

الإعلام الجديد والتوجه نحو البحوث الكيفية

قراءة في الرهانات لدى عينة من الباحثين في الإعلام والاتصال في الجزائر

*New media and orientation towards qualitative research**Reading in the bets of a sample of researchers in the Information and Communication in Algeria*د. خالد نايلي¹

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

KHALEDNAILI24@YAHOO.FR

تاريخ الوصول: 2018/11/18 / القبول: 2019/05/27 / النشر على الخط: 2019/09/15

Received: 18/11/2018 / Accepted: 27/05/2019 / Published online : 15/09/2019

ملخص:

شكل الإعلام الجديد ثورة على عدة مستويات منها المفاهيمية والفهمية والإجرائية (مناهج وأدوات البحث). وإذا كان التوجه نحو البحوث الكيفية في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية عموماً، قد نادى به أصحاب المقاربة التأويلية في البحث، وكانت محل جدل دائماً بينهم وبين أصحاب المنظور الموضوعي. إلا أنه في اعتقادنا الخاص أصبح التوجه نحو البحوث الكيفية في ظل ما يسمى بالإعلام الجديد ضرورة تطرح نفسها في أكثر من فضاء بحثي. لكن ما يكثر الحديث عنه دائماً هو ما تطرحه هذه البحوث من رهانات تحد من تفاعل الباحثين مع البحوث الكيفية في تفسير الظاهرة الاتصالية، الأمر الذي سنحاول استجلائه في هذه الدراسة من خلال آراء نخبة من الباحثين في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الإعلام الجديد، البحث الكيفي.

Abstract :

Today, the new media has revolutionized several levels, including conceptual and procedural (methods and tools of research). If the trend towards qualitative research in the field of social sciences and humanities in general, has been defended by the followers of the interpretative approach in research and has always been controversial between them and those with a material perspective. However, in our opinion, the trend towards qualitative research in the field of new media has become a necessity in many research areas. But what we often talk about is what these researches propose as issues that limit the interaction of researchers with qualitative research on the interpretation of the phenomenon of communication that we will try to find in this study through the opinions of some groups of researchers in this field.

Keywords: media, new media. qualitative research.

¹ - المؤلف المرسل، خالد نايلي، الإيميل: KHALEDNAILI24@YAHOO.FR

1- الإشكالية:

إن انتشار وسائل الاتصال الجماهيري الفردية *Self Mass Media* على الساحة الاتصالية يطرح الكثير من القضايا الجديدة المرتبطة بتمثلها في مختلف الأوساط الاجتماعية واستخداماتها. ودراسة هذه القضايا تثير النقاش حول المنهج الذي يجب استخدامه لتحقيق ذلك. فهل أن المناهج الكمية، التي دأبت عليها العلوم الاجتماعية يمكن أن تزودنا بحقائق علمية جديدة عن أشكال التفاعل الاجتماعي مع أدوات ما درج على تسميته بالإعلام الجديد: البريد الإلكتروني، المدونات الإلكترونية، الفيس بوك *Face Book*، واليوتيوب *YouTube*، والتويتر *Twitter*، والهاتف الخليوي الذكي، و *iPod*؟ بمعنى هل أن معرفة عدد مستخدمي الإنترنت، وخصائصهم الديموغرافية والاجتماعية، وكثافة استخدام اليوتيوب *YouTube* أو المدونات الإلكترونية *Blogs* قادرة على التعبير عما تعنيه هذه الأدوات لدى كل مستخدم لها؟ وما هي تصوراتها لها؟ وكيف تتدخل في بناء ذاته؟

إن الإجابة على هذه الأسئلة تفضي إلى طرح أسئلة أخرى أشمل وأكثر عمقا، وهي: هل أن المناهج المستخدمة في دراسة الظواهر الإعلامية والاجتماعية مجرد أدوات محايدة يستعان بها الباحث لاستجلاء الحقيقة والوصول إلى المعرفة؟ ألا تعبر المناهج عن تصور لما هو الواقع الأميري وما هي المعرفة؟ وهل تستطيع المناهج الكيفية التي نوظفها لدراسة وسائل الاتصال الجديدة أن تحدد أفقا معرفيا يساهم في تطوير البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال خاصة في ظل ما يسمى بالإعلام الجديد؟¹

وسعيا لتحقيق أهداف الدراسة سنقوم بإجراء دراسة ميدانية على عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3 - بالجزائر، لمعرفة أهم رهانات التوجه نحو البحوث الكيفية في مجال الإعلام الجديد في نظر هؤلاء الأساتذة باعتبارهم يمثلون أنموذجا للباحثين في هذا المجال. وبالتالي يمكننا أن نطرح التساؤل الرئيس التالي:

ما هي رهانات استخدام الباحثين الأكاديميين الجزائريين البحوث الكيفية في دراسة الإعلام الجديد؟

2- أهمية وأسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار موضوع الإعلام الجديد فرضه الدور المتزايد الذي بات تلعبه التكنولوجيا عمومًا والإعلام المتصل بها بشكل خاص؛ حيث بات لزامًا التعاطي مع هاته الظاهرة بالبحث والدراسة الكيفية، للوقوف على تأثيراتها في مجتمعاتنا، وإيجابياتها المتاحة للاستفادة منها قدر الإمكان ثم محاولة تلافي سلبياتها أو على الأقل الحد منها.

3- أهداف الدراسة:

¹ نصر الدين عياضي، الرهانات الاستمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي: نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية

مجلة شؤون اجتماعية، مجلة علمية محكمة، تصدر عن الجامعة الأمريكية بالشارقة، جمعية الاجتماعيين والاقتصاديين بالإمارات، عدد 107، 2010، ص 131.

