

المحور الثاني : براديفغات / نظريات الاتصال ما بين البحوث الكمية و الكيفية

أولا : الاتجاه الوضعي و البحوث الكمية

لعل من أبرز الخصائص التي تميز البحوث و الدراسات الاجتماعية بصفة عامة و الإعلامية بصفة خاصة هو إغراقها الشديد في الميل إلى التجريبية و التعامل مع الواقع المادي المحسوس، و التركيز على دراسة الجزء-التجزئ-أكثر من دراسة الكل، و هذا أيضا أهم ما يميز الدراسات الإعلامية في أمريكا منذ النشأة و معظم دول العالم في محاكاتها لهذا النموذج في الدراسات الإعلامية. و هذا الميل الشديد إلى عدم الاعتراف بالمعرفة التي يتم تحصيلها عن غير الحواس أو الخبرة الذاتية بالواقع المادي-الإمبريقية- هو أحد المقولات الأساسية للوضعية الاجتماعية في محاكاتها للعلوم الطبيعية.

و الإمبريقية كلمة مشتقة من الكلمة اليونانية Emperia التي تعني الخبرة ، و الخبرة مصدرها الحواس، حيث تصبح بذلك قابلة للتحقق من صدقها.

و من هنا كان اهتمام الرواد الأوائل من علماء الاجتماع بالبحوث التطبيقية التي اعتمدت على الاستقصاءات و تحليل محتوى الإعلام الظاهر من أمثال لازرسفيلد و زملائه في بداية الثلاثينيات من القرن العشرين و تأثر بعدها الباحثون بعد ذلك في أمريكا و عنهم في الدول الأخرى. دون النظر في الطبيعة الإنسانية بصفة عامة، و تأثير تدخل الباحث الذاتي و طبيعة الظاهرة الإعلامية بصفة خاصة.

و بالتالي كانت نظرة علماء الاجتماع للمجتمع محاكاة للنموذج الطبيعي، و كانت بالتالي أساس نظرية البنائية الوظيفية أساس قيام المجتمعات الغربية- الرأسمالية و استمرارها، و تفسير العلاقات بين أفراد المجتمع على هذا الأساس الوظيفي . و تقوم هذه النظرية على أن تنظيم المجتمع و بناء عناصره هو ضمان استقراره، و ذلك نظرا لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر.

و كانت هذه النظرية بالتالي هي المدخل للدراسات الميدانية المتعددة التي تعتمد على الملاحظة المباشرة للأنساق و الأجزاء القائمة داخل المجتمع-الفئات- بداية بالفرد إلى عناصر التنظيم الاجتماعي. مع التأكيد على الأدوار الوظيفية التي تتمثل في السلوك الفردي بداية ثم سلوك العناصر و الأجهزة و الأدوار في المجتمع للكشف عن الوظائف و الأدوار و علاقتها بثبات المجتمع و استقراره.

و من هنا كان تأثير فكرة البنائية الوظيفية على تجزئ البحوث و الكشف عن وظائف النظم و الجماعات و تقويم أدوارهم . و كانت بالتالي مدخلا للاستقصاء و الملاحظة الميدانية لسلوك الأفراد و الفئات، و الكشف عن رد الفعل عما تقوم به وسائل الإعلام من وظائف ، و تجسدت في بحوث القراءة و الاستماع و المشاهدة التي حاولت أن تجيب في إطار جزئي عن الأسئلة الخاصة بسلوك التعرض بصفة عامة عند بعض الفئات و الجماعات و اهتمامهم و تفضيلاتهم بما تقدمه وسائل الإعلام. و من جانب آخر تحليل محتوى الإعلام للإجابة على الأسئلة الخاصة بماذا تقول و كيف تقول ؟ و ذلك في إطار الوظائف المتعددة لوسائل الإعلام في الظروف المختلفة. و هذا ما يفسر التوسع في الدراسات الميدانية و تحليل محتوى الإعلام أيضا و الخروج بنتائج وصفية للتعرض و الاهتمام و التفضيل للأفراد و الفئات المختلفة.

و من ثم فإن الالتزام بالوضعية الاجتماعية و مقولاتها الشائعة التي تمثلت أساسا في الاهتمام بالدراسات التجريبية و التطبيقية كأساس لبناء النظريات و ليس العكس ، و الاتجاه نحو دراسة الجزء

كمدخل لدراسة الكل-الاستقراء- في بناء النظرية العلمية في العلوم الإنسانية مثلها مثل العلوم الطبيعية، أدى إلى وصف الدراسات الإعلامية و الاتصالاتية بالإمبريقية ، و التكميم أي الالتزام بالكم في الوصف و التقدير و الاهتمام بالدراسة الجزئية للظاهرة الإعلامية . و قد تعرض هذا الاتجاه-في أمريكا خاصة- و الدول التي حاكتها إلى نقد عنيف من مدارس فكرية أخرى في أوروبا و بعض الدارسين في أمريكا.

