

الخميس 23 أبريل 2026

مقياس : مناهج وتقنيات البحوث الكيفية في السمع البصري

المحاضرة العاشرة : أداة المقابلة المباشرة : المفهوم، الأنواع، الخصائص، كيفية تصميم دليل

المقابلة

تمهيد :

تعتبر أداة المقابلة المباشرة إحدى الركائز الأساسية في البحوث الكيفية، نظراً لقدرتها على تمكين الباحث من الولوج إلى العالم الداخلي للمبحوثين وفهم تمثلاتهم وتصوراتهم تجاه الظواهر المدروسة، وعلى خلاف الأدوات الكمية التي تسعى إلى القياس والتعميم، تقوم المقابلة الكيفية على منطق الفهم والتفسير، حيث يتم التعامل مع الأفراد بوصفهم فاعلين اجتماعيين منتجين للمعنى، وليسوا مجرد وحدات إحصائية، وفي سياق الدراسات السمعية البصرية، تكتسب هذه الأداة أهمية خاصة، لأنها تسمح بفهم كيفية إدراك الرسائل الإعلامية وتأويلها، سواء من قبل منتجي المحتوى أو الجمهور المتلقي، وهو ما يجعلها أداة مركزية في دراسة موضوعات مثل تمثلات الهوية أو صورة المرأة في الإشهار.

1 . مفهوم المقابلة المباشرة في البحث الكيفي

يمكن تعريف المقابلة المباشرة في البحث الكيفي بأنها تقنية منهجية تقوم على تفاعل وجهها لوجه بين الباحث والمبحوث، يتم من خلالها إنتاج بيانات نوعية عبر حوار منظم يعتمد على أسئلة مفتوحة تسمح للمبحوث بالتعبير بحرية عن آرائه وتجربته، ولا تقتصر المقابلة على جمع المعلومات بشكل آلي، بل تعد وضعية تواصلية مركبة يتم فيها إنتاج المعنى بشكل مشترك بين الطرفين، حيث يؤثر السياق، وطبيعة العلاقة، وطريقة طرح الأسئلة في طبيعة المعطيات المتحصل عليها، ومن هذا المنظور، فإن المقابلة ليست مجرد أداة تقنية، بل هي ممارسة تفاعلية تتطلب وعياً منهجياً وقدرة على إدارة الحوار بشكل علمي.

2 . الأسس المنهجية للمقابلة الكيفية

تستند المقابلة الكيفية إلى الباراديغم التفسيري الذي ينظر إلى الواقع الاجتماعي باعتباره بناء رمزيا تنتجه تفاعلات الأفراد، وليس معطى موضوعيا ثابتا، وبناء على ذلك، فإن الهدف من المقابلة لا يتمثل في الوصول إلى حقيقة واحدة مطلقة، بل في فهم تعدد المعاني والتفسيرات التي يقدمها الأفراد حول نفس الظاهرة، فالمبحوث في هذا الإطار لا ينظر إليه كمصدر معلومات فقط، بل كفاعل يملك خبرة وتجربة ورؤية خاصة، يسعى الباحث إلى استكشافها وفهمها في سياقها الاجتماعي والثقافي، وهذا ما يفسر اعتماد المقابلة على الأسئلة المفتوحة التي تتيح للمبحوث هامشا واسعا للتعبير، بعيدا عن القيود التي تفرضها الأدوات المغلقة.

3. أنواع المقابلة في البحث الكيفي

تتنوع المقابلات في البحث الكيفي بحسب درجة تنظيمها، حيث نجد **المقابلة الموجهة** التي تعتمد على أسئلة محددة مسبقا تطرح بنفس الترتيب على جميع المبحوثين، وهو ما يجعلها أقرب إلى الأدوات الكمية رغم استخدامها في بعض الدراسات الكيفية، وفي المقابل، تعد **المقابلة شبه الموجهة** الأكثر شيوعا، إذ تقوم على دليل مقابلة يحدد المحاور العامة دون فرض ترتيب صارم للأسئلة، مما يسمح للباحث بالتكيف مع مجريات الحوار والتعمق في النقاط المهمة.

أما **المقابلة غير الموجهة** فتتميز بطابعها الحر، حيث يُترك المجال للمبحوث للتعبير دون قيود، وهو ما يمنحها عمقا كبيرا لكنه يجعل تحليلها أكثر تعقيدا، كما تندرج ضمن هذا الإطار **المقابلة المعمقة** التي تركز على استكشاف التجارب الفردية والمعاني العميقة، وتستخدم بشكل خاص في الدراسات التي تهدف إلى فهم التمثلات والتجارب الشخصية.