تحاول دراستنا هذه إلى تحقيق جملة من الأهداف، يمكن إيجازها في نقطتين أساسيتين:

- 1- التعرف على رهانات استخدام البحوث الكيفية في الإعلام الجديد من طرف الباحثين الأكاديميين الجزائريين.
- 2- التعرف على أهم أدوات المنهج الكيفي واستخداماتها في الإعلام الجديد من طرف الباحثين الأكاديميين الجزائريين.
- 4- تحديد المفاهيم:

اعتمدنا في تحديد المفاهيم على مفهومين أساسيين، وهما: البحث الكيفي والإعلام الجديد.

4- 1 - البحث الكيفي:

يعرف البحث الكيفي عموماً على أنه: " الدراسة التي يمكن القيام بها أو إجرائها في السياق أو الموقف الطبيعي، حيث يقوم الباحث بجمع البيانات، أو الكلمات، أو الصور، ثم يحللها بطريقة استقرائية مع التركيز على المعاني التي يذكرها المشاركون، وتصف العملية بلغة مقنعة ومعبرة. أو هو تحقيق للفهم، مستندة على التقاليد المتميزة لمنهج البحث العلمي التي تقوم بالكشف عن مشكلة اجتماعية أو إنسانية. ويقوم الباحث ببناء صورة معقدة وشمولية ويحلل الكلمات، ويضع تقريراً يفصل فيه وجهات نظر المرشدين ثم يقوم بإجراء الدراسة في الموقف الطبيعي. ولذلك يمكن توضيح ماهية البحث الكيفي من خلال توضيح منهجية البحث في العلوم تركز على وصف الظواهر والفهم والأعمق لها، ويختلف عن البحث الكمي الذي يركز عادة على التجريب وعلى الكشف عن السبب أو النتيجة بالاعتماد على المعطيات العددية. فالسؤال المطروح في البحث الكيفي سؤال مفتوح النهاية ويهتم بالعملية والمعنى أكثر من اهتمامه بالسبب والنتيجة ¹ .

وهو أيضاً، " عملية تحقيق للفهم، مستندة على التقاليد المتميزة لمنهج البحث العلمي التي تقوم بالكشف عن مشكلة اجتماعية أو إنسانية. ويقوم الباحث ببناء صورة معقدة وشمولية ويحلل الكلمات، ويضع تقريراً يفصل فيه وجهات نظر المرشدين ثم يقوم بإجراء الدراسة في الموقف الطبيعي ² .

4- 2 - الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد هو الذي تولد من التمازج بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماءه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد. ³

5- طبيعة الدراسة ومنهجها:

تنتمي دراستنا هذه والموسومة بـ " قراءة في الرهانات: الإعلام الجديد والتوجه نحو البحوث الكيفية دراسة على عينة من الباحثين في الإعلام والاتصال بالجزائر " إلى الدراسات الوصفية الكيفية في البحوث الاتصالية، والتي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة كما هي موجودة في الواقع. من خلال تحديد ظروف وأبعاد استخدام الإعلام الجديد ، وعلاقته بالتوجه نحو البحوث الكيفية. وهذا بهدف الانتهاء إلى وصف موضوعي ودقيق ومتكامل.

¹ رجب، إبراهيم عبد الرحمن. (2003). مناهج البحث في العلوم الاجتماعية. الرياض، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 2003، ص. 18.

² لبلداوي، عبد الحميد. (2007). أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي. عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2007، ص. 26.

³ عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد " المفاهيم الوسائل والتطبيقات "، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص. 30.

وبما أن دراستنا تنتمي إلى الدراسات الوصفية الكيفية، فقد اعتمدنا على المنهج المسحي الشامل، من خلال مسح كل الباحثين المتخصصين في الإعلام والاتصال بجامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة 3 - وجامعة سعيدة. وكذلك من خلال مسح ووصف العلاقة بين المتغير المستقل ألا وهو الإعلام الجديد والمتغير التابع وهو البحوث الكيفية. وكذا تفسير العلاقة بين المتغيرين المذكورين سابقا.

كما يساعدنا المنهج المسحي في الوصول إلى نتائج تخدم ميدان بحثنا، كما أنه يهدف إلى جمع المعطيات والبيانات والمعلومات الميدانية والوثائقية عن ظاهرة الإعلام الجديد والتوجه نحو البحوث الكيفية ومحاولة تفسيرنا إليها تفسيراً علمياً.

6- أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا هذه، على أداة أساسية، وهي الاستمارة. حيث اعتمدنا على ثلاثة محاور أساسية، وهي على

النحو التالي:

المحور الأول: السمات العامة.

المحور الثاني: رهانات متعلقة بالباحث.

المحور الثالث: رهانات متعلقة بالبحوث الكيفية.

• الجانب النظري:

❖ الأصول النظرية لشائية الكمي/الكيفي:

قد تكون مناقشة منهج البحث النوعي (الكيفي) مربكة لأنه لا يوجد هناك تعريف متفق عليه لمصطلح النوعي. وفي الحقيقة أن بعض الباحثين النوعيين يقاومون تعريف المصطلح خشية وضع حدود للتقنية، ويزداد الأمر تعقيدا بارتباط عدد من المستويات المرجعية بالمصطلح فقد استخدمت كلمة نوعية للإشارة إلى فلسفة واسعة ومقاربة للبحث، منهجية البحث ومجموعة محددة من تقنيات البحث. ولفهم أفضل لهذا الموضوع، يستحسن العودة إلى تفحص بعض الاعتبارات العامة المتعلقة ببحوث العلوم الاجتماعية.¹

اقترح " نيومان ويليكي " أن هناك ثلاث مقاربات مميزة لبحوث العلوم الاجتماعية: الوضعي (الموضوعي الإيجابي) والتفسيرية والنقدية . وكل واحد من هذه المناهج يمثل صورة أو نموذجاً تحليلياً للبحث الذي يعني: مجموعة مقبولة من النظريات ، والإجراءات والافتراضات عن كيف ينظر الباحثون إلى العالم . وتستند النماذج على البديهيات، أو على بيانات مقبولة عموماً على أنها حقيقة، والنماذج هذه هامة لأنها ترتبط باختيار منهج البحث.

