

دور المقاربات الكيفية في استقراء موضوعات بحوث الإعلام والاتصال

The role of qualitative approaches in extrapolating media and communication research topics

عيشة كعباش¹

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية -قسنطينة-

Kabacheaicha7@gmail.com

تاريخ الوصول 2022/07/14 القبول 2022/10/19 النشر على الخط 2022/11/05

Received 14/07/2022 Accepted 19/10/2022 Published online 05/11/2022

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التأكيد على ضرورة توظيف المقاربات الكيفية في بحوث الإعلام والاتصال، خاصة بعد تشعب هذا المجال البحثي وتأثير التطور التكنولوجي فيه الذي أدى إلى ظهور التفاعلية في وسائل الإعلام الجديدة، فأصبحت هذه المقاربات حتمية لا مناص منها نظرا لملائمتها وقدرتها على استقراء موضوعات وقضايا بحوث الإعلام والاتصال، حيث اعتمدت في هذه الدراسة على الأسلوب الاستقرائي في معالجة هذا الموضوع ، وقد توصل البحث إلى نتيجة مفادها أن المقاربات الكيفية تساهم في حل المشكلات المنهجية في بحوث الإعلام والاتصال التي لا يمكن تفسيرها بالتكميم فقط.

الكلمات المفتاحية: المقاربات الكيفية، الاستقراء، بحوث الإعلام والاتصال.

Abstract:

This study aims to emphasize the necessity of employing qualitative approaches in media and communication research, especially after the ramifications of this research field and the impact of technological development in it, which led to the emergence of interactivity in new media. These approaches have become inevitable and inevitable due to their suitability and ability to extrapolate the topics and issues of media and communication research, In this study, I relied on the inductive method in dealing with this topic, The research came to the conclusion that qualitative approaches contribute to solving methodological problems in media and communication research that cannot be explained only quantitatively.

key words: qualitative approaches, induction, Media and Communication Research.

مقدمة:

عرفت بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر والعالم العربي، منذ بداياتها الأولى إلى يومنا هذا إشكالا منهجيا متمثلا في هيمنة المقاربات الإمبريقية (الكمية)، وإغفال المقاربات الكيفية في معظم البحوث الإعلامية الأكاديمية، وهذه النتيجة أكدتها كل الدراسات التي تناولت اتجاهات بحوث الإعلام، بل يصل الأمر في بعض الأحيان إلى حد التعصب لهذه المقاربات الكمية، وهذا ما يمكن تسميته بالتحجر المنهجي حيث يتعذر على الباحثين أو الطلبة الخروج عنه أو زعزعته.

لذلك فإن واقع البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال، وحتى العلوم الاجتماعية بحاجة إلى إعادة نظر أكثر من أي وقت مضى، في طرق ومناهج البحث في هذه المجالات، خاصة مع عدم وجود رؤية واعية بالاهتمام العلمي المؤسس والمبني على إرادة وأيديولوجية، تكون مرتبطة بمتطلبات النهوض بالمجتمع، خصوصا بعد اجتياح التكنولوجيا التفاعلية ووسائطها لكل مناحي الحياة. بينما تحظى المقاربات الكيفية في الدراسات الإعلامية بالجامعات الغربية باهتمام متزايد من قبل الباحثين في مجال الإعلام والاتصال، نظرا للمجالات والاستخدامات المتعددة التي يتم توظيف البحوث الكيفية فيها، فهذه البحوث تساعدنا في الاستدلال على مشكلات بحثية ينبغي دراستها والاهتمام بها، وتساعد كدراسة مكملية للدراسة الكمية، كما تساعد في تفسير نتائج الدراسات الكمية، كما تساهم أيضا في استشراف المستقبل.

فعندما نطالع الدوريات الأجنبية المتخصصة في دراسات الإعلام والاتصال، نلاحظ أن البحوث الكيفية qualitative researches تشغل حيزا كبيرا تماما مثل البحوث الكمية، فمن الشائع أن تجد الإصدار الواحد يتضمن بحوثا تركز على أفكار ومعلومات ونتائج مستمدة من مجموعات النقاش، والمقابلات المتعمقة، وتحليل المضمون الكيفي، بجانب البحوث التي تركز على بيانات كمية مستمدة من اختبارات ومقاييس مقننة وعودلت بيانها معالجة إحصائية متطورة والوضع يختلف عند مطالعة الدوريات العربية المتخصصة في دراسات الإعلام والاتصال، حيث نلاحظ تركيزا واضحا على البحوث الكمية المفعممة بالنتائج والمعطيات الإحصائية، ومن النادر وجود بحوث كيفية متعمقة.

كان التركيز على البحوث الكمية والإغراق في المعطيات الإحصائية محل جدل شديد ونقاش موسع في الكثير من المناسبات العلمية في العالم العربي، وظهرت مطالبات قوية بضرورة أن يهتم الباحثون بالدراسات الكيفية جنبا إلى جنب مع البحوث الكمية، في هذا السياق أيضا تعالت الأصوات القائلة أنّ ندرة البحوث الكيفية ترجع إلى اعتياد الباحثين على الطرق الكمية في البحث، مع قلة المعرفة والمهارة التي تتطلبها البحوث الكيفية، وبالتالي هناك حاجة إلى تأكيد أهمية البحوث الكيفية، مع ضرورة تعاظم الباحثين مع الكتابات المتخصصة المعنية بهذه البحوث على مستوى النظرية، ومهارات التطبيق⁽¹⁾.

وقد أكدت هذه الفكرة العديد من الدراسات العربية، منها دراسة قامت برصد الأطر النظرية والمنهجية في بحوث الإعلام والاتصال الجزائرية والفرنسية، فتوصلت في إحدى نتائجها إلى أنّ نسبة المقاربات الكمية بلغت 67.86% مقابل 16.07% للمقاربات الكيفية في البحوث الجزائرية بينما بلغت نسبة المقاربات الكيفية 55 مقابل 25 للمقاربات الكمية في البحوث الفرنسية⁽²⁾.

(1) - عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2015، ص 483.

(2) - عيشة كعباش، أطروحات الدكتوراه في الإعلام والاتصال في الجامعات الجزائرية والفرنسية دراسة تحليلية مقارنة، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2017-2018، ص 199.

ولهذا تمثل المقاربات الكيفية مخرجا من هذا الإشكال المنهجي، حيث تعمل على فهم الظاهرة من حيث مدلولاتها ومعانيها ولا تكفي بالرصد الكمي وصياغة الواقع صياغة رياضية، حيث تسعى إلى إضفاء معاني ودلالات وأفكار وتصورات على الظواهر فالمشاعر الإنسانية كالرضا والتكيف والقلق والخوف والتوجس، كلها ظواهر وإن اعتمدت دراستها على المقاربات الكمية تبقى هذه الأرقام صماء، لا معنى لها إذا لم تستند إلى المقاربات الكيفية تمنحها معنا لوجودها وتسوّغ لها ممارسة التأويل العلمي.

