الأسس الابستيمولوجية للبحوث الكيفية الإعلامية
مقاربة تأصيلية

د, إيمان حرفوش[1]
[1] جامعة قاصدي مرباح ورقلة-الجزائر-

تاريخ الاستلام 02-12-2019 ؛ تاريخ المراجعة 24-08-2020 ؛ تاريخ القبول : 30-09-2020

ملخص:

تنقسم بحوث الدراسات الإعلامية إلى قسمين رئيسين وهما البحوث الكمية و الكيفية، بحيث تعتبران مدرستين مختلفتين و على الرغم من التفاوت بينهما إلا أنهما يهدفان إلى الوصول لنتائج علمية دقيقة من شأنها أن تساهم في زيادة التراكم المعرفي المطلوب في الحقل الإعلامي.

وتمثل البحوث التأصيلية أحد أنواع الدراسات الإعلامية التي تهدف إلى غاية جوهرية وفق رؤية إسلامية متمثلة في صـــياغة إعلام الأمة الإسلامية. وعليه نطرح التساؤل التالي: فيما تتمثل الأسس الابستيمولوجية للبحوث الإعلامية التأصيلية ؟

وسنحاول في هذه الدراسة المتواضعة المختصرة تقديم إجابة في النقاط التالية:

1-الأسس العلمية للبحوث الإعلامية.

2-خصوصية البحوث الكيفية الإعلامية.

3-تحديد طبيعة البحوث التأصيلية الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: الابستيمولوجيا ، البحث التأصيلي، البحث الإعلامي،الاستقراء ، الاستنباط.

Abstract :

Media studies researches divided into two main section quantitative and qualitative researches they considered as a different schools despite uneven between them.

They aim to reach exact scientific results may will contribute the increase the accumulation of knowledge required in media field the inherent researches is one of the types of media studies that aim at a essential target according to the Islamic vision of drafting the media of the Islamic society there fore.

We would ask the following question:

What are the epistemological foundations of inherent media researches?

Beside that we are going to try in this modest brief study to give the answer on these points:

1/scientific underpinnings of media research.

2/privacy of qualitative media research.

3/define the nature of inherent media researches.

Key words: Epistemology, Induction, Deduction, The inherent researche.

تمهيد:

بدأ الإنسان رحلة البحث والتقصي منذ نشأته، حيث أدرك أهمية استخدام ملكة العقل لفهم ما يتجلى له من ظواهر قد اختلفت سماتها، وتعددت طبائعها ،غير أن بداية التفكير العقلي المنظم و الممنهج تطلب وقت طويل حتى تبلور في شقه العملي مع بزوغ حضارة الإسلام خاصة في القرنين الرابع والخامس الهجريين.

كما تطور البحث الإنساني إلى أن وصل إلى ما هو عليه اليوم، بوصفه ملازما لتطور العلم والاستكشاف فبعد أن كان العلم في بعض المجالات قليل الشأن أخذ يتطور وينمو إلى أن اتسعت أفاقه ووصل إلى مستوى هيأ له فرص الانطلاق في شتى الميادين والدروب، وأدى اكتشاف الطبيعة إلى ظهور العلم فوّضعت مرتكزات تطبيقية للعلوم و توسعت بقوة المنهج التجريبي و النظري، حيث ظهرت العلوم من الفيزياء إلى الكيمياء والرياضيات، البيولوجيا وصولا إلى علوم الإنسان والمجتمع.

ثم بدأت تتبلور القضايا المتعلقة بخطوات البحث ومقدماته وشروطه، و إجراءاته كما أصبحت مسألة المنهج والمقاربات تأخذ طريقها داخل عقل وتفكير الفلاسفة والعلماء.

ولا يفوتنا هنا القول أن عددا كبيرا من علماء الإسلام ساهموا في تطوير أساليب بحثية دقيقة وسبقوا بها غيرهم بمن فيهم بيكون فرنسيس (القرن السابع عشر) في رسم أسس البحث العلمي،كما فعل علماء الحديث الذين فطنوا إلى ضرورة وضع آلية تمكنهم من تصنيف الأحاديث إلى فئات متعددة تحدد مستواها ودرجات صحتها[1].

و لهذه الجهود الكثير من الايجابيات من خلال الإبداع والإنتاج والتميز، فظهرت الكثير من الدراسات الجادة وأقيمت العديد من الملتقيات والندوات التي تؤسس وتنظر لأسلمه المعرفة ومع هذا نؤكد أن المعرفة واحدة و العلم مهما كان مصدره فالواجب عرض العلم كما هو والوقوف عند مبادئنا وتصوراتنا وأعتقد أنه ليس هناك تباين كبير و اختلاف عن الطرح الغربي و التصور الإسلامي إلا في بعض النقاط و في معظمها اجتهادية و ليست توقيفية، وفي مجال علوم الإعلام والاتصال من الواجب الاستفادة من التراكمات المعرفية والنظرية و أي تقييم أو نقد يكون في مجاله ومن خلال الكتابة دون التمييز غير المبرر.

وعليه: سأسلط الضوء في هذه الورقة البحثية على تجربتي المتواضعة في البحث في مجال علوم الإعلام والاتصال بحيث سأبتعد على تكرار الأبحاث التقليدية و كذا عرض النماذج التطبيقية وسأحاول الجمع ما بين الابستمولوجيا و التطبيق المنهجي(الواقع العملي) لتحكم في موضوع الدراسة.

الهدف من الدراسة:

الهدف من هذه الورقة البحثية من الناحية النظرية الوقوف على المداخل النظرية لفهم ما مدى تطرق الباحثين المسلمين لبحوث الإعلام والاتصال المختلفة و التعرف على كيفية التطرق ولفت الانتباه إلى ضرورة هذه الدراسات مع تسليط الضوء على مستقبل الدراسات العربية في مجال علوم الإعلام والاتصال.