¹ - روجر ويدر ، جوزيف دومينيك ، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي ، تر: صالح أبو اصبع وفاروق منصور ، ط1 ، المنظمة العربية للترجمة ، لبنان ، 2013 ، ص210.

والنموذج الوضعي هو الأقدم ومازال الأكثر استخداما في بحوث وسائل الإعلام. وهو مستمد من نظريات فلاسفة أمثال كونت وميل، ومازال الأكثر استخداما في العلوم الطبيعية. وعندما تطورت العلوم الاجتماعية قام الباحثون بتطوير هذه التقنية لتناسب أغراضهم. ويتضمن النموذج الوضعي مفاهيم مثل الكيمائية، والفرضيات والمقاييس الموضوعية.¹

وترجع جذور نموذج العلوم الاجتماعية التفسيرية إلى "ماكس فيبر وفيلهلم ديثلي... " وهدف النموذج التفسيري، هو فهم كيف يقوم الناس في الأوضاع اليومية بخلق معنى للأحداث في عالمهم وتفسيرها. أما النموذج النقدي فيعتمد على النماذج التحليلية المستخدمة في الإنسانيات، ويهتم الباحثون في هذا النهج بمفاهيم مثل توزيع القوى في المجتمع، والإيديولوجيات السياسية.

ويختلف النموذج الوضعي عن النموذج التفسيري في ثلاثة أبعاد:

الأول: أن لكلا المنهجين فلسفة مختلفة للحقيقة، وبالنسبة للباحثين الوضعيين فإن الحقيقة موضوعية، وهي موجودة منفصلة عن الباحثين ويمكن رؤيتها من قبل الجميع، وبكلمات أخرى هي هناك في الخارج ، وبالنسبة للباحثين التفسيريين لا يوجه حقيقة مفردة، وكل باحث يخلق حقيقة كجزء من العملية البحثية فهي ذاتية وتوجد فقط بعلاقتها بالمراقب أو بمن يقوم بالملاحظة.

ثانيا: لكل من المنهجين وجهة نظر مختلفة اتجاه الأفراد، فالباحث الوضعي يعتقد أن كل الكائنات البشرية متشابهة أساسا وهو يبحث عن فئات عامة لخلاصة سلوكهم أو مشاعرهم، والباحث التفسيري يعتقد أن الكائنات البشرية تختلف جوهريا ولا يمكن وضعها في خانة واحدة.

وثالثا: يهدف البحث الوضعي إلى توليد قوانين عامة للسلوك يشرح الكثير من الأمور في كثير من الأوضاع، وفي المقابل يقوم العلماء التفسيريون بمحاولة إنتاج تفسير فريد لوضع أو فرد معين وفي حين يسعى الوضعيون نحو الاتساع يسعى التفسيريون نحو العمق.²

❖ أساليب البحث في مجال الإعلام الجديد نحو مزيد من الدقة و تحسين الكيفية:

1- الملاحظة الميدانية:³

في العالم المادي، تستلزم الملاحظة الميدانية مراقبة الناس وهم يتصرفون في محيطهم الطبيعي، وفي عالم الانترنت فإن الملاحظة الميدانية تعني عادة مراقبة النصوص والصور على شاشة حاسوب. وعلى إحدى نهايتي الطيف هناك المشارك العلني الذي ينضم إلى جماعة تهمه على الانترنت ، ويعرف عن نفسه بأنه باحث ، وهذا الشخص هو مساهم فعال في المجموعة موضع الدراسة ويشارك في غرف الدردشة ولا يعلق على لوحات الإعلان مثله مثل أي عضو آخر وعلى النهاية الأخرى هناك المراقب العلني الذي يشاهد ، ويسجل ويحلل رسائل الجماعة دون أن يشارك في التفاعلات.

يتطلب تحليل البيانات في وضع الانترنت مجموعة مختلفة من المهارات غير تلك التي تستخدم عادة في الملاحظة في الحياة الحقيقية ، وتحلل الملاحظة التقليدية ما يستطيع المراقب رؤيته أو سماعه : السلوكيات المادية ، والمظهر وتعبيرات الوجه والحركة والأشياء

¹ - المرجع نفسه ، ص 212.

1- Anderson.j.q.communication researh:issues and methods. York:mcgraw-hill,1987,p213.

³ -Massé Pierrette, Vallé Bernard: Méthodes de collecte et d'analyse de données en communication, Canada, éd Presse de l'université de Québec ; Canada; 1992; p25

والكلمات والجمل المنطوقة . وفي عالم الانترنت تكون البيانات نصية (الايميلات والرسائل الفورية، وتعليقات لوحات الإعلانات ، ومحادثات غرف الدردشة ، والرموز...)، أو تكون صورية (تصميم الموقع الالكتروني ، والرسوم، والألوان، والصور، وقصاصات الفيديو).

وتأخذ ملاحظة المشاركين معنى آخر على الانترنت ، عندما يكون هؤلاء الذين تتم مراقبتهم ليسوا أناسا فعليين بل هم ممثلوهم أو متجسدهم وقد استخدم علماء الانثربولوجيا هذه التقنية في العالم الافتراضي فقد ذكر وليامز على سبيل المثال ، نتائج ملاحظة مشارك من مساحة اجتماعية مرسومة على الانترنت، وقدم اقتراحات عن كيفية تعديل الأسلوب ليناسب العالم الافتراضي.

