

## الفصل الثالث

### المنهجية

#### ٣,١ التمهيد

بعد تناول الإطار النظري للدراسة والأدبيات السابقة والذي مهد لهذا الفصل عبر استعراضه مفهوم الإعلام الرقمي ونشأته وأدواته، ودوره في تعزيز القوة الناعمة الإماراتية، ومقومات تلك القوة وأدواتها ويأتي هذا الفصل ليستعرض، منهج الدراسة المتبع، وسياق البحث وتصميمه، وأدوات الدراسة ومجتمعها الذي سوف يتم اختيار العينة منه، والعينة الذي سوف يتم تطبيق الدراسة عليها.

#### ٣,٢ منهجية الدراسة

يقصد بمنهجية الدراسة هو تحديد الباحث للطريقة التي سوف يتبعها في معالجة موضوع دراسته للوصول لحلول لمشكلة الدراسة، ولا بدّ من ذكر المنهج في الجانب النظري والتطبيقي في الدراسة والمنهج والطريقة التي يرى الباحث أنّها الأصحّ لدراسته وناسبها، وهو القادر على الوصول من خلال تطبيقه إلى تحقيق أهداف الدراسة. ويجب ذكر الإجراءات التي قام بها الباحث حتى إنجازها للدراسة والوصول إلى النتائج والتوصيات.

#### ٣,٢,١ المنهج المتبع

اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي، أو الكيفي الذي يعد منهجية من مناهج البحث العلمي وهو يركز على وصف الظواهر بفهم أعمق لها من خلال الأسئلة المفتوحة ويهتم بالعملية والمعنى أكثر من اهتمامه بالسبب والنتيجة كما هو حال المنهج الكمي. يستخدم البحث النوعي عادة في المجالات

التي يتبين للباحث أن الأساليب والمقاييس الكمية لا تستطيع وصف أو تفسير المشكلة أو الحالة المعروضة. مثال ذلك دراسة القوة الناعمة في الإعلام موضوع الدراسة كما أنه يساعد في كشف سلوك وتصور الجمهور المستهدف تجاه القوة الناعمة، والمنهج النوعي يعتمد على البيانات النوعية وليست الكمية، حيث يُقدّم فيه الباحث التفسيرات الشاملة للقوة الناعمة، ولا يوجد مجال للنتائج الإحصائية أو الرقمية، بل إن النتائج تتمثّل في الجُمْل التوضيحية أو اللغة المسموعة. وتشتمل البحوث النوعية على أنواع مختلفة لجمع البيانات وسوف يستخدم الباحث المقابلة، كأداة رئيسية في هذه الدراسة، ولذا يتمتع المنهج النوعي بالمرونة لكثرة الطرق المستخدمة والتي يتم بها جمع البيانات.

يسلم البحث النوعي بأن السلوك الإنساني مرتبط بالبيئة التي يجري بها البحث ويعيش فيها المبحوثين. وهناك تأثيرات اجتماعية وثقافية وتاريخية على الخبرات الإنسانية. يجمع الباحث النوعي بياناته، ويشتق معلوماته ميدانياً، من المصادر الطبيعية للأحداث. حيث يعمل الباحث طيلة فترة البحث في مكان الظاهرة أو الحدث، ويشتق معلومات من العاملين في الموقع، إضافة إلى الوثائق التي قد تتوفر في ذلك الموقع. وقد يحتاج إلى جمع مزيد من البيانات والمعلومات من أشخاص آخرين في مواقع أخرى، ولهم علاقة بمجريات الأمور في الموقع المعني بالبحث وهذا ما سوف يتم في الدراسة الحالية حيث يستهدف البحث مجموعة من المواقع المرتبطة بموضوع الدراسة.

كما أن الباحث في هذا المنهج يكون هو أساساً أداة القياس الرئيسية في الدراسة؛ وبناء على ذلك، اتضح في البحث النوعي قيم الباحث وتاريخه الشخصي وموقفه من خصائص مثل الجنس والثقافة والطبقة والعمر جزءاً لا يتجزأ من الدراسة البحثية. ويعتمد في مقابلاته ومشاهداته واستقصاءاته على إمكاناته الذاتية ومهاراته في التحليل والتفسير. لذا فهو يتحدث مع المبحوثين، أو يلاحظ أنشطتهم، أو يقرأ وثائقهم وسجلاتهم، من موقف ومنطلق خاص به، وتكون نتائج الطرق النوعية أكثر وصفية

كما يمكن استخلاص النتائج بسهولة تامة من البيانات التي تم الحصول عليها من المقابلة وبذلك يعد المنهج النوعي من أكثر مناهج البحث العلمي ملائمةً للدراسة الحالية (Cooper & Schindler, 2003). ويعد الباحث له خبرة في هذا المجال من خلال عمله الميداني في مختلف وسائل الاعلام الحكومية التقليدية منها والرقمية على مدى ٤٠ عاماً.

### ٣,٢,٢ الدراسة الاستكشافية

تعد الدراسة الاستكشافية الأولية التي تساعد الباحث في إلقاء نظرة من أجل الإلمام بجوانب الدراسة الميدانية. وعلية كان لابد من إجراء دراسة استطلاعية كانت بدايتها التعرف على المشكلة ومدى إمكانية إجراء هذه الدراسة والتعرف على العراقيل ومختلف الصعوبات المحتمل مواجهتها وتحديد العينة ومعرفة الأجواء المحيطة بها ومختلف ظروفها والتقرب من أفراد العينة. ومن خلال دراسة اجراها من خلال المجلس الوطني تشير نتائج الإنفو جرافيك وشركات القياس إلى أن الإعلام الرقمي الحكومي للدولة عالمياً، انحصر في وسيلة رقمية حكومية واحدة هي وكالة انباء الإمارات رغم حجم المبادرات الكبيرة الغير مسبوقه والتي تمثل قوة ناعمة في استراتيجية الدولة.