أهمية الدراسة:

تميزت بحوث الإعلام والاتصال بالعديد من الدراسات حيث اختلفت الاتجاهات من قبل المتخصصين والباحثين في المجال وهذا ما يطرح العديد من الإشكاليات على مدى التطرق للأطر النظرية وهو ما يطغي ومدى تفعيلها في المجتمع العربي وبنظرة واقعية ترتبط بمسار ابستيمولوجي صرف من حيث نشأة هذه العلوم التي من البداية جاءت تحت براديغم العلوم الطبيعية والتجريبية من المنظور الغربي، وجب على الباحث العربي أن يعمل على التعرف على المسالك التي اتبعتها المناقشات السابقة في تناولها كمقدمة ضرورية تساعد على دراسة الموضوع من المنظور الإسلامي.

كما يجب تسليط الضوء على عملية تطوير البحوث لتوافق التصور الإسلامي لذا يجب البحث عن المنطلقات والمبادئ التي تقوم عليها النظرية والبحث عن العوامل المشتركة التي تليق بالأمة الإسلامية وخير دليل على ذلك محاولة عزي عبد الرحمان"الحتمية القيمية" التي تعتبر الانطلاقة لذلك.

فنظرية الحتمية القيمية تختلف عن النظريات الغربية السابقة خصوصا نظرية مارشال ماكلوهان، حيث يرى عبد الرحمن عزي القيمة نوعا من التعبير عن الذات والتميز الثقافي والحضاري، و اعتمد على القيم لتحقيق التنوع الثقافي الإيجابي والوقوف كسد منيع ضد أخطار العولمة ولحفظ ثقافة بعض البلدان من الضياع.

وعليه يعتبر مبادئ وأسس كل مجتمع على أنها قيم أصيلة، فهذا بُعد عن الحقيقة، وإلا فإن قيم الأصالة إذا خرجت عن مصدرها الصحيح وهو الوحي، تحوّلت إلى ثقافة بلا معلم ثابت وتفقد بذلك القيم خاصيتها الأساسية وهي الثبات.

والظاهرة الإعلامية عند مفكرنا تتألف من سبعة مركبات متداخلة بنيويا هي :المرسل والرسالة والجمهور والأثر وتعود هذه للاسويل، والوسيلة تعود لماكلوهان مارشال، والنظام الاجتماعي والبعد الحضاري وهي ذات نزعة قيمية فتعود لعبد الرحمن عزي.

تحديد المفاهيم المحورية:

الابستيمولوجيا: هي الدراسة النقدية للمعرفة العلمية من حيث المبادئ التي ترتكز عليها والفروض التي تنطلق منها والنتائج التي تنتهي إليها بغرض إبراز أصلها المنطقي وتحديد قيمتها الموضوعية.

إذن : "فهي علم يتناول المنهجية العلمية وتطوير وتحديد المعرفة العلمية (تحليل طبيعة المعرفة) ،أي دراسات تتخذ المعرفة موضوعا لها ويمكن أن تكون المعرفة بوجه عام أو المعرفة العلمية بوجه خاص.."[2].

وبصفة عامة يمكن القول بأن الابستيمولوجيا تهتم بدراسة تاريخ ومناهج ومبادئ العلوم.

البحث العلمي: يتركب مصطلح البحث العلمي من كلمتين و هما البحث "la recherche" و علم "la science" وتشير كلمة البحث من ناحية اللغة إلى التقصي والتحري والاستكشاف، أما كلمة علم فهي تعني كما جاءت في المعجم الوسيط "إدراك الشيء بحقيقته وتعني اليقين".

أما البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال هو ذلك النشاط الذي يحركه هدف علمي والذي يتم وفق متطلبات المنهج العلمي ولذلك يعرف بوصفه "استقصاء منظم يهدف إلى إضافة معارف علمية يمكن توصيلها communicable و التحقق من صحتها vèrifiable عن طريق الاختبار العلمي[3].

الإعلام: هو نشر الأخبار والآراء وتزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة معينة.[4]

وإذا كان لفظ الإعلام قد شاع في هذه الأيام كنتاج لحضارة العصر وإمكانياته الاتصالية فإن ذلك لا يعني أن الإعلام ظاهرة حديثة.

بحوث الإعلام: "مجموعة من الخطط والإجراءات التي اتفق عليها العلماء لجمع المعلومات يعتمد عليها من خلال أساليب الملاحظة المنضبطة بطريقة تؤدي إلى النتائج الموضوعية يتوصل إليها بأقل الأخطاء"[5].

تنوعت الدراسات الصحفية بتنوع المجالات المختلفة التي هيأتها تلك الوسيلة الإعلامية لكونها الوسيلة السائدة منذ اختراع المطبعة وحتى بداية القرن العشرين لذا يمكن القول أن البحث الصحفي هو الذي وضع البذور الأولى التي أسهمت في نشأة منهج البحث العلمي.[6]

وبحوث الإعلام تتطلب من الباحث الأمانة العلمية ومن ضروریاتها صحة نقل النصوص والتجرد في فهمها وتوثيقها بنسبتها إلى أصحابها ومن أجل هذا فإن تدوين المصادر والتعليقات في الرسائل والبحوث العلمية أمر جوهري في تقديرها وإن الإهمال أو الإخلال به يعتبر خدشا في أمانة الباحث وعيبا في البحث لا يمكن التغاضي عنه.[7]

البحث الكيفي: "هو نوع من البحوث العلمية التي تفترض وجود حقائق يتم بنائها من خلال وجهات نظر الأفراد المشاركة في البحث، كما تهدف إلى فهم الظاهرة موضوع الدراسة وعليه ينصب الاهتمام على حصر معنى الأقوال التي تم جمعها أو السلوكيات التي تمت ملاحظتها"[8].

