

التواصل الاجتماعى والبحوث الاجتماعية

منهجية النتنوجرافيا

"البدايات"

مقدمة

يدرك العلماء والباحثون بعامة، وعلماء العلوم الاجتماعية بخاصة، أن جودة البحث العلمى تتوقف على معيارين أساسيين: هما الملائمة المنهجية والالتزام بأخلاقيات البحث العلمى، فى ظل مناخ يتيح، بل ويشجع، النقد العلمى للممارسات البحثية، انطلاقاً من هذين المعيارين واستناداً إليهما.

من هنا كان من الطبيعى مع بدء ظهور وسائل التواصل الاجتماعى Social Media كـ مجال حديث للبحث العلمى الاجتماعى، أن تستحوذ منهجيات البحث العلمى وأخلاقياته على جانب متميز من كتابات العلماء والباحثين المهتمين بهذا المجال من مجالات البحث العلمى، وأن يحرص الكثير منهم فى كتاباتهم على الجمع معاً بين قضيتى المنهج والأخلاقيات، إدراكاً ووعياً من جانبهم بأن القضيتين ما هما إلا وجهان لعملة واحدة، تثمن وتقيم جودة البحث العلمى فى هذا المجال، الذى هو أحوج ما يكون لإرساء قواعده المنهجية، ووضع مبادئه الأخلاقية.

من هذا المنطلق الذى يدرك تماماً أن حداثة البحث العلمى فى مجال التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت، تستلزم بالضرورة إعطاء أهمية خاصة للقطين الأساسيين اللذين يقوم عليهما البحث العلمى؛ المنهج والأخلاقيات، مع ندرة الكتابات بالعربية التى تناولت أيّاً منهما، أو غيابها تماماً، لذلك رأينا أن نفرّد هذه الورقة العلمية لتتناول القضية المنهجية الجوهرية فى بحوث التواصل الاجتماعى، وهى القضية الخاصة بالنتنوجرافيا Netnography وهى منهجية حديثة نسبياً، لا يمكن الاستغناء عنها للدراسة المتعمقة لفهم الظاهرة المتنامية للتواصل الاجتماعى عبر الإنترنت، فى

سياقاتها المجتمعية والثقافية، من خلال دراسة مجتمعات الإنترنت Online Communities وثقافات الإنترنت Online Cultures.

ونظرًا للمساحة المحددة للنشر، مع أهمية الموضوع وحدائته النسبية، سنقصر هذه الورقة على البدايات الأولى لهذه المنهجية ولمعالمها الأساسية، وسنلحقها بورقة تالية تتناول أنماط البحوث الننتوجرافية وإجراءاتها المنهجية، ليكونان معًا خلفية أساسية نستند إليها في معالجة القضايا الأخلاقية الخاصة بممارسة البحث العلمي الاجتماعي في مجال التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت في ورقة ثالثة، إدراكًا من جانبنا بأن قضيتي المنهج والأخلاقيات، قضيتان متلازمتان ومتكاملتان، وأن تناول النظرى لهاتين القضيتين، هو الخطوة العلمية الأساسية والضرورية، كى تأتي البحوث الميدانية في مجال التواصل الاجتماعي، مسترشدة وملتزمة بالقواعد المنهجية وبالبادئ الأخلاقية، التى اجتهد علماء وباحثون في هذا المجال، خلال العقدين الأخيرين، فى طرحها ومناقشتها وتحديد معالمها.

أولاً: بدايات بحوث التواصل الاجتماعى

لعل نقطة البداية الملائمة لمعالجة قضايا المنهج بعامة فى البحوث الاجتماعية التى تتناول التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، هى تتبع البدايات الحقة للبحث الاجتماعي فى هذا المجال الحديث للبحث العلمى، والتى تؤكد أنها جاءت مصاحبة وملازمة لمسيرة التقدم التكنولوجى فى مجال تكنولوجيات المعلومات والاتصالات Information and Communications Technologies (ICT)، وبالتحديد لما أحرزه الإنترنت من تطور فى هذا المجال، مع التزايد السريع والمتنامى فى أعداد المستخدمين لشبكته الاجتماعية. من هنا نجد البعض يرجع بالإرهاصات الأولى للبحث الاجتماعي فى مجال التواصل الاجتماعي إلى منتصف تسعينيات القرن العشرين، حيث ظهر الجيل الأول للشبكة العالمية (World Wide Web (Web 1.0،

وقد وصف البعض هذه المرحلة بالحقبة المظلمة للإنترنت، إذ كان المستخدم لهذه الشبكة بمثابة القارئ أو المستهلك أو المتلقى السلبي لما يقدمه الإنترنت^(١).

ترجع بداية الجيل الأول للشبكة العالمية هذه إلى عام ١٩٨٩، حيث قدم تيم بيرنارز - لي Tim Berners-Lee عالم الكمبيوتر البريطاني الجنسية، مشروعه لما أصبح يعرف بالشبكة العالمية World Wide Web، والذي كان أول إنجاز هو الجيل الأول للشبكة (Web1.0)، والذي استمر إلى عام ٢٠٠٥، وعرف بأنه شبكة للاتصالات المعلوماتية، فهو مجال للمعلومات، واعتبره بيرنارز لي بمثابة شبكة للقراءة فقط، فهي لا تتيح إلا قدرًا ضئيلاً للغاية من التفاعل، حيث يمكن للمستخدمين لها تبادل المعلومات فيما بينهم، ولكن لا يكون في إمكانهم التفاعل مع مواقع الشبكة، فالشبكة هنا دورها دور سلبي للغاية، فمحتواها للقراءة فقط، من خلال صفحات ثابتة تفنقر إلى الديناميكية في عرض المعلومات، وإن كانت المعلومات متاحة للجميع عبر الإنترنت، وفي جميع الأوقات^(٢).

كان لهذا التقدم التكنولوجي في مجال تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، والذي جسده الجيل الأول للشبكة العالمية، انعكاسه على توجهات البحث العلمي الاجتماعي نحو البحوث التي تتناول بالذات تأثير التعامل مع شبكة الإنترنت على السلوك.

لم يكن مثيراً للدهشة ألا تتطرق بداية البحث العلمي الاجتماعي هذا كما كان متوقعا من المجالات التقليدية والراسخة للبحوث الاجتماعية؛ السوسولوجية والأنثروبولوجية والنفسية مثلا، بل أن تأتي بدايته من مجال كان لا يزال آنذاك مجالا حديثا من مجالات العلم والبحث العلمي، هو مجال بحوث المستهلك وبحوث التسويق وبحوث الأعمال بعامة، ويرجع ذلك لعدة أسباب؛ تأتي في مقدمتها الفائدة التطبيقية والعملية، بل النفعية، العائدة من إجراء البحوث في هذا المجال، والإدراك المبكر لإمكانات الإنترنت في التأثير على سلوك المستهلكين، ومن ثم على حركة السوق

والعائد منها، صاحب هذا انفتاح الباحثين فى هذا المجال على مجالات البحوث الاجتماعية الأخرى، وعلى مناهج بحثها وخاصة المناهج الكيفية، ومرونتهم واستعدادهم، نظراً لحدثة مجال بحثهم، لتقبل هذه المناهج والاستفادة منها، وعزز من ذلك الخلفية الأكاديمية للبعض منهم فى هذه العلوم الاجتماعية، وفى الأثنولوجيا بالتحديد، ناهيك عن الجاذبية التى يمثلها هذا المجال الحديث للبحث العلمى، والإمكانات التى يوفرها لممارسيه وللعائد عليهم من ممارسته^(٣).

لكل ما تقدم، شهد عقد تسعينيات القرن العشرين - وقبل ظهور الجيل الثانى لشبكة الإنترنت - عدداً من البحوث الاجتماعية، التى وإن كانت تتدرج تحت بحوث التسويق وبحوث المستهلك، إلا أنها وضعت البذور الأولى لبحوث التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت، وجاءت بعض الكتابات النظرية التى نشرت إبان نفس الفترة الزمنية، لتطرح أهم معالم منهجية إجراء هذه البحوث، وعلى رأسها تلك التى تناولت مفهوم المجتمع الافتراضى Virtual Community، ومجتمع الإنترنت Internet Community، والثقافة السيبرية Cyberculture، فحددت بذلك المنطلقات النظرية لبحوث التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت، ولتأتى كتابات أخرى، لتقدم ، بكل وضوح، النتنوجرافيا كمنهجية لها^(٤).

صاحب بدايات القرن الحادى والعشرين حدوث نقلة نوعية فى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، جسدها ظهور الجيل الثانى للشبكة العالمية، الذى أطلق عليه مصطلح (Web 2.0) فى عام ١٩٩٩، وإن كانت بداية ظهور هذا المصطلح على السطح فى عام ٢٠٠٢، وتحقق انتشاره الفعلى وتدشينه فى عام ٢٠٠٤ فى المؤتمر الذى خصص له فى ذلك العام^(٥).

يجسد الجيل الثانى للشبكة العالمية نقلة نوعية بحق فى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث انتقلت الشبكة من كونها شبكة قراءة فقط، إلى شبكة "قراءة وكتابة"، ومن شبكة "للوثائق" إلى شبكة "للناس"^(٦)، ومن شبكة للتواصل من اتجاه

واحد، إلى شبكة حقيقية للتواصل الاجتماعي من خلال الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي، التي تخلقت عليها المجتمعات الافتراضية أو مجتمعات الإنترنت، والتي كانت بمثابة التربة أو البوتقة التي تكونت فيها ظاهرة التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، بالمعنى الدقيق للتواصل الاجتماعي، وهو ما لم يتوافر في حالة الجيل الأول للشبكة العالمية.