2- مجموعات التركيز (المجموعة المركزية البؤرية):¹

ليس مستغربا إن أصبح الانترنت وسيلة ذات شعبية لإجراء دراسات مجموعات التركيز . ومع ذلك هناك بعض الخلاف حول ما إذا كان ينبغي فعلا تسمية الصيغة الالكترونية جماعات تركيز ، وعلى كل هناك نوعان من هذه التقنية:

في النوع الأول، يتم توظيف المشاركين للمساهمة في تاريخ ووقت معينين ولضمان سرية المشاركين يتم استخدام موقع الكتروني محمي بكلمة سر أو أي خدمة برمجيات متعددة المستجوبين، ويطرح الوسيط على المجموعة أسئلة ويتم تشجيع الإجابات على حواسيبهم الشخصية، ويستطيعون إرسال رسائل فورية إلى الوسيط مقترحين أسئلة جديدة أثناء تقدم الجلسة . ويجادل البعض أن هذا النهج لا يمكن اعتباره أسلوب مجموعة تركيز فعلية لأن إحدى المنافع الأساسية لمجموعات التركيز هو سماع ورؤية التفاعل بين المشاركين، وهذا غير ممكن مع أسلوب الانترنت . وربما يكون الاسم الأكثر دقة لهذا الترتيب هو مجموعة دردشة عبر الانترنت.

أما في النوع الثاني، فتستخدم الكاميرات والفيديو المتدفق، وفي هذا الأسلوب يتم ربط المشاركين معا باستخدام برنامج برمجي خاص يسمح بإدخال أجوبة (وقت حقيقي) على الأسئلة التي يطرحها الوسيط الذي يستطيع رؤية جميع المشاركين على جهاز المونيتور الخاص به، ويسمح هذا الإجراء للوسيط أن يرى من هو الذي يشارك فعليا في المجموعة وأن يراقب في إذا ما كان أعضاء المجموعة يولون اهتمامهم. ورغم أن هذا الأسلوب يحسن أسلوب مجموعة الدردشة على الانترنت الذي سبق وصفه ، إلا أنه لا يزال بعض السلبيات فتفاعل المشاركين لا يزال محدودا ، وقد يتحدث المشاركون جميعا في نفس الوقت مما يزيد من صعوبة تدوين الإجراءات ، ويطيل من الوقت الذي يستغرقه جمع المعلومات.

3- المقابلات المكثفة على الانترنت:²

إن إحدى منافع المقابلات على الانترنت إنها تتم حسب الوقت الملائم للمشارك. فيستطيع مجري المقابلة / المستجوب طرح سؤال أو اثنين، ويأخذ المشارك وقته (حتى أسبوع في العادة) للإجابة، ويتيح الوقت الإضافي للمشارك أن يتمعن في أجوبته وقد يقدم للباحث مضمونا أكثر غنى وأفكارا إضافية ، وفائدة ثانية هي أنه يمكن إجراء المقابلات مع أناس من مناطق جغرافية

¹ - ibid.p27-28.

² - ibid.p29.

واسعة دون تكبد نفقات سفر. وأخيرا فإن هذا الأسلوب قد يكون مفيدا في جمع البيانات من أشخاص لا يشعرون بالراحة في حالة المقابلة وجها - لوجه.

4- الاثنوغرافيا على الانترنت¹:

الاثنوغرافيا الافتراضية (أو على الانترنت) هي تطوير جديد نسبيا في البحوث النوعية، وينطوي أسلوب الإثنوغرافي التقليدي على انغمار الباحثين في الوضع، والظروف والحياة اليومية لمن يدرسونهم، وتمدد الاثنوغرافيا الافتراضية هذه إلى فضاء الانترنت وتشمل طائفة متنوعة من التقنيات وبشكل نموذجي قد يطلب من العينة المستهدفة من المشاركين:

- أن يحتفظوا بيوميات على الانترنت بأفكارهم وسلوكياتهم في ما يتعلق بغرض الدراسة.
- أن يلتقطوا صورا ذات علاقة بالدراسة وأن يحملوها (على الحاسوب) ليقوم الباحثون بتحليلها.
- أن يشاركوا في مقابلة مكثفة على الانترنت معتمدة على مضمون يومياتهم وصورهم.
- أن يزودوا الباحثين بجولة افتراضية في محيطهم عبر كاميرا الويب

وثمة أسلوب اثنوغرافي عبر الانترنت هو "الانغماس / الانغمار" وهو سلسلة من التمارين والاختبارات الاسقاطية تعطي الباحثين لمحة عن حياة الأشخاص الذين يقومون ببحثهم، فمثلا قد يطلب من المشاركين وصف أفكارهم عن "المنزل" وذلك باستخدام يوميات مصورة أو مقاطع فيديو أو مداخل مدونات.

❖ رهانات تطبيق البحوث الكيفية في مجال الإعلام الجديد: جدلية الكمي والكيفي الموضوعية

وحدود المعاينة:

إن الاختلاف بين المناهج الكمية والكيفية لا يكمن في الجانب الإجرائي فقط، الذي جعل البحوث الأولى تسعى إلى تكميم المعطيات والبيانات والتعبير عنها إحصائيا، و دفع المناهج الثانية إلى محاولة استجلاء المعاني عبر تأويل المعطيات النوعية، بل يستند إلى أسس فكرية وفلسفية.

