المحاضرة الثالثة:

رابعا– حالات استخدام المدخل الكمي في البحث الإعلامي:

تتميز البحوث الكمية بالاقتراب من الدقة التي تمتاز بها الرياضيات، فهو وسيلة مهمة لزيادة كفاءة التحليل ودقته وشموله وتعبيره بشكل صحيح عن المضمون، وابتعاده عن التخمينات والانطباعات الذاتية للباحث، ويساعد أيضا على تقديم المعلومات في شكل جداول، مما يؤدي إلى سهولة الاطلاع عليها، وإدراك النتائج بشكل مبسط وواضح.[1]

ولذلك يفترض المنهج الكمي بتقنياته المتعدّدة القدرة على تحويل الظاهرة إلى عدد من المؤشّرات القابلة للقياس، أو العمل على تطويع المؤشرات الكيفية إلى مؤشرات قابلة للقياس الكمّي، مثل تحليل المضمون، وتحويل النصّ إلى عد للكلمات أو قياس للمساحة أو الزمن الذي يستغرقه نص ما...الخ)، ومنه يمكن تمييز البحوث الكمية في ثلاث مستويات:[2]

- في المستوى الأنطولوجي للمنهج الكمي، يتمّ تناول الظواهر على أساس فرضية مؤدّاها أنّ هناك حقيقةً واحدة (استنادًا لما أرساه المنظور الوضعي)، وأنّ الظاهرة لها وجودها المستقل عن نمط الإدراك الإنساني لها.
- أمّا إبستمولوجيا، فإن كل من الباحث والظاهرة كيانان مستقلان عن بعضهما، وهو ما ييسر بحث الظاهرة دون تأثيرٍ منها في الباحث أو تأثير من الباحث فيها، ما يجعل القياس للمتغيرات المكوّنة للظاهرة وتحديد التأثير المتبادل بين هذه المتغيرات يتمّ في إطار من عدم التدخّل القِيَمي "Value-free framework".
- أمّا على المستوى المنهجي، فأدوات التحليل الكمّي المقيّدة بمعادلات ونماذج رياضية أو طرق قياس وتحليل محدّدة (كالإحصاء وبناء النماذج الرياضية، مثلا).

كما يمكن، عادة، تقدير مدى قربنا أو بعدنا من البراديغم الوضعي، ومن استخدام لغة الحساب والرياضيات، وهناك بعض الأسئلة جديرة بالطرح، منها: هل الظاهرة المراد دراستها قابلة للقياس الكمي، ومن خلال مؤشرات إجرائية؟ وهل المعلومات التي نحصل عليها بهذه الطريقة دقيقة

وصادقة وثابتة؟، فإذا كان من الممكن الإجابة على هذين السؤالين إيجابيا، فمن المرجح إننا سنكون بصدد بحث كمي.[3]

لذلك فالبحوث الكمية تعنى بالظواهر الإعلامية القابلة للقياس، حيث يشير بورج "Borg" وجال "Gall" إلى أربعة صفات يجب توافرها، وهي:[4]

- قياس دقيق للمتغيرات واستخدام أدوات نتجت عنها مصادر دقيقة وسارية.
- تقسم في مجموعات النتائج التي تم الحصول عليها من مجموعة ملاحظات محدودة.
- التحكم في عوامل خارجية يمكن اعتبارها تأثيرات ملحوظة.
- تحليل اجتماعي للبيانات لتفكيك الظاهرة.

وبناء عليه يمكن استخدام المدخل الكمي في بحوث الإعلام في الحالات الآتية:

- عندما تكون هناك معرفة متوفرة حول الموضوع الذي يرغب الباحث في دراسته، بمعنى أن هناك نظريات محددة وأدبيات سابقة تتوفر لدى الباحث، بعكس الحال في البحوث الكيفية.
- أن درجة وضوح الظاهرة أو المشكلة محل الدراسة تمكن الباحث من استخدام المدخل الكمي في البحث.
- توفر مقاييس ثابتة وصادقة إحصائياً عن المتغيرات المراد دراسة العلاقات بينها.[5]
- في البحوث التي يهدف الباحث فيها إلى تحديد أثر عامل خاصة دون غيره من العوامل، مما لا يتسنى تحقيقه علميا، حيث يستطيع الباحث اللجوء إلى الإحصاء لمعاونته على فصل العامل الخاص عن العوامل المحتملة، وتحديد أثره على حده، كما يعينه الإحصاء على التخلص من أثر العوامل الأخرى التي لا يستطيع تفاديها في بحوثه، والتي تؤثر دائما في نتائج كل بحث كعوامل الصدفة واختبار العينات.[6]

خامسا– المقاربة الكمية بين الايجابيات والنقائص:

رغم أن التوجه الكمي مكّن الباحثين من قياس الظواهر الإعلامية بدقة، من خلال استخدام الأرقام والتحليل الإحصائي كما تم توضيح ذلك في المحاضرة الثانية، إلا أنه واجه انتقادات قوية من

الباحثين في العلوم الاجتماعية والإنسانية، لأن الإعلام ظاهرة إنسانية معقّدة لا يمكن تفسيرها بالأرقام فقط، ومن أهم هذه الانتقادات: [7]

1. تجاهل المعنى والبعد الذاتي:

التوجه الكمي يركّز على ما يمكن قياسه، متجاهلًا كيف يفهم الأفراد الرسائل الإعلامية أو كيف يؤوّلونها.