فهو مفهوم مركب لمداخل نظرية ومنهجية مختلفة جدا إلى الواقع الاجتماعي، حيث يقصد بالبحث الكيفي أي نوع من البحوث لم يتم التوصل إليها بواسطة الإجراءات الإحصائية أو أي وسائل أخرى من الوسائل الكمية.

فالبحث الكيفي تأويلي وتفسيري، واستقرائي متعدد المناهج ومعمق، كما أنه مرن وحساس لخصوصيات المبحوثين وسياقهم الاجتماعي.[9]

ومنه فالمرونة في البحوث الكيفية تسمح للباحث أن يتكيف ويعدل ويبني منهجيته تدريجيا، يتطلب تطبيق القواعد المنهجية فهو ذات مصداقية وموثوقية يتميز بالتعقيد و الشمولية .

البحوث التأصيلية:

يتم استخدام هذا النوع من البحوث في دراسات الإعلام الإسلامي على وجه الخصوص ويهدف إلى غاية جليلة وجوهرية وهي صياغة الإعلام الإسلامي لذا يلزم الباحث باستخدام منهج التأصيل بالاعتماد على أهم المصادر في التوصل إلى نتائج دراساته وأبحاثه وهو ما يحتم عليه أيضا المعرفة التامة بطرق استنباط المعلومات واستقراءها.

الاستقراء:induction *وهو ما يعرف بتتبع الباحث الجزئيات للوصول منها إلى حكم كلي ويشيع على هذا النوع بصورة أساسية الدراسات الكيفية[10].

واستخدمه المسلمون قديما كابن الهيثم وغيره في كتاباتهم، حيث يتميز المنهج الاستقرائي بانتقال الباحث من الجزء إلى الكل أو من الخاص إلى العام ويشمل على الدليل الاستقرائي الاستنتاج العلمي.

فهو يهدف إلى جمع البيانات والعلاقات المترابطة بطريقة دقيقة من أجل الربط بينها بمجموعة من العلاقات الكلية العامة.

الاستنباط: deduction يستند إلى مسلمات أو نظريات ثم يستنبط منها ما ينطبق على الجزء المبحوث، ويمر بثلاث خطوات وهي:

المقدمة المنطقية الكبرى والصغرى والنتيجة أو بمعنى أخر هو الاستدلال الذي ينتقل من الكل إلى الجزء أو من العام إلى الخاص.

ومن الانتقادات التي وجهت إلى الاستنباط والاستقراء حول مدى دقتهما استلزم الأمر المزج بين الأسلوبين للوصول إلى العلم والمعرفة الدقيقة وهذا ما نتج عنه أسلوب علمي جديد عرف بالمنهج العلمي.[11]

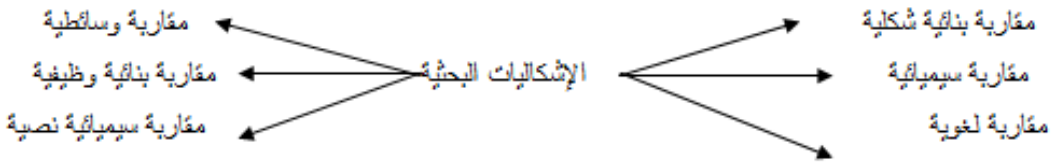
وعليه: في المنهج الاستقرائي نتجه من الجزء إلى الكل من حيث المبدأ بعكس المناهج الاستنباطية من الكل إلى الكل أو من الكل إلى الجزء.

1-نشأة البحوث الإعلامية:

تعود أسباب نشأة مناهج البحث الإعلامي إلى تطور البحوث الاجتماعية والإنسانية التي اندرجت منها وتطورت حتى تتلاءم مع متطلبات المجال وكان أول من استخدم المنهج العلمي هم علماء النفس والتربية في القرن التاسع عشر، ويمكن القول أن هذه المحاولات هي التي أدت إلى تأسيس معرفي أدى في بداية القرن العشرين إلى رسم الخطوط العريضة لمعالم البحث العلمي في الدراسات الإنسانية.[12]

تتبع أهمية الحاجة إلى إجراء البحوث الإعلامية من أهمية وسائل الإعلام ذاتها،ونظرا لأن هذه الأهمية أضحت مسلمة من المسلمات وتطرقت لها العديد من الدراسات وعليه: تعتبر الأبحاث الصحفية البذرة الأولى التي ساهمت في نشأة منهج البحث الإعلامي ثم توسع المجال حديثا وتعددت الإشكاليات مع دخول الصحافة المجال الالكتروني بحيث ارتبطت أكثر بقضايا اقتصادية، اجتماعية، ثقافية وسياسية متشابكة.

و لكي يتم التركيز على الكم الهائل من المعلومات نصنف الأبحاث وفقا للإشكاليات البحثية بناءا على نماذج الاتصال:



الشكل (01)مقاربات الإشكالية بناءا على نماذج الاتصال*

وعليه: تمتلك علوم الإعلام والاتصال حيوية علم في طور النضوج، و هذا يعود للحقول المتنوعة التي تنتمي إلى هذا العلم، لذا يجب تطوير الأسس النظرية والمنهجية والمعرفية لهذا المجال العلمي لإثبات قدرته على إيجاد حلول عملية للمشاكل الاتصالية للمجتمع بصفة عامة.

