الدراسات الاعلامية والمزج بين الادوات البحثية الكمية والكيفية

أ.م.د. نجوي محمد الجزار*

ملخص الدراسة:

يعد المنهج الكيفي أو النوعي في البحث العلمي أحد أقوي مناهج البحث التي تستخدم لفهم كافة المعلومات المتعلقة بالظواهر الاجتماعية والتسويقية، حيث يمكن من خلال هذا المنهج دراسه الاسباب الخفية وراء حدوث هذه الظواهر ودراسه السياق الذي تحدث فيه بشكل متعمق يتميز بالدقه والشمول، مما يمكن الباحث من تحليل ومناقشه نتائج دراسته بناء علي نتائج دراسته المتعمقه وتأويل النتائج في ضوء الاطار النظري.

وهناك الكثير من الادوات والطرق التي يمكن استخدامها في البحوث الكيفية في الدراسات التسويقية العملية، حيث يتم تطويعها لتحقيق الهدف من الدراسه. ومن خلال جمع البيانات، يبدأ الباحث في تحليل البيانات باسلوب خاص يعتمد علي أجزاء دليل المقابله المقسمه طبقا الموضوعات التي تمت مناقشتها مع المشاركون.

وتعتمد أغلب الابحاث الاكاديمية العربية في مجال الاعلام علي المنهج الكمي في جمع المعلومات وتحليلها من خلال تحديد الجمهور والعينة ثم استخدام التحليل الاحصائي للنتائج، والذي يعتمد كليه علي النتائج المنطقية والموضوعية للارقام والعلاقات الاحصائية. أما المنهج الكيفي فيعتمد في جمع البيانات علي المقابله المباشره مع عينات الدراسه ويستخدم اساليب غير مباشرة تعتمد علي دراسات علم النفس projective techniques وهي معلومات من الصعب الحصول عليها في البحوث الكميه التي لا تساعد المبحوث علي التعبير عن آرائه وشعوره بحريه كامله.

لذا من واقع الخبرة العملية في اجراء البحوث الكيفية وأيضا الاشراف علي الابحاث الاكاديميه، تسعي هذه الورقه الي تضييق الفجوه بين استخدام المنهج الكيفي في الدراسات الاكاديمية واستخدامه في دراسات السوق العملية، وذلك بإلقاء الضوء علي المعايير التحليلية والاخلاقيه التي يجب اخذها في الاعتبار عند استخدام التحليل النوعي في البحوث الاكاديمية.

الكلمات الدالة:

المنهج الكيفي، المنهج الكمي، وسائل التواصل الاجتماعي، الصدق والثبات في مناهج البحث.

* وكيله كلية الألسن الإعلام للدراسات العليا والبحوث بجامعة مصر الدولية سابقا

Mass Media Studies and the Mix between Quantitative and Qualitative Research Methods

Prof. Nagwa El Gazzar*

Abstract:

Qualitative research is considered one of the strongest research methods used to understand and analyze information relevant to social and marketing phenomenon, since the researcher can reach the hidden reasons behind these phenomenon in a deeper, specific and integrated manner. Qualitative methods allow the researcher to analyze and discuss the results of the study based on deep analysis and relate the results to the defined theoretical frame of the study.

Marketing research agencies use many qualitative tools and ways, and they can tailor the tools in many ways to achieve the purpose of the study. During data collection, the qualitative marketer starts to analyze the information, in his own specific way based on the parts of the discussion guide that is divided into defined segments of topics that have been discussed with the participants.

Most of Arab academic researches rely on the quantitative research methodology in data collection and analysis, passing by steps of defining population, sample selection and using statistical analysis to get the results. The steps of conducting quantitative research rely heavily on logic and objective results of numbers and statistical correlations, while the qualitative methodology depend on direct contact with the interviewee and uses indirect projective techniques based on the science of psychology, which allow the researcher to get information that is difficult to reach in quantitative surveys that doesn't assist the interviewee to freely express his own feeling and his own opinion as in qualitative methodology.

Therefore, based on practical experience in conducting and analyzing qualitative market research, and also in supervising academic research, this paper aims to reduce the gap between using qualitative research in academic studies and its use in practical market research. This paper will shed light on the analytical and moral standards that should be taken into consideration when using qualitative analysis in academic research.

Key words: Qualitative technique, Quantitative technique, Social Media, Validity and reliability in research.