- توضح نتائج الرصد والتحليل والمتابعة إلى أن وكالة انباء الامارات قد نجحت نسبياً كوسيلة إعلام حكومية رقمية، من خلال الوثيقة التي ابرمتها مع الوكالات الدولية الاخرى، بالإضافة لعدد من الخطط والآليات التي حققت من خلالها مستهدفها المطلوب، إلا أنها افتقدت تعزيز بقية الوسائل الإعلامية الرقمية الأخرى والتي كان من الممكن أن تحقق نتائج أكبر على الصعيد الدولي.

- غياب باقي الوسائل الإعلامية الرقمية الحكومية والمتمثلة في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والمواقع الإخبارية وحتى عدد الناشطين والمغردين على وسائل الإعلام الرقمية في التعاطي مع هذه المبادرات دولياً وعالمياً عبر حساباتهم الموثقة.

- عدم وجود منهجية واضحة ومستدامة للإعلام الرقمي الحكومي في مختلف وسائله ومواقعهم.

### ٣,٢,٣ الدراسة الاستطلاعية

تم عمل دراسة استطلاعية مع رجال الصحافة والإعلام والخبراء الأجانب عن القوة الناعمة والإعلام الرقمي الحكومي لدولة الإمارات المقيمين في الداخل والخارج من أجل تحقيق خاصية الحياد في الدراسة، والوصول إلى نتائج تؤكد ما توصلت إليه الدراسة الاستكشافية من خلال إجاباتهم على سؤالين تم وضعهم في سياق الدراسة الحالية وذلك خلال شهري أكتوبر ونوفمبر من عام ٢٠٢١م، وتمثلت الأسئلة والأسماء وعدد الشخصيات للدراسة الاستطلاعية في الآتي:

#### أولاً/ أسئلة الدراسة الاستطلاعية:

١. كيف تقيمون المبادرات والفعاليات والاحداث التي أطلقتها دولة الامارات ومن بينها وثيقة الأخوة

الإنسانية ومعاهدة السلام الإماراتية الإسرائيلية كقوة ناعمة للدولة؟

٢. هل حقق الاعلام الرقمي الحكومي درجة عالية من الرضا في توظيف هذه القوة الناعمة في تغطيته

الإخبارية الموجهة للعالم الخارجي؟؟ وما الاحتياجات والادوات التي يتطلبها لتحقيق مزيد من

النجاحات؟

#### ثانياً/ شخصيات الدراسة الاستطلاعية:

١. الكاتبة الصحفية ناستيا سفيت - روسيا ناشطة وصحفية في روسيا اليوم

Email: svibnastya@gmail.com

٢. عماد جواد: مراسل صحفي وتلفزيوني / روسيا

Email: emad\_jeaad@yahoo.com

٣. صلاح جمعة: مراسل صحفي وتلفزيوني / القاهرة

Email: salahqomaa@hotmail.com

٤. محمد واموسي: صحفي ومراسل اخباري / باريس - فرنسا

Email: ouamoussi@yahoo.fr

٥. محمد صالح صدقيان: كاتب صحفي وسياسي طهران

Email: u2saleh@gmail.com

٦. زاهي علاوي: صحفي ومراسل وكالة انباء / برلين

Email: zahi.alawi@gmail.com

٧. جون ماكولي: صحفي زي ناشيونال / مقيم في الدولة منذ أكثر من ٨ سنوات.

Email: kylahrw.com@gmail.com

وقد توصلت الدراسة الاستطلاعية لبعض النتائج والتوصيات التي سوف نتناولها فيما يلي:  
أولاً/ النتائج:

١. جاءت المبادرات والفعاليات التي قامت بها دولة الإمارات خطوة في الاتجاه الصحيح

حيث أبرزت دور الإرادة الحقيقية للقيادة الحكيمة في دولة الإمارات وسعيها إلى إحلال

التسامح والتعايش والسلام في المنطقة بمبادرات غير مسبوقة وجريئة في نفس الوقت

تمثلت في كثير من الفعاليات والاحداث والمبادرات نحو تحقيق السلام الدائم في المنطقة

وكانت سبابة في العملية الجريئة التي لم يبادر إليها أحد من قبل وجاءت المبادرة

الإماراتية كأول خطوة عربية واثقة على طريق الألف ميل نحو السلام الدائم في المنطقة

وشعوبها.

٢. تمتلك الإمارات قوة ناعمة كبيرة ومتعددة بما يتعلق بالسمعة الطيبة للدولة كبيئة آمنة للعناية لكل

الجنسيات فضلاً عن وفرة المشاريع اللوجستية والحياة الترفيهية والتي تعتبر عاملاً مشجعاً في رغبة

الكثير من الأثرياء والمشاهير التواجد على أرضها.

٣. شكلت وثيقة الأخوة الإنسانية التي أطلقتها دولة الإمارات التي تركز روح التسامح والتعايش بين جميع الأديان، والدعوة إلى السلام؛ تأثير كبير خاصة على الشعوب غير الإسلامية لأنها تعطي نموذجاً معتدلاً عن الإسلام بعد أن تسبب المتشددون الإسلاميون في مواقع كثيرة إلى تشويه الإسلام خاصة لدى الدول الغربية.