ومن هنا يمكن القول بأن البداية الحقة لظاهرة التواصل الاجتماعي جاءت مصاحبة لظهور الجيل الثاني من الشبكة العالمية والتي تعد الشبكة الاجتماعية جزءاً من التكوين الأساسي لها، وهي تتكون من عدد من المواقع والمنصات والأدوات عبر الإنترنت، تتيح للمستخدمين لها المشاركة في آرائهم ورؤاهم وأفكارهم وخبراتهم بل وفي انفعالاتهم وعواطفهم، ومن هنا فهم ليسوا مجرد مستخدمين سلبيين أو مستهلكين أو قارئين أو مطلعين عليها، وإنما هم مستخدمون إيجابيون ومشاركون ومنتجون أو مبدعون ومضيفون لما تحويه^(٧). ومن ثم هم متواصلون اجتماعياً مع الآخرين من خلال هذه الشبكة العالمية.

من هنا كان من الطبيعي أن تكون البداية الفعلية والحقة لبحوث التواصل الاجتماعي، بعد ظهور أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها إقبالاً، والتي بدأ ظهورها تباعاً؛ حيث كانت بداية فيسبوك Facebook في عام ٢٠٠٤، وبداية يوتيوب Youtube في عام ٢٠٠٥، وبداية تويتر Twitter في عام ٢٠٠٦^(٨).

لكل ما تقدم فإن مجال البحث العلمي الاجتماعي للتواصل الاجتماعي، يعد مجالاً للبحث العلمي حديثاً نسبياً - حيث لم يصل عمره إلى العقدين - بزغ مصاحباً لظهور تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، وبالتحديد الجيل الثاني للشبكة العالمية، وانطلق مستجيباً للطفرة الهائلة والمتنامية في الإقبال على استخدام مواقع شبكتها الاجتماعية، والتي تمثلت في ارتفاع أعداد المستخدمين لها على مستوى العالم، خاصة في السنوات الأخيرة، من ٠,٩٧ بليون في عام ٢٠١٠، إلى ٢,٤٦ بليون في

عام ٢٠١٧، مع توقع ارتفاع أعداد المستخدمين لها في عام ٢٠٢٠ إلى ٢,٩ بليون وإلى ٣,٠٢ بليون في عام ٢٠٢١^(٩).

نجحت ظاهرة التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، هذه الظاهرة الاجتماعية الحديثة والمتفردة، في أن تستحوذ على اهتمام العلماء والباحثين في مجالات متعددة ومتنوعة، كان في مقدمتها مجال بحوث التسويق، كما سبق أن ذكرنا، نظراً لطبيعة هذا المجال وحدائته وسرعة تطوره، فضلاً عن انفتاحه وتقبله لمنهجيات العلوم الاجتماعية بعامة، ومن هنا كان لباحثيه السبق في الاهتمام ببحث هذه الظاهرة، بل وفي طرح المنهجيات الأكثر ملائمة لدراساتها. وعموماً فإنه مع تنامي ظاهرة التواصل الاجتماعي وتكاثر أعداد المشاركين فيها، كان لابد أن يدرك علماء العلوم الاجتماعية أنهم إزاء ظاهرة اجتماعية تستوجب الدراسة والبحث، تتجاوز حدودها حدود ما أصبح يعرف بالعالم الافتراضي Virtual World، لتفرض تأثيراتها على العالم الحقيقي Real World، مما أدى إلى القول بأن هذه الظاهرة لن تغير العالم فحسب، وإنما ستغير أيضاً الطريقة التي سيتغير بها العالم^(١٠).

تزايدت اليوم أعداد الباحثين في العلوم الاجتماعية، الذين أدركوا تماماً أنهم سيظلون عاجزين عن فهم الكثير من أوجه الحياة الاجتماعية بكفاءة، ما لم يضمنوا دراساتهم وبحوثهم وسائط التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، وأنه لا فائدة ولا جدوى من الفصل بين الحياة الاجتماعية والثقافية في العالم الافتراضي، والحياة الحقيقية في العالم الحقيقي أو العالم الواقعي، فالعالمان يمتزجان في عالم واحد، هو عالم الحياة الحقيقية، كما يحياه ويعيشه الناس، أنه العالم الذي يتضمن استخدام التكنولوجيا للاتصال، ولإقامة علاقات اجتماعية، وللتعبير والفهم وللتواصل اجتماعياً، فنحن إزاء عالم واحد، لا يمكن ولا يصح فصله إلى عالمين؛ عالم افتراضي وعالم حقيقي^(١١).

بجانب أن تبني عدد من الباحثين والعلماء في مجال العلوم الاجتماعية لهذه الرؤية التكاملية في إدراك أهمية، بل وحتمية، الاهتمام بظاهرة التواصل الاجتماعي،

فضلا عن الجاذبية التي تمثلها حادثة هذه الظاهرة، ومن ثم ندرة البحث العلمى الاجتماعى فى هذا المجال، فإن توافر الميزات فى العناصر الثلاثة التى تتحكم عادة فى اختيارات الباحث لمجالات بحوثه ولموضوعاتها وهى: الوقت، والتكلفة، والجهد الذى يبذل لبحثها، كانت من أهم العوامل الدافعة والمشجعة للبحث الاجتماعى الذى يتناول التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت، فبمقارنة البحوث الاجتماعية التى تعتمد فى جمع بياناتها أساساً على شبكات الإنترنت بعامة، وبحوث التواصل الاجتماعى خاصة، بالبحوث الاجتماعية التى تجرى فى الواقع الحقيقى، وتعتمد فى جمع بياناتها على أساليب البحث التقليدية، نجد أنها تتميز عنها فى جميع هذه العناصر الثلاثة نظراً لاعتمادها كلية على الإنترنت: فهى أسرع؛ فإنجازها يستغرق وقتاً أقل بكثير، وهى أرخص؛ إذ أن تكلفتها المالية تكاد تكون منعدمة، وهى أقل جهداً؛ فالجهد الذى يبذله الباحث فى جمع بياناتها، أقل بكثير من ذلك الذى يبذله فى جمع بياناته من الميدان فى الواقع الحقيقى، سواء اعتمد فى ذلك على المسح الاجتماعى، أو الاستبار وجها لوجه، أو المناقشة الجماعية، أو الدراسة الإثنوجرافية، أو غيرها من أساليب البحث التى درج على استخدامها فى دراسة هذا الواقع^(١٢).

بجانب هذه الميزات الأساسية الثلاث، فإن تكنولوجيات التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت، تتيح لبحوث التواصل الاجتماعى ميزات أخرى تفقر إليها البحوث الاجتماعية التى تتجه إلى دراسة الواقع الحقيقى، يأتى فى مقدمتها إتاحتها لذلك الكم الهائل من البيانات التى يعتمد عليها فى رصد ظاهرة التواصل الاجتماعى، والتى تصدر بشكل تلقائى وبصورة طبيعية من المشاركين فى عمليات التواصل الاجتماعى، والتى تتميز بإمكانية رصدها فور صدورها مباشرة، وإدراكها فى سياق حدوثها الفعلى. بجانب ذلك فإن هذه البيانات تتميز أيضاً بسعة مدى انتشارها، إذ تتخطى الحدود الجغرافية للدولة الواحدة، أو لعدد من الدول، إلى المستوى العالمى، مما يتيح إجراء البحوث المقارنة^(١٣).

بجانب ما تقدم من ميزات جاذبة لإجراء بحوث التواصل الاجتماعي، فإنه يتوافر لهذه البحوث ميزة إمكانية الوصول إلى فئات وجماعات في المجتمع، يصعب الوصول إليها في حالة البحوث الاجتماعية، مثل الجماعات المهمشة أو الجماعات المضطهدة، والجماعات التي تخشى التعبير عن رأيها- وجهًا لوجه- أو الكشف عن هويتها لسبب أو لآخر، سواء لأن ذلك يضعها تحت طائلة القانون، أو يجعلها تلقى استهجانًا أو رفضًا اجتماعيًا أو سياسيًا أو ثقافيًا أو أخلاقيًا...، فضلًا عن الجماعات التي يحول البعد المكاني دون الوصول إليها^(١٤).

ولكن، في مقابل هذه الميزات العديدة، والكثير غيرها، والتي مثلت، ولا تزال تمثل، عوامل جذب أساسية للباحثين تجاه إجراء بحوث التواصل الاجتماعي، جاءت القضايا المنهجية والأخلاقية التي تثيرها هذه البحوث، لتمثل لهم تحديات جوهرية وصعبة، لا بد من مواجهتها والتصدي لبحثها، اجتهد البعض منهم في معالجتها من خلال كتاباتهم وتحليلاتهم النظرية، واستند البعض الآخر في ذلك إلى ممارساتهم العملية في مجال بحوث التواصل الاجتماعي، بينما نجح فريق ثالث متميز منهم، من خلال رؤية نقدية تستند إلى الدراسات والتحليلات النظرية، وإلى الممارسات البحثية الفعلية، في التوصل إلى طرح للقواعد المنهجية، بل وللمبادئ الأخلاقية أيضًا، الموجهة والحاكمة لممارسة البحث العلمي الاجتماعي في مجال التواصل الاجتماعي^(١٥)، والتي نخصص الفقرات التالية لتناول منهجية من أهم منهجيات البحوث الاجتماعية في هذا المجال، وهي منهجية الننتوجرافيا Netnography Methodology كمنهجية حديثة نسبيًا، لفهم ظاهرة التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت بأبعادها البنائية والثقافية^(١٦).