2. الاختزال المفرط للظواهر الإعلامية:

يحوّل الباحث الكمي مفاهيم معقّدة إلى أرقام بسيطة، مما يُفقر الفهم.

3. إغفال السياق الثقافي والاجتماعي:

الوضعيون يبحثون عن قوانين عامة، لكن الإعلام يتأثر بسياق المجتمع والثقافة.

4. عدم قدرته على تفسير المعاني الرمزية:

التوجه الكمي لا يستطيع تفسير الرموز والصور والدلالات التي تحملها الرسائل الإعلامية.

5. غياب التفاعل الاجتماعي الحيّ:

في الإعلام والاتصال، الظواهر تقوم على التفاعل والتأثير المتبادل، وهو ما لا يمكن ضبطه تجريبيًا أو قياسه بدقة.

سادسا– المنطلقات الفلسفية والنظرية للمقاربة الكمية في البحوث الإعلامية والاتصالية:

نشأ الفكر الوضعي في القرن التاسع عشر مع الفيلسوف الفرنسي **أوغست كونت (Auguste Comte)**، الذي دعا إلى ضرورة تطبيق المنهج التجريبي في دراسة المجتمع والظواهر الإنسانية.

رأى كونت أن المرحلة الوضعية هي أرقى مراحل تطور الفكر الإنساني، بعد المرحلتين اللاهوتية والميتافيزيقية، لأن الإنسان فيها لا يبحث عن الأسباب الغيبية بل يعتمد على القوانين العلمية القابلة للملاحظة والتجريب.

كما تطور البراديغم الوضعي لاحقًا مع فلاسفة مثل **إميل دوركايم (Émile Durkheim)** الذي أكد أن ''الظاهرة الاجتماعية يجب أن تُدرس كما تُدرس الأشياء''، أي بشكل موضوعي ومحايد .[8]

وفي القرن العشرين، انتقل هذا المنظور إلى مجالات أخرى مثل علم النفس والإعلام، حيث أصبح المنهج الوضعي هو الأساس في الدراسات الكمية التي تعتمد على الاستبيانات، المقابلات المنظمة، والتحليل الإحصائي.

ويرتكز البراديغم الوضعي على مجموعة من الأسس الفكرية والمنهجية أهمها:[9]

- **الموضوعية:**

يقصد بها حياد الباحث وابتعاده عن آرائه ومواقفه الشخصية عند دراسة الظواهر.

- **الحياد القيمي:**

يُنظر إلى الباحث على أنه مراقب خارجي للظاهرة، لا يتدخل في سيرها، بل يكتفي بوصفها وتحليلها كما هي في الواقع.

- **القياس:**

يعد القياس من أهم ركائز الفكر الوضعي، إذ تُترجم الظواهر إلى متغيرات كمية قابلة للقياس الإحصائي، فالظاهرة الإعلامية، مثلًا، يمكن قياسها بعدد مرات الظهور، أو نسبة التكرار، أو درجة التأثير على الجمهور

- **السببية:**

ينطلق الفكر الوضعي من فرضية أن كل ظاهرة لها سبب محدد يمكن اكتشافه، وأن العلاقات بين المتغيرات يمكن التعبير عنها بمعادلات أو علاقات سببية كمية.

- **التجريب والتحقق:**

يعتمد الفكر الوضعي على الملاحظة المنظمة، والتجربة العلمية، والتحقق من صحة الفرضيات من خلال الأدلة التجريبية، لا من خلال التأمل النظري أو الفلسفي.