إشكالية الدراسة:

يساهم البحث الإعلامي في دراسة الظواهر والمشكلات التي تتعلق بالإعلام وإيجاد حلول لها، وتزداد أهمية بحوث الإعلام كلما ارتبطت بالواقع أكثر، حيث تؤدي دورا رئيسيا في كافة الجوانب الخاصة بالممارسة الإعلامية، وفي ظل طغيان الاتجاه الإمبريقي الكمي، الذي يحول في كثير من الأحيان دون تأدية هذه الأدوار في حل المشكلات الإعلامية، بات من الضروري توظيف المقاربات الكيفية التي يسلك فيها الباحث مسلكا استقرائيا، حيث ينتقل من البيانات إلى النظرية، وليس من النظرية إلى تحليل البيانات.

كما تدرس المقاربات الكيفية الظاهرة داخل سياقها الثقافي والاجتماعي والحضاري ومن هذا المنطلق نطرح الإشكال التالي: كيف تساهم المقاربات الكيفية في استقراء موضوعات الإعلام والاتصال؟

وانقسم هذا التساؤل إلى التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي مبررات توظيف المقاربات الكيفية في بحوث الإعلام والاتصال؟
- ما مدى حاجة بحوث الإعلام والاتصال إلى المقاربات الكيفية؟
- فيما تتمثل هذه المقاربات الكيفية، وكيف تساهم في استقراء موضوعات بحوث الإعلام والاتصال؟
- ما هي أهم تصنيفات موضوعات بحوث الإعلام والاتصال، وما هي أهم المقاربات الملائمة لها؟

أهمية الدراسة:

تعود أهمية هذه الدراسة إلى أهمية المقاربات الكيفية في بحوث الإعلام والاتصال، حيث تصل إلى النتائج بطرق غير إحصائية، وتعتمد على خبرة الباحث المتمرس وقدرته في تحليل الظاهرة الإعلامية بأسلوب استقرائي، فيقوم بجمع البيانات وتحليلها وتصنيفها، من خلال جملة متنوعة من الأدوات حتى يصل إلى تشكيل نظرية، واستجلاء الحقائق الخفية للظاهرة.

أهداف الدراسة:

أهم أهداف هذا البحث هو الانفتاح على المقاربات الكيفية وتوظيفها في بحوث الإعلام والاتصال نظرا لقدرتها على سبر أغوار الظاهرة الإعلامية وتتبع حيثياتها بأسلوب استقرائي.

تحديد المصطلحات:

1- المقاربة:

إنّ المقاربة بالمعنى المجازي، تتعلق بخطوة فكرية، وهي لا تتطلب المراحل النظامية، المرئية، للتقنية ولا دقة مفهوم المنهج الفكرية، إنّها خاصة موقف ينطوي على المرونة والحذر، ويتصف بحالة من اليقظة الكبيرة والاحترام الكبير للحدث أو الموضوع، فلن نفكر في التمسك في تقنية الهندي ولا بمنهج كلب الصيد، إنّ المقاربة هي هذا، لأن المقصود هنا طريقة في التصرف والملاحظة تتصف بحالة

فكرية أكثر مما تتصف بمراحل صارمة كما هي الحال في المنهج التحريبي.

إنّ المقاربة هي المنهج والتقنية بدون حدود بينهما، لا يطبقان بالجملة وإنما يستعملان لدراسة موضوعات حساسة، بجرعات مناسبة لردود الأفعال غير المتوقعة⁽¹⁾.

فالمقاربة هي المنهج والتقنية معا لأنّ التقنية غير كافية دون منهج لإنجاز بحث ولا المنهج كاف دون تقنية لإنجازه.

2- المقاربات الكيفية:

هي تلك المقاربات التي تنتهج منهجية في البحث تركز على وصف الظواهر والفهم الأعمق لها، ولا تركز عادة على الكشف عن السبب أو النتيجة بالاعتماد على المعطيات العددية، فالسؤال الذي طرح على مستوى هذه المقاربات هو سؤال مفتوح النهاية، ويهتم بالعملية والمعنى أكثر من اهتمامه بالسبب والنتيجة⁽²⁾.

وبهذه المقاربات الكيفية يستقرّ الباحث ويبني مستخلصاته ومفاهيمه وافتراضاته ونظرياته من خلال التفاصيل التي يحصل عليها، وهي بمثابة أداة تستخدم الاستكشاف موضوع ما أو مشكلة لم يسبق بحثها⁽³⁾.

فالمقاربة الكيفية إذن ليست مجرد مجموعة من الأساليب التي يسهل استعمالها وإنما هي فوق ذلك مهارة عقلية، إبداعية دقيقة جدا، لا يكفي من يمارسها بتعلمها فقط بل إنّه يسهم كذلك في تطويرها⁽⁴⁾.

3- الاستقراء:

الاستقراء هو تتبع الجزئيات بغية الوصول إلى حكم عام ينسحب على كل الجزئيات، وهو يعتمد على ما يجري من حوادث وما بين الأشياء من روابط.

وهو عملية ذهنية تصعد من الوقائع إلى القانون⁽⁵⁾.

ويعتبر الاستقراء من أهم خصائص المقاربات الكيفية، التي تدرس الموضوع على طبيعته كما هو في الواقع مع دراسة وتتبع كل المؤثرات الاجتماعية فيه.

4- بحوث الإعلام والاتصال:

اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد وشامل لمصطلح البحوث الإعلامية يركز على ماهيتها ووظائفها وانعكاسات استخدامها على ترشيد الممارسات الإعلامية، ومن أهم التعريفات التي تناولت مفهوم البحوث الإعلامية بأنها "الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية مع الجهود المنظمة والدقيقة، وهدفها توفير المعلومات عن الجمهور الموجه إليه الرسالة الإعلامية وقنوات الاتصال ووسائله التي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية. ويحدد الباحث مهمة البحوث الإعلام التي تبدأ من الجهود الإعلامية وتستمر باستمرارها وتقيس فعاليتها قياسا مرحليا وشاملا، وتشمل خدماتها

(1) - مادلين غراويز، مناهج العلوم الاجتماعية، ترجمة سام عمار، ط.1، المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف والنشر، دمشق، 1993، ص12.

(2) - عامر قنديلجي، إيمان السمراي، البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص ص 60-61.

(3) - المرجع نفسه، ص58.

(4) - شارلين هاس بيير، باتريشيا ليفي، البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، ترجمة هناء الجوهري، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2011، ص:38.

(5) - أ.لارامي، ب. فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة فضيل دليو وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2001، ص54.

كافة العناصر الداخلية في العملية الاتصالية " الجمهور، الوسائل الرسائل، المصادر، التأثيرات المستهدفة بطريقة متوازنة ومتكافئة⁽¹⁾. كما استخدم مصطلح البحث في مجال الدراسات الإعلامية لدراسة مشكلات وقضايا وظواهر متعددة يصعب حصرها في هذا المجال، حيث استخدم هذا المصطلح في دراسة موضوعات وقضايا ومشكلات ذات صلة بمجال الإعلام ولكنها وافدة عن ساحات علمية أخرى كعلم النفس، الاقتصاد، والاجتماع، والعلوم السياسية، وبالتالي يتوقف مفهوم البحث الإعلامي على المضمون الذي يستخدم فيه، وعلى المنهج الذي يعمل ويفكر الباحث في إطاره ومن خلاله لتنظيم عملياته الفكرية والذهنية، وعلى الطريقة أو الأسلوب الذي يوجه عمليات البحث وأدواته، سواء أكان تاريخيا أو وصفيا أو تجريبيا⁽²⁾.