* **Former vice dean for graduate studies and research - Misr International University**

مقـــدمه:

يسعي البحث العلمي بصفة عامة الي جمع المعلومات وتفسير الظواهر وتحليلها باستخدام المنهج الكمي أو المنهج الكيفي أو كلاهما. فالمنهج الكمي يركز علي تحليل الظاهرة في إطار أرقام واحصائيات ويستخدم اسلوب المقارنة حتي يمكن للباحث تعميم النتائج التي تم الحصول عليها من خلال عينة ممثله للجمهور، واختبار صحه الفروض. ويعتمد التحليل الكمي علي جمع المعلومات وتحليلها بناء علي المنطق باستخدام التحليل الإحصائي وذلك من خلال جمع البيانات باستخدام أدوات محدده مثل استماره الاستقصاء، واختيار العينات الاحتماليه وفحص الصدق والثبات، وذلك من أجل اختبار صحة الفروض والإجابه علي تساؤلات الدراسه، وتعرض النتائج من خلال جداول وأشكال بيانيه. (Ghanad, A., 2023)

أما البحوث الكيفية فتركز علي تحليل البيانات والمعلومات غير الكمية باستخدام عينات صغيرة نسبيا وغير احتمالية ، وتعني بالشرح والتفسير من أجل تحقيق فهم اعمق لانماط المشكله البحثية والمعاني وتفسيرها في سياقها، وذلك من خلال ماتوفره اساليب البحوث الكيفية للباحث من فرص للاقتراب من الظاهرة التي يدرسها وتمكنه من التفاعل المباشر مع المبحوث. وتأتي أهميه دعم المنهج الكمي باستخدام الادوات الكيفيه من ملائمة المزج بين المنهجين للموضوعات البينية التي تتطلب اقتراب الباحث من المبحوث، وكذلك قدرة المنهج الكيفي علي التحليل المتعمق لتأثير البيئة الرقمية التي نعيشها حاليا، وخاصه تحليل التأثيرات المختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي علي الجمهور,

وفي مجال البحث الأكاديمي، هناك اتجاه عام في البحوث العربية نحو استخدام البحوث الكمية، واجراء التحليل الاحصائي بواسطه خبراء الإحصاء، مما يجعل عملية اثبات صحه الفروض والإجابة علي التساؤلات عملية ميكانيكيه تعتمد علي التحليل السطحي لارقام ونسب. وكثيرا ما يتجنب الباحثون استخدام الأدوات الكيفية والتي تعتمد علي التحليل والتفسير، حيث رصدت احدي الدراسات العربية الاتجاهات البحثيه في عينة من البحوث والدراسات العربية والاجنبية في الفتره من ٢٠١١ الي ٢٠٢١، وتوصلت الي أن معظم البحوث اغرقت في استخدام المعاملات الاحصائية، ولم تعط اي اهتمام لتفسير تلك المعاملات، بينما لم تحظي البحوث الكيفية والتجريبية باهتمام المدرسة الاكاديمية العربية وكانت أقل ادوات التحليل استخداما هي الأدوات الكيفية، وأهمها اداه الملاحظة وآداه المقابله (صالح ، فاطمة الزهراء، ٢٠٢٤).

أهمية ورقه العمل:

تدعو هذه الورقه الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية الي المزج بين كل من الأدوات البحثية الكمية والادوات الكيفيه، خاصه بعد انتشار اجراء الاستبيانات عن طريق الانترنت، مما أضعف معاملات الصدق والثبات في النتائج بالرغم من كبر حجم العينة، حيث يكون الباحث بعيدًا تمامًا عن المبحوث ويقوم المبحوث بالاستجابه لاستماره الاستبيان عن طريق التليفون المحمول.

الأدوات البحثية بين الكم والكيف:

وتختلف البحوث الكمية عن البحوث الكيفية من حيث أسلوب التحليل حيت في البحوث الكمية يتم تحليل البيانات من خلال المقارنات الرقمية والتحليل الاحصائي أما في البحوث الكيفية فيتم تحليل البيانات من خلال تحديد ابعاد مشكله الدراسة بناء علي توصيف المبحوثين أو الجمهور المستهدف . فالبحث الكمي يتميز بهيكل محدد مسبقا وموضوعي objective لذا من السهل قياسه، أما المنهج الكيفي فهو استشكافي يعتمد علي تحليل الموقف context وعلي قدره الباحث في استنباط المعلومات والربط بينها ويستطيع الباحث بناء علي الموقف أن يكون مرنا في ترتيب الأسئله وصياغتها، في حدود أهداف الدراسه. أضف الي ذلك أن كل أدوات البحث الكمي تستخدم أدوات التحليل الاحصائي بسهوله من خلال برنامج التحليل الاحصائي SPSS أما أدوات البحث الكيفي فتستخدم في تحليل النصوص والخطاب الإعلامي وتحليل المشاعر Sentiment analysis لذا فهي تناسب الي حد كبير الموضوعات الاثنوجرافيه التي لا تهتم بالارقام ولكن تهتم بالتوصيف الدقيق والتحليل المتعمق (Sauners et al, 2003). واصبح اليوم في الإمكان استخدام برامج جديدة للتحليل النوعي، وتستخدم علي نطاق واسع في تحليل المشاعر وتحليل المعلومات الضخمه مثل تحليل التعليقات علي محتوي وسائل التواصل الاجتماعي.

