

## أدوات جمع البيانات

إن أدوات جمع البيانات هي مجموع من الوسائل و المقاييس التي يعتمدها الباحث للحصول على المعلومات المطلوبة لفهم وحل مشكلته من المصادر المعنية بذلك وأهم هذه المصادر هي:

### أولا : الاستبيان

يعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في إستمارة ترسل لأشخاص المعنيين إلكترونيا أو عن طريق البريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها و بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع و التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق. وهي كذلك مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.

#### 1-مراحل إعداد الاستبيان:

1. تحديد إطار البحث بتساؤلاته وفرضياته و أهدافه.
2. تحديد المعلومات المستهدفة ووضعها في مسودة
3. الاطلاع على الاستبانات ذات العلاقة .
4. وضع الأسئلة التي ستساعد في الحصول على المعلومات
5. إخضاع الاستبيان الى التحكيم وتطبيق مقاييس الصدق و الثبات.
6. تعديل الاستبيان ووضعها في شكله النهائي.
7. توزيع الاستبيان على العينة المستهدفة
8. تفرغ البيانات ثم تحليلها و الخروج بنتائج الدراسة.

#### 2-أنواع الأسئلة:

##### 1- الأسئلة الديموجرافية :

وهي مجموعة من الأسئلة المكملة وفي الغالب لا تكون أساسية في الاستبيان إلا إذا تعلق موضوع البحث بأي منها، وهذه الأسئلة تكون عبارة عن سؤال عن

(الجنس، أو العمر، أو المؤهل الدراسي، أو مكان الإقامة، أو الدخل الشهري، أو الوظيفة ... الخ) والهدف منها هو توزيع عينة البحث وفق تلك الخصائص للوقوف على صورة مكتملة للعينة وتكون في بداية الاستبيان وتكون على الشكل التالي في الغالب:

الجنس : ذكر ( ) أنثى ( )  
 العمر: 20-30 ( ) 31-41 ( ) 42-52 ( ) أكثر من 52 سنة ( )  
 المستوى التعليمي: ليسانس ( ) ماستر ( ) دكتوراه ( )

### 2- الاسئلة الثنائية

والتي تكون الإجابة فيها إحدى خيارين فقط ( نعم أو لا)، (موافق أو غير موافق)، (مستعد أو غير مستعد)، (أرغب في ... أو لا أرغب في .....)، وهكذا .... ، ويتم تصميمها في الاستبيان على النحو التالي:

هل تشاهد البرامج الحوارية التلفزيونية بشكل دائم؟  
 نعم ( ) لا ( )  
 هل توافق أن وسائل الإعلام الغربية أكثر مصداقية من وسائل الإعلام العربية؟  
 أوافق ( ) لا أوافق ( )

### 3- اسئلة الاختيار من المتعدد :

وهي أسئلة يختار فيها من يجيب على الاستبيان اختياراً أو اختيارات من بين خيارات متعددة قد تكون ثلاث أو أربعة أو خمسة أو أكثر في بعض الأحيان (لكن يفضل أن تكون من 3 إلى خمسة اختيارات حتى لا يتشتت المستجيب بينها وتكون على النحو التالي:

ماهي أكثر أشكال المشاركة السياسية التي ترى أنها فاعلة في التغيير :  
 العزوف على الانتخابات ( ) المشاركة في الانتخابات ( ) الخروج في احتجاجات ( )  
 مشاركة في حملة الالكترونية سياسية ( )

### 4- الاسئلة الترتيبية:

وهي التي يقوم فيها المستجيب على الاستبيان بترتيب بعض البدائل المتاحة وفق الممارسة أو التفضيل أو الاستخدام أو غيرها ، ويعطي المستجيب رقما لكل منها حسب أفضليتها لديه، وتصاغ على النحو التالي:

رتب مواقع التواصل الاجتماعي حسب درجة الاستخدام لديك 1 / 2 / 3 / 4 / ... :

فايسبوك ( ) تويتر ( ) يوتيوب ( ) انستغرام ( ) تيك توك ( )