ثانياً: فى منهجية بحوث التواصل الاجتماعى

يدرك المتتبع لمنهجية البحوث الاجتماعية التى تتناول ظاهرة التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت، وجود اتجاهين أساسيين فى دراسة هذه الظاهرة؛ اتجاه تقليدى، واتجاه حديث. وفيما يلى نبذة موجزة عن كل من هذين الاتجاهين.

1- الاتجاه التقليدى

يعتمد الاتجاه التقليدى فى دراسته للتواصل الاجتماعى فى العالم الافتراضى، على نفس المنهجية، وعلى نفس أساليب البحث، التى درج على استخدامها فى دراسته للظواهر الاجتماعية فى العالم الحقيقى؛ فهو يستخدم الأسلوب الإحصائى ويجرى مسوحاً اجتماعية، ويجمع بياناته معتمداً على أسلوب الاستبانة أو المقابلة سواء الحرة أو المقيدة، مستخدماً فى ذلك دليلاً للمقابلة أو استباناً، وقد تكون المقابلة وجهاً لوجه أو غير مباشرة، كما قد يلجأ إلى أساليب البحث التقليدية الأخرى؛ كأسلوب المناقشة الجماعية البؤرية، أو غيرها من أساليب البحث التقليدية^(١٧).

فى جميع الأحوال فإن الاتجاه التقليدى فى دراسته لظاهرة التواصل الاجتماعى تكون دراسته - فى العادة- دراسة غير مباشرة؛ فهو يدرس الظاهرة من خلال آراء ورؤى واتجاهات وخصائص عينة من الأفراد، يُختارون من المجتمع الحقيقى من المتعاملين مع مواقع التواصل الاجتماعى- أيًا كان مستوى تعاملهم هذا- دون تفرقة بين الأنماط التى يصنف لها هؤلاء المتعاملون وفقاً لنمط التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعى^(١٨).

ولا يختلف هذا الوضع كثيراً عنه فى حالة المسوح الاجتماعية التى تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعى على الإنترنت فى اختيار أفراد عينة المسح من المستخدمين لها، معتمدة على الإنترنت فى توجيه أسئلة البحث، وفى الحصول على الإجابات عنها أيضاً من خلاله، فكل منهما يدرس ظاهرة التواصل الاجتماعى دراسة غير مباشرة.

ويندرج أيضاً تحت الاتجاه التقليدي في دراسة التواصل الاجتماعي؛ تلك البحوث التي تتخذ من محتوى مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا لبياناتها، معتمدة الأسلوب الكيفي لتحليل المضمون أسلوباً لجمع بياناتها، ومستخدمة إياه بنفس المنهجية التقليدية التي تستخدم في تحليل المادة الإعلامية؛ المقروءة أو المسموعة أو المرئية أو المرئية والمسموعة معاً، دون التفات أو اهتمام بخصوصية ظاهرة التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، وخصوصية عمليات التفاعل الاجتماعي، والتي يتعامل معها أصحاب هذا الاتجاه التقليدي، كمجرد "محتوى" لا كتفاعل اجتماعي، أو كمنتج ثقافي".

فأصحاب هذا الاتجاه التقليدي يغفلون السياق الثقافي الذي يعد عنصراً أساسياً لفهم ظاهرة التواصل الاجتماعي، وما يحتوي عليه من معاني ودلالات ثقافية، وبالتالي فهم يغفلون "الاستبصارات الثقافية" التي يسعى إليها أصحاب الاتجاه الحديث في منهجية بحوث التواصل الاجتماعي^(١٩).

٢- الاتجاه الحديث

لما كان الاتجاه السائد في بحوث التواصل الاجتماعي هو الاتجاه التقليدي الذي اعتمد تماماً على منهجية البحوث الاجتماعية، دون تطويع لها- أو تطويع لها محدود للغاية- بما يتناسب مع خصوصية ظاهرة التواصل الاجتماعي في العالم الافتراضي، أو في عالم الإنترنت، كان لابد أن يتصدى لهذا الاتجاه علماء وباحثون أدركوا عجز هذا الاتجاه التقليدي عن الوصول إلى الفهم المتعمق لظاهرة التواصل الاجتماعي، وللدلالات والمعاني أو الاستبصارات الثقافية التي تشكل بؤرة اهتماماتهم البحثية.

كان أول ما واجهه هؤلاء العلماء والباحثون في توجيههم نحو دراسة ظاهرة التواصل الاجتماعي، وما تتضمنه من عمليات، وما تثيره من قضايا، هو الوصول إلى المنهجية الملائمة التي عليهم إبداعها، أو تطويعها أو تكييفها، بحيث تصلح لبحث وفهم هذا العالم الافتراضي، والذي يختلف من أوجه عدة في طبيعته

وخصائصه وآلياته عن العالم الحقيقي أو العالم الواقعي، ومن ثم يستلزم بالضرورة منهجية مختلفة لدراسته، ثلاث كونه عالما افتراضيا، أو عالما له وجوده فقط على الإنترنت أو في عالم الإنترنت Online World.

كان لابد في مواجهة الإشكالية الخاصة بالمنهجية الملائمة لبحوث التواصل الاجتماعي، أن تطرح العديد من التساؤلات؛ بدءًا من صلاحية المناهج الكمية والمناهج الكيفية والمفاضلة بينهما وإمكانية تكاملهما معًا، مرورًا بتسليط الضوء على إيجابيات وسلبيات أساليب البحث وأدواته المندرجة تحت أي منهما، وانتهاءً بإدراك واعٍ بأن مواجهة هذه الإشكاليات المنهجية تستلزم، قبل كل شيء، الاستناد إلى رؤية نظرية تحدد السياق الذي في إطاره تتم دراسة ظاهرة التواصل الاجتماعي، والذي يتفق مع أهم معالم هذه الظاهرة؛ من كونها ظاهرة تحدث في العالم الافتراضي، ويتحقق وجودها على شبكات ومواقع الإنترنت، وتختص بالتواصل الاجتماعي والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات، في سياقات ثقافية معينة.

من هذا المنطلق طرح مفهوم "المجتمع الافتراضي Virtual Community"، كأساس لهذه الرؤية النظرية، والذي في نطاقه يتم بحث أهم الموضوعات والقضايا التي تتناول ظاهرة التواصل الاجتماعي، وطرح بالتالي مفهوم "الثقافة الافتراضية Virtual Culture"، أو "الثقافة السيبرية Cyberculture" الذي في سياقه يتم رصد وتحليل وفهم كافة عمليات التواصل الاجتماعي في سياقاتها الثقافية^(٢٠).

لم يكن هذا التوجه النظري في بحوث التواصل الاجتماعي، الذي يتخذ من المجتمع والثقافة مرتكزًا أساسيًا للانطلاق في بحوثه، ومن ثم في تحديد منهجيتها، أمرًا مستغربًا، خاصة متى علمنا أن أهم رواد هذا التوجه أو الداعمين والمروجين له كانت الأنثروبولوجيا تشكل أساسهم الأكاديمي، وفي مقدمة هؤلاء روبرت كوزينيتس^(٢١) Robert V. Kozinets، فإذا كانت الأنثروبولوجيا تتخذ من "المجتمع وثقافته" مدخلا

وتوجها أساسياً في بحوثها عن العالم الحقيقي، فإن على البحوث التي تتجه نحو دراسة العالم الافتراضي، أن تتخذ من "المجتمع الافتراضي وثقافته الافتراضية" مدخلا وتوجها أساسياً في بحوثها أيضاً.

نجد تبني مفهومي المجتمع الافتراضي والثقافة الافتراضية لدراسة العالم الافتراضي بعامه، والتواصل الاجتماعي خاصة، في السير خطوة إلى الأمام في مواجهة الإشكالية المنهجية التي تواجه البحوث الاجتماعية، إلا أنه طرح في ذات الوقت العديد من التساؤلات؟ كان من المنطقي أن يكون التساؤل الأساسي هو: إذا كنا سنتخذ من المجتمع وثقافته توجهاً وسياً لبحث وفهم الموضوعات والقضايا الخاصة بالعالم الافتراضي بعامه، وتلك الخاصة بالتواصل الاجتماعي بالتحديد، فهل تصلح المنهجيات التقليدية المتبعة في دراسة مجتمعات وثقافات العالم الحقيقي في دراسة مجتمعات وثقافات العالم الافتراضي؟ أم أن الوضع يستوجب إبداع منهجيات حديثة؟ أو إدخال تعديلات على المنهجيات التقليدية أو تطويرها أو تكيفها لتلائم طبيعة وخصوصية العالم الافتراضي، وما يحتويه، أو ينبثق عنه، أو ينشأ به، من مجتمعات افتراضية وثقافات افتراضية؟

جاءت الإجابة عن هذه التساؤلات مستندة أيضاً إلى الخبرة بالبحوث الأنثروبولوجية، فكما أن الأنثروبولوجيا، التي تتخذ من المجتمع وثقافته توجهاً ومرتكزاً أساسياً في بحوثها التي تجرى في العالم الحقيقي، تعتمد في منهجيتها على المناهج الكيفية، والتي تعد الإثنوجرافيا Ethnography المنهجية الأساسية لها، فإن على بحوث التواصل الاجتماعي، التي تتخذ من المجتمع الافتراضي وثقافته الافتراضية توجهاً ومرتكزاً أساسياً في بحوثها التي تجرى في العالم الافتراضي، أن تعتمد على نفس المنهجية، مع تكيفها أو تطويرها بحيث تلائم طبيعة وخصوصية المجتمعات الافتراضية وثقافتها، ومن هنا طرح مصطلح الننتوجرافيا Netnography ليعبر عن المنهجية الملائمة لبحوث التواصل الاجتماعي في هذا العالم الافتراضي،

تميزاً له عن مصطلح الإثنوجرافيا الذى يعبر عن منهجية الأنثروبولوجيين فى دراساتهم للعالم الواقعى، فى ذات الوقت ليدل على انتمائه لهذه المنهجية وارتباطه الوثيق بأساليبها. "فالتنوجرافيا، أو الإثنوجرافيا على الإنترنت، هى منهجية حديثة للبحث الكيفى، التى تطوع أساليب البحث الإثنوجرافى، لدراسة الثقافات والمجتمعات التى تنشأ من خلال الاتصالات التى يتوسطها الحاسب الآلى^(٢٢).