هناك عوامل دعت إلى ضرورة البحث في الموضوعات الإعلامية و دراستها بأسلوب علمي وبالتالي نشأة علم البحث الإعلامي ونشأة

هذه العلوم (علوم الإعلام والاتصال) الذي حرص المختصون فيه أن تؤطر له أسس جوهرية تضبط من خلالها خطوات الباحثين في التخصص، ونوجزها فيما يلي:

1- اهتمام الجمهور بتأثير وسائل الإعلام يعد هذا العامل في مقدمة العوامل الداعية للبحث ولقد كان للتأثير السلبي المتوقع أن تحدثه تلك الوسائل في الجمهور دافع قوي إلى قلق الجماهير والحكومات من استحواذها على أوقات الجمهور وبالتالي حقنهم بما يريده المتحكمون بها.

و يمكن القول إن هذا العامل هو الذي أسهم فيما بعد في بناء نظريات الإعلام المتعددة التي تطورت تباعا لذلك الإحساس المتزايد بمقدرة وسائل الإعلام والاتصال على التأثير في جماهيرها.

2- فهم أنواع الاتصال ووسائله: فما يحيط بالعملية الاتصالية يظل مسألة معقدة وهذا ما يدعوا إلى حتمية وجود منهجية واضحة يعتد بها في شرح أبعاد تلك العملية (القائم بالاتصال، المستقبل، و هدف الاتصال).

3- نمو تخصص علوم الإعلام والاتصال وتعدد مجالاته: هذا ما أدى إلى إنشاء أقسام الإعلام والاتصال في العديد من جامعات العالم التي أعطت بدورها أولوية خاصة لتدريس أساليب البحوث ومناهجها كأداة لا غنى عنها في هذا المجال.

4- الحاجة لتعرف على الجمهور المستهلك وتحديد السبل للوصول إليه خاصة في السنوات الأخيرة و تزايد الاعتماد على الإعلان والإشهار الأمر الذي دعا الاهتمام الأكثر ببحوث الإعلام والاتصال بشكل عام وبحوث قياس حجم الجمهور المستهدف وخصائصه بشكل خاص.

5- ظهرت خصوصية المنهجية البحثية في علوم الإعلام والاتصال خصوصا من خلال أسلوب جمع المعلومات وتحليلها، فنجد

المناهج الكمية والكيفية وبالرغم من اختلافهما إلا أنهما متلازمان في أغلب الأحيان ونحتاج إليهما معا لتحقيق أهداف العديد من الدراسات التي نحتاج إلى توظيف أساليبهما المتميزة للوصول إلى نتائج علمية قيمة تساهم في زيادة التراكم المعرفي. من هنا يجب على الباحث الإعلامي التقيد والالتزام الصارم بطرق البحث العلمي والذي يجب أن يراعي العوامل الآتية[13]:

-أن تكون هناك مشكلة تستدعي الحل.

-وجود الدليل الذي يحتوي على الحقائق التي تم إثباتها بخصوص المشكلة.

-التحليل الدقيق للدليل وتصنيفه، حيث يمكن أن يرتب الدليل في إطار منطقي أو في إطار شرعي علمي وذلك لاختياره وتطبيقه على المشكلة.

-استخدام المنطق والعقل لتنظيم الدليل في حجج وإثباتات حقيقية علمية دون اللجوء إلى العواطف والآراء الشخصية.

وعليه يحدد علماء المنهجية أهداف البحث العلمي كالتالي[14]:

1-اكتساب المعرفة بظاهرة ما أو التوصل إلى معرفة جديدة عن الظاهرة المدروسة.

2-تحديد تكرار حدوث شيء ما أو التكرارات المرتبطة بشيء ما يسهل الاستعانة بفرض مبدئي محدد.

3-اختيار فرض ما عن علاقة سببية بين متغيرات معينة.

4-التصوير الدقيق لخصائص أو سمات فرد ما أو موقف أو جماعة معينة.

ويمكن تحديد أهداف الدراسات والبحوث الإعلامية من خلال التشخيص الذي قدمه الباحث الأمريكي ولبر شرام حول مسؤولية علماء الاتصال في إدراك وفهم الاتصال الشخصي قائلا: مسؤولية علماء الإعلام والاتصال تكمن في[15]:

*دراسة الاتصال الجماهيري.

* اختيار الوسائل الملائمة وطبيعة كل وسيلة ونوع الجمهور المستقبل لها ومشكلة نقل المعاني.

*معرفة تنظيم مؤسسات الاتصال وأساليب السيطرة الاجتماعية عليها ومراكز المؤسسة في التنظيم الاجتماعي العام وظيفتها وجمهورها ومسؤولياتها وطرق قياس تلك المسؤوليات.

*دارسة طبيعة التأثير والسبيل إلى تحقيق فاعلية الاتصال.

فبحوث الإعلام تقوم بالوصف، التفسير، التنبؤ، التقويم والدحض(التفنيد).

2-خصوصية البحوث الكيفية الإعلامية:

لكل علم أو حقل مادته الخاصة، وطبيعة مادة العلم هي التي تحدد طبيعة المنهج و الأدوات التي تلائم هذه المادة ومواصفاتها، إذ كيف نستخدم التجربة في حقل لا يمكن إخضاعه بسهولة للتجربة والاختبار، أو كيف نستخدم القياس في موضوعات لا يمكن قياسها أو تكميمها، هذه الصعوبات هي التي دفعت العلماء إلى طلب منهجيات مختلفة كالمنهجيات الكيفية المتميزة .

فالمناهج الكيفية مجال بحثي جديد تقريبا، ظهر في النصف الثاني من القرن العشرين ثم تسارع تطوره في العقود الثلاث الأخيرة، فأصبح له أدواته وأدبياته بالرغم من أنها لم تستقر بعد فهناك استمرار في إيجاد تقنيات جديدة تستخدم في المناهج الكيفية.

وعليه حقول البحوث الكيفية كثيرة ومتنوعة ومنها علم النفس، الانثربولوجيا، الاثنولوجيا، علم الاجتماع،الفنون، الإعلام .....الخ وكل حقل لا يمكن قياس أو تكميم موضوعاته.