حدد أحد الباحثين التحديات التي تحد من استخدام الباحثين للبحوث النوعية بتحديات ذاتيه معرفيه تتمثل في فهم طبيعة البحث النوعي وكيفيه تحليل بياناته وعرض نتائجه، وتحديات اكاديميه تتمثل في ندره الأبحاث العلميه المنشورة الذي يستخدم الابحاث النوعيه والتي يمكن أن يرجع اليها الباحث في دراسته. وقارنت الدراسه بين البيانات التي يحصل عليها الباحث من الاستبيانات، والتي لا يمكن الجزم بجديه وتركيز المبحوث اثناء استجابته وفهمه لفقراتها ومدي رغبته بالمشاركه في الدراسه، وبين البيانات التي يحصل عليها الباحث الكيفي من المقابلات والملاحظه حيث يعايش الباحث المشكله مباشره ويلاحظ المشاركين من حيث التغيرات في نبرات صوتهم وتعبيرات الوجه التي تؤكد صدق المعلومات التي يتوصل اليها. فالباحث النوعي أو الكيفي يعتمد علي مهارته في اجراء المقابله وإعادة صياغه الأسئله وتحليل البيانات وتبويب المعلومات وإعادة ترتيبها، وبالتالي فهو يسمح للمبحوث بالتعبير عن وجهه نظره بأسلوبه الخاص ويحصل علي البيانات في نفس البيئه الاجتماعية والاقتصادية والسياسيه التي يعيش فيها المبحوث، مما يتيح له التعمق في فهم المشكله البحثية والتوصل الي حلول بشأنها (الشرحة، ٢٠٢٤)

واوضحت دراسه كنديه في مجال الصحة العامة أهمية البحوث الكيفية لطلبة الدراسات العليا كمدخل اولي خاصة فيما يتعلق بالدراسات في مجال الصحة، حيث تتميز الدراسات الكيفية بالمباشرة والوصف الغني للاحداث وخبرات المبحوثين، لأنها تسمح بالمرونه في اختيار العينة واستراتيجيات جمع البيانات مما يجعلها مناسبة للعديد من التخصصات في مجال العلوم الاجتماعية والانسانية. حيث تتميز بالتركيز علي المبحوث والتقرب منه (Hall, S.& Liebenberg, L, 2024)

لماذا نحتاج استخدام المنهج الكيفي في العلوم الاجتماعية والانسانية:

عرف أحد الباحثين البحث الكيفي بأنه" الدراسه التي يمكن القيام بها في السياق أو الموقف الطبيعي، حيث يقوم الباحث بجمع البيانات، ثم يحللها بطريقه استقرائيه مع التركيز علي المعاني التي يذكرها المشاركون، واستخدام لغه معبره ومقنعه مستمده من التقاليد المميزه لمنهج البحث العلمي. وذكر د النايلي أنه من اجل تحقيق الدقه في النتائج عند البحث في وسائل التواصل الاجتماعي يمكن استخدام اسلوب الملاحظه الميدانيه والمجموعات المركزة حيث يكون الباحث جزءا من المجموعه التي يدرسها ويمكنه تحليل مايراه ويسمعه داخل المجموعه(النايلي، خالد،٢٠١٩).

نتفق جميعا علي أن مستقبل الدراسات الإعلامية في الموضوعات البينية مع علوم السياسة والاقتصاد والاجتماع وعلم النفس وعلوم الحاسب وغيرهم من العلوم الانسانية والتطبيقية. وفي ظل الإعلام الرقمي، اصبح استخدام التحليل الكيفي ضرورة حتمية لتحليل التغيرات الاجتماعية والسياسية والنفسية – خاصة في وسائل التواصل الاجتماعي، ولا يعني ذلك الاقلال من اهميه البحوث الكمية التي تتمتع بدرجات اعلي من الثبات ويمكن تعميمها (Butcher 2022).

فنحن كباحثون اكاديميون نحتاج الي استخدام ادوات البحث الكيفي خاصة عند التعامل مع المجموعات الهشه من اجل تحقيق التفاعل العاطفي بين الباحث والمبحوث. نحتاج أيضا الي استحداث مناهج بحث ابداعيه للحوار والاستماع الي المبحوث وهو مالا تستطيع مناهج البحث الكمية توفيره – خاصة في الموضوعات البينية التي تتعلق بالالم النفسي والجسدي مثل الدراسات التي تتعلق باللاجئين والتنمر والعنف. فالبحوث النوعية تسمح للمشاركين بالتعبير باسلوبهم عن وجهات نظرهم ويستطيع الباحث أن يستنتج معلومات عن المبحوث من اسلوب حديثه وتفكيره، ويتعرف علي مايتمتع به المبحوث من مهارات، وهي معلومات لا يمكن للباحث الحصول عليها من الجداول الاحصائية، كما تسهم المقابلات المباشرة مع المبحوثين في طرح التوصيات وايجاد حلول حقيقيه لمشكلات واقعية (الشرحة، اشرف، ٢٠٢٤).