5- أسئلة ابداء الراي او الموقف تجاه موضوع ما :

وهي الأكثر انتشارا واستخداما حيث يعطي المستجيب درجة من الموافقة على كل عبارة من عبارات الاستبيان مثل (موافق تماما - موافق - محايد - غير موافق - غير موافق تماما)، أو (موافق - محايد - غير موافق) وفق تصميم ثلاثي أو خماسي، وتكون على النحو التالي:

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					25- يساهم لفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا الوطنية
					26- عمق الفيس بوك درجة شعورك بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية
					27- لحراك الشعبي هو الوسيلة الأمثل والأنجع لإيصال صوت الشعب الراض للنظام الحاكم

6- الاسئلة المفتوحة:

وهي أسئلة تترك فيها الحرية للمستجيب لإبداء رايه حول قضية أو موضوع معين، وتكون على النحو التالي:

ما رأيك في مضامين الصفحات السياسية التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

.....

ماهي أكثر الشخصيات السياسية التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

### 3- أسس اختيار الاستبانة الجيدة

- توافق اللغة المستخدمة وطريقة تركيبها في كتابة الاستبانة مع مستوى العينة المستهدفة، وإلا فإن ذلك يتطلب من الباحث تعديل الاستبانة .
- معاملات الصدق والثبات للاستبانة، الأمر الذي يركز عليه إن تطلب تعديل الاستبانة.
- الأسلوب الذي يتم من خلاله تجميع المعلومات وحصدها.
- آلية تحليل البيانات التي سيحصل عليها الباحث من الاستبانة.
- الشكل والهيئة الذي يتم به توزيع نسخ الاستبانة.

### 4- الضوابط التي تتحكم في كتابة أسئلة الاستبانة وتعديل الاستبانة بناءً عليها

- عدم صياغة أسئلة الاستبانة بطريقة ذات تأثير على المبحوث، فذلك يدفع بالمبحوث للانحراف عن الاتزان في الإجابة فيجري تبعاً لذلك تعديل الاستبانة.
- على الباحث أن يحضر قائمة يبدي فيها عن أسبابه التي استدعت منه كتابة كل بند من بنود الاستبانة على حدة، فتكون مبرر له إن تطلب تعديل الاستبانة لأي سبب.
- التركيز على أسلوب الصياغة وآليته ودرجة الدقة فيها، وإلا سيقوم الباحث بتعديل الاستبانة بأسلوب أفضل.
- الأسئلة ذات الحجم الأقل تشجع المبحوثين على الإجابة، فنقيضه تستدعي تعديل الاستبانة.
- الابتعاد عن استخدام أسلوب النفي في عرض الأسئلة لأنه تشكك في الفهم الصحيح للأسئلة، وإن اختل هذا الأمر يستدعي تعديل الاستبانة.
- أن يختص كل بند بمدلول واحد وانعدام الازدواجية في الأفكار وإلا سيجري تعديل الاستبانة.
- الابتعاد عن الأسئلة التي تدفع عينة الدراسة إلى وضع افتراضاته الخاصة أو بذل جهد ذهني كبير فيضطر الباحث لتعديل الاستبانة.
- انتقاء الكلمات السلسلة الواضحة المفهومة التي لا تتطلب تعديل الاستبانة بسببها.

## ثانياً المقابلة

المقابلات هي وسائل شفوية عادة مباشرة أو هاتفية أو مسجلة تقنيا لجمع البيانات ، يتم من خلالها سؤال فرد أو خبير عن المعلومات التي لا تتوفر عادة في الكتب أو المصادر الأخرى.

ونظرا لكون البيانات التي يتحصل عليها الباحث غالبا من المقابلات الشخصية هي ذات طبيعة لفظية ووصفية ، مرتبطة بواقع راهن أو ماض ، فإن أكثر استخداماتها تكون مجدية في البحوث الوصفية والتاريخية ، ومع هذا يمكن للباحث استغلال هذه الأداة في البحوث التجريبية، وأيضا في عملية جمع البيانات واقتراح التوصيات التطبيقية للنتائج .