إن القول بأن البحث الكيفي يسمح بالإحاطة الشاملة بالظواهر ويغوص في عمق تحليل المعطيات الاجتماعية، وأن البحث الكمي يعد شكلا من التدقيق في سطح الحقائق الاجتماعية. يبدو غير كاف، وذلك لأن إدراك ماهية البحث الكمي، الذي يسمى، أيضا، البحث الصلب أو الثقيل *Hard Methodology*، والبحث النوعي الذي يُكنى بالبحث الخفيف *Soft Methodology* يقتضي الاقتراب من الإطار الفلسفي الذي تشكل فيه.

تَنطلق البحوث الكمية من "المنظور *Paradigm* الوضعي الذي يرى أن الحقيقة الاجتماعية لا توجد سوى في حالتها الملموسة والمستقلة عن كل رأي أو موقف، وتنتظر أن تُستطلع وتُكتشف. و يُنظر إليها على أساس إنها ذات بُنية مغلقة تتشكل من عناصر قابلة للقياس. ولا يخفي على كل متتبع أن هذا المنظور افترض تصورات لماهية النظرية التي تساعدنا في الكشف عن

¹ - ibid. p 30.

فالنظرية، حسب كارل بوبر، هي معرفة موضوعية مبنية على ملفوظات منسجمة ويمكن التحري في صحتها. أي يمكن إجراء فحص النظرية أكثر من مرة للوصول إلى الحقائق الموضوعية ذاتها. وهذا يوحي بأن الواقع الذي يجري فحصه يتسم بثباته وعدم تغيره¹.

تنطلق البحوث الكيفية من " منظور *Paradigm* " مغاير تجسده البنائية الاجتماعية لقد اكتسب هذا المنظور هذا المسمى لأنه يسمح ببناء سياقات لوصف الظواهر وفهمها. فالبنائية الاجتماعية لا ترى الظواهر الاجتماعية و الثقافية في حالها المنجز؛ وصيغتها النهائية، بل تراها في طور البناء والتشكل. فالناس يصنعون واقعهم الاجتماعي انطلاقا من تفاعل بعضهم البعض، من جهة، وبينهم وبين واقعهم، من جهة ثانية. فإدراك هذا الواقع لا يتم بدون وجهات نظر الأشخاص الفاعلين، لذا لا بد من استجلاء تأويلهم لأوضاعهم وللظواهر الاجتماعية.

إن الحقيقة العلمية التي تؤمن بها البحوث الكمية، لا وجود لها، في نظر البنائية الاجتماعية، حيث تعتبرها ضربا من الوهم لأن هذه الأخيرة لا تسلم بالحقيقة الجاهزة، بل تؤمن بالتأويل كمفتاح للفهم. فالتأويل يُعد، في آخر المطاف، نتيجة للتوافق بين التجربة الماضية وبنية التفكير، أي التجربة الحاضرة. ويعتقد أتباع النظرية البنائية أن المعرفة ليست فعلا صرفا يشترط التأمل في موضوع البحث، بل يعتبرونها ثمرة التفاعل بين موضوع المعرفة، والذات العارفة.

إذن، التباين في النظرة إلى الظواهر الاجتماعية لا يلخص كل الفروق القائمة بين البحوث الكمية والنوعية، إذ أنها تمتد إلى تمثّل المعرفة وأدوات تجسيدها، والتي تم تلخيصها في العناصر التالية: الموضوعية، وأدوات القياس، وغائية البحث، والعلاقة بين القيم والأحداث.

إن غاية البحوث الكمية هي شرح الظواهر وتفسيرها واستجلاء القوانين التي تسمح بتوقعها أو التنبؤ بوقوعها. وهذه القوانين تصبح كونية، بصرف النظر عن المكان والزمان الذي تُطبق فيهما. أما غاية البحوث الكمية فهي المعرفة. بينما البحوث الكيفية تستكثر هذا الأمر أو ترى أن المعرفة مفهوم نسبي وإشكالي، وتكتفي بالتأكيد على أن غاية البحث تكمن في إدراك كيفية المعرفة، وليس بلوغ المعرفة ذاتها؛ بمعنى أنها تسعى إلى فهم الظواهر و استعراض أشكال استيعابها عبر عملية التأويل التي تحدثنا عنها أعلاه.

استطاع النموذج الوضعي في العلوم الاجتماعية أن يرسخ تصورا لموضوعية المعرفة يستند إلى المعطيات الإحصائية، وجعلها حكرا على البحوث الكمية، لأن صرامة المعالجة الكمية للبيانات والمعطيات تمنحها طابعا موضوعيا، وتجعلها في منأى عن التلاعب بالبيانات، وبعيدة عن ذاتية الباحث

1 - نصر الدين ليعاضي، الرهانات الاستمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي: نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية مجلة شؤون اجتماعية، مجلة علمية محكمة، تصدر عن الجامعة الأمريكية بالشارقة، جمعية الاجتماعيين والاقتصاديين بالإمارات، عدد 107، 2010، ص 133.

لقد بُني هذا التصور على فكرة أن الباحث في العلوم الاجتماعية يجب أن يحافظ على هامش يفصله عن موضوع بحثه، ولا يغمس في الأوضاع الملاحظة التي لا تمثل له أي أهمية. فموضوع البحث، من هذا المنظور، ليس مسرحاً لأنشطة الباحث، بل يظل مجالاً لملاحظاته فقط.

إذا مسألة الموضوعية تتوقف على مكانة الباحث وموقعه بالنسبة لموضوع البحث، أو نظريته له. فإذا كانت نظريته من داخل الظاهرة أو موضوع البحث، كما تفعل المناهج الكيفية، تنتج أحكاماً ذاتية، وإذا كانت من خارج موضوع البحث، كما تفعل البحوث الكمية، فإنها تؤدي إلى نتائج موضوعية¹.