٤. وثيقة الأخوة الإنسانية هي واحدة من المبادرات التاريخية العظيمة التي اتخذتها الدولة، لكن بقي صداها محدوداً وتناولتها وسائل الاعلام الورقية والالكترونية المحلية بشكل إخباري، بينما حققت معاهدة السلام مع اسرائيل نجاحاً كبيراً في العالم بفضل الإعلام الإسرائيلي والإعلام الدولي الداعم لإسرائيل، ولم يكن الإعلام الإماراتي مصدراً قوياً للخبر في العالم الغربي رغم نجاحه في ذلك محلياً وعربياً بشكل محدود.

٥. لم تتمكن وسائل الاعلام الرسمية والرقمية من الترويج للخدمات والفعاليات التي قدمها معرض اكسبو ٢٠٢٠، رغم تخصيص القائمين عليه مركزاً إعلامياً يتكون من عشرة طوابق، واقتصر الحضور اليومي على بعض الصحفيين المحليين رغم الإمكانيات الكبيرة المتوفرة والمخصصة للإعلام وكان لتداعيات هذا الغياب عدم انتشاره إعلامياً في أوروبا، حيث تغيبت أخبار الإكسبو بشكل كامل في جميع وسائل الإعلام الدولي رغم أن أخبار اكسبو تجذب السياح من جميع بلدان العالم.

٦. الاعلام الحكومي مكبل بسلسلة من الضوابط والقوانين والقرارات تمنعه من لعب دور فاعل في التغطية الاخبارية وسط مساحة واسعة يعطيها الاعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي.

## ثانياً التوصيات:

١. يحتاج الإعلام الرقمي الحكومي لكي يوظف القوة الناعمة في تغطيته الإخبارية إلى المزيد من الاهتمام بمحتوى الخبر وطريقة توجيهه للعالم الخارجي واختيار الوسيلة المناسبة لذلك حتى يتلافى أوجه القصور.
٢. لا بد من العمل على مشاريع فردية بالتعاون مع مؤثرين شباب وصحفيين دوليين قادرين على نقل الصورة بأدواتهم الخاصة دون إبراز الدور الحكومي في دعم مثل هذه المبادرات.
٣. العمل على إنشاء قناة فضائية، وإذاعة قوية موجهة إلى شعوب العالم بلغات مختلفة سواء في أمريكا اللاتينية وأفريقيا وأمريكا وكندا وأستراليا وبعض الدول الآسيوية ودول العالم المختلفة.
٤. استضافة شخصيات نقدية (مثل لاعبين كرة - أو ممثلين - رياضيين) أو إقامة ندوات شبابية في الإمارات أو العمل على مشروع شبابي دولي مشترك يمكن أن يكون أحد المفاتيح التي قد تساعد في منح الإعلام الرقمي الحكومي فرصة للتغيير وتوصيل الرسالة المطلوبة.
٥. نشر ثقافة التسامح والسلام على صفحات المواقع الحكومية وكذلك تفعيل دور السيوشال ميديا في تلك المسألة.
٦. إشراك منظمات المجتمع المدني في نوعية القارئ العربي والأجنبي في بيان دور القيادة الإماراتية في صنع السلام الدائم في المنطقة.
٧. تنسيق وتوحيد الجهود الداخلية بين المؤسسات الإعلامية داخل دولة الامارات لصياغة استراتيجية إعلامية تحت مظلة إعلامية واحدة من أجل إيصال الرسالة الإماراتية إلى الإعلام الخارجي بالشكل الصحيح وبالشكل الذي يحقق أهداف الدولة.

٨. عدم مخاطبة العالم الخارجي بنفس الخط التحريري الذي نخاطب به الرأي العام المحلي في الدولة، ولا بد من إعادة النظر في الأسلوب الصحافي التحريري، من خلال التجرد من هذا الأسلوب الغارق في الرسميات، حيث لم يعد الإعلام ناقلاً للخبر، بل صانعاً له، والمتلقي إذا لم نعطيه المادة الخبرية بالطريقة التي تعطيها له وسائل الإعلام الأجنبية المؤثرة ولا بد من إعادة صياغة الاخبار وصناعة المحتوى للرسالة الإعلامية وبالطريقة النموذجية حتى تكون مؤثرة وتستقطب الرأي العام الخارجي فلن نستطيع أن نصل إلى ما نريد.

٩. لا بد من إنشاء أو تخصيص جهة للإعلام الخارجي، يكون بإمكانها التغلب على الأسلوب التحريري الرسمي في إطار منضبط يراعي أخلاقيات المهنة، ويستطيع أن يحاكي الخدمة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام المؤثرة في العالم.

١٠. لغة الخطاب هي العائق في الإعلام الرقمي الحكومي، ولا بد من الاعتماد على اللغات الأخرى مثل الإنجليزية وربما الفرنسية وباقي اللغات أكثر من العربية خارجياً.

وما يرسخ ويجسد نتائج هاتين الدراستين هو قيام مجلس القوة الناعمة الذي تأسس في عام ٢٠١٧ والتابع لمجلس الوزراء بالبحث عن آليات وحلول لتعزيز الإعلام الرقمي الحكومي للإمارات، والتوجه لإطلاق أكاديمية الإعلام الجديد.