منهج الدراسة:

انتهجت في هذا البحث المنهج الاستقرائي لأنه الأكثر ملائمة لموضوع الدراسة من خلال تتبع حيشاته للكشف عن حقائق جديدة، فالاستقراء استدلال صاعد يبتدئ فيه الباحث من الجزئيات وينتهي إلى الأحكام الكلية، وهو استخلاص النتائج انطلاقا من معطيات واقعية⁽³⁾.

ومن خلال هذا المنهج يمكن اكتشاف خبايا المقاربات الكيفية ومدى أهميتها وضرورتها في بحوث الإعلام والاتصال.

أولا: مبررات توظيف المقاربات الكيفية في بحوث الإعلام والاتصال:

- الندرة الشديدة في توظيف المقاربات الكيفية في بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر والعالم العربي، عكس العالم الغربي، حسب نتائج الدراسات التي رصدت الأطر النظرية والمنهجية لهذه البحوث.
- طبيعة الموضوعات الإعلامية التي يحتاج حلها إلى المقاربات الكيفية للكشف عن الكثير من المعلومات التي لا تتأتى بالمقاربات الكمية، بل تكون الأولوية في الكثير من الموضوعات للمقاربات الكيفية.
- طغيان توظيف المقاربات الكمية في بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر والعالم العربي، حسب نتائج الكثير من الدراسات النقدية لبحوث الإعلام والاتصال.
- جهل الكثير من الباحثين والطلبة بالمقاربات الكيفية، ومهارات توظيفها.
- قدرة المقاربات الكيفية على إنشاء نظرية علمية في مجال الإعلام والاتصال، ويتم ذلك من خلال سير أغوار الموضوعات.
- ملائمة المقاربات الكيفية لدراسة الظواهر والحالات التي لا تتوافر عنها معلومات وافية، أو لمعرفة أشياء جديدة عن حالات يتطلب التعمق فيها لتقدم فهما متعمقا وتفسيرا شاملا لمجال البحث المدروس.
- إن معظم موضوعات بحوث الإعلام والاتصال مرتبطة بالسلوك والقيم، والأخلاق وهي موضوعات معيارية لا يمكن تفسيرها بالتكميم فحسب، بل الباحث في هذه الحالة بحاجة ماسة إلى مقاربات كيفية تعمل على استجلاء حقائقها الخفية.
- تنصف المقاربات الكيفية بالمرونة إلى حد كبير، بمعنى أنها أقل التزاما بقواعد محددة سلفا، وقد تستخدم إجراءات لم تكن في تخطيط البحث وإنما اقتضتها عملية جمع البيانات، أو تحليلها أو تعديل أهداف الدراسة، وفي كثير من هذه البحوث فإن

(1) - منال هلال المزهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص57.

(2) - منال هلال مزهرة، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص38.

(3) - أ.لارامي، ب. فالي، مرجع سابق، ص54.

إجراءات العملية البحثية تتطور وتتغير على امتداد فترة الدراسة.

- تعمل المقاربات الكيفية على التحقق من فرضيات معينة، بشكل دقيق وعميق وليس مجرد ادعاءات أو تعميمات موجودة في العالم الحقيقي.
- إنّ البحوث التي توظف المقاربات الكيفية لا تحدها أي قيود على الإبداع في الوصف التفصيلي الموضوعي والتفسير المتعمق دون التركيز على الأوزان الكمية لتصنيفات المضمون الذي نقوم بتحليله، من الممكن أن يستخدم الباحث بعض المؤشرات الكمية، لكنها لا تكون إلاّ في حدود ما يثري التحليل الكيفي للمضمون المراد تحليله، وبما يعطيه أبعاداً أعمق، وقد يكون هذا المحتوى في الأخبار، البرامج الإذاعية، والتلفزيونية، الإعلانات، الدراما بأشكالها المختلفة..⁽¹⁾.
- تساهم المقاربات الكيفية في تحقيق فهم أفضل للموضوعات والظواهر والسلوكيات وذلك من خلال الاستكشاف والوصف الدقيق، والشرح المتعمق للموضوع مجال الدراسة.

ثانياً: حاجة بحوث الإعلام والاتصال إلى المقاربات الكيفية:

تتعدد استخدامات المقاربات الكيفية باعتبارها تجسد رؤية عميقة عن الموضوع ومع التسليم بحقيقة أنّ الكثير من البحوث الوصفية تعتمد على المداخل الكيفية، إلاّ أنّ البحوث الاستكشافية تعتمد أيضاً على تلك المقاربات بهدف اكتشاف الأفكار البحثية ذات القيمة العلمية العالية، كما تستخدم المقاربات الكيفية كخطوة أولى للتخطيط للدراسات الكمية بهدف التوصل إلى الصياغة الدقيقة لمشكلة البحث الكمي وتساؤلاته وأبعاده، وتصميم أدوات جمع بياناته، وقد تستخدم المقاربات الكيفية كذلك لإثراء معطيات الدراسات الكمية، فالباحث قد يتوصل إلى نتائج كمية هامة لكن تفسيرها تفسيراً متكاملاً يستلزم إجراء دراسة كيفية، لأنّ الأسباب التي رصدتها الدراسة الكمية لا تعطي التفسير الكافي ومن هنا تستخدم المقاربات الكيفية للوصول إلى المعلومات التي تحقق هذا التفسير⁽²⁾.

ومهما كانت دقة القياسات الكمية المستعملة في قياسها، ستظل محتفظة ببعدها الكيفي فعندما يتحدث الباحث، مثلاً عن درجة الرضى عن العمل، أو درجة النزعة المحافظة لدى مجموعة بشرية ما، أو الازدهار في دولة ما، وهي كلها ظواهر لها قياسات حسابية، فإنّ المصطلحات المستعملة هي من طبيعة كيفية، وتعود إلى حقائق إنسانية لا تستجيب أبداً للقياسات الكمية التي تمت تهيئتها من أجل ذلك، فالرضا والنزعة المحافظة، والازدهار مصطلحات تشير أصلاً إلى تقدير الواقع، ويبقى الحساب ليس أكثر من مجرد تكميم⁽³⁾.

تستمد المقاربات الكيفية البيانات من الأفراد، أو من الوثائق التاريخية، أو من الكتب والمطبوعات بكافة أنواعها، بالإضافة إلى محتوى وسائل الإعلام، والمواد المسجلة السمعية والبصرية وغير ذلك من المصادر حسب مجال البحث وأهدافه والمادة المطلوبة⁽⁴⁾.

ثالثاً: المقاربات الكيفية ودورها في استقراء الموضوعات الإعلامية

(1) - عبد العزيز بركات، مرجع سابق، ص 493-494.

(2) - عبد العزيز بركات، مرجع سابق، ص 488.

(3) - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط.2، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص 101.

(4) - عبد العزيز بركات، مرجع سابق، ص 503.