في البحوث الكيفيه تتحول بيئه العمل الي نوع من العلاقه الاجتماعيه التي تنمو بمرور وقت اجراء الدراسه.، فهناك تفاعل يحدث بين الباحث والمبحوث نتيجه الثقه والمعايير الاخلاقيه التي يؤكدها الباحث للبمبحوث والجلسه المريحة التي تؤدي الي فهم السياق والتعاون وتسهم في ان يعبر المبحوث عما بداخله.

ويؤكد أحد الباحثين انه في ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي اصبح استخدام المنهج الكيفي ضروره لدراسه اشكال التفاعل الاجتماعي الجديد وكيف تتدخل هذه الوسائل في التأثير علي المجتمع من أجل الاستفادة من ايجابياتها والحد من سلبياتها، حيث المناهج الكمية تعبر عن الخصائص الديموجرافيه والاجتماعية وكثافه الاستخدام ولا تدرس بعمق تأثير وسائل التواصل الاجتماعي علي الفرد (النايلي، ٢٠١٩).

الاستراتيجيات في مناهج البحث الكيفية:

هناك العديد من الاساليب السيكولوحية المستخدمه projective techniques في البحوث الكيفية في المقابلات المتعمقه والمجموعات المركزه الصغيرة (diads and triads) مثل أن

يطلب الباحث من المبحوث ذكر قصه عن اي شيئ يريد ان يحكيه وليس بالضروره ان يكون عنه – مثل الطبيب النفسي storytelling والتي في اثناءها يتجنب الباحث القاء الأسئله ويركز علي الاستماع . يعطي هذا الأسلوب الفرصه للمبحوث لتذكر المواقف والمعلومات والتعبير عن مشاعره.

وهناك ايضا أسلوب ترتيب الصور التي تعبر عن شعور ما collage حيث تساعد الاساليب المختلفه للصور مثل body mapping, storytelling and drawing غير المتعلمين والمجموعات الهشه علي التعبير عما بداخلهم من خلال تحليل الرموز داخل الصور (Small, M & McCrory, 2023).

ويستخدم الكثير من باحثي السوق اسلوب شخصيه الاسم التجاري brand personification ، حيث يطلب من المبحوثين تخيل الاسم التجاري علي أنه شخص ويسأل عن نوعه الجندري وماذا يرتدي وماذا يسمع ونوع سيارته وكيف يتعامل مع الآخرين، حيث يعبر بأسلوب غير مباشر عن عناصر إدراكه للمنتج أو الاسم التجاري، وكذلك يعبر بأسلوب سهل عن مكانه الاسم التجاري بين المنتجات المثيله.

الصدق والثبات في كل من البحوث الكمية والكيفية

هناك العديد من الدراسات الحديثه التي اوضحت محدوديه النتائج المرتكزه علي استمارات الاستقصاء الكمية اعتقادا من الباحثين انهم نجحوا في تحليل آراء المبحوثين من خلال اجاباتهم وتمكنوا من اختبار صحه الفروض والاجابه علي أسئله الدراسة. ولكنهم في الواقع لم يقتربوا من المبحوثين. وبدأ الباحثون يتطلعون الي استخدام البحوث الكيفيه للحصول علي اجابات لا تستطيع استمارات الاستقصاء ولا البحوث التجريبية ولا تحليل البيانات الضخمه توفيرها، حيث أن تحليل استمارات الاستقصاء – خاصة التي تجري عن طريق الانترنت - لا تقدم التبرير الكافي لآليات هذه النتائج وكيف ولماذا حدثت نظرا لضعف الصدق والثبات في الدراسه الكمية(Edin et als, 2022).

وإذا ماقارنا بين مقاييس الصدق والثبات في كل من الأدوات الكمية والكيفية، نجد ان حجم العينة الكبير في البحث الكمي مقارنه بحجم العينة الصغير في الادوات الكيفية يحقق المصداقيه لكن نوع العينة – كونها غير احتماليه – عينة متاحة- في حاله الاستبيان الموزع عن طريق الانترنت - يضعف من مقياس المصداقية والثبات. بينما في البحث الذي يستخدم المنهج الكيفي، بالرغم من حجم العينة الصغير نسبيا مقارنة بالبحث الكمي إلا أن العينة العمدية التي يتم اختيارها في ضوء خصائص معينة يمكنها – من خلال التلاحم المباشر بين الباحث والمبحوث – أن تفسر الكثير من أقوال المبحوث من خلال منحه الفرصه للتعبير بحريه مما يحقق الثبات بدرجه عاليه عند اعادة اجراء نفس الدراسه.