سابعا– طرق طرق عرض البيانات في البحوث الكمية:

يشير مفهوم البيانات إلى مجموعة المشاهدات والملاحظات والأرقام والآراء المتعلقة بظاهرة أو مشكلة معينة، فهي المادة الخام التي يستخدمها العقل في التفكير وعن طريق الربط بين أجزائها أو مقارنتها أو تقييمها قد ترقي معلوماتها إلى مستوى النظرية، ومنه يتضح الفرق بين كل من البيانات "Data" والمعلومات "Information"، الأولى وهي مادة يجمعها الباحث كما هي أو على طبيعتها، بينما تعتبر الثانية نتاج عملية جمع البيانات وتحليلها وتنظيمها.[10]

ولذلك فالبيانات كي تتحول إلى معلومات ذات قيمة ومعنى، لابد أن يقوم الباحث بعد تجميعها بالاستعانة بتقنيات وأدوات منهجية كمية متعددة كالاستبيان وتحليل المحتوى ومراجعتها، بتفريغها وتصنيفها وتبويبها، بحيث يمكن معالجتها إحصائيا في إطار أهداف الدراسة، ومن ثم عرضها في شكل منظم وتحليلها وتفسيرها للإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها، ومن ثم وصف الظاهرة محل الدراسة وصفا دقيقا.

وتجدر الإشارة إلى أن عملية عرض البيانات الإحصائية يجب أن تسبقها مرحلة المراجعة المدققة للبيانات، بهدف التأكد من أن البيانات صحيحة ومستوفاة، وبموجب هذه المراجعة يتم حذف الاستمارات ذات البيانات غير المكتملة، أو المتضاربة، أو غير الدقيقة وغير المنطقية، أو التي تكشف عن مواصفات غير متطابقة (كأن تكون الدراسة على مبحوثين من فئة عمرية معينة، ثم نكتشف في المراجعة أن هناك بعض الاستمارات لمبحوثين من فئات عمرية أخرى، أو أن يكون هناك زيادة أو نقصا في عدد الاستمارات بما يخل بتوزيع عينة الدراسة)، وبعد استبعاد الاستمارات غير الصالحة، فإن على الباحث اتخاذ القرار، إما باستكمال العدد المطلوب من الاستمارات بالمواصفات المطلوبة، أو الاكتفاء بما هو موجود، ويتوقف ذلك على حجم العينة وطبيعة البحث وإمكانية الاستكمال من عدمها، حيث يمكن للباحث أن يكتفي بالاستمارات الصحيحة خاصة إذا كان حجم العينة كبيرا، وكانت البيانات الناقصة قليلة أو غير أساسية في الدراسة، أو أن عدد الاستمارات المستبعدة قليل ولا يؤثر في حجم العينة ولا يعرقل المعالجة الإحصائية المطلوبة.[11]

ولذلك فعملية عرض البيانات في البحوث الكمية تتميز بمعالجة إحصائية وصفية، تمكن الباحث من التعرف على طبيعة المعطيات الإحصائية، وتتحدد في ضوئه المعاملات الإحصائية التي يمكن استخدامها بما يتفق والإجابة على التساؤلات والتحقق من الفروض، والمعالجة الوصفية تتضمن معرفة التكرارات والنسب "Frequencies and Percentages" وخصائص النزعة المركزية والتشتت، ومن ثم تبسيط البيانات وسهولة تلخيصها في صورة موجزة توضح أهم خواصها، بحيث يصل الباحث إلى وصف موضوعي للمتغيرات وتنظيمها في جداول ورسوم بيانية، ومنحنيات وأشكال توضيحية تبين معالم المتغيرات وخصائص البيانات، ومن خلال الوصف الإحصائي يتم التمهيد للتحليل الإحصائي المناسب، لأن الوصف الإحصائي يوضح الخواص الإحصائية للمتغيرات، ومن ثم –بناء على هذا الوصف– يتم تحديد نوع التحليل الإحصائي ومستواه، وبإجراء الوصف الإحصائي المناسب يتم الحصول على المعطيات الكمية ""، ومن ثم تنظيم تلك المعطيات وعرضها في جداول واضحة، وإجراء المعالجات الإحصائية اللازمة بما يقابل أهداف البحث، ويتخذ الوصف الإحصائي أشكالا متعددة أهمها التكرارات والنسب، والتي يمكن التعبير عنها بالأشكال البيانية المختلفة، وهناك أيضا مقاييس النزعة المركزية، ومقاييس التشتت.[12]

مراجع وهوامش:

1. علي عبد الرزاق جلبي، المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية.
2. عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري، عمان، 2018.
3. ماجد الخياط، أساسيات البحوث الكمية والنوعية، دار الراية للنشر والتوزيع، 2010.
4. باسم سرحان، طرائق البحث الكمية الاجتماعية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2001.
5. محمد صلاح الدين، البحوث الكمية في علوم الإعلام والاتصال. 2018.
6. عبد الله زكرياء، مناهج البحث الإعلامي. 2017.
7. جيلالي بن فاطمة، الأساليب الإحصائية في البحوث الإعلامية. 2019.

8. عبد الباسط، علي.أسس ومنهجيات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية. القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 2018.
9. عياش، منير.المنهج الكمي في بحوث الإعلام والاتصال. بيروت: دار النهضة العربية، 2020.