وقيوداً خاصة مع عدم توظيف برامج تحليل لهذا الكم، مما يستدعي فهماً أكبر وإشكاليةً مهمةً في طريقة اختيار عينات ومفردات المحتوى المحلل.

رابعاً: إشكاليات وتحديات منهجية:

- ▶ بينما تغيب هذه الدراسات المصرية في نطاق دراسات الإعلام والتي توظف برامجاً تحليلية تتعامل مع غزارة المحتوى على منصات التواصل، فإنه يتواجد عددٌ محدودٌ من الدراسات العربية في هذا المجال، مجالاً اجتهدت وتطورت تطبيقات لتحليل محتوى وسائل التواصل باللغة العربية، وحددت

إشكاليات مهمة وحاسمة في مجال تطوير البرامج الغربية للغة العربية وأساليبها وتراكيبيها، ونجحت في ذلك جزئياً ومنذ ثلاث سنوات.

وهو أمرٌ يستدعي توقفاً، وفهماً، وجهداً، ومبادرة.

► يحجم عددٌ من الدراسات العربية عن إيجاد رابطٍ تفاعليٍّ يتم اختباره علمياً وإحصائياً بين المحتوى المنشور على منصات التواصل وجمهوره، رغم أن قسماً من فاعلية المحتوى على منصات التواصل هو فرديٌّ ويرتبط بطبيعة الجمهور، من حيث التعليق والرؤية وسياقه التفاعلي.

► هناك غيابٌ نسبيٌّ واضحٌ لتحليل الهاشتاجات المكثفة المحتوى والتعليقات، وأيضاً تلك التريندات المتداولة والجماهيرية الأعلى ظهوراً، من منطلق فهم كيف تبدأ وكيف يتضخم بعضها، وسمات الجدل الداخلي وتوالده فيها، وكيف يتم توجيه نقاط الجدل الفرعي وبناء الموافقة/الاختلاف داخلها، ثم أيضاً كيف يقل ويخفت التفاعل معها وتختفي.

ثم إيجاد رابطٍ تحليليٍّ بين تنوع/ ثبات محتواها عبر فترة زمنية، وماذا يمنحها حضوراً ثانياً أو اختفاءً نهائياً.

► ضرورة توجيه اهتمام نحو فهم سلوك تفاعل الجمهور على تلك التريندات الأعلى ظهوراً، بمعنى ما هو المحفز لها ولتكاثر المشاركة والتفاعل بها، وهل هو:

- اهتمام شخصي.
- سياق عام يمنح أهمية.
- وجود مؤثرين يوجهون.
- تضمينها شخصيات معروفة أو شهيرة.

- ▶ هناك أهمية لدراسة اتساع حجم التفاعل الجماهيري على سياقات سلبية بمعنى هل التواجد المكثف والتفاعل هو بعض من تداعيات أثر نفسي لاستخدام مكثف لمنصات التواصل يترك أثره في طبيعة الاستجابات؟.
- ▶ أخيراً يقل معدل تحليل بيئة إنتاج المحتوى على منصة تويتر وتيك توك رغم حدة التباين بينهما توظيفاً واستخداماً، بينما هناك تركيز متزايد على كل من منصتي الفيس بوك واليوتيوب.

وربما يشكل ما تفرضه طبيعة التعليقات والبنى اللغوية القصيرة الموجزة والمكثفة عائناً في هذا الصدد في مجال تحليل "تويتر"، كما قد يفرض استخفافاً في النظرة، هي ليست من طبيعة البحث العلمي ذلك على دراسة منصة التيك توك، طالما هي ظاهرة يتوسع توظيفها وتحدث أثراً.

وتحليل كل من محتوى المنصتين تفرض تحليلاً دلاليًا وسياقيًا وتحليل علائق المفردات والصور ومقاطع الفيديو الموظفة بطبيعة وتوجهات المتفاعلين والمستخدمين، ويحتاج توجيهًا بحثيًا من السادة المشرفين على الرسائل العلمية للباحثين الناشئين لارتياح هذا المجال.

- ▶ هناك تحد وإشكالية منهجية يمكن أن تكون مختتمًا تم التعرض لها عبورًا في هذه الورقة وتحتاج إفاضةً وتوقفًا، هو كيف يمكن أن يتم اختيار عينة من بروفائلات عامة لجمهور عام ودراستها كتعبيرات فردية تشكل في مجملها ظاهرةً بحثيةً ما، وهو أمرٌ يحتاج في تقديري حلقةً بحثيةً مخصصةً لهذا السياق، لبناء إطار معاينة مبدئي يمكن اختباره لتكون نموذجًا وبدءًا يتم التطوير عليه.

ختاماً ..

كل مخرجاتٍ بحثية هي ابنة سياق إنتاجها، وابنة إلحاح ضرورتها المجتمعية والبحثية، وقدرات وتطور خبرات باحثيها، وأتمنى ألا نمضي في مجال بحوث محتوى منصات التواصل الاجتماعي بلا خصوصية بحثية وغير مبادرين.. إذ يجدر أن نؤسس لبناء وعيٍ بخصوصية التفاعل وخصوصية الاستخدام دون أن نفصله عن بعده الكوني، وأيضاً دون أن ننقل سياقه ومنظومته البحثية نسخاً، وهو ما يقتضي فكراً وابداعاً ومبادرةً. فلا تنفلت منا دراستها كما انفلتت شروط التواجد المؤثر عليها صناعةً وحضوراً.