لذا فإنه من أجل تحقيق الصدق والثبات عند تقييم نتائج لبحوث الكيفية، يجب علي الباحث أن يوضح كيف توصل الي الاستنتاجات، ولماذا يجب أن يصدقها القاريء. فالباحث الكيفي لا يجمع فقط المعلومات ولكن أيضا يضيف اليها من خبرته في تحليل اللقاء مع المبحوث، حيث في المقابلات المتعمقه والملاحظه لا يعتمد فقط علي اجابات المبحوث ولكنه يستنتج المعلومه من خلال التفاعل المرئي بينه وبين المبحوث ومن خلال مهارته في تعديل صياغه الأسئله واعطاء

الفرصه للمبحوث للتعبير عن رأيه، وتحليل البيانات بالربط بين استجابات المبحوث للاسئله المختلفه – وهذا مايجعل البحوث الكيفيه تتميز بالقوه. (الشرحه، ٢٠٢٤)

ويؤكد كتاب "الثقافة الكيفية" Qualitative Literacy عن وجوب أن يكون للبحث الكيفي اسس وخطوات ولغه خاصة به حيث يختلف تماما عن المناهج الكمية، من منطلق أن يتم دراسة وجمع المعلومات في العلوم الاجتماعية والانسانية بأساليب منطقية وعقلانية. ويتطلب ذلك تفاعل الباحث مع مناهج البحث المختلفة. لذا فمن أساسيات تطبيق البحث الكيفي في الدراسات الأكاديمية أن يوضح الباحث في المقابلات المتعمقة كيف تم اختيار المبحوثين، ويوضح ايضا الأسس التي استند اليها الباحث في جمع البيانات والمعلومات من المبحوثين.

وليس بالضرورة أن تكون القواعد التي يتم علي اساسها اختيار العينة في البحوث الكمية تماثل قواعد اختيار العينة في البحوث الكمية، حتي يمكن أن يتحقق شرط الاختلاف الطبيعي heterogeneity في الاراء بين افراد العينة. وأيضا من قواعد اختيار العينة في المجموعات المركزة أنه من المفترض أن لا يعرف المبحوثين بعضهم حتي يستطيعوا أن يعبروا عن رأيهم بحريه في الحديث.

ولكن مثل كل انواع البحوث التجريبية، يبقي من الصعوبة بمكان تحقيق شرط تعميم النتائج علي الجمهور generalizability في البحوث الكيفية بسبب صغر حجم العينة. حتي باستخدام اسلوب العينة العشوائية في البحوث الكمية simple random sample يمكن ان يحدث اخطاء في اختيار العينة، حيث تهدف جميع قواعد اختيار العينة الي التحقق من أن الباحث قد استمع الي اصوات كل انواع المبحوثين الذين يجب الاستماع اليهم من اجل استخراج نتائج تتسم بدرجه عالية من الثقه reliable ، ومن أجل تشجيع الباحثين الاخرين علي التأكد من أن نتائج البحث الكيفي يمكن الاعتماد عليها، مما يعزز من الشفافية في النتائج وتعزز استخدام الباحثين لنتائج الدراسة الكيفية. ولكن تطبيق الشروط السابقة كافيه لمعرفة كيف ولماذا تم اختيار مبحوث ما في الدراسة (Small. M & Calarco J.,2022)

وهناك عدد من الشروط الأساسيه التي تحكم جودة البحث الكيفي ويجب أن يراعيها الباحث سواء في التخطيط للبحث الكيفي أو في كتابه التقرير وتحليل البيانات. **ففي البدايه** يجب أولا تحديد أهداف المقابله أو المعلومات التي يريد الباحث الحصول عليها، و**قبل اجراء المقابله** يجب علي الباحث الحصول علي موافقه المشاركين الطوعيه علي اجراء المقابله، والتحقق من انهم ينطبق عليهم مواصفات العينه المحدده مسبقاeligibility criteria كما يجب تجهيز دليل المقابله وتقسيمه الي أجزاء حيث كل جزء يحقق احد الأهداف التي تم تحديدها مسبقا، **وفي بدايه المقابله** يجب علي مدير الجلسه تعريف المشاركين ببعضهم وأيضا تعريفهم بالهدف من جمع البيانات والتأكيد علي الاحتفاظ بسريه البيانات واستخدامها فقط للبحث العلمي تحقيقا لشرط الاعتبارات الاخلاقيه في الدراسات الكيفيه. **وأثناء ادارة الجلسة** يمكن لمدير الجلسه moderator اضافه أو دمج بعض الاسئله في كل جزء، كما يجب أن يراعي عدم سيطره احد المبحوثين علي المقابله وأن يسمح لكل مبحوث التعبير باسلوبه عند الرد علي الأسئله. أما في **مرحله تحليل البيانات**، فيجب اضافه اقوال كل مبحوث بدون الإشاره الي أسماء بعينها ولكن بالاشاره الي خصائص المبحوث الديموجرافيه والمجموعه التي ينتمي اليها، وتوضع "كلمات المبحوث" بين قوسينin inverted commas. أما في المرحله الأخيرة وهي كتابه التقرير،

فيجب ضم عدد المقابلات او المجموعات المركزه التي تم اجراؤها تحت ابعاد أو عناوين مقسمه حسب اقسام دليل المقابله.