1- مقارنة تحليل الخطاب l'analyse de discours

ارتبطت نشأة وتطور بحوث الإعلام والاتصال في العشرينيات من القرن الماضي الوضعي والسلوكي، فاستمد التخصص الجديد الكثير من منطلقاته ومفاهيمه وأطره النظرية والمنهجية من هذين النموذجين، ركزت بحوث الإعلام على تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مهملة إلى حد كبير دراسة مضمون وشكل الرسالة الإعلامية التي يفترض أنها تحدث التأثير المطلوب أو المرغوب من وجهة نظر المرسل سواء كان شخصا أو مؤسسة إعلامية، ثم شرع في التحليل الكمي لمضمون الرسالة الإعلامية أو محتواها، الذي ذاع صيته بفضل مقال برلسون الشهير الذي نشره عام 1952 بعنوان: "التحليل الكمي للمحتوى في أبحاث الاتصال"، وانطلاقا من بحوث برلسون وآخرون سادت تقاليد التحليل الكمي في الدراسات الإعلامية⁽¹⁾.

أما التوجه نحو دراسة الخطاب الإعلامي بالارتكاز على المكون اللساني التداولي فقد بدأ بفعل التقدم الذي أحرزته اللسانيات في تقديم نفسها منهجا يتمتع بكفاءة وصفية وتصنيفية عالية في قراءة النصوص، وكان بيسنس (Buysens) أول من طرح مسألة الخطاب في الدراسات اللسانية عام 1943 ثم جاءت أعمال بينيفيست (E.Benveniste)، وهاريس (Z.Harris)، وهاليدى (M.Halliday)، وفان ديك (Van.Dick) وغيرهم⁽²⁾.

يمثل تحليل الخطاب منهجا وليس مجرد طريقة للدراسة، وهذا المنهج ينطوي على نظرة تفسيرية للواقع الاجتماعي، وتشارك طرق تحليل الخطاب في أنها أساليب

للتحليل كما تشترك في الاهتمام بتفسير لغة الخطاب، ويصنف تحليل الخطاب على أنه أحد المناهج التفاعلية الاجتماعية اللغوية⁽³⁾. ويمثل مبحثا متعدد التخصصات في الأساس فهو يشمل أبحاث اللغويات، والسيميوطيقا، والدراسات التداولية، وعلم النفس، وعلم الاجتماع، والأنثروبولوجيا، والتاريخ والاتصال⁽⁴⁾.

ويعتبر تحليل الخطاب مدخلا منهجيا هاما لدراسة وتحليل الرسالة بصورها المختلفة بما في ذلك النصوص المكتوبة والمنطوقة (كالتحليلات والتعليقات الإخبارية، الأحاديث المباشرة، المقال الصحفي...) ويفترض تحليل الخطاب أن أي جزء من أجزاء الخطاب يسهم في تقديم جانب معين من صورة العالم أو الواقع، ويعكس أفكارا معينة، أو يعبر عن علاقة من نوع ما بين الأطراف الأطراف المشاركة في الخطاب، ومن خلال التحليل يمكن رصد أساليب الخطاب في التعبير عن صورة العالم وما يقع به من أحداث وما يشتمل عليه من علاقات متشابهة، كما يمكن رصد الأفكار الرئيسية والفرعية التي يتضمنها، فالرسالة الإعلامية مثلا تعبر عن موضوع معين، وتتضمن الأفكار الرئيسية والفرعية لهذا الموضوع، كما تتضمن علاقات من نوع ما تعبر عنها الأطراف المشاركة في الرسالة (سواء كانت هذه الأطراف القائم بالاتصال الرسمي، أو الجمهور، أو الضيوف...) ⁽⁵⁾.

أ- الفرق بين تحليل المضمون وتحليل الخطاب:

تحليل الخطاب هو مقارنة منهجية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، إنها متعددة تدرس سياق الخطاب الشفوي أو المكتوب ومحتواه،

(1) - محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1984، ص21.

(2) - حافظ إسماعيل علوي وآخرون، التداوليات وتحليل الخطاب، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، صص356-357.

(3) - عبد العزيز بركات، مرجع سابق، ص303.

(4) - أميرة محمد سيد أحمد، تحليل الخطاب الإعلامي مدخل نظري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مج 08، ع03، 2019، ص335.

(5) - عبد العزيز بركات، مرجع سابق، ص304.

إنها مقارنة تنطبق على كثير من المواضيع المتنوعة والمختلفة من ذلك أنها تهتم بالخطاب السياسي والديني والعلمي والفني، وعلى النقيض من تحليل المحتوى في تعريفه التقليدي، يهتم تحليل الخطاب بمفاهيم الخطابات الشفوية والمكتوبة المدروسة ولغتها وأنظمتها السردية.

والفرق بين تحليل الخطاب وتحليل المحتوى أنّ هذا الأخير يرى في الخطاب انعكاسا لواقع خارجي، أما تحليل الخطاب فيعتبر الخطاب نفسه واقعا، بالنسبة إلى تحليل المحتوى يتم البحث أحيانا عبر تحليل الوثائق عن تمثيل مراوغ للواقع، في حين أننا في تحليل الخطاب نجد سلسلة من المواقف والتعليقات التي هي علاقات تسلط أو إقصاء أو احتواء⁽¹⁾.

ينبغي أن نفهم أنّ تحليل الخطاب يعتمد على الخصائص المعجمية والنحوية للنصوص، وضرورة العودة إلى السياق، في حين أنّ تحليل المحتوى غالبا ما يقتصر على النص ككل دون التلميح إلى مستوى الجملة والكلمة، وتميل طريقة عرض النص إلى التمييز بين عائلتين من التقنيات⁽²⁾.

إنّ دور تحليل الخطاب في استقراء موضوعات الإعلام والاتصال يتجلى في كونه مقارنة سوسيو دلالية، إذ تأخذ بعين الاعتبار سياق القول وخصائص القائل، والخصائص الدلالية للقول، إنّ تحليل الخطاب يعتبر الاشتغال اللساني للخطابات التي يرى فيها واقعة تستحق التحليل⁽³⁾.

والخطاب من المنظور الإعلامي هو الرسالة من حيث موضوعاتها وعناصرها وكافة مكوناتها الظاهرة والمستترة بما تنطوي عليه من معان ودلالات وأهداف في سياقها الزمني والمؤسسي والاجتماعي، فالخطاب يشمل اللغة سواء كانت مكتوبة أو منطوقة، والتعبيرات غير اللفظية (تعبيرات الجسم)، كما يشمل المادة المرئية والأوان وكافة المؤثرات وعناصر الإبراز والإخفاء في التعامل مع الموضوع وكل ما له علاقة مباشرة أو غير مباشرة بهذا الموضوع في سياقه الشامل⁽⁴⁾.

ويعد الخطاب الإعلامي صنفا من بين أهم أصناف الخطابات اللغوية المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المعبرة عن كل مجالاتها الحياتية المؤثرة فيها والمتأثرة بها، فقد تحول الإنسان في هذا العصر إلى كائن إعلامي تواصلية، يحتاج إلى المعلومة مثلما يحتاج إلى الأكل والشرب⁽⁵⁾.

ولهذا الخطاب قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها⁽⁶⁾.

ويختلف تحليل الخطاب الإعلامي من وسيلة إلى أخرى، فالخطاب الإعلامي المقروء يختلف في طريقة تحليله عن الخطاب الإعلامي المرئي الذي يعتمد الصورة بوصفها أيقوناً للتأثير والتوجيه والتغيير، وكذلك عن الخطاب الإعلامي المسموع، ولعلّ سر الاختلاف

(1) - صابر محمود الحباشة، الأسلوبية والتداولية مداخل لتحليل الخطاب، عالم الكتب الحديث، إربد، 2011، ص110.