### ٣,٣ مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة هو المجتمع الذي سوف يتم جمع البيانات منه، ومعرفة حدوده، وحدود احتياجاتنا منه (البلدواي، ٢٠٠٧)، والبحث يتناول موضوع - دور الاعلام الرقمي الحكومي لدولة الإمارات في توظيف القوة الناعمة وإسهامه في تعزيز علاقاتها الدولية - وهو موضوع متشعب حيث تعدد أدوات القوة الناعمة مثل الثقافة، والمعرفة، السياسة الخارجية للدولة، القيم السياسية الداخلية

وتطبيقها، المساعدات الإنسانية التي تقدمها الدولة، كما يتناول الإعلام الرقمي وكيفية توظيف القوة الناعمة فيه، ولذا تم اختيار نخبة من المسؤولين في القطاعات المختلفة مثل بعض الشخصيات السياسية والدبلوماسية والبرلمانية، والشخصيات ذات المناصب الحكومية الرفيعة، وأعضاء مجلس القوة الناعمة، ونخبة من أصحاب الرأي، وإعلاميين وناشطين في المنصات الرقمية، وذلك لقلّة عدد المتخصصين والمؤثرين وأصحاب الخبرات في موضوع الدراسة الذي يركز على القوة الناعمة وكيفية توظيفها في الإعلام الرقمي الحكومي.

لذا كان لابد من الضروري البحث عن قيادات هذا العمل من رجال السياسة والبرلمانيين والدبلوماسيين والقيادات الإعلامية المتمثلة في معظم وسائل الإعلام الرئيسية بمختلف أنواعها في دولة الإمارات العربية المتحدة، إضافة إلى القائمين على الإعلام الرقمي الحكومي في الهيئات والمؤسسات الحكومية ذات العلاقة بموضوع الدراسة الذين يمتلكون الخبرات المتراكمة والممارسات العميقة، حتى تكون آرائهم دقيقة ومنطقية تسهم في إثراء الدراسة، ونظراً لتعدد الأماكن داخل محيط الدولة التي سوف تجرى فيها المقابلات، وغالباً ما تكون مكاتب أفراد العينة أو أماكن ذات علاقة تختارها العينة أو ضمن فعالية أو ورشة قائمة، لذلك من الصعب حصر مجتمع الدراسة والأماكن التي سوف يتم فيها المقابلات.

#### ٣,٤ عينة الدراسة

العينة جزء من المجتمع الأصلي ومن خلالها يمكن تمثيله؛ بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه، وهذه الطريقة أكثر شيوعاً في البحوث العلمية؛ لأنها أيسر تطبيقاً وأقل تكلفة من دراسة المجتمع الأصلي؛ إذ أنه ليس هناك من حاجة لدراسة المجتمع الأصلي إذا أمكن الحصول على عينة كبيرة

نسبياً ومختارة بشكلٍ يمثّل المجتمع الأصليّ المأخوذة منه؛ فالنتائج المستنبطة من دراسة العيّنة ستطبق إلى حدٍ كبير مع النتائج المستخلصة من دراسة المجتمع الأصليّ (بدر، ٢٠١٤).

وقد تكونت العينة من ١٥ مشارك (رسالة، د.ت) من لهم علاقة بموضوع الدراسة، وقد تم اختيار شخصيات الدراسة بالطريقة العمدية غير الاحتمالية (ناصر، ٢٠١٤) على أساس توفر صفات قيادية ومضمون ومحتوى عميق لموضوع البحث، وبناء على ارتباطهم بموضوع الدراسة حيث أنهم يشغلون مناصب قيادية تتمثل في السياسة والدبلوماسية و الإعلام والثقافة والتعاون الدولي وهي الأدوات الفاعلة في منظومة الإمارات للقوة الناعمة والإعلام لذا تم اختيارهم بعناية فائقة لتعزيز هذا الملف وقد تم تقسيم مجتمع البحث أولاً إلى مجموعات تسمى Strata وهذا التقسيم إلى مجموعات يكون مبني على الصفات و الخصائص المهمة للدراسة. (البلداوي، ٢٠٠٧)، فالمتخصصون في الإعلام تم وضعهم في مجموعة واحدة والمتخصصون في القوة الناعمة تم وضعهم في مجموعة، والدبلوماسيين والبرلمانيين في مجموعة والسياسيين وأصحاب الرأي في مجموعة، وأصحاب المناصب القيادية في مجموعة بعد ذلك، تم اختيار أفراد العينة عشوائياً من كل مجموعة. وهم:

أولاً/ القيادات الاستراتيجية الإعلامية:

- معالي الدكتور سلطان الجابر - وزير الصناعة والتكنولوجيا المتقدمة وعضو مجلس إدارة القوة الناعمة - رئيس المجلس الوطني للإعلام سابقاً.
- معالي نورة الكعبي - وزيرة الثقافة والشباب - عضو مجلس إدارة القوة الناعمة - وزيرة الدولة لشؤون المجلس الوطني الاتحادي سابقاً.

- سعادة الدكتور سلطان النعيمي - مدير مركز الإمارات للبحوث والدراسات

الاستراتيجية.

- سعادة محمد جلال الرئيسي - مدير عام وكالة أنباء الامارات (وام)

#### ثانياً/ أعضاء مجلس القوة الناعمة والدبلوماسية البرلمانية:

- معالي ريم الهاشمي - وزيرة دولة لشؤون التعاون الدولي - عضو مجلس إدارة الإمارات للقوة

الناعمة - مدير عام أكسيو ٢٠٢٠.