4. خصائص المقابلة الكيفية

تتميز المقابلة الكيفية بعدد من الخصائص التي تجعلها مختلفة عن غيرها من أدوات البحث، إذ تقوم أساسا على **التفاعل المباشر** بين الباحث والمبحوث، وهو ما يمنحها طابعا حواريا ديناميكيا، كما تتسم **بالمرونة**، حيث يمكن تعديل مسارها تبعا لسير الحوار، وهو ما يسمح بالتعمق في بعض الجوانب التي لم

تكن متوقعة مسبقاً، إضافة إلى ذلك، فإنها تركز على **البعد التفسيري**، إذ لا تكتفي بوصف الظاهرة، بل تسعى إلى فهم معانيها ودلالاتها في نظر المبحوثين، وترتبط المقابلة أيضاً **بالسياق**، حيث لا يمكن فصل الإجابات عن البيئة الاجتماعية والثقافية التي ينتمي إليها المبحوث، وهو ما يفرض على الباحث مراعاة هذه الأبعاد أثناء التحليل، ورغم حضور **الذاتية** في هذا النوع من الأدوات، إلا أنها تظل ذاتية **منضبطة** تخضع لإجراءات منهجية دقيقة.

5. مراحل إجراء المقابلة الكيفية

تمر المقابلة الكيفية بعدة مراحل مترابطة تبدأ **بمرحلة الإعداد**، التي يتم فيها تحديد أهداف المقابلة واختيار المبحوثين المناسبين وفق معايير مرتبطة بموضوع البحث، بالإضافة إلى إعداد دليل المقابلة الذي ينظم المحاور والأسئلة، تلي ذلك مرحلة إجراء المقابلة، والتي تتطلب من الباحث بناء علاقة ثقة مع المبحوث، وطرح الأسئلة بطريقة مرنة، مع الحرص على الإصغاء الجيد وتجنب التأثير على الإجابات، أما مرحلة **التسجيل** فتتم من خلال توثيق المقابلة إما بالتسجيل الصوتي أو بالتدوين، وهو ما يسمح بالحفاظ على المعطيات بدقة، بعد ذلك تأتي مرحلة **التفريغ**، حيث يتم تحويل المادة المسجلة إلى نص مكتوب، تمهيداً لمرحلة **التحليل** التي تشمل الترميز واستخراج المعاني والأنماط الدلالية.

6. تصميم دليل المقابلة

يعتبر دليل المقابلة أداة تنظيمية أساسية تساعد الباحث على توجيه المقابلة دون تقييدها، حيث يتضمن مجموعة من المحاور والأسئلة التي ترتبط بأهداف البحث، ويتم تصميم هذا الدليل وفق منطق تدرجي يبدأ بأسئلة تمهيدية تهدف إلى خلق جو من الراحة، ثم ينتقل إلى المحاور الأساسية التي تعالج موضوع الدراسة، قبل الوصول إلى الأسئلة التعميقية التي تساعد على استكشاف المعاني بشكل أعمق، ويشترط في هذا الدليل أن يكون مرناً، بحيث يسمح للباحث بإعادة ترتيب الأسئلة أو تعديلها وفق سير المقابلة، كما يجب أن تصاغ الأسئلة بطريقة واضحة وغير موجهة، حتى لا تؤثر على إجابات المبحوث أو تدفعه نحو مواقف معينة.

7. تقنيات طرح الأسئلة وإدارة المقابلة

تعتمد فعالية المقابلة الكيفية على قدرة الباحث على إدارة الحوار بشكل منهجي، حيث يعد الإصغاء الفعال من أهم المهارات المطلوبة، لأنه يسمح بفهم دقيق لإجابات المبحوث، كما تستخدم تقنية إعادة الصياغة للتأكد من فهم المعنى، إضافة إلى طرح أسئلة تعميقية تساعد على توضيح النقاط الغامضة، ويعتبر الصمت أحيانا أداة منهجية مهمة، لأنه يمنح المبحوث فرصة للتفكير والتوسع في الإجابة، وفي المقابل، يجب على الباحث تجنب المقاطعة أو فرض آرائه، حفاظا على حيادية المقابلة وموضوعيتها.

8. تطبيق المقابلة في الدراسات السمعية البصرية

تستخدم المقابلة بشكل واسع في الدراسات السمعية البصرية، حيث يمكن توظيفها لفهم ممارسات الفاعلين الإعلاميين داخل المؤسسات، أو تحليل استراتيجيات إنتاج الخطاب الإعلامي، أو دراسة كيفية تلقي الجمهور للمضامين الإعلامية، فعلى سبيل المثال، يمكن إجراء مقابلات مع المشاهدين لاستكشاف تمثلاتهم للهوية الجزائرية في الإشهار التلفزيوني، أو مع صناع الإعلانات لفهم الخيارات الجمالية والثقافية التي يعتمدها، ومن خلال هذه المعطيات، يتمكن الباحث من الربط بين الإنتاج الإعلامي والتلقي الاجتماعي، في إطار تحليل تفسيري شامل.