وعليه: يتميز البحث في مجال علوم الإعلام والاتصال بخصوصية بالرغم من أنه يستمد العديد من أشكاله البحثية من سائر العلوم الإنسانية والاجتماعية التي ينتمي في النهاية إليها، ففي البحوث الكيفية نستخدم البحث الاستقصائي الذي يقتصر على تجميع الحقائق والمعطيات والتنقيب عليها ، وتحليلها والتحقق من صحتها والتقصي الشامل لجميع الشواهد والأدلة والانتهاء إلى كتابة التقرير النهائي.

وعندما يقوم الباحث بخطوة متقدمة أكثر يحاول التعميم الذي يستند إلى الحقائق المجمعة واكتشاف قواعد عامة يمكن التحقق منها مستقبلا أو إضافة معارف جديدة يكون انتقل من شكل البحث الاستقصائي إلى البحث بشكل أخر.

وبالرغم من أنه مازال يعاني من غياب الميزة المطلوبة في التعامل مع منهج البحث الجديد، إلا أنه على حسب رأينا يتميز بخصوصية وهي تظهر في وسائل الإعلام والاتصال ذاتها.

فعن طريق البحث الكيفي يدرك العقل المدرب تدريبا سليما الوحدة في المعنى التي تتخلل الظواهر كما يفهم الرابطة الموحدة فهما داخليا ويحس إحساسا مباشرا ويدركها دون معالجة تجريبية أو إحصائية و دون أي استنتاج مباشر، فمثلا يشاهد الباحث مجموعة من العناصر يمكنه أن يقيم علاقة منطقية بينها و أن يكشف عن وجود انتماء واحد فيها، و أن يحدد فكرة موحدة تتخللها جميعا.[16]*

يبقى لأبحاث الإعلام والاتصال أشكالها الخاصة وهذا راجع لطبيعة الدراسات المستخدمة في البحث وفقا للهدف منه، فكل موضوع وكل إشكالية تفرض منهجيتها البحثية التي تخدم هذا الهدف.

***أنواع المقاربات البحثية الكيفية:** وهنا سأشير إلى أنواع المقاربات البحثية الكيفية الأكثر استخداما في جمع المعطيات ومنها:

-الملاحظة بالمشاركة

-تحليل النصوص و الخطابات.

-المقابلات غير المصممة.

-قراءة السيرة لجماعة أو فرد.

-تحليل الرموز والسميائيات بشكل عام.

***خطوات البحث الكيفي:** إن التصميم الأولي للبحوث الكيفية يكون وفق الترتيب التالي:

- مراجعة أدبيات المشكلة(موضوع الدراسة).
- تعيين الإطار النظري للدراسة.
- تحديد الفرضيات بعد القيام بدراسة استكشافية.
- اختيار خطة الدراسة.
- تحديد تقنيات جمع المعطيات.
- تحليل المعطيات المجمعة.
- بلوغ النتائج سواء كانت مؤكدة أو معارضة للفرضيات.
- التحقق منها عن طريق المقارنة والترابط والتقاطع والقيام باختبارات متنوعة.
- كتابة التقرير النهائي.

هناك **ثلاث تقنيات رئيسية في جمع المعلومات في أي بحث كيفي وهي:**

1-المقابلة بأنواعها.

2-الملاحظة وتصبح مراقبة إذا كانت قصديه، والملاحظة تتدرج من مجرد ملاحظة عفوية عارضة إلى ملاحظة قصديه حيث يكون الباحث مجهزا بأدوات ضرورية كدفتر الملاحظات أو استخدام الوسائل التقنية الحديثة إذا كان ممكنا وقد تكون مباشرة أو بالمشاركة والانغماس في العملية البحثية .

3-الوثائق: وهي مصدر رئيسي للمعلومات في البحث الكيفي قد تكون مسجلة أو مكتوبة أو شفهية.

نستنتج مما سبق أن البحوث تتطلب من الباحث الاطلاع ما أمكن على أدبيات الموضوع ،وتحديدا الدراسات السابقة مع التركيز على موضوع الدراسة واختيار وحدة التحليل المتناسبة مع الظاهرة المدروسة، وجعل كل هذا في إطار مسبق يمهد للبحث.

كذلك من الضروري العمل على توفير صياغة للمشكلة، فكلما كانت واضحة ستساعد الباحث في اختيار الخطة الصحيحة وانتقاء العينة المناسبة وكذلك في جمع المعطيات وتحليلها.

وعليه: تبرز أهمية البحوث الإعلامية من خلال التعريف بالأهداف والتصميمات المنهجية الآتية[17]:

- وصف الظاهرة الإعلامية وعناصرها.
- وصف العلاقات السببية واختبارها.
-ت حليل محتوى الإعلام.
- تحليل محتوى المواقع الإعلامية المتنوعة.
- تقديم دراسات تاريخية ومستقبلية في مجال الإعلام.
- تقديم الدراسات الكيفية والبحوث النقدية.

ويميل البحث الإعلامي للتخصص في مجال الإعلام، فهناك بحوث تتعلق بوسائل الإعلام (بحوث الوسيلة)، وبحوث تتعلق باستطلاعات الرأي حول ظاهرة ما (بحوث الرأي العام)، وهناك بحوث تتعلق بجمهور وسائل الإعلام (بحوث الجمهور) وجميع هذه البحوث تهتم بمعالجة أدق الجزئيات بالتفصيل.