- معالي أمل القبسي - أول امرأة تتولى رئاسة المجلس الوطني الاتحادي السابق - إحدى

القيادات البرلمانية وناشطة سياسية أسهمت في مجال القوة الناعمة للدولة.

- سعادة اللواء الدكتور أحمد ناصر الريسي - رئيس المنظمة الدولية للشرطة (الانتربول) والمفتش

العام في وزارة الداخلية والناشط في مجال العلاقات الدولية.

#### ثالثاً/ الناشطين السياسيين وصناع المحتوى الإعلامي:

- معالي ضاحي خلفان تميم - نائب رئيس الشرطة والأمن العام بدبي - ناشط سياسي مؤثر في

تويتر.

- د. عبد الخالق عبد الله - أستاذ جامعي وناشط سياسي - مؤثر في الإعلام الرقمي.

- د. راشد النعيمي - وكيل الوزارة المساعد للخدمات المساندة في المجلس الوطني سابقاً - مدير

قطاع القياس والمحتوى في وزارة الثقافة.

- عبد الله عبد الكريم الرئيسي - مدير المحتوى الإعلامي في وكالة أنباء الإمارات - والراصد

لمؤشرات الإعلام الرقمي.

#### رابعاً/ رؤساء التحرير والمحتوى الإخباري في الصحافة والتلفزيون:

- حمد الكعبي - رئيس تحرير جريدة الاتحاد - الصحيفة الرسمية الناطقة باسم دولة الإمارات والمدير

التنفيذي لقطاع التحرير والنشر في شركة أبو ظبي للإعلام سابقاً.

- خالد عبد الله عمران - رئيس مجلس الإدارة والمدير العام لدار الخليج للطباعة والنشر - إحدى

أهم الصحف السياسية في الإمارات.

- عبد الحميد أحمد - رئيس تحرير جلف نيوز - الإمارات العربية المتحدة.

- ريم المري - مدير الأخبار العالمية والمحلية - مركز أخبار مؤسسة دبي للإعلام.

### ٣,٥ إجراءات الدراسة

تم اعتماد الباحث على المراجع الأكاديمية المتمثلة في الكتب المتخصصة في موضوع الدراسة والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة الحالية، والمواقع الحكومية المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية، ومواقع الصحف والمجلات الإماراتية، كما تم الاستعانة بالمحاضرات والندوات التي تم التعرض من خلالها لموضوع الدراسة، مع الاطلاع على بعض الوثائق التي أفادت موضوع الدراسة، ثم قام الباحث بصياغة بعض الأسئلة التي من خلال الإجابة عليها من عينة الدراسة سوف تسهم في حل مشكلة الدراسة والخروج بنتائج ونوصيات.

### ٣,٦ أدوات الدراسة

أدوات الدراسة هي الأدوات التي يستخدمها الباحث في الوصول لتحقيق أهداف الدراسة والتوصل لحلول لمشكلة الدراسة، وقد اعتمد الباحث على بعض الأدوات بجانب المقابلة في هذه الدراسة وهي:

- البيانات الأولية والتي جمعها الباحث من خلال الدراسات الاستقصائية والانفوجرافيك الذي تم

على كل المبادرات التي قامت بها دولة الإمارات العربية المتحدة.

- ملاحظات الباحث وممارساته وخبراته التراكمية في مجال الإعلام ومهاراته في إجراء المقابلات.

- المقابلات المعمقة وهي إحدى الأدوات التي استخدمها الباحث في الحصول على بيانات كيفية، وهي عبارة عن مقابلة شخصية مباشرة وغير مقننة توصل من خلالها الباحث على حث المبحوث على الكشف عن دوافعه ومعتقداته ومشاعره واتجاهاته نحو الإعلام الحكومي الرقمي في دولة الإمارات ومدى القصور والإيجابيات به.

- تم تدعيم هذه الأدوات ببعض المقابلات مع عدد من الخبراء الإعلاميين الأجانب لإرساء عنصري الإثبات والحياد.

### ٣,٦,١ المقابلة شبه لمقننة

سيتم استعمال المقابلة شبه المقننة كأداة رئيسية للدراسة "وتتم إجراء المقابلات شبه المقننة بإطار عمل مفتوح بصورة مقبولة تسمح بالتواصل الثنائي التحواري المركز. ويتبع القائمون بالمقابلات دليل إرشادي ولكن بإمكانهم تتبع مسارات موضوعية في الحوار خارج الدليل الإرشادي عندما يلزم الأمر. ولا يتم وضع وصياغة جميع الأسئلة مسبقاً قبل المقابلات. ويتم وضع معظم الأسئلة أثناء المقابلة، مما يعطي لكل من القائم على المقابلة والشخص الذي تتم مقابله المرونة للخوض في التفاصيل عند الحاجة." (البلدواي، ٢٠٠٧).