ويمكن أن نقرب من تجسيد هذه الفكرة في الصيغة اللغوية التي تستخدمها البحوث الاجتماعية. فالموضوعية تقتضي من الباحث عدم استخدام ضمير المتكلم في بحثه، بل تلزمه الاختباء وراء مسمى الباحث، كالقول أن الباحث سعى إلى كذا أو قام بكذا أو يهدف إلى... لأنه يُعتقد أن ضمير المتكلم يوحي بالذاتية. ألا يعد استخدام الضمير المتكلم في البحوث الكيفية برهاناً على شفافية البحث ونوعاً من مصارحة القارئ؟ ألا يوحي استخدام هذا الضمير بأن النتائج التي توصل إليها البحث هي عملية تأويلية لمعطيات قام بها الباحث الفلاني في السياق الفلاني، وأنها لا تدعي امتلاك الحقيقة العلمية المطلقة؛ أي أنها لا تضلل القارئ بصيغ تعبيرية توحى بالموضوعية التي هي مثار جدل وسجال في البحوث الاجتماعية.

يطلق على البحث الكيفي صفة تعاطفي، لأنه يتعاطف مع المبحوثين، بمعنى أن الباحث لا يتعالى على المبحوثين أو ينطلق من تصور جاهز عنهم وعما يفعلون، بل يتنازل عن موقعه ويلتحق بهم، ويشاطرهم ظروفهم وأوضاعهم، فما يفكر فيه عنهم ينجم عن معايشة، وممارسة، وليس تخميناً مسبقاً.

يُعتقد أن مصطلح "تعاطفي" مشحون بالذاتية التي تبعد البحث عن كل موضوعية. لكن الإقرار بهذا الأمر يحمل نوعاً من المصارحة والمجاهرة التي تؤكد على شفافية الأسلوب ونسبية النتائج، التي يمكن أن يصل إليها البحث الكيفي. فإذا كانت هذه الشفافية لا تلغي وجود هامش من الذاتية فإنها، على الأقل، ليست مُضللة. فالبعض يعتقد أن القول بأن نفس الظروف تؤدي إلى النتائج ذاتها، الذي تتكئ عليه البحوث الكمية، يحمل قدراً من التضليل. فالظروف في الحياة الاجتماعية لا تتكرر بالصيغة ذاتها، وبالتفاصيل عينها. إنها تتبدل وتتغير، بهذا القدر أو ذاك. و جهل هذه الحقيقة أو تجاهلها تترتب عنه نتائج أفدح من ثقل التعاطف مع موضوع البحث والمبحوثين.

رغم أن الكثير من الباحثين اقتنعوا بأن الموضوعية ليست مرادفاً للحيد لأن المعرفة العلمية توجهها المصلحة في المعرفة، يعبر عنها الشخص الذي ينتجها، أو تنشدها المؤسسة المكلفة بالبحث. هذا ما عبر عنه الفيلسوف الفرنسي ميشال فوكو Michel Foucault في تعريفه للنظرية، إذ اعتبرها إستراتيجية تدخل. فلم ير المعرفة من زاوية مدى موضوعيتها وطابعها الكوني، بل في ظل سياق القوى والمصالح الاجتماعية التي تحركها. وربطها بالسلطة.

¹ - المرجع نفسه، ص 124.

لتوضيح هذه الأطروحة يمكن أن نتساءل قائلين: هل أن الدراسات التي تمولها هيئات أجنبية حول دور الإعلام الغربي في تجسيد الدبلوماسية الشعبية خالية من منفعة أو مصلحة يمكن أن يجنيها ممولوها؟ وحتى أن البعض لا يرى للحيداد موقعا في إعراب البحوث الاجتماعية، وفق ما ذهب إليه الفيلسوف الألماني غادامر هانز-جورج Hans-Georg Gadamer الذي يرى أن الإقرار بالحيداد هو إغفال للأفق التاريخي للباحث، والذي تلخصه الفكرة التي مفادها أن للباحث أفقا تاريخيا يتواجد فيه ومن خلاله، يملئ عليه قراءة المعارف التي يتعامل معها¹.

كما تدل الموضوعية في المنهج الكمي على إمكانية الوصول إلى النتائج ذاتها إذا أعيد استخدام أدوات القياس ذاتها في البحث و بالطريقة ذاتها. فالموضوعية في هذه الحالة تكون وليدة أداة القياس. إذا، تعد أدوات البحث العلمي الحاكم الفيصل على موضوعية البحث أو ذاتيته.

لا يحصر البحث الكيفي الموضوعية في الناحية الإجرائية، بل يدركها ضمن رؤية فكرية أعمق، فيرى أنها مفهوم يعبر عن توافق اجتماعي فقط، أي أن ما هو موضوعي يتناسب مع ما نتفق على اعتباره أنه كذلك في سياق معين؛ أي أن هناك إمكانية أن يتغير هذا الاتفاق بتغيير السياقات. فما يعتبر موضوعيا اليوم يمكن أن يكون ذاتيا غدا.

لقد رسخت البحوث الاجتماعية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال، فهما محددتا لأدوات القياس يؤكد استقلاليتها عما يجب أن تقيسه، مما يمنحها الدقة والعلمية.

لقد انتقد العديد من الباحثين هذا الفهم معتبرين أن أدوات القياس ليست محايدة، وأكد بعض علماء الاجتماع أن حيادها غير صحيح. فأدوات القياس قد لا تعبر عن الواقع أو الظواهر الاجتماعية، بل يمكن أن تقوم بإنتاجها. فإذا كان البعض يُعد الاستبانة، أو عملية سبر الآراء، تقنية محايدة، لا تقوم سوى بالتعبير عن آراء المبحوثين ومواقفهم، فإن البعض يرى عكس ذلك، إذ يعتبر أنهما ينتجان واقعا غير موجود في الحياة اليومية.