(2) - Jean de Bonville, l'analyse de contenu des medias, de la problématique au traitement statistique, éditions de boeck université, bruxelles, p31.

(3) - صابر محمود الحباشة، مرجع سابق، ص111.

(4) - عبد العزيز بركات، مرجع سابق، ص302.

(5) - بشير إبرير، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، عالم الكتب الحديث، إربد، 2010، ص45.

(6) - المرجع نفسه، ص49.

راجع أولاً إلى البناء الداخلي للنصوص، وثانياً إلى الأغراض التواصلية التي يطمح المنشئون إلى تحقيقها عبر تلك الأشكال، والخطط القولية، كما أن العلاقة التي تربط الخطاب باللغة وبالواقع الاجتماعي، تشكل مفراً حاسماً أمام الدارس على ضوء عدم قدرته على اكتشاف طبيعة تلك العلاقة وميزاتها، فالخطاب ينتمي إلى عالم اللغة، وكل علامة فيها تعكس أو تمثل الواقع الاجتماعي⁽¹⁾.

ب- نماذج من تحليل الخطاب الإعلامي بمقاربات كيفية:

● تحليل الخطاب الإشهارى:

نشأ الخطاب الإشهارى وترعرع في أحضان الخطاب الإعلامي، ثم استقل بذاته مكوناً موضوعه ومحدداً أهدافه، ومنهجه وآليات تحليله، وعناصره ووظائفه المختلفة، ولغته، فإذا كان الإعلام يقوم بنقل المعلومات وبث الأخبار بين مرسل ومرسل إليه، بغية إفادته وتثقيفه والترفيه عنه أحياناً فإنّ الإشهار يعد هو أيضاً شكلاً تواصلياً فعالاً، ولكن ليس بهدف الإخبار وإنما من أجل دفع المتلقي إلى الشراء بالدرجة الأولى وذلك بالتأثير عليه وتوظيف العوامل النفسية والاجتماعية المختلفة⁽²⁾.

وتوجد عدة مقاربات لتحليل الخطاب الإشهارى، وهي متداخلة تتمثل في كل من المقاربة اللسانية، والمقاربة التداولية، والمقاربة السيميائية.

● تحليل الخطاب السياسى:

شهد النصف الثاني من القرن العشرين تطوراً لافتاً في مناهج تحليل الخطاب السياسى، وموضوعاته، وأهدافه فقد أصبح الخطاب السياسى موضوعاً للبحث عبر التخصصات، وظهرت مناهج ومقاربات متنوعة لدراسته وتزامن هذا الاهتمام الأكاديمي المتزايد مع انتشار وسائل الاتصال الجماهيري، وما أدت إليه من اتساع مدى تأثير الخطاب السياسى، ومن تحولات عميقة في أبنيته، ووسائطه، وتداوله، وفي الوقت الراهن تتعدد مناهج ومقاربات دراسة الخطاب السياسى ذات المنطلق اللغوي⁽³⁾.

هو حقل معرفي يهتم بدراسة التواصل السياسى في المجتمع؛ سواء بواسطة النصوص، أو الكلام، أو الصور أو الإشارات، أو الرموز، أو غيرها من العلامات، والهدف من تحليل الخطاب السياسى هو فهم كيف يعمل الخطاب السياسى، وكيف ينجز وظائفه التي ترتبط غالباً بالحصول على السلطة وإضفاء الشرعية عليها، والاحتفاظ بها، ويضمن تحليل الخطاب السياسى تحليل بنائه اللغوي والسيميوطيقي، وأدائه، وتوزيعه، وتلقيه وتأثيره، والاستجابة له⁽⁴⁾.

ويرتبط الخطاب السياسى بالخطاب الإعلامى ارتباطاً واضحاً، فلا يخلو الخطاب الإعلامى من الشحن السياسى، ولا يخلو الخطاب السياسى من الشحن الإعلامى؛ حيث يشكل الخطاب الإعلامى أفكار السياسة وأقوالهم، ويعمل على نقلها إلى المتلقي، فيتحول الخطاب السياسى إلى أخبار لا بد من نقلها ووصفها وشرحها وتحليلها⁽⁵⁾.

● تحليل الصورة الإعلامية:

تعد الصورة عنصراً مهماً في الخطاب الإعلامى، حيث تتحدد أهميته على جودتها ووضوحها، وارتباطها بواقع الحدث، كما تعطيه

(1) - حافظ إسماعيل علوي وآخرون، مرجع سابق، ص 358.

(2) - المرجع نفسه، ص 50.

(3) - عماد عبد اللطيف، تحليل الخطاب السياسى، السلطة، المقاومة، ط 1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 40-41.

(4) - المرجع نفسه، ص 31.

(5) - بشير إبرير، مرجع سابق، ص 53.

مصدقية وحضورا كبيرين لدى المتلقين، ووجود الصورة إلى جانب النص جعلت الإعلامى يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته تاركا إياها تصف الحدث لجمهور المشاهدين والقراء، وذلك للدور الكبير الذى تؤديه فى توضيح الفكرة الأساسية فى الموضوع، والتأثير المباشر على المتلقى، وتعرف الصورة على أنها أداة تعبيرية اعتمدها الإنسان لتجسيد المعاني والأفكار والأحاسيس ولقد ارتبطت وظيفتها سواء كانت إخبارية أو رمزية أو وثائقية، أو ترفيهية، بكل أشكال الاتصال والتواصل⁽¹⁾.

2- المقاربة التداولية 'l'approche pragmatics :

مصطلح التداولية هو ترجمة لمصطلح البراغماتية ويعود الفضل فى ترجمة هذا المصطلح إلى التداولية إلى الفيلسوف المغربى طه عبد الرحمان، إذ يقول: قد وقع اختيارنا منذ 1970 على مصطلح التداوليات مقابلا للمصطلح الغربى "براغماتيقا" لأنه يوفى المطلوب حقه باعتبار دلالاته على معنيين "الاستعمال" و"التفاعل" ولقى منذ ذلك الحين قبولا من لدن الدارسين الذين أخذوا يدرجونه فى أبحاثهم⁽²⁾.

والتداولية هى دراسة استعمال اللغة فى الخطاب، فهى تدرس اللغة فى استعمالاتها فى السياقات المختلفة، عن طريق معرفة قصد المتكلم من خلال سياق الموقف، ومن هنا فإن الدرس اللغوى التداولي يدرس المنجز اللغوي فى إطار التواصل وليس بمعزل عنه لأن اللغة لا تؤدي وظائفها إلا فيه، فليست وظائف مجردة وبما أن الكلام يحدث فى سياقات اجتماعية، فمن المهم معرفة تأثير هذه السياقات على نظام الخطاب المنجز⁽³⁾.

تكمن أهمية التداولية فى كونها تهتم بمختلف الأسئلة الجوهرية للخطاب، وخاصة الخطابات المعاصرة، كمن يتكلم؟ ما موضوع الحديث؟ ما هو مصدر التشويش والإيضاح؟ على اعتبار أن كل خطاب يحيل باستمرار على مرجعيات اجتماعية وثقافية وفلسفية معينة⁽⁴⁾.