وهناك العديد من التحديات التي تواجه الباحث الأكاديمي عند استخدامه للمنهج الكيفي، تكمن في خبره مدير الجلسه وقدرته علي تنسيق أجزاء دليل المناقشه وتحويل مسار المناقشه أثناء اجراء المقابله أو المجموعه المركزة ليتماشي مع أهداف الدراسه، وايضا قدرة الباحث علي جذب اهتمام المبحوث وتحقيق التفاعل الإدراكي معه cognitive empathy وحثه علي التعبير عن رأيه وعدم التأثر بالاخرين. ويأتي التحدي الأكبر والذي يتطلب مهارة وخبره عاليه اثناء تحليل البيانات في ظل عده مقابلات أو مجموعات مركزة حيث يجب أن ينظر الباحث بعين الإعتبار الي السياق المرئي والخطابي للمبحوث، والذي يتم من خلال الشرح الوافي للتفاصيل الدقيقه للمقابله، ولا يتحقق ذلك من خلال اسئله تكون اجابتها نعم أو لا، وإنما يدفع المبحوث الي تقديم استجابات غنيه بالتفاصيل مثل، "هل يمكنك ان تذكر لي القصه كامله وبالتفصيل عما حدث" وتعطي له فرصه اوسع للتعليق probing

إذن اتفق اغلب الباحثين علي انه لا يوجد نقاط معينه يمكن تطبيقها علي كل الدراسات الكيفية "there is no one size fits all guideline for evaluating the quality of qualitative research"، ولكن هناك نقاط عامة يمكن من خلالها الحكم علي جودة الدراسه الكيفية:

- التفاعل الايجابي بين الباحث والمبحوث
- الاختيار الموفق والمبرر لعينه المبحوثين
- ذكر امثله من أقوال المبحوثين تأكيدا للمعلومات verbatims
- التحقق من مصداقيه أقوال المبحوثين
- الترابط بين اقوال كل مبحوث
- تحقيق الاهداف المحدده من الدراسه سواء الهدف العام من الدراسه أم الاهداف الخاصه بكل آداه.
- دعم الدراسه بدراسات سابقه واطار نظري محدد وتعريف المفاهيم بدقه
- عرض النتائج بأسلوب منطقي ومنظم(Yadav, D.,2022)

الأساليب الحديثة في اجراء التحليل الكيفي

حيث أن بدايات البحث الكيفي بدأت في علم الانثروبولوجيا ، إلا أن الاساليب البحثية الكيفية بدأت تحظي بالقبول وتستخدم في كثير من العلوم الاجتماعية – وليس جميعها. (Lester & O'Reilly, 2015) . فأثناء انتشار فيروس الكورونا، اضطر الباحثون الي اجراء المقابلات والمجموعات المركزه عن بعد واعتبره الباحثون نوعا من الابداع والتجديد في مناهج البحث. (Roberts et al., 2021)

كما ادت ظروف انتشار فيروس كورونا الي تبني مناهج بحث وجمع معلومات عن بعد، فاصبح الباحثون يجرون المقابلات المتعمقة واجراء المجموعات المركزة عبر الانترنت virtual qualitative research ، مما استدعي دراسه بعض النقاط الاخلاقية والعملية. وهناك العديد من المميزات لاجراء البحوث الكيفية عن بعد مثل امكانيه الوصول الي المجموعات المهمشه

والحصول منهم علي معلومات غنيه، وامكانيه التواصل مع المبحوثين في مناطق جغرافية متعددة، وبالطبع سهوله التسجيل وكتابة الحوار داخل المجموعه المركزة أو المقابله المتعمقه، مما جعل اجراء المقابلات عن بعد من أهم اساليب جمع البيانات الكيفية بعد انتهاء ظروف الكورونا، خاصة في البحوث الدولية التي تتطلب سفر الباحث أو المبحوث (Keen, S. et als, 2022)