وقبل أن نتناول التنوجرافيا كمنهجية لبحوث التواصل الاجتماعى، لابد أن نذكر أن الفضل يرجع فى سك مصطلح "التنوجرافيا" إلى روبرت كوزينتس فى عام ١٩٩٥، والذى لم يكتف بسك هذا المصطلح، بل اعتبر التنوجرافيا منهجية لدراسة التواصل الاجتماعى، وبالتحديد لدراسة مجتمعات وثقافات العالم الافتراضى، والمدخل المنهجى لدراستها، ولم يكتف بذلك، وإنما اهتم بتحديد المعالم الأساسية للبحث التنوجرافى، والخطوات المنهجية التى على الباحث اتباعها فى دراسته الميدانية^(٢٣).

ثالثاً: التنوجرافيا: منهجية لبحوث التواصل الاجتماعى

نود أن نشير فى بداية تناولنا لمنهجية التنوجرافيا إلى أنه نظراً لكونها منهجية حديثة- مقارنة بالمنهجيات المناظرة لها كالإثنوجرافيا مثلاً- فضلاً عن الحدائثة النسبية لطرح مصطلح التنوجرافيا، وندرة البحوث التى اعتمدت عليها، فإن التنوجرافيا رغم ما أحرزته من تقدم فى مجال إرساء قواعد المنهجية ومبادئها الأخلاقية، فلا تزال مجالاً لاجتهادات الباحثين، سواء فى تحديد مفهومها، وعلى وجه الخصوص تحديد مفهوم الكيانات الاجتماعية لمنطقاتها، أو تعزيز خطواتها المنهجية، أو وضع تصور للأنماط المنهجية التى تصنف وفقاً لها، وهى جميعها لا تزال اجتهادات لم تجسد فى بحوث التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت بقدر كاف يسمح باختبارها على أرض الواقع^(٢٤).

جاء استخدام مصطلح التنوجرافيا فى بحوث التواصل الاجتماعى فى مرحلة متقدمة، بعد أن كان العديد من الباحثين يستخدمون مصطلحات أخرى فى وصف

منهجية بحوثهم عن التواصل الاجتماعي، فكان البعض يكتفى بالوصف الفضفاض لمنهجية بحثه، بوصفها دراسة كيفية، بينما يصفها البعض الآخر بأنها دراسة إثنوجرافية، في ذات الوقت ذهب فريق من الباحثين إلى وصف منهجيتهم بالجمع بين مصطلح الإثنوجرافيا وشبكة الإنترنت أو خصائصها؛ فأشار البعض إليها بأنها إثنوجرافيا عبر الإنترنت Online Ethnography، أو أنها إثنوجرافيا افتراضية Virtual Ethnography، أو أنها إثنوجرافيا تكنولوجيات المعلومات والاتصالات ICT Ethnography، أو أنها إثنوجرافيا رقمية Digital Ethnography، وما إلى ذلك من مصطلحات^(٢٥).

كان نتيجة لهذا التدفق والتكاثر في استخدام مصطلحات متعددة ومتنوعة لوصف المنهجية التي يتبعها الباحثون في بحوثهم التي تتناول التواصل الاجتماعي، أن ظهرت الحاجة الملحة بين عدد من العلماء والباحثين، وخاصة بين المتخصصين في مجالات بحوث التسويق وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا، إلى ضرورة الاتفاق على مصطلح موحد لوصف هذه المنهجية، خاصة للفرقة بين ما يسمى الإثنوجرافيا عبر الإنترنت، وسابقتها التي تجرى وجها لوجه^(٢٦). ومن هنا طرح مصطلح الننتوجرافيا، ليعبر في شقيه (الننت -نوجرافيا) عن عنصرين أساسيين في مفهومه: يأتي الشق الأول (ننت Net)، للدلالة على أن الإنترنت هو مجال الدراسة، ومن ثم فإن مجتمع الإنترنت Online Community هو الذي تتم في سياقه دراسة ظاهرة التواصل الاجتماعي بأبعادها البنائية والثقافية، تمييزاً له عن المجتمع الحقيقي الذي ليس له وجود على الإنترنت Offline Community، وإنما يوجد على أرض الواقع.

يأتي الشق الثاني (نوجرافيا Nography)، للدلالة على أن مصطلح الننتوجرافيا يرجع بجذوره إلى الإثنوجرافيا، ولكن نظراً لأن مجال دراسة الننتوجرافيا هو المجتمعات التي توجد على شبكة الإنترنت، في حين أن مجال دراسة الإثنوجرافيا هو

المجتمعات التي توجد على أرض الواقع، كان من الضروري التمييز بين هذين المصطلحين بما يعكس هذه الخصوصية، في ذات الوقت يشير إلى العلاقة المنهجية بينهما، ومن هنا جاء مصطلح النتوجرافيا.

وبناء على المضمون الذي يعبر عنه مصطلح النتوجرافيا، تحددت المعالم الأساسية لمنهجية النتوجرافيا، أو بالتحديد للمدخل النتوجرافي، استناداً إلى العنصرين الأساسيين اللذين يتضمنهما هذا المصطلح:

الأول: أنها تدرس المجتمع الافتراضي، أو بقول آخر أدق مجتمع الإنترنت، فمجال دراستها هو الإنترنت ومجتمعاته.

الثاني: أنها تعتمد في دراستها هذه على الإثنوجرافيا بعد تعديلها أو تكيفها أو تطويعها، بما يلائم طبيعة هذا المجتمع الافتراضي.

لذلك فإن تحديد المعالم الأساسية للنتوجرافيا يستلزم أمرين:

أولاً: تحديد ما المقصود بالمجتمع الافتراضي، أى وضع تعريف لمفهوم المجتمع الافتراضي، وثانياً: تحديد أوجه التشابه والاختلاف بين الإثنوجرافيا والنتوجرافيا.

١- النتوجرافيا والمجتمع الافتراضي

حرص بعض العلماء على وضع تعريف لمفهوم المجتمع الافتراضي، إلا أن التعريف الذى وضعه هووارد رينجولد Howard Rheingold فى عام ١٩٩٣ كان هو التعريف الأكثر قبولاً وانتشاراً.

عرف هووارد رينجولد المجتمعات الافتراضية بأنها "تجمعات اجتماعية تنشأ على النت، عندما يجرى عدد من الناس مناقشات عامة، لفترة طويلة مقبولة، ويقدر كاف من المشاعر الإنسانية، بحيث تشكل علاقات شخصية فى الفضاء السبيري Cyberspace"^(٢٧).

لقى هذا التعريف لمفهوم المجتمع الافتراضى اهتمامًا من جانب العديد من العلماء والباحثين من المعنيين بدراسة الظواهر الاجتماعية المتعلقة بالتعامل مع الإنترنت بعامة، وبين المهتمين منهم بالتواصل الاجتماعى خاصة، وفى هذا السياق حظى مصطلح "المجتمع الافتراضى" بقدر لا بأس به من الجدل بين الأكاديميين بشأن ملائمة استخدامه فى هذا المجال، ولا يزال هذا الجدل مستمرًا بين مؤيد ورافض لاستخدامه، وتفضيل البعض لاستخدام مصطلح مجموعة أو جماعة اجتماعية بديلا عنه؛ فنحن هنا إزاء مجموعات أو جماعات اجتماعية افتراضية، لا بصدد مجتمعات افتراضية ومن ثم ثقافات افتراضية، فخصائص المجتمع ومن ثم الثقافة، لا تتوافر فيما يطلق عليه المجتمع الافتراضى والثقافة الافتراضية. وإذا كان البعض الآخر يقبل مفهوم المجتمع إلا أنه يرفض وصفه بالافتراضى؛ فمصطلح الافتراضى مصطلح مضلل، حيث يتضمن كون المجتمع الافتراضى أقل حقيقية من المجتمعات التى لها وجود مادى أو واقعى، فالمجتمعات التى توصف بأنها افتراضية، لها وجود حقيقى بالنسبة للمشاركين فيها، ويترتب على ذلك أن لها تأثيراتها على الكثير من أوجه سلوكهم، لذلك يفضل استبدال مصطلح المجتمع الافتراضى بمصطلح "مجتمع الإنترنت Online Community"،^(٢٨) تمييزًا له عن غيره من التجمعات الاجتماعية الأخرى، وهو المصطلح الذى أصبح الأكثر انتشارًا، وحرصا على استخدامه فى البحوث الننتوجرافية، لاختلاف أبعاده المنهجية عن تلك الخاصة بما يسمى المجتمع عبر الإنترنت Community Online.