ومن هنا يتقاطع جوهر الرسالة الإعلامية مع صميم التداولية، إذ إن زبدة العملية الإعلامية تتجلى فى تلك الأسئلة المركبة (من يقول؟ وماذا يقول؟ وبأية وسيلة؟ وإلى من؟ وبأى تأثير؟ وما هو رد الفعل؟) وهذا السؤال المركب يبين لنا طبيعة الاتصال الجماهيري فى كونه عملية مستمرة ومركبة، ولا نستطيع القول أى العناصر أقوى، أو أنفع أو لا بد من توافرها فكل عنصر منها يشبه الحلقة فى السلسلة لا بد من وجودها لتتم عملية الاتصال الجماهيري، وهذا ما تؤكدته التداولية أيضا حينما تجعل عنوان عملها دراسة استعمال اللغة، تلك الدراسة التى تستوجب علم الاستعمال اللغوي ككلام محدد صادر من متكلم محدد، وموجه إلى مخاطب محدد، بلفظ محدد، فى مقام تواصلى محدد، لتحقيق غرض تواصلى محدد، قصد خلق تلك الصلة الخطابية التعاضدية بين الباث والمتلقى بأجمع

(1) - هشام صويلح، دراسة الخطاب الإعلامى فى ضوء مقاربات تحليل الخطاب، مجلة مصداقية، مج1، ع2، المدرسة العليا العسكرية للإعلام والاتصال، جوان 2020، ص199-200.

(2) - خليل عطا إبراهيم أبو سردانة، تداولية الحوار فى سورة الأعراف، رسالة دكتوراه فى اللغة العربية، اللغة والنحو، قسم اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة اليرموك، 2012، ص8.

(3) - المرجع نفسه، ص8.

(4) - نوال بومعزة، محاضرات فى تحليل الخطاب دروس وتطبيقات، المطبوعات البيداغوجية لكلية الآداب والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2012-2013، ص47.

السبل، وأيسر الطرق، وأسلس الجمل⁽¹⁾.

3- المقاربة السيميائية : l'approche sémiotique

تعد المقاربة السيميائية منهجية تحليلية تشتغل في مقاربات الخطابات والأنشطة البشرية تفكيكا، وتركيبا، وتحليلا، وتأويلا، فتسعى لاكتشاف العلاقة بين العلامات، وهذا جعل مجال الأدب والفنون الأخرى مثل السينما، أرضية خصبة لها، وقد أشار دي سوسير من خلال مفاهيم دراسته للمقاربة السيميائية، إلا أنّ الباحث الأمريكي شارلز سنדרس بيرس قد أرسى مبادئها وجعل منها مقاربة منطقية، إذ يرى بيرس أنه بالإمكان دراسة أي ظاهرة بغض النظر عن طبيعتها ولغتها إذا عدت علامة لسانية أو غير لسانية ويحددها في ثلاث علامات، العلامة الأيقونية، وعلامة الإشارة، وعلامة الرمز:

العلامة الأيقونية: وتعني كل دليل لغوي أو غير لغوي، تهيمن فيه الخصائص التصويرية، والعلاقة بين الدال والمدلول علاقة تشابه وتمثال، مثل الخرائط والصور الفتوغرافية.

علامة الإشارة: وتدل على أي شيء يتعين بموضوع من جهة، وبفكرة معينة في الذهن من جهة أخرى، كالدخان والنار، ولا بد للإشارة من مادة أو مرجع، كما لا بد من مؤول لها.

علامة الرمز: وهي إشارة تعود إلى الشيء الذي يدل عليه بفعل قانون يتكون عادة من تداعي عالم الأفكار، وتتحدد ترجمة الرمز بالرجوع إلى هذا الشيء⁽²⁾.

احتلت السيميائية في فترة تأسيس علوم الإعلام والاتصال، وظيفة مركزية على المستوى المنهجي، فقد عنيت حصريا بتحليل الرسائل الإعلامية، ويعتمد هذا المنهج على عدد من المسلمات، حيث يجمع بين مستويين؛ مستوى التعبير (العالم الخارجي والمادي من الدلالات والأصوات والإيماءات والملابس والصور)، مستوى المحتوى (العالم الداخلي من الدلالات والأفكار والمفاهيم والتمثيلات)⁽³⁾.

تسمح المقاربة السيميائية بإعطاء صورة دقيقة بما فيه الكفاية عن الخصائص غير البارزة للرسالة، ويوجد في عالم الرسائل الإعلامية عدد من الرسائل تستطيع إعطاء الفرصة لقراءة ضمنية (عدة معاني ترتبط بالعلامة نفسها)، وتشكل الرسالة الصورية الإشهارية نموذجا خاصا للرسالة الإعلامية، حيث توفر قراءة ضمنية واضحة بما فيه الكفاية⁽⁴⁾.

4- المقاربة التواصلية : l'approche communicationnelle

إنّ تعاريف التواصل برمتها تعكس بشكل ضمني أهمية المضمون و العلاقة في تأسيس التفاعل، هكذا نجد جون دبوا يقول في معجمه اللساني: "التواصل الكلامي بين شخص متكلم الذي ينتج ملفوظا موجهها إلى متكلم آخر، وهذا المخاطب يلتمس الاستماع أو الجواب الصريح أو المضمّر حسب نمط الملفوظ"

(1) - أنور مجيد سيروان، التحليل التداولي للنص السياسي دراسة في وسائل الإعلام المقروءة، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2018، ص27.

(2) - خالف أمال، مالفني عبد القادر، مقاربات تحليل الخطاب، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج3، ع13، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021، ص176.

(3) - Stéphane Olivesi (dir), introduction a la recherche en SIC, presses universitaires de grenoble, 2007, p135.

(4) - أ.لارامي، ب. فالي، مرجع سابق، ص245.

والسلوك الحوارية حسب جون دبوا ينطلق من مفهوم التبادل الكلامي وهو الوحدة الحوارية الدنيا التي تمكن ممثلي الخطاب من المشاركة في الحوار حسب الدور التلفظي لأطرافه، ولن تتم عملية التبادل إلا بتفعيل مضمون حوارية بين طرفي العلاقة الحوارية فهناك من جهة الانتاج والتوجيه وهناك من جهة ثانية الاستماع والحوار وهي سلوكيات حوارية مؤسسة للتفاعل التواصلي بين أطراف الحوار⁽¹⁾.

يشكل التفاعل التواصلي ماهية الحوار ومكونه الأساسي، إذ لا يخلو أي حوار فعال من تفاعل تواصلي بين أطرافه، ومن أجل الوقوف على خصائص التفاعل التواصلي يتوجب الاستعانة بمقاربتين: المقاربة التواصلية، والمقاربة التداولية⁽²⁾.

5- مقارنة تحليل المحادثة *l'approche conversationnelle* :

وتشمل التفاعلات الرمزية، وإثنوغرافيا التواصل، والإثنوميتودولوجيا التي تهتم بتحليل الأحاديث اليومية الجارية بين الناس في ممارستهم لنشاطاتهم الاجتماعية المختلفة، فقد أصبحت المحادثة منذ بداية الستينات مثار اهتمام أبحاث عديدة في علوم عديدة⁽³⁾. وقد استخدم هيريتاج وجرينباش وهاتسي هذه القواعد لتحليل الأحاديث والحوارات في وسائل الإعلام المختلفة، وركز هيريتاج على الصيغ التي يستخدمها من يقومون بإجراء الأحاديث ضمن نشرات الأخبار لتلخيص ما قاله المتحدثون، حيث يؤكدون على نواحي معينة، ويهملون جوانب أخرى⁽⁴⁾.