تتباين المقابلات من حيث غرضها وطبيعتها ومجالها، فهناك المقابلات التي تجري للتوجيه أو الإرشاد وللعلاج النفسي ولأغراض البحث العلمي، وهناك المقابلة الفردية التي تجري لشخص واحد والمقابلة الجماعية التي تجري مع عدة أفراد وهناك نوع آخر من المقابلات يجري بوجود فريق من السائلين ويجب واحد وتدعي ب (فريق المقابلة) (Team Interview) كما أن المقابلة قد تكون منظمة وقد تكون غير منظمة، ومعيار التنظيم يكمن في ضبط الأسئلة وتوجيهها والإجابة عنها. وتعد المقابلة من أهم الأدوات التي يعتمد عليها الباحث لجمع المعلومات حول موضوع بحثه، وهي بمثابة عملية حوارية، بين

الباحث والشخص المبحوث، وهو غالباً ما يكون عنصراً مهماً في موضوع البحث، ويمتلك معلومات مهمة تعد بمثابة وثائق للباحث، فقد يكون هذا الشخص المستهدف مسؤولاً كبيراً، أو أنه يشغل منصب مهم كأن يكون قائداً أو رئيس هيئة (الشريف، ٢٠١١: ١٢٠-١٢١). وفيما يلي عرض موجز لبعض أنواع المقابلات:

### أولاً/ المقابلات الفردية والجماعية Individual and Group Interviews:

تجري معظم المقابلات في جلسة خاصة مع شخص واحد وذلك حتى يشعر الشخص بالحرية والاطمئنان ويكون تعبيره عن نفسه أكثر صدقاً واكتمالاً، وهذا النوع من المقابلات يدعى بالمقابلة الفردية. وفي بعض الأحيان ينظم الباحث المقابلة مع مجموعة من الأفراد دفعة واحدة يتراوح عددهم، عادة، بين ٦ إلى ١٢ فرداً ليسهل الاتصال معهم وإشراكهم جميعاً في المناقشة أثناء إجراء المقابلة وهذا ما يسمى بالمقابلة الجماعية. وتمتاز المقابلة الجماعية بكونها تقدم معلومات أكثر فائدة فعندما يجمع عدد من الأفراد من خلفيات متقاربة أو متباعدة للكشف عن مشكلة معينة أو لتقويم مشروع ما يكون بمقدورهم تغطية مساحة واسعة من المعلومات، فضلاً عن تقديمهم وجهات نظر متباينة حول الموضوع، كما يستطيعون مساعدة بعضهم البعض في استدعاء المعلومات أو تثبيتها والتحقق من صحتها.

وقد تشجع المقابلة الجماعية الأفراد على الصراحة والاسترسال في الحديث ما داموا يشاهدون ويسمعون غيرهم في الاجتماع، وما داموا يرغبون في أن يكون لهم الدور في الحديث والمناقشة الجارية. وتفيد المقابلة الجماعية كثيراً إذا ما أجريت مع جماعة الجانحين أو تقويم نزلاء السجون أو حل بعض المشكلات الاجتماعية في إحدى الهيئات أو الأوساط الاجتماعية (العزوي ٢٠٠٨: ١٤١).

ومن النقاط التي تؤخذ عليها المقابلة الجماعية هي إحجام بعض الأفراد عن التعبير عن بعض الأمور أو القضايا. أما المجموعة فيكونون متحفظين في إجاباتهم. وقد يكون شخصاً واحداً (ليس بالضرورة الأكثر امتلاكاً للمعلومات) أو أكثر مسيطراً على جو المناقشة مما لا يفسح المجال للآخرين من الكشف عن وجهات نظرهم. فضلاً عن ذلك، فإنه يصعب التعرف فيما إذا كان الرأي المطروح هو تعبير صريح وصادق لرأي الفرد نفسه أم أنه مستوحى من رأي الجماعة.

#### ثانياً/ المقابلات المنظمة أو الشكلية:

يتحدد نوع المقابلة بشكلها وتنظيم محتواها ويتباين تنظيم المقابلات وفقاً لعدد المشاركين، فبعض المقابلات تكون مقننة وشكلية. تقدم نفس الأسئلة بنفس الأسلوب والترتيب لكل فرد. واختبار الأجوبة البديلة محصورة بقائمة محددة مسبقاً كأن يكون اختياراً من متعدد أو القول "نعم" أو "لا". وحتى التمهيد للمقابلة والتعليقات تكون موضوعية مسبقاً وبصورة منتظمة. وهي بهذه الصورة تقابل الاستبيان المقبول. والميزة الرئيسية لها هي حصول البحث على عدد أكبر من الإجابات. وتمتاز المقابلة المنظمة بكونها أكثر عملية في طبيعتها لاتصافها بالدقة والضبظ، وأنها أسهل من حيث تسجيل الإجابات وتحليلها، وبالتالي فإنه يمكن من خلالها التوصل إلى صياغة التعميمات العلمية (الواصل، ٢٠٠٦).

ومن أهم نقاط الضعف للمقابلة المنظمة هي السطحية في الإجابة والجمود في إجراءات جمع المعلومات وشكلية الاستقصاء مما يؤدي إلى تعذر التوغل في العمل المطلوب.

#### ثالثاً/ المقابلات غير المنظمة أو غير الشكلية:

تمتاز المقابلات غير المنظمة بمرونتها. فليس هناك ضبط أو توجيه للسؤال والجواب ومن أمثلة هذا النوع هي تلك التي تجري في العيادات النفسية ومراكز التوجيه والإرشاد النفسي والتربوي.

ولما كان لقياس المقابلة هدف أو عدة أهداف فلا بد للباحث من تهيئة عدد من الأسئلة الأساسية التي يدور حولها الحديث والمناقشة ولها صلة بهدف البحث. فإذا ما وجهت هذه الأسئلة وأثيرت حولها تساؤلات فلا بد من تبديلها أو تعديلها أو إعادة صياغتها لتناسب الموقف والأفراد. ويشجع الأفراد في هذا النوع من المقابلة، على التعبير عن أفكارهم بكامل حريتهم، إذ لا توجد لدى الباحث إجابات محددة مسبقاً (العزوي ٢٠٠٨).