**1-ضوابط عامة لإعداد المقابلة:** وعند استخدام الباحث للمقابلات الشخصية في جمع البيانات يراعي مايلي :

- تحضير المواضيع التي تهتم بالبحث ثم تطوير الأسئلة التي سيوجهها الباحث في كل موضوع للحصول على المعلومات المطلوبة .
- الامتناع عن توجيه الأسئلة ذات الأسئلة ذات الميول السلبية أو التي قد تثير في الخبراء أو الأفراد الذين تجري مقابلتهم الشعور بالمقاومة أو التهديد و المناورة و الامتناع بالتالي عن إعطاء البيانات المتوفرة لديهم .
- تطوير بدائل للأسئلة الهامة للبحث ضمانا للحصول على البيانات المطلوبة الكافية كما ونوعا ، يعني تطوير الباحث لعدة أسئلة بصيغ مختلفة لنفس الموضوع ليستطيع بها تغطية كافة الجوانب الهامة لبحثه . وتعويض الأسئلة نقص بعضها البعض في الحصول على البيانات المطلوبة.
- التسجيل الكتابي المنظم لبيانات المقابلة باستخدام النماذج المناسبة لطبيعة البحث وإمكانيات الباحث. و يفضل في كل الأحوال تسجيل المقابلات الشخصية سمعيا/ بصريا، تسهيلا لعمليات جمع البيانات وتصنيفها.

**2-أهمية المقابلة كأسلوب لجمع البيانات: تظهر أهمية المقابلة في النقاط التالية:**

- أ- تسمح المقابلة للباحث بالتعمق في أغوار المبحوث لمعرفة أفكاره و آرائه ومعتقداته، من خلال الحوار المتصل و المناخ الودي.
- ب- تظهر أهمية المقابلة في المجتمعات و الحالات التي تكون فيها نسبة الأمية عالية.
- ت- إن المرونة التي يوفرها أسلوب المقابلة تسمح بالتغلب على الصعوبات العديدة التي تؤدي إلى التحريف في الإجابات ، أو نقص استجابات المبحوثين، التي تظهر في الاستقصاء، حيث تسمح للباحث بشرح الأسئلة الغامضة.
- ث- ترتفع نسبة الثقة في نتائج الدراسة بشكل أكبر ذلك أن الباحث يختار العينة التي سوف يقابلها اختيارا دقيقا.

**3-استخدام المقابلة في بحوث الإعلام والاتصال:**

تعتبر بحوث الصحافة من أنسب المجالات التي تستخدم فيها أداة المقابلة ، نظرا لحاجة هذه البحوث إلى اللقاء المباشر مع المبحوثين ، وارتباط موضوعات المقابلة بالصحيفة

التي يجب أن تكون بين يدي المبحوث وقت المقابلة. وماتحتاجه هذه المجالات من شرح وتفسير لطرق الإجابة على الأسئلة. مثل دراسات يسر القراءة، التي تستهدف قياس مدى فهم القارئ للمقاطع اللفظية وقدرته على قراءتها.

كما تستخدم المقابلة بشكل واسع في دراسات القائم بالاتصال للتعرف على مهاراته و طريقة آدائه المهني في مؤسسات الإعلام ، كما أنها الوسيلة الأكثر استخداما في دراسات الاتصال المؤسساتي بشكل عام إلى جانب الاستبيان.

#### 4-تصميم أداة المقابلة:

لا يختلف تصميم دليل المقابلة عنها في الاستبيان سوى في طريقة صياغة الأسئلة أو عددها، وعادة ماتحتاج استمارة المقابلة إلى أسئلة مفتوحة ، أو أسئلة إرشادية عامة توجه الحوار والحديث، و يترك للباحث تسجيل الإجابات بما يتفق مع نوع وشكل الأسئلة.

## ثالثا الملاحظة :

الملاحظة المنظمة هي أداة او نماذج مكتوبة عادة ، يقوم باستخدامها الباحث غالبا في الدراسات الإجرائية و التجريبية ثم الوصفية على التوالي، بقصد مشاهدة وعد وتسجيل أنواع سلوكية محددة في الأداة أو النموذج أي لجرد مايتوفر من سلوكيات تهم دراسته. من هذا المفهوم الشامل لأدوات جمع البيانات الحالية، يمكن أن تكون وسائل الملاحظة المنظمة وسيلة لعمليات النقد و التحليل.