ذلك أنّ الطبيعة المركبة للمحادثة الناتجة عن كونها نشاطا لغويا تفاعليا آنيا يتم تبادله بين متكلمين متعددين تقتضي أن تتوافر لها عناصر عديدة حتى ترسم معالمها، مثل الجوانب العاطفية والتفاعلية وما يتداخل فيها من أساليب حجاجية، برهانية أو سردية أو وصفية، فمن شأن ذلك أن يكون مؤشرا على مقتضيات الحديث من انفعالات مختلفة مثل: الفرح أو الغضب أو مواصلة الحديث أو قطعه، بالإضافة إلى طريق التأدية المختلفة التي تتساير مع المقامات المختلفة ولهذا تعنى المحادثة بتحليل النشاطات الكلامية اليومية التي توضح علاقة الأفراد والجماعات من الناحية اللسانية والاجتماعية، فهي في مظهرها اللساني واقعة لسانية، وهي في مظهرها الاجتماعي وحدة لغوية تدل على تحديد الهويات والطبقات الاجتماعية، واستعمالها⁽⁵⁾.

6- المقاربة الإثنوغرافية *l'approche Ethnography* :

يهدف البحث الإثنوغرافي إلى الوصول لفهم متعمق للطريقة التي يتبعها الأفراد المنتمون إلى الثقافات المختلفة والثقافات الفرعية في إدراك معنى واقع حياتهم التي يعيشونها، فالمعنى الحرفي لكلمة "الإثنوغرافيا" هو "الكتابة عن الثقافة"، ويقوم الإثنوغرافيون بالمضي داخل العوالم الاجتماعية للسكان الموجودين في مجتمع بحثهم، بينما يوجد أولئك الإثنوغرافيون خارج هذا المجتمع حيث يقومون حيث يقومون بملاحظة وتسجيل الحياة الاجتماعية المتواصلة لأفراد هذا المجتمع، وذلك عن طريق تقديمهم وصفا مكثفا لهذه البيئة

(1) - محمد نظيف، الحوار وخصائص التفاعل التواصلي دراسة تطبيقية في اللسانيات التداولية، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2010، ص 22-23.

(2) - المرجع نفسه، ص 15.

(3) - بشير إيرير، مرجع سابق، ص 75.

(4) - محمد شومان، إشكالية تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية، الدراسات المصرية نموذجاً، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة المنيا، أبريل 2004، ص 19.

(5) - بشير إيرير، مرجع سابق، ص 76.

الاجتماعية وللحياة اليومية للأفراد الذين يعيشون في هذه الأماكن⁽¹⁾. وتسمى الإثنوغرافيا "دراسة الأعراق"، والتي هي عبارة عن وصف وتحليل وتفسير لثقافة مجتمع أو مجموعة من الأفراد، أو نظام ما، وتركز على الأفعال والمعتقدات، واللغات، ونمط الحياة لهؤلاء الأفراد أو المجتمعات أو النظام، وإن إستراتيجية جمع البيانات تؤدي للحصول على تصورات الناس وسلوكياتهم ومعتقداتهم في بيئات اجتماعية وعلى اعتبار أن الثقافة هي مجموعة من السلوكيات والمعتقدات والأفكار التي تحدد معايير ذلك المجتمع، فإنه تفترض الإثنوغرافيا إن أية مجموعة من الناس تتفاعل فيما بينها لفترة من الزمن ينشأ عنها ثقافة، والإثنوغرافيا لها خلفية موضوعية عن علم الاجتماع وعلم الأجناس Anthropologie⁽²⁾.

وتتمثل الإثنوغرافيا في الملاحظة وتحليل الجماعات الإنسانية بخصوصيتها قصد استرجاع قدر الإمكان حياة كل منها، وتركز على الوصف الدقيق للجماعات الاجتماعية، فالبحوث الإثنوغرافية لها جذورها في الأنثروبولوجيا، وتتميز بفترات طويلة من الملاحظة المباشرة والعمل الميداني، وتهدف إلى السماح للباحث أن يرى موضوعا ما من إطار مرجعية المبحوث⁽³⁾.

7- المقاربة البيوغرافية l'approche Biography :

عرفت هذه المقاربة بين المشتغلين بالبحث الاجتماعي في الدول المتقدمة تحت اسم السيرة والسيرة الذاتية، ويرجع الاهتمام بها إلى الربع الأخير من القرن العشرين، وهذه المقاربة عبارة عن تجميع وتحليل، ووصف متعمق للحياة بأكملها، أو جزء منها، تتم عادة بواسطة مقابلة متعمقة غير مقننة، تدعم بالمقابلة شبه مقننة، والوثائق الشخصية، ويركز هذا الأسلوب على وضع الفرد داخل سلسلة العلاقات الاجتماعية، والأحداث التاريخية⁽⁴⁾.

تعتبر السيرة والسيرة الذاتية بمثابة مقارنة في البحث الكيفي، تقوم على تجميع معلومات من المفحوص نفسه أو أقاربه والمحيطين به، أو وثائق متوفرة عنه من خلال المقابلة المتعمقة وتحليلها من أجل تقديم وصف لحياته بأكملها ووضع المفحوص في سياق الأحداث وخبرات الحياة⁽⁵⁾.

قد تهتم المقاربة البيوغرافية بموضوع مهني واحد، كما يمكن تطبيقه أيضا في دراسة أي تشكيلة اجتماعية أخرى ذات أبعاد ديموغرافية محدودة (حي حضري، قرية صغيرة، جمعية خيرية...)، فالفكرة الأساسية للعملية تتمثل في العمل على توجيه سير التجارب الشخصية نحو نقطة التقاء مركزية وموضوع مشترك، يفترض أن يكون المبحوثين أعضاء مشاركين فيه وملاحظين خارجيين في نفس الوقت، مثل موضوع التغيير الاجتماعي في قرية ما، تجربة المهاجرين، تجربة ممارسة إعلامية في بلد ما، إن هذا الالتقاء يحدث بالضرورة بعض الإشباع المعلوماتي، لأنه يسمح لنا بفرز الخصائص الذاتية الملازمة للمبحوثين عن العناصر المشتركة والمهيكل للظاهرة الاجتماعية أو الإعلامية⁽⁶⁾.

(1) - شارلين هاس بيير، باتريشيا ليفي، مرجع سابق، ص:388.

(2) - عامر قنديلجي، إيمان السمراي، مرجع سابق، ص:225.

(3) - Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick, "Mass Media Research, An Introduction", Wadsworth, 8ed, Boston, USA, 2006, p145.

(4) - علي عبد الرزاق جلي، المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2012، ص 219-220.

(5) - المرجع نفسه، ص:221.

(6) - فضيل دليو وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، ط.2، مخر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، قسنطينة، 2012، ص:264.

8- المقاربة التفاعلية في فرنسا وسويسرا *L'approche interactionnelle en France et en suisse*

تتعلق هذه المقاربة بنشاطات الأفراد، مثل الدعوات والاستعلامات والاقتراحات والطلبات وغيرها، وقد طور هذا النموذج رولي وأتباعه، ويدرس وظيفة الخطاب والملفوظات المتنوعة التي تشكله، وعلاقات بعضها ببعض ومستويات تحليلها التفاعلية والبنوية والوظيفية⁽¹⁾.