3-تحديد طبيعة البحوث التأصيلية الإعلامية:

يتم استخدام هذا النوع من البحوث في دراسات الإعلام الإسلامي على وجه الخصوص ويهدف إلى غاية جليلة وجوهرية وهي صياغة الإعلام الإسلامي لذا يلزم الباحث باستخدام منهج التأصيل بالاعتماد على أهم المصادر في التوصل إلى نتائج دراساته وأبحاثه وهو ما يحتم عليه أيضا المعرفة التامة بطرق استنباط المعلومات واستقراءها وهذا يصنف تحت البحوث الكيفية ويتم فيه :

- استنباط واستقراء الأساليب الإعلامية الموجودة في المصادر الإسلامية وتاريخ المسلمين في ضوء مظاهر العملية الاتصالية وعناصرها التي تبلورت في المفهوم الإعلامي المعاصر.
- تفسير الظواهر الإعلامية المعاصرة وفقا لوجهة النظر الإسلامية وهذا التفسير يمكن أن يتم من خلال محاولة الباحث الربط بين جزيئاتها وبين أحكام وقيم الدين الإسلامي الموجودة في القرآن الكريم أو الأحاديث النبوية الشريفة أو ما تفق عليه علماء الأمة.

وهذا يحتاج إلى البحث الدقيق والعميق لصحة الاجتهاد وعدم التعجل في إطلاق الأحكام حول الظواهر المدروسة.

وعليه : يستنبط العالم العربي من معالم تراثية أو ما يعرف ب "المنهج القيمي" القائم على مرجعية المثل حيث يعتبر أن دراسة القيم هي الدليل الأقوى في فهم الثقافة، فالبعد القيمي مقترن بفطرة الفرد و مرتبط بسعي الإنسان وبحثه عن المعنى (معنى الوجود ومعنى الحياة ومعنى ما بعد الحياة) .

فالمعنى يؤطر فعل الإنسان الذي يصبح مجرد وسيلة للفعل أو صورة استدلالية للمعنى و هذا التأطير يكون ضروريا ليس من حيث توفير الإنسان الطاقة المعنية فحسب ولكن من جانب تحديد سلطة الفرد والجماعة، فالفعل القيمي يدفع للقياس والاختبار و هو أساس فهم الحقائق.

والأسلوب الأكثر شيوعا في تأكيد مصداقية الحكم هو أن يقوم الباحث باستطلاع أراء علماء المسلمين والتعرف عليها ليتم تصنيفه تحت ما اصطلح عليه في العديد من بحوث الإعلام الإسلامي باسم "أراء الخبراء "، بل إن اللجوء إلى معرفة أراء علماء الأمة الإسلامية في موضوع الدراسة في هذا النوع من الدراسات يصبح حاجة ملحة عندما يكون الموضوع يحتاج إلى فتاوى شرعية لا يمكن الباحث التعرف عليها بمجهوده.

لذا يجب أن يتكامل المنهج العلمي والعملي في الجوانب التالية:

- الإعداد الأصولي والفكري حيث يجب أن يتعرف الباحث على الأصول الفكرية والتشريعية للإسلام من خلال مجموعة مختارة من المقررات الشرعية والفكرية في القران الكريم والحديث والثقافة الإسلامية.

- الإعداد اللغوي فاللغة وسيلة الإعلامي بل هي وعاء الفكر والثقافة.
- الإعداد التخصصي حتى لا تصبح دراسة الإعلام دراسة نظرية بحتة، فلا بد من اكتساب المهارات العملية والمهنية المطلوبة في واقع الممارسة الميدانية.

فبعد أن فرض الإعلام نفسه كعلوم حديثة لها نظرياتها وخصائصها وأهدافها وصار يدرس في الجامعات المختلفة، و مع مرور الوقت نلاحظ سعي الباحثين الإسلاميين إلى تأصيل أسس ومبادئ الإعلام تأصيلا إسلاميا صحيحا يضعها في إطارها الإسلامي الصحيح ويوضح قول الشريعة الإسلامية فيها بصورة لا لبس فيها ولا غموض، وكيفية التعامل معها بما يتناسب مع أسس الدين الحنيف ومبادئه، بحيث تطبق الأسس والمفاهيم العلمية الإعلامية التي تطبقها سائر المجتمعات في العالم ولكن لكل مجتمع خصوصية في كيفية توجيه وسائل إعلامه وفقا للنظم السائدة فيه ، أو للقيم الدينية التي يسير وفقها إلى مبررات ثلاثة وهي[18]:

1-المبرر المنطقي: جاء الإسلام ليكون منهجا شاملا للحياة بجميع جوانبها ومجالاتها، و ارتباط المسلم بإسلامه ليس ارتباطا عاطفيا فحسب بل هو ارتباط واقعي علمي من خلال تطبيق شرائع الإسلام وتعاليمه وتوجيهاته في مجموعة من النظم الإسلامية التي حكمت حياة المسلم في شؤونه الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والمدنية.....الخ.

ومن هنا تكتسب الدعوة إلى صياغة المعارف والنظم في حياة المسلم صياغة إسلامية أهمية بالغة، بل إن تحقيق الهدف يعتبر التحدي الحقيقي الذي ينبغي على الأمة الإسلامية أن توجهه في وقتنا الراهن.

يعتبر الإعلام فرعا مهما من فروع المعرفة العلمية التطبيقية و التي تحتاج إلى العناية بتأصيل مفاهيمها ومناهجها وطرق ممارستها الواقعية وفقا لهدى الإسلام، وتتعاظم أهمية صياغة النظام الإعلامي فلسفة وغاية ومنهجا وممارسة صياغة إسلامية في ضوء إدراكنا لأهمية الإعلام في المجتمع وخطورة ما يقوم به في التأثير على الأفراد والجماعات سلبا كان هذا التأثير أو ايجابيا.

إن المبرر المنطقي للمطالبة بصياغة الإعلام صياغة إسلامية يؤكد على أن هذه الصياغة نتيجة منطقية لشمول المنهج الإسلامي وتكامله.