سواء استخدم الباحث فى دراسته الننتوجرافية مصطلح المجتمع الافتراضى، أو مصطلح مجتمع الإنترنت، فالذى يعيننا هو تعريف هذا المصطلح، إذ يحدد هذا التعريف أهم معالم منهجية دراسته، وهذا ما استند إليه كوزينتس فى تحديده لتوجهات المدخل الننتوجرافى من خلال تناوله لعناصر تعريف هووارد رينجولد للمجتمع الافتراضى، والتى لخصها فى ثمان نقاط، نوجزها فى الآتى^(٢٩):

- ١- التجمعات الاجتماعية: استخدام هذا المصطلح في تعريف المجتمع الافتراضى، يؤكد أن مدخل الننتوجرافيا يتصف بأنه مدخلاً جمعياً وليس مدخلاً فردياً، سواء على مستوى إجراء البحث أو على مستوى تحليل نتائجه، فالننتوجرافيا تهتم بالتجمعات والجماعات وبالمجموعات، وبالفعل الاجتماعى، لا بالفرد أو بالأفراد.
- ٢- شبكة الإنترنت: حدد تعريف المجتمع الافتراضى بوضوح تام أن هذه التجمعات الاجتماعية توجد على الإنترنت، ومن ثم فإن الننتوجرافيا مصدر بياناتها الأساسى هو الإنترنت، وإذا استعان الباحث بمصادر أخرى فهو فى هذه يعتمد على أساليب بحث منهجية مكملة للمدخل الننتوجرافى، وليست عنصراً من عناصره.
- ٣- المناقشات أو الاتصالات: عنصر التواصل ضرورى للننتوجرافيا، والتواصل هو تبادل الرموز ذات الدلالات أو المعانى، وتكوّن صور أنساق الرموز الإنسانية التى يتم المشاركة بها مادة مفيدة للننتوجرافيا.
- ٤- عدد كاف من الناس: نص تعريف المجتمع الافتراضى على وجود عدد كاف من الناس، وذلك حتى يتوافر الشعور لدى المجموعة التى تكونت على الإنترنت بأنها "مجتمع"، ويقترح البعض عشرين فرداً كحد أدنى، ويقترح البعض الآخر مئة فرد كحد أعلى، فعلى المدخل الننتوجرافى أن يراعى حجم المجتمع الافتراضى الذى يقوم بدراسته.
- ٥- المناقشات عامة: تضمن التعريف أيضاً أن تتصف المناقشات بصفة العمومية، أى إمكانية الوصول إليها، أو الاطلاع عليها، أو المشاركة فيها، فهى ليست مناقشات مغلقة أو محجوبة، وهو أمر ضرورى لاستخدام الننتوجرافيا؛ ليس فقط الننتوجرافيا التى تعتمد أساساً على أسلوب الملاحظة بالمشاركة، وإنما

أيضا تلك التي تقتصر على استخدام أسلوب الملاحظة المحضة Pure Observation.

٦- المناقشات الممتدة بقدر كاف: هذا الجانب من تعريف المجتمع الافتراضى، يعنى أن المدخل الننتوجرافى يهتم بدراسة المناقشات والاتصالات الجارية والمستمرة لفترة زمنية كافية بين أعضائه، بحيث يتكون لديهم الشعور بأنهم مجتمع .

٧- قدر كاف من الشعور الإنسانى: يمثل هذا العنصر جانباً أساسياً فى مكونات المجتمع الافتراضى، وهو ما يجب على المدخل الننتوجرافى مراعاته، حيث يتضمن بعض الجوانب الوجدانية مثل: المكاشفة، الصدق، الثقة، الدعم المتبادل، التعبيرات الدالة على الانتماء، فضلا عن الشعور بالألفة بين أعضاء المجتمع الافتراضى.

٨- تكوين شبكات من العلاقات الشخصية: وهو الأمر الذى يوحى بتوافر تشارك اجتماعى بين أعضاء المجتمع الافتراضى، وبوجود الشعور بالجماعة كمجموعة متميزة من العلاقات الشخصية، هذه العلاقات من الممكن - وكثيراً ما يحدث- أن تتجاوز سياق الإنترنت إلى الجوانب الأخرى للحياة الاجتماعية للناس.

بهذه النقاط الثمان التى أبرزها روبرت كوزينتس فى تعريف هووارد رينجولد للمجتمع الافتراضى، وتوضيح انعكاسها على المنهجية الملائمة لدراسة هذا المجتمع والتي أسماها بالننتوجرافيا، كان لابد من السير خطوة أخرى إلى الأمام لإلقاء الضوء على هذه المنهجية، بتوضيح أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين الإثنوجرافيا، التى اشتقت منها، والتي تتخذها الأنثربولوجيا منهجية لدراسة المجتمع الواقعى، وفى ذات الوقت لدحض وجهة النظر الراضة لصلاحية الننتوجرافيا كمنهجية لدراسة العالم

الافتراضى بعامة، ومن ثم لدراسة المجتمعات الافتراضية أو مجتمعات الإنترنت بخاصة.

٢- الننتوجرافيا والإثنوجرافيا: أوجه التشابه والاختلاف

كان من المتوقع، فى ضوء الرؤية النظرية لاتخاذ المجتمع الافتراضى منطلقاً نظرياً لبحوث التواصل الاجتماعى، وطرح الننتوجرافيا كمنهجية لدراسته، أن يلقى هذا المنظور العلمى موقفا معارضا من بعض العلماء والباحثين.

تراوح هذا الموقف المعارض بين موقف بعض الأنثربولوجيين إزاء اتخاذ الإثنوجرافيا- التى اشتقت منها الننتوجرافيا- كمنهجية لدراسة العالم الافتراضى بمجتمعاته وثقافته؛ فالإثنوجرافيا كمنهجية تدرس العالم الواقعى لا تصلح لدراسة العالم الافتراضى، وهو الموقف الذى تصدى لدحضه وتفنيده بجدارة روبرت كوزينتس^(٣٠)، استناداً إلى رؤيته للمجتمع الافتراضى وخصائصه، وتأكيديه أهمية الاستبصارات الثقافية لفهم هذا المجتمع، وفهم عمليات التواصل الاجتماعى فى سياقاتها الثقافية، فى ذات الوقت نجد بعض العلماء والباحثين الذين وإن كانوا يقبلون اتخاذ الإثنوجرافيا منهجية لدراسة العالم الافتراضى بمجتمعاته وثقافتها، إلا أنهم يرفضون مصطلح الننتوجرافيا بديلاً عن مصطلح الإثنوجرافيا؛ فالإثنوجرافيا هى الإثنوجرافيا سواء درست العالم الواقعى أو العالم الافتراضى^(٣١).

وإزاء هذا الموقف المعارض للننتوجرافيا بشقيه، جاء طرح أوجه التشابه والاختلاف بين الننتوجرافيا والإثنوجرافيا ليؤكد بجانب إلقاء الضوء على خصائص منهجية الننتوجرافيا، دحض هذا الموقف المعارض، ودعم اتخاذ الننتوجرافيا منهجية لدراسة التواصل الاجتماعى، وضرورة استخدام مصطلح الننتوجرافيا، تمييزاً له عن مصطلح الإثنوجرافيا، للدلالة على هذه المنهجية.

أ- التشابه بين النتنوجرافيا والإثنوجرافيا

النتنوجرافيا مثلها في ذلك مثل الإثنوجرافيا تتصف بكونها؛ طبيعية، ومتعمقة، ووصفية، ومتعددة الأساليب المنهجية، فضلا عن قابليتها للتكيف^(٣٢).

وفيما يلي تناول مختصر لكل من هذه الصفات:

لعل وصف النتنوجرافيا بأنها "طبيعية" Naturalistic مثلها في ذلك مثل الإثنوجرافيا، يأتي من أنهما يعتمدان على أسلوب الملاحظة كأحد أساليبيهما البحثية، فالنتنوجرافيا تهتم عن طريق الملاحظة بتتبع ورصد التعبيرات الاجتماعية والثقافية كما تبدو في كافة مناحي المجتمع الافتراضى وثقافته، وبالنسبة لعمليات التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت، "فالنتنوجرافيا طبيعية إذ تبحث وتقرب وتلاحظ الثقافة وما تحويه من معانى ودلالات"، ويحدث ذلك دون تدخل أو تأثير من الباحث، فأعضاء المجتمع الافتراضى ييوحون بمعلومات وبتفاصيل حساسة، دون أن يطلب منهم ذلك، بل تطوعا، وبشكل طبيعى، والباحث النتنوجرافى يجمع هذه البيانات عن طريق الملاحظة، فالنتنوجرافيا توصف بأنها طبيعية؛ فهي تجمع بياناتها فى سياقات طبيعية غير مصطنعة^(٣٣).

تتشرك النتنوجرافيا مع الإثنوجرافيا أيضا فى صفة العمق، حيث توصف النتنوجرافيا بأنها "متعمقة Immersive" لاشك أن الاستناد فى وصف كل منهما بهذه الصفة، يرجع إلى أنهما يتخذان من أسلوب الملاحظة بالمشاركة، أسلوبهما البحثى الأساسى، حيث يستلزم اتباع هذا الأسلوب أن يغوص الباحث وينغمس تماما فى المجتمع محل دراسته، ويندمج كلية فى ثقافته، بل ويتمثلها بحيث يصبح كواحد من أعضاء هذا المجتمع، وهو ما يوصف فى أدبيات الأنثروبولوجيا بتعبير going native، فالنتنوجرافيا تسعى إلى الفهم الثقافى العميق من موقف إيجابى يتمثل - كما هو الحال فى الإثنوجرافيا - فى الاندماج فى المشاركة الشخصية بجانب الملاحظة الموضوعية^(٣٤).