رابعاً: تصنيف بحوث الإعلام والاتصال والمقاربات الكيفية الملائمة لها:

لقد صنف الباحث هارولد لاسويل البحوث الإعلامية المعاصرة إلى خمس مجالات هي:

المجال الأول: بحوث القائم بالاتصال، أو حارس البوابة أو من قال؟

المجال الثاني: بحوث المضمون أو الرسالة، أو ماذا قيل؟

المجال الثالث: بحوث الوسيلة أو القناة، أو كيف قيل؟

المجال الرابع: بحوث الجمهور أو المستقبلين، أو لمن قيل؟

المجال الرابع: بحوث التأثير أو بأي تأثير على الفرد أو المجتمع؟⁽²⁾

بحوث القائم بالاتصال:

- المقاربة التواصلية
- المقاربة الإثنوغرافية
- المقاربة البيوغرافية
- المقاربة التفاعلية

بحوث المضمون أو الرسالة:

- مقارنة تحليل الخطاب
- مقارنة تحليل المحادثة
- المقاربة السيميائية
- المقاربة التداولية

بحوث الوسيلة أو القناة:

- المقاربة التفاعلية
- المقاربة السويسرية تقنية
- مقاربات خاصة باتصال المؤسسات مثل الذكاء الاقتصادي.

بحوث الجمهور أو المستقبلين:

(1) - بشير إيرير، مرجع سابق، ص 76-77.

(2) - سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 24.

- المقاربة التواصلية
 - المقاربة الإثنوغرافية
 - المقاربة البيوغرافية
 - مقارنة تحليل المحادثة
- بحوث التأثير:

- المقاربة التفاعلية
- مقارنة التمثلات الاجتماعية
- المقاربة التواصلية

خاتمة:

- تمثل المقاربات الكيفية مخرجا منهجيا من إشكالية طغيان الاتجاه الكمي في بحوث الإعلام والاتصال، خاصة مع التحديات المنهجية التي تطرحها علينا البيئة الإلكترونية التفاعلية.
- إنّ المبررات المعروضة وغيرها، كافية لضرورة توظيف المقاربات الكيفية في بحوث الإعلام والاتصال.
- إنّ توظيف المقاربات الكيفية في بحوث الإعلام والاتصال حتمية لا مناص منها، وذلك لملائمة هذه المقاربات وقدرتها على استقراء واستنطاق موضوعات وقضايا هذه البحوث.
- تعتبر مقارنة تحليل الخطاب أهم المقاربات الكيفية في تحليل المضامين الضمنية والمضمرة للخطاب الإعلامي على تنوع ضروبه، ففيه الخطاب السياسي، الخطاب الديني، الخطاب الإشهاري... وذلك بمراعاة جميع عناصر العملية التخاطبية، وهي نفسها عناصر العملية الاتصالية.
- يمكن الجمع بين أكثر من مقارنة كيفية في دراسة الظاهرة الإعلامية حسب طبيعة موضوع الدراسة، فدراسة تعرض الجمهور للمضامين الإعلامية مثلا نجمع بين المقاربة الإثنوغرافية، والمقاربة التواصلية، والمقاربة البيوغرافية...
- ضرورة التأصيل لبعض المقاربات الكيفية الحديثة، مثل المقاربة التداولية، حيث نجد توظيفها في التراث العربي كثير ولكن بمسميات أخرى، فنجدها عند الجرجاني، والجاحظ، وعلماء أصول الفقه، ولكن نظرا للجمود الفكري الذي طال مختلف أصناف العلوم في العالم العربي والإسلامي في حقب متتالية أدى إلى توقف الإنتاج الفكري، وحظيت الدول الغربية بشرف السبق في ظهور النظريات والمقاربات الحديثة في مختلف العلوم.
- ضرورة توظيف المقاربات الكيفية والكمية جنبا إلى جنب، حتى نحقق التكامل المنهجي في دراسة الظاهرة الإعلامية، وتطويع هذه المناهج لخدمة البحث العلمي وتصحيح مساراته.

قائمة المراجع:

- أنور مجيد سيروان، التحليل التداولي للنص السياسي دراسة في وسائل الإعلام المقروءة، ط1، عالم الكتب الحديث، إربد، 2018.
- بشير إبرير، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، ط1، عالم الكتب الحديث، إربد، 2010.
- حافظ إسماعيل علوي وآخرون، التداوليات وتحليل الخطاب، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017.
- شارلين هاس بيير، باتريشيا ليفي: البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، ترجمة هناء الجوهرى، ط1، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2011، ص:38.
- صابر محمود الحباشة، الأسلوبية والتداولية مداخل لتحليل الخطاب، ط1، عالم الكتب الحديث، إربد، 2011.
- عامر قنديلجي، إيمان السمرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، ط1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلامي، الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2015.
- علي عبد الرزاق جلي، المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع، ط1، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2012.
- عماد عبد اللطيف، تحليل الخطاب السياسي، السلطة، المقاومة، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
- فضيل دليو وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، ط2، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، قسنطينة، 2012.
- مادلين غراويتز، مناهج العلوم الاجتماعية، ترجمة سام عمار، ط1، المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف والنشر، دمشق، 1993.
- محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1984.
- محمد نظيف، الحوار وخصائص التفاعل التواصلي دراسة تطبيقية في اللسانيات التداولية، ط1، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، 2010.
- منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014.
- منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
- نوال بومعزة، محاضرات في تحليل الخطاب دروس وتطبيقات، المطبوعات البيداغوجية لكلية الآداب والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2012-2013.
- المقالات:
- أميرة محمد محمد سيد أحمد، تحليل الخطاب الإعلامي مدخل نظري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مج 08، ع03، 2019.
- خالف أمال، مالفى عبد القادر، مقاربات تحليل الخطاب، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج3، ع13، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021.
- محمد شومان، إشكالية تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية، الدراسات المصرية نموذجاً، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة المنيا، أبريل 2004.
- هشام صويلح، دراسة الخطاب الإعلامي في ضوء مقاربات تحليل الخطاب، مجلة مصداقية، مج1، ع2، المدرسة العليا العسكرية للإعلام والاتصال، جوان 2020.
- رسائل ومذكرات جامعية:
- خليل عطا ابراهيم أبو سردانة، تداولية الحوار في سورة الأعراف، رسالة دكتوراه في اللغة العربية، اللغة والنحو، قسم اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة اليرموك، 2012.

- عيشة كعباش، أطروحات الدكتوراه في الإعلام والاتصال في الجامعات الجزائرية والفرنسية دراسة تحليلية مقارنة 2000-2010، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2017-2018. للإعلام والاتصال، جوان 2020.

- المراجع الأجنبية:

- Jean de Bonville, l'analyse de contenu des medias, de la problématique au traitement statistique, éditions de boeck université, Bruxelles, 2006, p31.
- Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick, "Mass Media Research, An Introduction", Wadsworth, 8ed, Boston, USA, 2006, p145.
- Stéphane Olivesi (dir), introduction a la recherche en SIC, presses universitaires de Grenoble, 2007.