2-المبرر الواقعي: يواجه المسلمين غزوا فكريا وثقافيا وحضاريا لم يعد مقصورا على الوسائل التقليدية بل أصبح يستخدم وسائل وأساليب جديدة عن طريق الخبر الذي تبثه وسائل الإعلام المحلية ،ويعبر إلى العقول المثقفة والأجيال الصاعدة عبر النظريات المدسوسة في مناهج التعليم معللة بالعلم والتقدم والاكتشافات الحديثة.

إن أخطر ما في الغزو الثقافي المعاصر أنه أصبح ذا دافع ذاتي تلقائي، يتم دون مجهود و دون أن يدركه الفرد، لذا يجب إتباع إستراتيجية محكمة تعتمد على هدفين وهما:

* توجيه الإعلام في الدول الإسلامية نحو الأصالة والذاتية النابعة من قيمه ومبادئه لمواجهة ما يقدمه الغرب.

* تنقية الإعلام إلى جانب التعليم وهذا لن يتبلور في أذهان المسلمين إلا عند رسم الصورة الحقيقية للإعلام الإسلامي.

3-المبرر الإنساني: وسائل الإعلام لسان هذا العصر، حيث يجب استغلال هذه الوسائل في سبيل إيصال الأفكار والعقائد إلى الناس حيث نجد المسلمين غائبين عن الساحة الإعلامية إلا بعض الجهود المحدودة لا أثر لها.

فالبشرية بحاجة إلى الإسلام أكثر من أي وقت مضى لذا يجب استخدام وسائل الإعلام في سبيل الدعوة لذلك.

الرؤية التأصيلية: ينطلق الباحثين من فكرة رئيسية وهي أن الإعلام الإسلامي يجب أن يستفيد مما توصلت إليه علوم الإعلام باعتباره علما عالميا متاحا للجميع من نظريات و أسس ومفاهيم وتطبيقات على الإعلام الإسلامي، بحيث يسير وفق الأسس ويطبق المفاهيم العامة له، لكن في الوقت نفسه مع المحافظة على ضرورة ألا يعيش على ما ينقله الغرب، و ينطلق هؤلاء من كون القرآن الكريم ضربا من ضروب الإعلام بما أتى به من قيم ومفاهيم جديدة تختلف كل الاختلاف عن القيم

والمفاهيم، ويرى كذلك هؤلاء أن النبي عليه الصلاة والسلام حقق منجزات مذهلة في حقل الدعوة الإسلامية وهي مهمة إعلامية بالدرجة الأولى.

كما أنه لا يوجد إطار فلسفي أو فكري أو عقائدي أكثر وضوحا وثباتا من الإسلام، لذا يجب التركيز على مضمون الخطاب الإعلامي وما يحويه من فكر وقيم وأساليب ومحاولة ذلك بالصبغة الإسلامية.

فالنظرة الواقعية للإعلام الإسلامي تستند إلى صورة الممارسة الواقعية لبعض جوانب الإعلام الإسلامي، فهو ليس مرتبط بفترة زمنية وليس محددا ببقعة مكانية، بل هو منهج يتجاوز حدود الزمان والمكان ويحمل في طياته بذور الملائمة لكل مكان وزمان لذا يجب فهم الإعلام الإسلامي بهذه الصورة الشاملة، فهو منهج شامل للحياة وليس جزئي يعالج جانب من جوانب الواقع الإنساني، و يهمل الجوانب الأخرى .

فالإعلام الإسلامي يتميز بخصائص هي في الأصل ضمن الخصائص العامة للإسلام ومن أهمها نذكر[19]:

- إعلام مستقل رافض للتبعية.
- موضوعي هادف.
- قاعدته الحرية وقيمته المسؤولية.
- إعلام حقوق يلتزم بالإسلام وأخلاقه.
- قائم على الإقناع لا الإكراه.
- مرن قادر على مواكبة الوقائع المتغيرة والأحداث المتجددة.
- يعتمد على الشمولية والعمومية.

لذا فالإعلام الإسلامي مطالب بتفعيل وظائفه الأساسية المتميزة ، ولعل أهم الوظائف التي تضطلع بها الصحافة الإسلامية هي[20]:

-تحقيق التعارف والتعاون والتآلف.

-تنظيم حياة البشر على أسس سليمة مستمدة من الإسلام.

-بيان الحق ودفع الباطل والفساد.

-تحقيق التنمية في البلدان الإسلامية.

-الترفيه ضمن ما هو مشروع.

وعليه نلاحظ أنه ما يزال الاهتمام محدودا بتأصيل قواعد الإعلام وممارساته من وجهة النظر الإسلامية، فالمطلوب تصاعد الاهتمام العلمي تأصيلا وتنظيرا والتركيز على النوعية و ينطلق هذا الاهتمام من خلال إنشاء ودعم معاهد ومراكز البحوث الإعلامية التي تتمتع بالمنهجية في التفكير والتمكن من أساليب البحث العلمي ووسائله.

فالإعلام يعتبر فرعا مهما من فروع المعرفة العلمية والتطبيقية التي تحتاج إلى العناية بتأصيل مفاهيمها ومناهجها وتهذيب أساليب وطرق ممارستها الواقعية وفقا لهدى الإسلام وتوجيهاته و تتعاظم أهمية صياغة النظام الإعلامي فلسفة وغاية ومنهجا وممارسة صياغة إسلامية في ضوء إدراكنا لأهمية الإعلام في حياة المجتمع وخطورة ما يقوم به في التأثير على الأفراد والجماعات.