لن نكتفي بتأكيد ما ذهب إليه المتشيعون للبحوث الكيفية، والذين يرون أن الحياة الاجتماعية المعاصرة تزداد تعقدا، ولا يمكن فهمها وإدراكها بمجرد تكميمها. إنهم يعتقدون أن الشخص كائن اجتماعي شديد التعقد، وبعض الجوانب في سلوكه وتصرفاته لا تقبل القياس. وأن الرغبة الملحة في قياس كل شيء وتكميمه قد تؤدي إلى نتائج متواضعة جداً، فالتفاصيل المنفردة والجزئيات الدالة قد تنفلت من قبضة التكميم دون أن تستثير الباحث.

لو حاولنا أن نتحرر من فهم القياس الذي رسخته البحوث الكمية يمكن أن نتساءل: هل القياس يؤدي إلى نتائج كمية فقط (أرقام وإحصائيات)؟ ثم ألا تخضع البحوث الكيفية لأي شكل من أشكال القياس؟ هل يتوسل التحليل النوعي الألفاظ فقط؟ وهل الاختلاف بين التحليل الكمي والكيفي يكمن في التعارض المزعوم بين الحروف والأرقام؟

¹ - المرجع نفسه ، ص 128.

إن القياس الكمي أو النوعي ليس معطى منفصلا بذاته ويوجد في فراغ، بل أنه جزء من تصور لموضوع البحث وإشكالياته، و يُبنى على تفكير متبلور؛ أي يجب أن نفكر قبل أن نقيس لا أن نقيس قبل أن نفكر. فما يؤخذ على البحوث الكمية أنها تركز كثيرا على القياس، أما التحليل والتفكير فيأتي بعده. بينما البحوث الكيفية تركز، بدرجة أساسية، على التفكير ويأتي القياس كعملية مكملة ومعمقة له .

إن الكثير من البحوث الكمية التي أضحت تعتمد اعتمادا شبه كلي على برامج الكمبيوتر جعلت العديد من العلاقات الترابطية بين العديد من المتغيرات تتناسل، إلى حد أن بعضها لم يخطر على بال الباحث، مما رشح القياس ليتولى التفكير في بعض جوانب البحث وليس العكس .

يعتقد أتباع المذهب الكيفي أن الواقع يرتبط، بهذا القدر أو ذاك، بفكرنا، ويرون أنه لا يمكن أن نفصل عن ذاتنا ونقود بحثا مستقلا عن موقعنا في العالم. فقيمنا ومصالحنا تُلوّن الطريقة التي ندرس بها الواقع وناقشه. من هذا المنطلق تبدو عملية تحييد القيم في رؤية الأحداث أو الحكم عليها عملية صعبة إن لم تكن مستحيلة.

إن متابعة ما ينشر من بحوث علمية في المنطقة العربية حول علوم الإعلام والاتصال تؤكد شبه غياب البحث الكيفي. فالتطور الرهيب في وسائل الاتصال الجديدة شرع استخدام مصطلح وسائل الاتصال الجماهيرية الفردية *Self Mass Media*، وأفرز انشغالات بحثية جديدة، وطرح مواضيع بحثية مستجدة تتمحور حول تمثل هذه الوسائل، و استملاكها، واستخدامها، مما عزز مكانة البحوث النوعية في حقل علوم الاتصال والإعلام في الدول الغربية.

إن الملتقيات العلمية حول قضايا الإعلام والاتصال، التي تعدّ حقلا لعرض للتجارب في المقاربات المنهجية، ومنبرا لممارسة حرية التفكير والنقد في الدول الغربية، مازالت منغلقة، في المنطقة العربية، على مقاربات البحث الكمي، و اجترار أطروحات المدرسة النقدية، الاكتفاء بها، رغم تناولها مواضيع جديدة من المفروض أن تعالج إشكاليات جديدة.

حتى لا تبدو هذه المداخلة مرافعة سطحية، إن لم تكن ساذجة، لصالح تكثيف استخدام البحث الكيفي في بحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية التي بدأت تكنولوجيا الاتصال الحديثة تغلغل في نسيجها الاجتماعي والثقافي، نستحضر بعض الفرضيات التي تصب في اتجاهين، الاتجاه الأول يحاول أن يُشخص الحدود المعرفية للبحث الكمي، في المنطقة العربية، ويستجلى رهانات تعميم نتائجه دون الإلمام بالظواهر الإعلامية والاتصالية التي يصر الكثير من الباحثين على أنها تتسم بالخصوصية، وتنفلت من النمطية المعممة في الفضاءات الاجتماعية والثقافية المختلفة. أما الاتجاه الثاني فإنه يصب في المسعى الرامي إلى الكشف عن الأهمية المعرفية للبحوث الكيفية في سعيها لفهم الفعل الإعلامي والاتصالي في المنطقة العربية ليس انطلاقا من التصورات الجاهزة والمبنية للظاهرة الاتصالية والإعلامية التي لا تتطلب سوى تركيبة علمية لها في الواقع، بل انطلاقا من البحث عن الدلالات التي يمنحها الأشخاص لهذه الأفعال والظواهر الاتصالية عبر تأويل أفعالهم، ولغتهم، وإشاراتهم.¹

¹ - عبد القادر عرابي، المناهج الكيفية في العلوم الاجتماعية، دار الفكر المعاصر، سوريا، 2007، ص 376.