ويمكن ارجاع التجديد في مناهج البحث الكيفي الي التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال وادوات التحليل الكيفي وبرامج تحليل البيانات الضخمة لمواقع التواصل الاجتماعي والدراسات التتبعيه الكيفية، بالاضافة الي ماتوفره وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة مثل تيك توك وانستجرام من امكانيه تحليل الصور والفيديوهات المرئيه في عده موضوعات مثل دراسات الصوره والهويه المجتمعية ودراسات النوع gender studies ، وإن كان هناك اتجاه من بعض الباحثين الي ضرورة التروي عند اجرا ء المقابلات عبر الانترنت حيث يؤدي الي السطحية في التحليل ويقلل من التفاعل الشخصي بين الباحث والمبحوث والذي يعد من مصادر قوه البحث الكيفي. فالابداع والتجديد في البحوث الكيفيه يتضمن الطرق والاساليب الجديدة في جمع أو استخراج المعلومات، الاساليب الحديثة في التحليل وتقديم النتائج (Lochmiller et als, 2023)

ومن الاساليب الابداعية في تفسير وتحليل المعلومات استخدام Gibbs reflective Cycle دائرة جيبس الانعكاسيه، وهي مجموعة مراحل تساعد علي التفكير المنطقي واتخاذ القرارات الصحيحة وتستخدم في التعلم education وفي التحليل النفسي، ابتدعها استاذ التعليم جراهام جيبس. وتتكون من خمس مراحل: الشعورfeelings ، التقييم evaluation ، التحليل analysis ، القرار conclusion واخيرا خطه العمل action plan حيث في المرحله الآولي يضع المبحوث توصيف لما حدث: ماذا حدث ومتي واين حدث، ومن شارك في الحدث، وماذا كانت النتيجة ثم في المرحله الثانية يستكشف الباحث رد الفعل العاطفي للمبحوث لما حدث حيث التعرف علي الاحاسيس والعواطف يوفر فهم اعمق لردود الفعل: اين كان اتجاه تفكيرك اثناء الحدث، ماشعورك قبل واثناء وبعد الحدث، ماذا تعتقد كان شعور الاخرين، ثم تبدأ مرحله تقييم الموقف أو الحدث الذي يساعد علي تقييم الموقف بموضوعية وملاحظه الانجازات ونقاط التحسين: ماالذي كان جيدا اثناء الحدث، ماالذي لم يكن جيدا، ماذا كان دورك اثناء الحدث، ثم تأتي مرحله التحليل او فهم لمذا حدث ذلك والذي يساعد علي تحديد العوامل التي اثرت في المبحوث اثناء الحدث وفهمه بعمق، ثم تأتي مرحله القرار أو كيف استفاد المبحوث من خبرته في حضور الحدث: ماذا تعلمت من هذا الحدث، ما الخبرات التي اكتسبتها بعد الحدث، مادا كان يمكن أن يحدث غير ذلك، واخيرا يحدد المبحوث الخطوات والاستراتيجيه التي سيطبقها وماالدروس التي تعلمها وسيطبقها في المستقبل (Naeem, M et al. 2021)

ومن أساليب التطوير الجديدة نسبيا استخدام الاثنوجرافيا الافتراضيه الكيفية ، حيث يندمج الباحث مع عينة من المشاركين ويسجل مع المشاركين يوميانه وافكاره ويدعمها بالصور، ويتشاركوا جميعا في مقابلة مكثفه علي الانترنت، ويقوم الباحث بالتحليل المتعمق للمحتوي علي الانترنت (نايلي، ٢٠١٩)

الخلاصة

ركزت هذه الورقه علي أهمية المنهج الكيفي في العلوم الاجتماعية والإنسانية وقدراته التي تتميز بالدقة والشمول في دراسه الظواهر الاجتماعية والتسويقية بجانب المنهج الكمي، وأهمية تشجيع استخدامه من اساتذه الإعلام كأحد مناهج البحث الرئيسه في الدراسات الأكاديمية حيث يمكن المنهج الكيفي الباحث من مناقشه نتائج دراسته وتأويل النتائج الكمية بتعمق بناء علي التحليل الكيفي. لذا يجب استخدام كل من أدوات المنهج الكمي بجانب المنهج الكيفي من أجل استخلاص نتائج عملية تخدم المجتمع وتحقق التنمية المستدامه من خلال الدراسات التي يمكن تطبيقها في الحياة العملية، ولا يتأتي ذلك إلا بالالتزام بالتصميم المتوازن لكل من المنهجين، ومراعاه خطوات تنفيذ المنهج الكيفي العملية من الناحية الأخلاقيه والنواحي العملية ثم التدريب علي استخلاص النتائج والربط بينها وبين أهداف الدراسه، وايضا الربط بين النتائج الكميه والكيفية. إن صغر حجم العينة –مقارنة بحجم العينة الكمية- لا يقلل من أهميتها ولا من جودتها إنما هو تعميق لتحليل المشكله البحثية وتحليل اجزاءها تحليلا دقيقا.