وبينما تحدث الملاحظة المنظمة غالبا بمشاهدة الباحث مباشرة لمواضيع/ عينات البحث ، إلا أنه يجري التركيز في الحالات التي يخشى فيها تأثير الباحث الجانبي على سلوك أفراد التجربة أو البحث، إستخدام الملاحظة الخفية التي يشاهد بواسطتها الباحث مواضيع بحثه في الوقت الذي لا يستطيعون ذلك (أو لايعرفون أحيانا أمر مشاهدتهم من أحد).

#### 1-استخدام الملاحظة كأداة لجمع البيانات:

تقدم الملاحظة اسهامات في المجالات المتعددة للدراسات الاستطلاعية، ووجمع البيانات الأولية عن الظاهرة ، أو في الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف السلوك أو تفسير العلاقات السببية. وهناك حالات عديدة تستخدم فيها الملاحظة في دراسة جمهور المتلقين مثل :

✓ وصف الخصائص الأولية الظاهرة لجمهور وسائل الإعلام ، مثل رصد فئات هذه الحقائق في المواقف الاتصالية المختلفة. مثل شراء الصحف من الأكشاك أو متابعة التلفزيون في السياق العائلي.

✓ ملاحظة اهتمام وتفضيل المتلقين لمفردات النشر و الإذاعة و التلفزيون و الانترنت، مثل عناوين الصحف أو الإعلانات أو المساحات المنشورة الأكثر جذبا أو اهتماما للجمهور.

**2-الخطوات المنهجية للملاحظة :** هناك عدة خطوات للقيام بالملاحظة الميدانية منهجيا وهي:

- ❖ الاقتراب من ميدان الملاحظة ومفرداتها: وذلك عن طريق الحصول على تصريح بالملاحظة خصوصا عند ملاحظة الجماعات الرسمية مثل الطلبة ، التلاميذ ، الإداريين ... وغيرهم.
- ❖ تصميم بطاقة الملاحظة: تعتمد على طبيعة البيانات السلوكية المستهدفة، والأماكن التي ترصد فيها السلوكات وهي التي تحدد الوقائع المطلوب تسجيلها.
- ❖ تسجيل البيانات المستهدفة: سواء كتابيا أو صوتيا أو عن طريق كاميرات.

## رابعا تحليل المضمون

### 1-تحليل المضمون على المستوى النظري

يعد تحليل المضمون تقنية وصفية في دراسة الوثائق والإرساليات الإعلامية والخطابات المختلفة بغية فهمها وتفسيرها في ضوء المعالجة الإحصائية. بمعنى أن تحليل المضمون أسلوب كمي وكمي في الوقت نفسه إلى حد ما، يستخدم في تحليل مضامين المواد الشفوية والمكتوبة والمصورة، باستكشاف محتوياتها ومعطياتها وبياناتها، وجردها في مؤشرات دلالية وسيميائية، وتجميعها وتصنيفها في فئات جامعة وموحدة ومشتركة. ثم، معالجة المضامين الدلالية نوعا وقياسا لتعقبها مرحلة الفهم والتفسير، فاستخلاص النتائج التي تثبت الفرضية أو تفندها، ثم تحديد مختلف الاقتراحات والتوصيات للعمل بها آنيا ومستقبليا تنظيرا وتطبيقا.

وإذا كان تحليل المضمون قد استخدم منهجية أو تقنية أو أسلوباً في تحليل المواد والأخبار والإرساليات في علوم الإعلام والدعاية والإشهار، وكذلك في العلوم القانونية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية، فقد استعمل هذا المنهج، بشكل أو بآخر، في مجال الآداب والنقد والتربية والتعليم من أجل معرفة التيمات والمضامين والمواضيع والخطابات والقيم والمواقف والرغبات والميول والسلوكيات والتصرفات والتوجهات لدى الفرد تجاه موضوع معين، في زمان ومكان معينين.