وسعيًا لتحقيق أهداف الدراسة سنقوم بإجراء دراسة ميدانية على عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قسنطينة 03 بالجزائر، لمعرفة أهم رهانات التوجه نحو البحوث الكيفية في مجال الإعلام الجديد في نظر هؤلاء الأساتذة باعتبارهم يمثلون أنموذجًا للباحثين في هذا المجال.

• الجانب الميداني:

❖ نتائج الدراسة:

- توصلت دراستنا هذه إلى جملة من النتائج، يمكن إيجازها في النقاط التالية:
1. هناك خلط في المفاهيم الخاصة بالبحث الكيفي من طرف المبحوثين، فالتعريف الخاطئ للبحث الكيفي هو الذي نال حصة الأسد بنسبة بلغت 43,75%، أما التعريف الصحيح فنال نسبة 31,25%، والجدول رقم (10) يوضح ذلك. وهذا ما يبين على أن هناك خلط حول مفهوم البحث الكيفي بالنسبة للمبحوثين.
 2. أغلب المبحوثين لا يعرفون أدوات ومناهج البحوث الكيفية، وذلك على غرار الجماعات البؤرية، البحث الإثنوغرافي، المقابلة المركزة وخاصة منهج دلفاي، ويتضح هذا من خلال الجدول رقم (11)، وكذا من خلال الاستمارات حيث لاحظنا أن بعض الباحثين لم يجيبوا بتاتا عن هذا السؤال.
 3. نصف المبحوثين لا يعرفون خصائص البحث الكيفي، والذي يتسم بعدم الثبات ونقص مصداقية نتائجه، لأن ذاتية الباحث تتغلب عليه في بعض الأوقات إن لم نقل معظمها. ويتضح هذا من خلال الجدول رقم (16)، حيث جاءت النسبة متساوية بين احتمال "نعم" و "لا" أي نسبة 50% يرون بأن عدم ثبات الظاهرة ونقص مصداقية نتائج البحوث الكيفية ليس سببا في قلة استخدام البحوث الكيفية في الإعلام الجديد.
 4. أكدت الدراسة أن عدم فهم الباحث كيفية تطبيق المنهج الكيفي في الإعلام الجديد، من بين أسباب قلة استخدام البحث الكيفي في الإعلام الجديد، والجدول رقم (14)، وقد جاءت نسبة الذين أجابوا على احتمال "نعم" أي أن للباحث سبب في قلة استخدام البحوث الكيفية في الإعلام الجديد.
 5. بينت الدراسة تنوع استخدام الإعلام الجديد والبحوث الكيفية بين ملتقى وطني أو دولي وبين يوم دراسي ومقال و مذكرة ماجستير ورسالة دكتوراه، ضف إلى ذلك تدريس بعض الأساتذة للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال والبحوث الكيفية من خلال مقياس مناهج البحث. والجدول رقم (4) و (9) يبينان ذلك.
 6. كما بينت الدراسة وجود عدة صعوبات في تطبيق البحوث الكيفية في الإعلام الجديد، ويظهر ذلك من خلال الجدول رقم (6). ومن بين هذه الصعوبات التي ذكرها المبحوثين، نجد: قلة المراجع، البحوث والدراسات السابقة، التوثيق، صعوبة تحديد فئات البحث، صعوبة تحديد المفاهيم وصعوبة قياس تأثير الإعلام الجديد على الجمهور.... .

❖ خاتمة:

إن الأفاق التي يفتحها البحث النوعي في مجال علوم الإعلام والاتصال، في المنطقة العربية، لا تنطلق من القضاء المبرم على البحوث الكمية، بل من الاستفادة منها استفادة كبرى باعتبارها مكملتها. لذا نعتقد أن الضرورة تقتضي أن يفتح باب النقاش

العلمي حول البحوث الكيفية، بدون أفكار مسبقة عن لا علميتها أو ذاتيتها. وأن تمتلك الشجاعة الكافية لتقييم البحوث الكمية في علوم الإعلام والاتصال تقييما علميا، ونتساءل عما أضافته من معرفة في مجال علوم الإعلام والاتصال. فبفضل هاذين الشرطين نستطيع أن نتقدم إلى الأمام، وننظر إلى واقع الممارسة الإعلامية نظرة متجددة، تملك الحرية التي تتيح التفكير في المنهج إضافة إلى ما يمنحه التفكير بالمنهج، خاصة وأن أدوات الإعلام الجديد قد بدأت تتغلغل في النسيج الاجتماعي والثقافي في المنطقة العربية، مما يطرح إشكاليات جديدة، وهواجس معرفية نوعية تتطلب أدوات بحثية ومنهجية مبتكرة.

8. قائمة المراجع:

1. رجب، إبراهيم عبد الرحمن. مناهج البحث في العلوم الاجتماعية. الرياض، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 2003.
2. روجر ويمر ، جوزيف دومينيك ، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي ، تر: صالح أبو اصبع وفاروق منصور ، ط 1 ، المنظمة العربية للترجمة ، لبنان ، 2013 .
3. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد " المفاهيم الوسائل والتطبيقات "، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
4. عبد القادر عراي، المناهج الكيفية في العلوم الاجتماعية، دار الفكر المعاصر، سوريا، 2007.
5. لبلداوي، عبد الحميد. أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي. عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2007.
6. نصر الدين لعياضي ، الرهانات الاستمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي: نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، مجلة شؤون اجتماعية، مجلة علمية محكمة، تصدر عن الجامعة الأمريكية بالشارقة، وجمعية الاجتماعيين والاقتصاديين بالإمارات، عدد 107، 2010.
7. Anderson,j.q.communication researh:issues and methods. York:mcgraw-hill,1987.
8. Massé Pierrette, Vallé Bernard: Méthodes de collecte et d'analyse de données en communication, Canada, éd Presse de l'université de Québec ; Canada; 1992.