التوصيات:

يفتح استخدام البحث الكيفي آفاقا جديدة في مجال الدراسات الإعلامية، خاصة في ظل الثورة الرقمية التي نعيشها والتي اصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءا من الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي ، لذا فإن استخدام أدوات المنهج الكيفي بجانب البحث الكمي يعطي لأي دراسه بعدا تحليليا ويضيف إلي اهميتها ويسهم في تفسير النتائج الكميه.

يجب ان تهتم الجامعات في العلوم الانسانية والاجتماعية بالبحث الكيفي ، وتخصص له مساق دراسي كامل ويتم التدريب فيه علي برامج التحليل الكيفي. كما يمكن للجامعات أن تجهز مركز للابحاث research center يضم غرفه لإجراء المجموعات المركزه أو المقابلات المتعمقه ويتم تجهيزها بكاميرا وحجره للكنترول حتي يتدرب فيها الطلاب عمليا علي اجراء المقابلات المتعمقه ثم تحليلها تحليلا متعمقا.

كما يمكن اصدار دوريات عربية متخصصه في البحوث الكيفيه ، ويمكن لشركات بحوث السوق المشاركة بخبراتهم وتقديم دراسات حاله بعد تنفيذها حتي يستفيد منها جميع الباحثين.

المراجع:

أولا : المراجع الأجنبية

1. Butcher, Melissa (2022). "Qualitative Research Methods: Emotionally Engaged Approaches to Working with Vulnerable Participants", ***Progress in Human Geography***, Vol.46(3), 907-914.
2. Edin, Kathryn J., Corey D. Fields, Jonathan Fisher, David B. Grusky, Jure Leskovec, Hazel R. Markus, Marybeth Mattingly, Kristen Olson, and Charles Varner (2022) "Who Should Own Data? The Case for Public Qualitative Datasets", Working paper.
3. Ghanad, Anahita (2023)." An Overview of Quantitative Research Methods", ***International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis***, Volume 6, Issue 8, August, 3794-3803.
4. Hall, Steven and Liebenberg Linda (2024), Qualitative Description as an Introductory Method to Qualitative Research for Master's-Level Students and Research Trainees**,** ***International Journal of Qualitative Methods***, Volume 23:1-5
5. Keen, Sam, Lomeli-Rodriguez, Martha and Joffee Helene (2022). From Challenge to Opportunity: Virtual Qualitative Research During COVID-19 and Beyond, ***International Journal of Qualitative Methods***, Volume 21:1-11
6. Lockmiller, Chad R; Cho, Yonjoo and Lester Jessica, N. (2023). A New Design Framework for Innovative Qualitative Research in Human Resource Development. ***Human Resource Development Review***, Vol.22(2) 275-290.
7. Naeem, Muhamed, Ozuem, Wilson(2021) The role of social media internet banking transition during COVID-19 pandemic: Using multiple methods and sources in qualitative Research. ***Journal of Retailing and Consumer Services,*** 60, 102483.
8. Naeem M; Ozuem W.; Howell K. and Ranfagni S. (2023)" A Step-by-Step Process of Thematic Analysis to Develop a Conceptual Model in Qualitative Research", ***International Journal of Qualitative Methods***, Volume 22:1-18.
9. Sauners, M.,Lewis, P. & Thornhill, A. (2003) "Research methods for Business Students". Essex: Prentice Hall: Financial Times.
10. Small, M.S and McCrory, Calarco(2023). "Sample Selection Matters: Moving Toward Empirically Sound Qualitative Research", ***Sociological Methods & Research***, Vol.52(2) 1073-1085
11. Small, M.S & Calarco J. (2022)"Qualitative Literacy: A guide to Evaluating Ethnographic and Interview Research". Berkeley, CA: University of California Press.
12. Yadav, Drishti (2022)." Criteria for Good Qualitative Research: A Comprehensive Review", Aisa-Pacific Edu Res, 31(6)" 679-689.

ثانيا: المراجع العربية

١. فاطمة الزهراء صالح احمد (٢٠٢٤) رؤية مستقبلية لاستراتيجيات الاقناع في بحوث الاذاعة والتلفزيون، المجلد ٤، العدد ٤، سبتمبر

٢. الشرحة، اشرف ابراهيم (٢٠٢٤) الصعوبات التي تواجه طلبة الدراسات العليا في إجراء البحوث النوعية ومقترحاتهم للتغلب عليها: دراسه نوعية، مجله قبس للدراسات الانسانية والاجتماعية، المجلد ٨، العدد ٢، ص ص ٣٣٤-٣٥٥
٣. النايلي، خالد (٢٠١٩). الإعلام الجديد والتوجه نحو البحوث الكيفية: قراءه في الرهانات لدي عينة من الباحثين في الإعلام والإتصال في الجزائر. مجله المعيار، مجلد ٢٣، عدد ٤٨، ٣٢٢-٣٣٤.