9. مزايا وحدود المقابلة

توفر المقابلة الكيفية عددا من المزايا المهمة، من بينها قدرتها على إنتاج بيانات غنية وعميقة، وفهم المعاني التي يصعب الوصول إليها عبر الأدوات الكمية، إضافة إلى مرونتها في التكيف مع مختلف السياقات البحثية، غير أنها لا تخلو من بعض الحدود، مثل احتمال تأثر الإجابات بعلاقة الباحث بالمبحوث، أو صعوبة تعميم النتائج، فضلا عن الوقت والجهد الكبيرين اللذين تتطلبهما في جمع البيانات وتحليلها. ولذلك، فإن استخدامها يتطلب وعياً منهجياً يوازن بين مزاياها وإكراهاتها.

10. نموذج تطبيقي لمقابلة مباشرة :

- الموضوع : تمثيلات الهوية الجزائرية في الإشهار التلفزيوني

أولاً : الأسئلة التمهيدية (كسر الجليد) : تهدف هذه الأسئلة إلى خلق جو من الثقة وتسهيل التفاعل.

❖ هل يمكنك أن تعرّف بنفسك (السن، المهنة، علاقتك بوسائل الإعلام)؟

❖ هل تتابع التلفزيون بانتظام؟ وما نوع البرامج التي تفضلها؟

❖ ما مدى اهتمامك بالإشهار التلفزيوني؟

ثانياً: محور علاقة المبحوث بالإشهار التلفزيوني

❖ كيف تنظر إلى الإشهار التلفزيوني بشكل عام؟

❖ ما الذي يجذب انتباهك في الإعلانات؟

❖ هل تتذكر إعلاناً معيناً أثر فيك؟ ولماذا؟

❖ كيف تتفاعل عادة مع الإعلانات (مشاهدة، تجاهل، نقد...)?

ثالثاً: محور تمثيلات الهوية الجزائرية

❖ كيف تعرّف الهوية الجزائرية من وجهة نظرك؟

❖ ما العناصر التي تعتقد أنها تعبر عن هذه الهوية؟

❖ هل ترى أن الإشهار التلفزيوني يعكس الهوية الجزائرية؟ كيف ذلك؟

❖ ما الرموز أو الصور التي تلاحظ حضورها في الإعلانات وتعبر عن الهوية؟

رابعاً: محور الرموز الثقافية في الإشهار

❖ ما رأيك في استخدام اللباس التقليدي في الإعلانات؟

❖ كيف يتم توظيف اللغة (الدارجة، العربية، الفرنسية) في الإشهار؟

❖ هل تلاحظ حضور العادات والتقاليد الجزائرية في الإعلانات؟

❖ كيف يتم تمثيل الأسرة الجزائرية في الإشهار؟

خامسا: محور صورة المرأة في الإشهار

- ❖ كيف تقدّم المرأة في الإعلانات التلفزيونية؟
- ❖ هل ترى أن هذه الصورة تعكس الواقع الجزائري؟
- ❖ ما الأدوار التي تسند للمرأة في الإشهار؟
- ❖ هل تعتقد أن هناك نمطية في تمثيل المرأة؟ كيف؟

سادسا: محور التقييم والنقد

- ❖ ما رأيك في الطريقة التي تعرض بها الهوية الجزائرية في الإشهار؟
 - ❖ هل ترى أن هذه التمثيلات إيجابية أم سلبية؟
 - ❖ ما النقائص التي تلاحظها في الإشهار التلفزيوني؟
 - ❖ كيف يمكن تحسين صورة الهوية في الإعلانات؟
- سابعا: الأسئلة التعميقية (أسئلة المتابعة) : تطرح أثناء المقابلة حسب الحاجة:

❖ لماذا ترى ذلك؟

❖ هل يمكنك إعطاء مثال؟

❖ ماذا تقصد تحديدا؟

❖ كيف تفسر هذا الأمر؟

ثامنا: السؤال الختامي

❖ هل هناك شيء آخر تود إضافته حول الموضوع؟

ملاحظات منهجية مهمة

- ✓ الأسئلة مفتوحة وليست مغلقة
- ✓ لا تتضمن توجيهها أو حكما مسبقا
- ✓ مرتبة من العام إلى الخاص
- ✓ تسمح للمبحوث بالتوسع في الإجابة
- ✓ قابلة للتعديل حسب سير المقابلة

خلاصة

يتضح مما سبق أن المقابلة المباشرة تمثل أداة محورية في البحث الكيفي، تقوم على التفاعل والحوار بهدف فهم المعاني التي يبينها الأفراد حول الظواهر الاجتماعية والإعلامية، وتعتمد فعاليتها على حسن الإعداد، ودقة تصميم دليل المقابلة، ومهارة الباحث في إدارة الحوار وتحليل المعطيات، وفي مجال الدراسات السمعية البصرية، تتيح هذه الأداة فهما عميقا لممارسات الإنتاج والتلقي، مما يجعلها وسيلة لا غنى عنها في تحليل تمثلات الهوية والخطاب الإعلامي.