رغم صفة التعمق التي تشترك فيها النتنوجرافيا مع الإثنوجرافيا، فإن النتنوجرافيا مثلها في ذلك مثل الإثنوجرافيا، لا تغفل الجانب الوصفي في منهجيتها، بحيث توصف بأنها "وصفية" Descriptive، إذ تهتم بوصف الواقع الثرى للمجتمع الافتراضى وثقافته، بكل ما يعبر عنه من كلمات، وصور، ورسوم، وأرقام وأشكال بيانية، ورموز، وأصوات، وفيديوهات... إلخ، فهي وصفية حيث تسعى إلى الوصف الغنى، والكثيف، والناضب بالحياة، باللغة الحية والعاطفية التي تعبر عن الواقع الذاتى والصدق الوجدانى لأعضاء الثقافة محل الدراسة مثلها في ذلك مثل الإثنوجرافيا^(٣٥).

وكما تستعين الإثنوجرافيا بأساليب بحث متعددة، فإن النتنوجرافيا تشترك معها في هذه الخاصية، ومن هنا توصف بأنها متعددة المناهج Multi- Method، أو بقول أدق متعددة الأساليب المنهجية، فهي بجانب اعتمادها أساساً على أسلوب الملاحظة وأسلوب الملاحظة بالمشاركة فإنها تستعين بالمسوح الاجتماعية، والاستبارات أو المقابلات التي تجرى عبر الإنترنت، وغيرها من أساليب البحث. ما يفرق جوهرياً بين النتنوجرافيا والإثنوجرافيا حقيقة أنه بينما يجمع الباحث بياناته في الحالة الأولى بهذه الأساليب البحثية من خلال التفاعلات والاتصالات عبر الإنترنت، فإنه يجمعها في الحالة الثانية من خلال التفاعلات والاتصالات الشخصية وجهاً لوجه، فالنتنوجرافيا تستعين بأساليب البحث هذه وبغيرها أساساً عبر الإنترنت، بينما الاتنوجرافيا تستعين بها على أرض الواقع^(٣٦).

وتتشترك النتنوجرافيا أيضاً مع الإثنوجرافيا في "قابليتها للتكيف Adaptable" بسهولة مع المصادر المتنوعة والمتعددة للبيانات، فهي تعتمد في جمع بياناتها على مواقع الشبكات والمدونات وجماعات الأخبار، وما إلى ذلك من مجتمعات وتجمعات أو جماعات الإنترنت، بل وأيضاً قد تمتد مصادر بياناتها إلى تلك الموجودة على أرض الواقع^(٣٧).

كانت هذه هي أهم الخصائص المشتركة بين الإثنوجرافيا والنتنوجرافيا، والتي ترجع إلى أن كليهما يدرس نفس الموضوع وهو "المجتمع".
في ذات الوقت فإنه نظرًا لأن الإثنوجرافيا تدرس "المجتمع الحقيقي"، بينما تدرس النتنوجرافيا "المجتمع الافتراضي" أو "مجتمع الإنترنت"، يأتي الاختلاف بينهما في بعض الخصائص، والتي ترجع إلى الاختلاف بين طبيعة العالم الحقيقي، وطبيعة العالم الافتراضي أو عالم الإنترنت، الذي يوجد عليه المجتمع الافتراضي أو مجتمع الإنترنت محل دراسة النتنوجرافيا.

ب- الاختلاف بين النتنوجرافيا والإثنوجرافيا

ترجع أوجه الاختلاف بين الإثنوجرافيا والنتنوجرافيا إلى أن منهجية الإثنوجرافيا تقوم على التواجد الفيزيقي للباحث في المجتمع الذي يقوم بدراسته ودراسة ثقافته، وعلى تعامله وجها لوجه مع أعضائه، وجمع بياناته مباشرة دون وسيط بينه وبين أعضاء المجتمع، وهذا وضع يختلف تماما عنه في حالة النتنوجرافيا، التي لا تتيح التواجد الفيزيقي للباحث في مجتمع دراسته، ومن ثم التعامل وجها لوجه مع أعضائه، فتواجده يكون عبر الإنترنت، الذي يمثل وسيطا بينه وأعضاء المجتمع.

نتيجة لعدم التواجد الفيزيقي للباحث النتنوجرافي في مجتمع دراسته، يجعل من عملية دخوله لهذا المجتمع، وقبول المجتمع وتقبله له، أمرًا مختلفًا عنه في حالة الباحث الإثنوجرافي^(٣٨).

ومن أهم أوجه الاختلاف بين منهجية الإثنوجرافيا ومنهجية النتنوجرافيا في دراستهما لظاهرة التواصل الاجتماعي، أن تواجد الباحث الإثنوجرافي في مجتمع البحث، بجانب أنه يتيح له الدراسة الشاملة لكافة جوانب الحياة الاجتماعية للمجتمع ولثقافته، فإنه يوسع من مدى دراسته لظاهرة التواصل الاجتماعي في المجتمع الحقيقي؛ فهويهتم بالتواصل الإنساني بعامه، وبأنماط المتعددة للتواصل الاجتماعي، في جميع صورها وبكافة تعبيراتها بما في ذلك لغة الجسد ونبرة الصوت وحدته، بينما

يقتصر الباحث الننتوجرافى فى دراسته على نمط التواصل الاجتماعى عبر الإنترنت فقط، وعلى صورة الاتصال النصى Textual Communication أساساً، وعلى ما يتيح الاتصال عبر الإنترنت من صور الاتصال المقروءة والسمعية والمرئية والسمعية والمرئية معاً^(٣٩).

وعند رصد أوجه الاختلاف بين الننتوجرافيا والإثنوجرافيا. توصف الننتوجرافيا بأنها غير اقتحامية Unobtrusive أو أقل اقتحامية من الإثنوجرافيا، فهى تدرس مجتمعات الإنترنت وثقافتها، كما توجد عبر الإنترنت عن طريق أسلوب الملاحظة، دون اقتحام من الباحث لهذه المجتمعات وتلك الثقافات، بل وحتى فى حالة استخدامها لأسلوب الملاحظة بالمشاركة، فإن دخول الباحث لمجتمع الإنترنت ومشاركته فيه، لا يصل فى عمقه وشموله واستمراريته أو دوامه إلى المستويات المعروفة فى حالة البحوث الإثنوجرافية التى تستخدم أسلوب الملاحظة بالمشاركة، التى تقوم على التواجد الفيزيقي للباحث الإثنوجرافى فى مجتمع دراسته؛ حيث يشارك فى أنشطته، ويلقى بأسئلته ويجرى حواراته ويندمج فى ثقافته ... بحيث يصبح تماماً كأحد أعضائه الذين يتعامل معهم وجها لوجه. وهذا المستوى من المشاركة فى الحياة الاجتماعية لمجتمع البحث، والتى يحققها التواجد الفيزيقي للباحث الإثنوجرافى فيه، لا تتحقق فى حالة الننتوجرافيا، التى حتى فى اعتمادها على أسلوب الملاحظة بالمشاركة تظل أقل اقتحامية بكثير من الإثنوجرافيا^(٤٠).

ومن هنا ذهب البعض إلى القول بأن أسلوب الملاحظة وأسلوب الملاحظة بالمشاركة لهما معنيان مختلفان، عندما يحدثان وجها لوجه أو يحدثان عبر الإنترنت^(٤١).

فى ذات السياق نفسه، توصف الننتوجرافيا بأنها أكثر موضوعية وأكثر مصداقية، حيث يحصل الباحث على البيانات والمعلومات الخاصة بمجتمعات الإنترنت، بكافة تفاصيلها، بما فى ذلك تلك ذات الحساسية السياسية أو الاجتماعية أو

الثقافية، بشكل طبيعي- وفي سياق غير مصطنع- دون تدخل من الباحث بإلقاء الأسئلة، أو تأثير لوجوده الفيزيقي، وبهذا تتلافى النتوجرافيا أوجه عدم المصادقية التي تؤخذ على أغلب أساليب البحث التي تعتمد في جمع بياناتها على طرح الباحث لأسئلة على أعضاء المجتمع محل دراسته، وما يتطلبه ذلك من جانبهم للإجابة عنها؛ من استدعاء الذاكرة، أو تعديل لردود فعلهم، أو مسايرة للآراء الشائعة أو المقبولة في المجتمع، مما يقلل من جودة البحث وموضوعيته ومصادقته^(٤٢).

تختلف الإثنوجرافيا عن النتوجرافيا في أنها تعتمد في الحصول على بياناتها على المصادر الأولية؛ حيث يتواجد الباحث فيزيقيا في المجتمع محل دراسته، ويشارك ويندمج في الكثير من أوجه نشاطه وحياته الاجتماعية، ومن ثم يلاحظ الحياة الحقيقية كما تمارس، وبهذا يجمع بياناته من مصادرها الأولية، في حين أن الباحث النتوجرافي يجمع بياناته من مجتمع الإنترنت محل دراسته عن طريق الإنترنت- الذي يعد مصدراً ثانوياً- إلا أن هذا الوضع نفسه يعطى ميزة للنتوجرافيا، إذ يتيح للباحث تتبع الظاهرة محل دراسته لسنوات ماضية عبر الإنترنت، ويرصدها كما حدثت فعلا وفي سياقات حدوثها، الأمر الذي يصعب تحقيقه للباحث الإثنوجرافي الذي يدرس فقط الموقف الحالي^(٤٣)، أو قد يعتمد على استدعاء ذاكرة بعض أعضاء المجتمع محل دراسته، للحصول على بيانات أو معلومات لها بعدها التاريخي.

لعل تناولنا لبعض من أهم أوجه التشابه والاختلاف بين الإثنوجرافيا والنتوجرافيا أكد أمرين:

الأول: أن التشابه بينهما يرجع إلى أن كل منهما يدرس "المجتمع" و"الثقافة"، في حين أن الاختلاف بينهما يرجع إلى أن الأولى تدرسهما في "العالم الحقيقي"، بينما الثانية تدرسهما في "العالم الافتراضي" أو "عالم الإنترنت".