يستطيع الباحث باستخدام المقابلة غير المنظمة الحصول على إجابات أكثر عمقاً وتفصيلاً، ويمتدح قدرًا من المرونة في معالجة موقف المقابلة. إذ يستطيع الباحث التوغل وراء الأجوبة الأولية متبعًا سبلاً غير متوقعة، ومن الصعوبات التي يواجهها الباحث هي تكميم الإجابات وتصنيفها وتفسيرها. وتعتبر المقابلة غير المنظمة أداة قيمة في الدراسات الاستطلاعية أو في المرحلة الاستطلاعية لبحث معين فعندما يكون الباحث غير متأكد من ماهية الأسئلة التي يريد أن يسألها أو كيفية توجيه هذه الأسئلة، يلجأ إلى المقابلة غير المنظمة التي تساعد في اختيار وصياغة الأسئلة المناسبة للاستبيانات المقننة والمقابلات من الأنواع الأخرى. وتفيد المقابلة غير المنظمة في زيادة بصيرة الإنسان وإدراكه للدافعية الإنسانية وللتفاعل الاجتماعي مما يجعل الباحث قادراً على صياغة فرضيات مفيدة (ناصر، ٢٠١٤).

ولا بد من التركيز على ضرورة إلمام الباحث بإجراءات كلا النوعين من المقابلات (المنظمة وغير المنظمة) ولأنه معرض لاستخدام كليهما خلال البحث، من خلال بعض الإجراءات والمتطلبات عند إجراء المقابلة وهي:

١/ أسلوب فريق المقابلة:

يعتبر أسلوب فريق المقابلة من الأساليب الحديثة المتبعة في المقابلة، حيث يقوم شخصان بإدارة المقابلة وتوجيه المناقشة مع الشخص المجيب، ويساعد هذا الأسلوب القائمين بالبحث على تسجيل كل شيء يدور في المناقشة، إذ تكون مهمة أحدهما تدوين إجابات المجيب ويبقى الثاني منشغلاً بالمناقشة. مما يجعل المقابلة أكثر حيوية وإثارة وفعلاً. ويضع لهذا الأسلوب مزيداً من الضمانات على موضوعية النتائج وتفسيرها. وتصدر الإشارة هنا إلى أن أسلوب فريق المقابلة يفيد في الدراسات الاستطلاعية التي تهدف إلى التعرف على المتغيرات المتصلة بموضوع من الموضوعات. إذ أن أكثر من مقابل يؤدي إلى عزل هذه المتغيرات وتحديد نتائجها لتبادل وجهات النظر وما يدور بين المقابلين ومن مناقشة حول الموضوع.

## ٢/ خطوات المقابلة:

أولى الخطوات التي اتبعها الباحث في استخدام أسلوب المقابلة هي:

١. **الخطوة الأولى:** تم تحديد مشكلة البحث، والهدف منه، والإطار النظري لهذا البحث، وفرضياته

والأسباب التي دعت لاستخدام المقابلة.

٢. **الخطوة الثانية:** قام الباحث بترجمة الهدف العام وما يتصل به من مشكلة وفرضيات إلى سلسلة

من الأهداف والموضوعات، والمجالات المحددة التي ستكون لها إطار يستوحي منه أسئلة المقابلة.

٣. **الخطوة الثالثة:** قام الباحث بعمل دليل أو إطار مبدئي (يصاغ في عدد من الأسئلة) يستعين به

الباحث في إجراء المقابلة وتوجيهها.

ومن أجل حدوث ذلك قام الباحث بالآتي:

أ. تمكن الباحث من الحصول على البيانات التي تحقق الأهداف وتغطي الموضوعات المحددة التي

تعبّر عن مشكلة البحث وهدفه العام.

- ب. تمكن الباحث من التعمق في المناقشة والوصول إلى المعلومات في أثناء المقابلة.
- ج. خلق الباحث جو من الود أثناء المقابلة يشجع المجيب على الإجابة وتزيد من حماسه للموضوع.
- د. أدى إلى اتصال بين السائل والمجيب أتاح فرص تدقيق الإجابات الواردة في المقابلة.
- هـ. قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية للمقابلة تلاها إجراء المقابلة بالفعل وما يتصل بهذا الإجراء من تسجيلات.

### ٣ / الإعداد للمقابلة:

- قام الباحث ببعض الإجراءات قبل إجرائه للمقابلات وهي:
- أ. حدد الباحث المعلومات يريد تغطيتها.
- ب. أعد الباحث أسئلة مناسبة للحصول على البيانات المطلوبة.
- ج. أدخل الباحث تعليقات جعلت المجيب يشعر بالاطمئنان وساعدته على استمرار المحادثة.
- د. كسب الباحث ثقة عينة الدراسة من خلال معرفته السابقة عن ميولهم اهتماماتهم ومعتقداتهم وخلفياتهم.
- هـ. حصل الباحث على معلومات كافية لفهم أطر المرجعية للأفراد ولتفسير إجاباتهم وما هو المقصود منها.
- و. أجرى الباحث مقابلات أولية واستطلاعية لاكتشاف نقاط الضعف في طريقه وأسلوبه وأسئلته أو نظام التسجيل.