خاتمة:

تطورت منهجية بحوث علوم الإعلام والاتصال حيث نجدها تعتمد على منهجين وهما الكمي والكيفي، ولكل منهما مميزاته وخصائصه حيث تناولنا في هذه الورقة البحثية المنهج الكيفي الذي يعتمد على تحليل الظاهرة المدروسة دون عمل قياسات محددة للمتغيرات وهذا لا يعني خلو الدراسة من الأرقام بل يمكن الاستعانة بها للتوضيح أو الإشارة فمثلا: إحصائيات توزيع الجرائد يوميا، يتم جمع المعلومات عبر ثلاثة طرق متفاوتة وهي باختصار:

-المقابلات المفتوحة مع الأشخاص ذوي العلاقة.

- الملاحظات المباشرة.

- الوثائق والمصادر بأنواعها.

إن البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال يؤدي دورا محوريا في تطوير المعرفة العلمية التي تنقل بالتعليم، و الإسلام يعد مفتاح جوهري ويقدم ويساهم في تطوير المجتمعات ونشر الثقافة والوعي ويزداد أهميته كلما ارتبط بالواقع.

ففي الوقت الحاضر ومع تطور العلوم أصبح البحث العلمي يميل للتخصص ومعالجة أدق الجزئيات بالتفصيل ورغم ذلك يبقى مجاله رحبا واسعا لا حدود له وهذا يستمر باستمرار الإنسانية لذلك يجب أن لا يحتار الباحثون في اختيار مواضيع بحثهم فالمجال واسع ومفتوح ما دام العقل البشري يعمل.

و عليه: وجب علينا صياغة الإعلام صياغة إسلامية وهذا يستند على مبررات منطقية فالإسلام يعتبر منهجا شاملا للحياة بجميع جوانبها ومجالاتها وقد رسم معالم الإنسان لنظمه الاجتماعية المختلفة و ارتباط الفرد بإسلامه هو ارتباط واقعي علمي من خلال تطبيق شرائعه،

و مبررا واقعيا خاصة في الوقت الراهن وما نشهده من غزو فكري وثقافي وحضاري الذي أصبح ذا دافع ذاتي تلقائي يتم دون مجهود.

لذا يجب توجيه الإعلام في الدول الإسلامية نحو الأصالة والذاتية النابعة من قيم الإسلام ومبادئه وتوفير الجو المناسب لصنع البديل الإسلامي الذي يقف في مواجهة ما يقدمه الغرب.

والملاحظ على أرض الواقع لا يزال الاهتمام بتأصيل قواعد الإعلام وأصوله وممارساته من وجهة النظر الإسلامية محدودا لذا يجب أن نهتم بالإعلام الإسلامي تأصيلا وتنظيرا وأن نركز على النوعية وهذا من خلال إنشاء مراكز البحوث الإعلامية التي تهتم بالإعلام الإسلامي وتتمتع بمنهجية التفكير المتميزة بالوعي الإسلامي.

الإحالات والمراجع:

(1) الحيزران محمد عبد العزيز،**البحوث الإعلامية:أسسها-أساليبها-مجالاتها**،ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر،الرياض،2004، ص10.

(2) عوادي عمار، **فلسفة الابستمولوجيا**، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.بتصرف.

(3) العبد الله مي، **البحث في علوم الإعلام والاتصال** ، ط1،دار النهضة العربية، بيروت لبنان،2011، ص42.

(4) إبراهيم إمام، **العلاقات العامة والمجتمع**، مكتبة الانجلو، القاهرة،1981، ص316.

(5) الحيزران محمد عبد العزيز،البحوث الإعلامية: **أسسها-أساليبها-مجالاتها،مرجع سبق ذكره**،ص10.

(6) نفس المرجع السابق، ص 147.

(7) محمد فريد وآخرون، **قاموس المصطلحات الإعلامية**، دار الشروق للنشر والتوزيع،دت، ص 52.

* نقلا عن :العبد الله مي، **البحث في علوم الإعلام والاتصال**، مرجع سبق ذكره، ص228.

(8) عرابي عبد القادر، **المناهج الكيفية في العلوم الاجتماعية**،دار الفكر،دمشق،2007، ص43.بتصرف

(9) دليو فضيل، **معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية** ،مجلة العلوم الاجتماعية الجزائر،العدد 83،20014، ص5.بتصرف

(10) patton M, qualitative Evaluation and research methods, sage publication, London,1990, p 44.

(11) * زيدان محمود فهمي، **الاستقراء والمنهج العلمي**،دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، 2003، ص 135.بتصرف

(12) الحيزران محمد عبد العزيز، **البحوث الإعلامية أسسها وأساليبها ومجالاتها**،مرجع سبق ذكره ،ص14.

(13) المشهداني سعد سلمان ،مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي الإمارات العربية المتحدة ،2017 ، ص ص 26-27.

(14) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام :مدخل عام، دراسة منشورة في كتاب: بحوث الإعلام في الوطن العربي، المنظمة العربيـــة للتربية والثقافة

والعلوم، القاهرة،1980،ص14.

(15) المشهداني سعد سلمان ، مناهج البحث الإعلامي، مرجع سبق ذكره، ص26.

(16) A Russel ,méthodes de recherche en sciences humaines ,Jones Nathalie Bernay,1999.

* **للاطلاع أكثر راجع:** عبد الباسط محمد حسن، **أصول البحث الاجتماعي**،مكتبة وهبة، القاهرة، 1982.

(17) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص ص 40-41.

(18) اسماعيل حمدي محمد، **الضوابط الشرعية للإعلام**، دار المعتز للنشر و التوزيع، 2013، ص38.

(19) نفس المرجع السابق، ص 39.

(20) نفس المرجع السابق، ص ص13-19 بتصرف.

كيفية الإستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

د/ إيمان حرفوش **(2020) الأسس الابستيمولوجية للبحوث الكيفية الإعلامية مقاربة تأصيلية** ، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 12(03)/ 2020، الجزائر : جامعة قاصدي مرباح ورقلة،(ص، ص.631-642)