ثانيا : النظريات النقدية و البحوث الكيفية

كما تستند الوضعية و الإمبريقية على عدد من النظريات و المقولات، فإن معرضتها تستند أيضا على عدد من النظريات و المقولات التي تتفق في معظمها على أن السلوك الإنساني لا تحكمه قوانين عامة أو قواعد قياسية ، و أن هذا السلوك هو نتيجة لفهم الإنسان للعالم المحيط به و تعريفه له ، و بالتالي فإن فهم هذا العالم هو محاولة ذاتية للفرد نفسه، و لا يمكن أن يكون هذا الفهم نسخة مكررة لدى كل الأفراد لاختلاف الخبرة الذاتية لكل منهم ، مما يحتاج إلى دراسات أعمق لبناء العلاقات بين سلوك الأفراد و بين بيئاتهم و مجتمعاتهم و خصائصها الثقافية التي تؤثر في خبرات الأفراد و تفسيرهم للأشياء و العلاقات و إطار هذه البيئات و المجتمعات الثقافية.

و تجد هذه النظريات و المقولات صداها في فروع عديدة من علم الاجتماع و علم اللغة ، و علم الأنثروبولوجيا و السياسة و غيرها .و هي نفسها التي تجد صداها في الفكر النقدي للدراسات الإعلامية الذي يقوم على رفض اتجاهات البحث و نتائجه في المدرسة الأمريكية التي تعتمد في معظمها على الفكر الإمبريقي.

و من هذه النظريات و الأفكار و المقولات تلك التي تتمثل في ثلاث مدارس فكرية هي : مدرسة علم الظاهرات (الظاهراتية) Phenomenology و مدرسة الإثنوغرافيا Ethnomethodology و التفاعلية الرمزية Symbolic Interactionism ، و الأخيرة تعد قاسما مشتركا لما تعتمد عليه العلوم الاجتماعية الأخرى في دراسة الفرد و علاقته بالواقع المحيط ،و تتفق هذه المدارس الثلاث في الاهتمام بالطرق الكيفية في تفسير الظواهر أكثر من الطرق الكمية .

و يُضاف إلى المدارس السابقة التي تركز على فهم الإنسان بداخله و طر بناء علاقاته و تفاعله مع الآخرين،يُضاف إليها النظريات و المدارس التي نجد صداها واسعا في الدراسات الإعلامية في أوروبا و الدول النامية التي تقف في اتجاه نقدي يرفض الاتجاه الإمبريقي ، و الذي يغفل الفرد كإنسان و الآليات العقلية في عملية التفسير.

و هذه النظريات و المقولات اعتمدت بداية على أفكار مدرسة فرانكفورت في العشرينات و التي رفضت بشدة إغفال الفرد – كإنسان- و عدم الاهتمام بالبناء الفكري و العقلي الذي يقوم بصنع الواقع الذي يعيشه ، و قد تعددت الأفكار و المقولات النقدية إلى جانب مدرسة فرانكفورت مثل النظرية النقدية الثقافية و نظرية الاقتصاد السياسي و النظرية الماركسية في الإعلام ، و اتفقت جميعها على أنه لا يمكن إغفال السياق أو الاتصال الذي يعطي للحقيقة معاني متعددة ، لأن الأفراد يستخدمون المعنى الذي يمكنهم من الاتصال و التفاعل و اكتساب المعرفة ، و خلصت إلى أن البحوث التقليدية تهتم بدعم الوضع الراهن حيث تركز على الممارسات القائمة أكثر من الممارسات ذاتها.

و لذلك فإن النظريات النقدية في مجملها ترفض الدراسة الإمبريقية التي لا تساعد الباحث في الحصول على إجابات لأسئلة ليس لها إجابات لديه، و أنه من الصعوبة وضع استقصاءات محايدة و

موضوعية لدراسة الظاهرة الاتصالية ، و أن الدراسة الكمية تعتبر مقيدة لهم يجب أن يتخلصوا منها للحصول على الاستجابات التي تساعد في بناء الصورة الحقيقية عن الظاهرة الاتصالية باعتبارها ظاهرة اجتماعية. لذلك نجد أصحاب هذه النظريات يرفضون الأدوات الخاصة بالتكميم في الدراسات الإعلامية ، حيث يهتمون بالأسئلة التي لا يجدون إجابات لها ، و ليس بالأسئلة التي يمكن صياغة إجاباتها في بدائل معروفة في الاستقصاءات، وكذلك التحليل الكمي للرموز الظاهرة، لأنهم يهتمون بالدرجة الأولى بالمعاني و الدلالات التي تشير إليها هذه الرموز و أسباب استخدامها من جانب وسائل الإعلام، و تفسيرها من جانب جمهور المتلقين في إطار عملية الترميز.