### ٤ / صياغة أسئلة المقابلة:

من الأمور الأساسية التي ينبغي أن يأخذها الباحث بعين الاعتبار عند صياغة الأسئلة التي يحتويها دليل المقابلة ما يلي:

أ. أن يكون لكل سؤال صلة وثيقة بهدف خاص من أهداف البحث (العزاوي، ٢٠٠٨).

ب. أن يكون السؤال واضحاً يفهمه المجيب المقصود منه ويجفزه على الإجابة عن طريق استخدام اللغة المناسبة والابتعاد عن استخدام التعبيرات أو المصطلحات الفنية غير المألوفة وينبغي على الباحث أيضاً تجنب استخدام الكلمات غير الشائعة أو الأساليب اللغوية الرفيعة بغية تمكين المجيب من إعطاء المعلومات في جو ودي، كما ينبغي على الباحث أن يصيغ أسئلة بحيث يستطيع المجيب ويعرف الهدف من توجيهها إليه، وينبغي كذلك تجنب الباحث الأسئلة الإيجابية أو تلك التي تتضمن عبارات أو كلمات تشجع على التحيز، وينبغي أن تصاغ الأسئلة بحيث تكون أجابته في مجال خبرة المجيب ومعارفه.

#### ٥/ إجراءات المقابلة:

١. موعد المقابلة: حضورياً وجهاً لوجه، وتم طرح الأسئلة وتسجيلها صوتياً.
  ٢. مدة وتاريخ المقابلة: ٥٠ دقيقة بين شهري يناير وأبريل (٢٠٢٢).
  ٣. تسجيل المقابلات والتعرف على المضمون بشكل عام.
  ٤. تفرغ البيانات الرئيسية لكل سؤال.
  ٥. رصد عدد الإجابات المتشابهة والغير مطلوبة وصياغتها بطريقة علمية وتصنيفها بطريقة الترميز.
  ٦. فرز النتائج وربطها بالأهداف والاستنتاجات، والدراسات السابقة.
  ٧. استخراج التوصيات.
- تم استخدام طريقة سوات (SWOT) في تحليل إجابات المبحوثين وهو يستخدم في المعتاد كأداة للتخطيط الاستراتيجي للمؤسسات والمنظمات، ويمكن استخدامه في تحليل المقابلات مع المبحوثين.

وقد تم استخدامه في هذه الدراسة من أجل التوصل لنقاط القوة والضعف المتواجدة في إجابات المبحوثين والتي تبين أدوات القوة الناعمة ونقاط القوة فيها ، والإعلام الرقمي الإماراتي ونقاط الضعف فيه لنصل في نهاية الأمر أن مشكلة الدراسة صحيحة وأن الإعلام الرقمي وعلى الرغم من حجم المبادرات والأحداث المتواجدة في القوة الناعمة الإماراتية إلا أنه لم يستطع أن يبرز تلك الأحداث على الساحة الدولية، وأن الفرص التي تم التوصل إليها من إجابات المبحوثين هي التوصيات التي يجب الأخذ بها وتقومها، وأن نقاط الضعف هي المعوقات التي يجب تذليلها . لذلك تم استخدام تحليل سوات.

### ٣,٧ إجراءات الصدق والثبات

قام الباحث بعرض استمارة المقابلات على المشرف الأكاديمي الرئيسي ومجموعة من الخبراء الإعلاميين الأجانب الذين يمثلون عينة محايدة في موضوع الدراسة تعطي مزيدا من التوافق والحياد والصدق والثبات، وتم الاتفاق على مجموعة من الأسئلة تتناول الإعلام الرقمي والقوة الناعمة وتم تطبيقها على مجموعة تم اختيارها بعناية تكونت من 7 أفراد ومن ثم تم عرض الأسئلة مرة أخرى بعد حوالي ٧ أيام حتى تكون استمارة المقابلة بأعلى نسبة من التوافق والجودة لإجراءات الصدق والثبات وهم:

١ . ناستيا سفييت: مراسله روسية ناشطة وصحفية في روسيا اليوم (٢٠٢٢).

٢ . عماد جياذ: مراسل صحفي وتلفزيوني / روسيا (٢٠٢٢).

٣ . صلاح جمعة: مراسل صحفي وتلفزيوني / القاهرة (٢٠٢٢).

٤ . محمد موسي: صحفي ومراسل اخباري / باريس - فرنسا (٢٠٢٢).

٥ . محمد صالح صديقيان: كاتب صحفي وسياسي طهران (٢٠٢٢).

٦. زاهي علاوي: صحفي ومراسل وكالة انباء / برلين (٢٠٢٢).

٧. جون ماكولي: صحفي زي ناشيونال / مقيم في الدولة منذ أكثر من ٨ سنوات (٢٠٢٢).

### ٣,٨ خلاصة الفصل الثالث

من خلال هذا الفصل تم اختيار المنهج المستخدم في الدراسة وكيفية تطبيقه، كما تم تحديد أدوات الدراسة وكيفية استخدامها، وكيفية تصميمها من خلال استمارة تحليل المضمون، كما تم وضع استمارة مقابلة، وصياغة أسئلتها بعناية لتتماشى مع موضوع الدراسة ولتجيب على أسئلة الدراسة، وقد تم من خلال هذا الفصل أيضاً تحديد مجتمع الدراسة، وتم اختيار عينة الدراسة منه بالطريقة التي تناسب موضوع الدراسة.