الثاني: أن اختيار مصطلح النتوجرافيا بشقيه (نت-نوجرافيا) جاء موقفا تماما، فهو يدل على أن مجال استخدام منهجية النتوجرافيا هو الإنترنت، وأنها ترجع

بجذورها المنهجية إلى الإثنوجرافيا، ومن ثم لم يكن مستغرباً أن يعرف البعض الننتوجرافيا بأنها إثنوجرافيا الإنترنت أو الإثنوجرافيا عبر الإنترنت^(٤٤).

تبين لنا مما تقدم، عند تناولنا للننتوجرافيا كمنهجية لبحوث التواصل الاجتماعي، أن بدايات نشأة الننتوجرافيا كمنهجية لبحوث التواصل الاجتماعي، استندت إلى عاملين أساسيين:

الأول: اختيار العلماء والباحثين لمجتمع الإنترنت - أو ما كان يعرف في أول الأمر بالمجتمع الافتراضي - موضوعاً أساسياً لدراساتها.

الثاني: اختيار العلماء والباحثين الإثنوجرافيا كمنهجية اشتقت للننتوجرافيا منها منهجيتها، إذ قامت بتكييفها، أو بتطويعها، لتلائم عالم الإنترنت بعامة، وما تتطلبه دراسة مجتمعات الإنترنت والتواصل الاجتماعي بين أعضائها بخاصة.

وبهذا كانا هذان العاملان بمثابة البدايات الحقة للننتوجرافيا، اللذان انطلقت منهما، واستندت إليهما، في استكمال مسيرتها؛ بوضع مداخلها المنهجية، واختيار الأساليب المنهجية التي تكون جوهرها، ومن ثم أنماط بحوثها، وتحديد الخطوات المنهجية التي تسير وفقاً لها وقواعدها، بل والمبادئ الأخلاقية التي عليها مراعاتها والالتزام بها، بحيث نجحت الننتوجرافيا في اكتساب شرعيتها، وتحقيق وجودها، ضمن مناهج البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، والتي لا تقف عند مرحلة الوصف أو "الوصف الكثيف"، وإنما تتطرق في مسيرتها إلى مرحلة التحليل فمرحلة التأويل أو التفسير.

الخلاصة

أوضحت هذه الورقة العلمية التي تمهد لتناول منهجية الننتوجرافيا، برصدها للبدايات الأولى لنشأة هذه المنهجية، أن الإرهاصات الأولى لمنهجية الننتوجرافيا بدأت في تسعينيات القرن العشرين، بظهور الجيل الأول للشبكة العالمية (Web 1.0)، حيث

انتبه بعض العلماء والباحثين إلى بدء تشكل نمط جديد ومختلف من المجتمعات في العالم الافتراضى على شبكات الإنترنت، سمى هذا النمط بالمجتمع الافتراضى. فى ذات الوقت، أدرك هؤلاء العلماء والباحثون أن هذا النمط الجديد من المجتمعات، وما ينبثق عنه من ثقافات افتراضية، سيكون له تأثيره على الواقع الاجتماعى، وعلى الحياة الاجتماعية، وعلى الحياة الحقيقية (RL) بعامة، الأمر الذى يستلزم من جانبهم ضرورة تناوله بالبحث والتحليل والتفسير.

ولكن نظرا للاختلاف الأساسى بين نمط المجتمع الافتراضى ونمط المجتمع الحقيقى؛ حيث يتحقق وجود الأول فقط على شبكات الإنترنت، فى العالم الافتراضى، فى حين يقتصر وجود الثانى على أرض الواقع؛ فى العالم الحقيقى، كان لابد من الاجتهاد لإبداع المنهجية الملائمة لدراسة هذه المجتمعات الافتراضية ذات الطبيعة والخصائص المختلفة. هذا الإبداع تجسد فى طرح منهجية الننتوجرافيا، والدعوة إلى تبنيتها كمنهجية قائمة بذاتها تختص بدراسة المجتمعات الافتراضية- أو ما أصبح يعرف بمجتمعات الإنترنت- دراسة متعمقة، لا تقف عند مرحلة الرصد، بل تواصل سيرها إلى مرحلة التحليل والتفسير.

إذا كانت حقبة تسعينيات القرن العشرين قد شهدت وضع البذور الأولى لمنهجية الننتوجرافيا، فإن العقد الأول من القرن الحادى والعشرين شهد تجذر هذه المنهجية، الذى جاء مصاحبا ومستجيبا لإمكانات الجيل الثانى للشبكة العالمية (Web 2.0)، ومن ثم ظهور مواقع التواصل الاجتماعى؛ الأكثر جذبا لجمهور المستخدمين، بل المشاركين، والمشاركين الإيجابيين، واستمرار الإقبال المتصاعد والسريع والكثيف فى أعدادهم، بحيث أصبح من المسلم به بين علماء العلوم الاجتماعية أنه يستحيل فصل الحياة الاجتماعية عبر الإنترنت عن العوالم الاجتماعية للحياة الحقيقية، الأمر الذى كان له مردوده على حركة البحث العلمى الاجتماعى فى مجال التواصل الاجتماعى بعامة، وعلى العمل الجاد للارتقاء بالننتوجرافيا إلى مستوى

المنهجية العلمية، واكتساب شرعيتها بين منهجيات البحوث الاجتماعية، وهو الأمر الذى تحقق فى مجمله فى العقد الأول من القرن الحادى والعشرين من خلال الكتابات والمؤلفات النظرية الرائدة التى تناولتها، والبحوث الميدانية التى اعتمدت عليها واختبرتها، بحيث ما أن جاءت بداية العقد الثانى من القرن الحادى والعشرين حتى كانت الننتوجرافيا معترفا بها كمنهجية مكتملة؛ من حيث وجود تعريف محدد ومتوافق عليه لمفهومها، ومجالات وكيانات اجتماعية متعارف عليها لبحوثها، وأسلوب منهجى للبحث يكوّن جوهر منهجيتها، وقواعد منهجية واضحة يلتزم بها البحث الننتوجرافى؛ بدءًا من اختيار موضوع البحث، مرورًا بمراحل إجرائه، وانتهاءً بإعداد تقريره وعرض نتائجه على المجتمع محل البحث، فضلًا عن إثارة الوعى بين الباحثين بالمبادئ الأخلاقية Ethics المرتبطة بالمنهجية الننتوجرافيا، وخصوصيتها وتقردها عن تلك الخاصة بالمنهجيات الاجتماعية الأخرى.

لكل ما تقدم لم يكن مثيرًا للدهشة أن يعدل روبرت كوزيننس - مؤسس الننتوجرافيا- فى عام ٢٠١٦ عن سبق وصفه للننتوجرافيا بأنها "منهجية جديدة"^(٤٥)، إذ رغم قصر عمرها الزمنى الذى لم يتجاوز العقدين، إلا أنها نجحت خلاله فى إرساء قواعد المنهجية، واكتساب شرعيتها كمنهجية للبحوث الاجتماعية الكيفية، قائمة بذاتها، ومكتفية بذاتها، فى بحث وتحليل وتفسير ظاهرة التواصل الاجتماعى فى مجتمعات الإنترنت.

المراجع والهوامش

Wikipedia. Web 2.0. (2018). pp.1-4.

-١

<https://en.wikipedia-org/wiki/web-2.0>.

Kuznets, Robert V. Netnography: Redefined. London: Sage. (2015). p.7.

<https://ukSagepub.Com/Sites/default/files/upm-binaries/96762-Netrography.pdf>.

Choudhury, Nupur. World Wide Web and Its Journey From Web 1.0 to Web.4. (IJCSIT). Vol.5 (6). (2014). pp.1-2. -٢

www.ijcsit.com.

Kozinets, Robert V.. Netnography: The Marketer's Secret Weapon: How Social Media Understanding Drives Innovation. (2010). pp.1-3. -٣

www.ethnographiadigitale.it/wp-content/...net-Base-Netnography-Kozinets-paper-pdf.

Kozinets, Robert V. On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research investigations of Cyber culture. (1998). pp.1-5. -٤

www.acrwebsite.Org/search/view-conference-proceeding.aspx?Id=8180.

وأيضاً من أهم المؤلفات التي صدرت إبان ذلك العقد:

Rheingold, Howard The virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier, Reading, MA: Addison- Wesley. (1993).

Choudhury, Nippur Op.cit. (2014). p.8096. -٥

Wikipedia. Web 2.0.op.cit. (2018) p.3.

I bid, p. 8096. -٦

Costello, L. McDermott, M. and Wallace, R. Netnography:Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. International Journal of Qualitative Methods. (2017). p.4. -٧

<http://journals.Sagpub.Com/doi/rull/10/1177/160917700647>.

Bachmann S.C. and Langer R. Netnography: Rich Insights From Online Research. (2005). p.1.

يستخدم مصطلح الشبكة الاجتماعية لتمييز المواقع التي تتضمن "مجتمعات الإنترنت"، واستخدامات الشبكة تسهل إنتاج المعرفة الجمعية، والتشابكات الاجتماعية، وتزيد من تبادل المعلومات بين مستخدم لها وآخر.

Choudhury, Nupur. op.cit. (2014). p.2.

- Snelson, Chareen L. Qualitative and Mixed Research: A Review of the literature. International Journal of Qualitative Methods. January- December. 2016. (2016). p.3. -٨
<https://www.researchgate.net/.../296619954- Qualitative- and-Mixed-Methods- Social>.
- Stata Number of Social Media Users Worldwide from 2010 to 2021 (in billions). (2019). p.1. -٩
<https://www.Statista.Com/statistics/ 278414/number-of-worldwide-social-network-users>.
- Wikipedia. op.cit. (2018). p.4. -١٠
- Kozinets, Robert V. Netnography: Doing Ethnographic Research Online. London: Sage. (2009). pp.5-6. -١١
<https://www.researchgate.net/.../264922181- Netnography- Doing-Ethnographic- Research- Online.pdf>.
- Kozinets, Robert V. The Field Behind The Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. (2002). pp.2-3. -١٢
<https://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/ netnography>.
- Beckmann S.C. and Langer R. Netnography: Rich Insights from Online Research. (2005).p.1.
<http://frontpage.Cbs.dk/insights/67005.Shtml>.
- Woodfield, K. Morrell, G. and Metzler, K. Blurring the Boundries? (2013). pp.7-8. -١٣
<http://eprints.Ncm.ac.uk/3168/1/blurring-boundries.pdf>.
- Castello, L.Mc Dermott, M. and Wallace, R. Op.cit. (2017). pp.6-7. -١٤
- ١٥- يعد روبرت كوزينتس خير من يمثل هذا الفريق الثالث من الباحثين، بحيث ارتبطت النتوجرافيا تماما باسمه؛ فهو الذى أبدع مصطلح النتوجرافيا، وهو الذى عرف منهجية النتوجرافيا، وحدد أساليبها المنهجية، ووضع القواعد المنهجية للبحث النتوجرافى وحدد خطواته، ولم يغفل مناقشة المبادئ الأخلاقية التى يجب مراعاتها فى ممارسته، مما دعاه إلى

أن يصف نفسه بأنه The Creator of Netnography وذلك فى الاستبصار المتعمق الذى أجرى معه، انظر:

Wiles, R. et al. But is it Innovation?: The Development of Novel Methodological Approach in Qualitative Research. (2013).p.20.

<http://eprints.Ncrm.Ac-uk/3222/7/3-wiles-et-al-50%.pdf>.

١٦- يختلف العلماء والباحثون فى وصف النتوجرافيا بأنها منهجية جديدة، ويرجع وصف النتوجرافيا بأنها منهجية جديدة إلى عدة أمور: إما إلى عدم معرفة الباحث بهذه المنهجية، أو حداثة استخدامها فى مجال تخصصه العلمى، أو ندرة البحوث التى اتخذتها منهجية لها، أو مقارنة بتاريخ المنهجيات الأخرى.

فى عام ٢٠١٦، وبعد مرور عقدين على طرح مصطلح النتوجرافيا، نجد كوزينتس يرفض تماما وصف النتوجرافيا بأنها منهجية جديدة أو حديثة، بل يدين وصفه المسبق لها بهذا، فالنتوجرافيا "ليست جديدة بالنسبة للعالم" انظر:

Kozinets, Robert V. Netnography: Understanding Networked Communication Society. (2016). p.9.

<https://www.Researchgate.net/...28083729.Netnography-Understanding-Networked>.

١٧- أجرت تحليلا لمنهجية بحوث التواصل الاجتماعى عبر فترات زمنية، على سبيل المثال انظر: Kozinets, Robert V. op.cit. (2010). pp. 2-3.

Snelson, Chareen L. op.cit, (2016). pp.2-3.

١٨- انظر على سبيل المثال الأنماط الأربعة التى وضعها كوزينتس للمتفاعلين مع مواقع التواصل الاجتماعى، والتى تبدأ بمن يصفهم بالسياح أو بالعابرين Tourists، وتنتهى بمن يصفهم بمن هم من داخل مجتمع الإنترنت Insiders، وبينهما يقع نمط من أسماهم Minglers، ونمط من أسماهم Devotees، واستند كوزينتس فى تصنيفه هذا إلى معيارين: قوة أو ضعف الروابط الاجتماعية بمجتمع الإنترنت، وشدة أو ضعف الاهتمام بنشاط مجتمع الإنترنت.

Beckmann S.C. and Langer R. op.cit. (2005). p.2.

- Kozinets, Robert V. Netnography 2.0. in Russell, W et al (eds). -١٩
Handbook of qualitative Research in Marketing. Ma: Edy publishing. (2006).
p.8. [https://www.researchgate.net/publication/283626067-Netnography 2.0](https://www.researchgate.net/publication/283626067-Netnography_2.0).
- Kozinets, Robert V. op.cit. (2010). pp.2-4.
- Kozinets Robert V. op.cit. (2009). pp.7-10. -٢٠
- ٢١- في هذا الصدد يقول كوزينيتس "أنا أنثربولوجي، تدربت في مجال التسويق، وطبقت
الأنثربولوجيا ومنهجها الإثنوجرافي المختبر عبر الزمن، على مدى واسع من التساؤلات
الخاصة بالأسواق والمستهلكين".
- Kozinets Robert V. op.cit. (2010). p.3.
- ٢٢- رغم أن كوزينيتس قد عدل عن هذا التعريف الذي سبق أن وضعه للإثنوجرافيا، إلا أنه لا يزال
هو التعريف السائد بين الباحثين في مجال التواصل الاجتماعي.
- Kozinets, Robert V.(2016).
- Kozinets Robert V. et al. Netnography Analysis: Understanding Culture -٢٣
Through Social Media Data, in Uwe Flich (ed). Sage Handbook of Qualitative
Data Analysis. London: Sage. (2014). pp. 1-9.
[https://www.Resrarchgate. Net/ publication/ 319472120- Netnographic-
Analysis-understanding- culture-through- social-Media- Data](https://www.researchgate.net/publication/319472120-Netnographic-Analysis-understanding-culture-through-social-Media-Data).
- ٢٤- من أهم المؤلفات في هذا الصدد:
- Kozinets, Robert V. Netnography: Redefined. London: Sage. (2015).
- Kozinets, Robert V. op.cit. (2009).p.5. -٢٥
- Kozinets, Robert V. op.cit. (2015). p.4.
- Ibid. p.4. -٢٦
- Kozinets, Robert V. Op.cit. (2009). p.8. -٢٧
- Ibid. p.7. p.15. -٢٨
- Kozinets, Robert V. op.cit. (2002), p.1.
- Kindsmuller, M, Melzer, A, And Mentler, T. Online Communities and Online
Community Building. (2015). p.1.

[https://www.researchgate.net/publication/265891662- Online-Communities-and-Online-Community- Building.](https://www.researchgate.net/publication/265891662-Online-Communities-and-Online-Community-Building)

Kozinets, Robert V. op.cit. (2009). pp.8-9. -٢٩

Vasqued, Camilla and Kulavuz- Onal, Derya Netnography: Doing -٣٠
Ethnographic Research Online by Kozinets, Rober V. (2012). p.1.

[http://OnlineLibrary. Com/doi/10.111.1540-4781.2012.1319.x/full.](http://OnlineLibrary.Com/doi/10.111.1540-4781.2012.1319.x/full)

٣١- يفضل البعض من هؤلاء بدلا من استخدام مصطلح الننتوجرافيا أن يظل الاحتفاظ بمصطلح الإثنوجرافيا، وأن إضافة أى مصطلحات أخرى للدلالة على أن مجال الدراسة هو عالم الإنترنت أو العالم الافتراضى، يظل أمرا اختياريا وغير ملزم. انظر:

Kozinets, Robert V. Op.cit. (2009). p.5.

Kozinets, Robert V. Op.cit. . (2010). p.1. -٣٢

Kozinets, Robert V. Op.cit. (2002). p.3.

Wikipedia. Netnography. Op.cit. (2019). pp.1-2. -٣٣

[https://en.Wikipedia.Org/wiki/Netnography.](https://en.Wikipedia.Org/wiki/Netnography)

Kozinets, Robert V. Op.cit. (2002). p.3.

Kozinets, Robert V. Op.cit. (2010). p.3. -٣٤

تنبه كوزينتس منذ البدايات الأولى لطرح منهجية الننتوجرافيا، إلى أهمية اندماج الباحث ومشاركته المتعمقة تماما فى الثقافة محل دراسته، بحيث يعتبر كأحد أعضاء هذه الثقافة. انظر:

Kozinets, Robert V. Op.cit. (1999). p.2.

ومن هنا يعتبر الباحث " الأداة الأساسية فى البحث الننتوجرافى " انظر:

Castello, L. Mac Dormett, M. and Wallaco, R. Op.cit. (2017). p.14.

Ibid. pp. 3-4. -٣٥

- Kulavua- Onal, Derya Using Netnography to Explore the culture of Online Language Teaching communities. Culico Journal. Vol. 32.3 2015. (2015). p.4. -٣٦
<https://www.researchgate.net/publication/28362067-netnography-20>.
- Kozinets, Robert V. Op.cit. (2010). pp 3-4. -٣٧
- Kozinets, Robert V. Op.cit. (2009). p5. -٣٨
- Wikipedia. op.cit. (2019), p.1. -٣٩
- ٤٠- يرجع وصف الننتوجرافيا بأنها "أقل اقتحامية" من الإثنوجرافيا (مع أن كلا منهما يستخدم أسلوب الملاحظة بالمشاركة)، إلى اختلاف تقنيات الملاحظة بالمشاركة في حالة الإثنوجرافيا عنه في حالة الننتوجرافيا، والتي ترجع أساسا إلى تواجد الباحث فيزيقيا في الحالة الأولى، بينما يكون تواجده في الحالة الثانية من خلال شاشة الإنترنت.
- Kozinets, Robert V. Op.cit. (2009). p5. -٤١
- Wikipedia (2019). Op.cit. pp1-2. -٤٢
- Ibid. p.2. -٤٣
- Kozinets, Robert V. Op.cit. (2002). p 2. -٤٤
- Kozinets, Robert V. Op.cit. (2016). p 9. -٤٥