لذلك فتحليل المضمون في مجال البحث العلمي بمثابة منهجية لوصف البيانات والمعطيات والوثائق والنصوص والخطابات بغية معالجتها كمياً وكيفياً قصد البرهنة على صحة الفرضية أو بطلانها علمياً.

## 2- استعمالات تحليل المضمون

وفقاً للنموذج المعروف : من ؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة ؟ لمن ؟ بأي تأثير؟ يمكن حصر تحليل المحتوى كالتالي.

1- من ؟ : وفيها يتم:

- بحوث تحديد الموايا والأهداف
- بحوث تحديد الاتجاهات
- بحوث تحديد السمات الشخصية والاجتماعية.

2- يقول ماذا ؟

- بحوث الكشف عن السياسات والأهداف .
- بحوث الكشف عن الأنماط والمعايير الاتصالية.
- بحوث الكشف عن المعايير الاتصالية .
- قياس درجة الانقراطية.

3- لمن ؟

- دراسة الأنماط الثقافية والفكرية والعقائدية.
- دراسة التغيير في هذه الأنماط.
- دراسة طرق تحقيق الأهداف والغايات.

4- كيف ؟

- دراسة فنون الإقناع
- دراسة اتجاهات حراس البوابة.



## 5- بأي تأثير؟

- دراسة التفاعل و المشاركة
- تقويم السياسات و الأهداف .

## 3- وحدات تحليل المضمون وهي كالآتي:

- ✚ الكلمة : كأن يقوم الباحث بحصر كمي للفظ معين له دلالاته الفكرية أو السياسية أو التربوية.
- ✚ الموضوع : وهو إما جملة أو أكثر تؤكد مفهوماً معيناً سياسياً أو اجتماعياً أو اقتصادياً .
- ✚ الشخصية: يقصد بها الحصر الكمي لخصائص وسمات محددة ترسم شخصية معينة سواء أكانت تلك الشخصية شخصاً بعينه أو فئة من الناس أو مجتمع من المجتمعات.
- ✚ الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: هي الوحدة التي يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديمها إلى الجمهور، مثل الكتاب و العمود ، البرنامج الإذاعي وغيرها.
- ✚ الوحدة مقاييس المساحة و الزمن : كأن يقوم الباحث بحصر كمي لطول المقال أو عدد صفحاته أو مقاطعه أو حصر كمي لمدة النقاش فيه عبر وسائل الاعلام .

**4- فئات تحليل المضمون:** وهي الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها تحليل المحتوى ، فقيمة التحليل هي من قيمة فئاته ، وقد جاءت لتسهيل التحليل وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية وهي تهدف إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة وعليه فان اختيار الباحث لفئات التحليل مرتبط بشكل عضوي بإشكالية البحث وفرضياته. يمكن تقسيم فئات تحليل المضمون إلى نوعين فئة الموضوع ماذا قيل؟ وفئات الشكل كيف قيل؟ على النحو التالي:

أ- فئات الموضوع ماذا قيل؟

وهي تتمثل في تقسيم أجزاء المضمون المراد دراسته إلى أجزاء ذات سمات مشتركة وتتفرع فئة المضمون إلى :

- ❖ فئة الموضوع: وفيها يحاول الباحث الإجابة على سؤال على ماذا يدور المحتوى، ويقوم بتصنيف المواضيع التي يريد دراستها والتي يمكنها الإجابة على إشكالية بحثه، ويمكن أن تصنف هذه المواضيع إلى مواضيع سياسية، اقتصادية، ثقافية علمية، دينية .. الخ
- ❖ فئة الاتجاه: وفيها يبحث الباحث عن اتجاه محتوى التحليل ويمكن تصنيف هذا الاتجاه إلى المؤيد، معارض أو محايد أو إلى تصنيفات فرعية تكون أكثر دقة كالتأييد بشدة، التأييد المعتدل أو التأييد الضعيف ونفس التصنيف لفئة معارض.

- ❖ فئة القيم: وهي التركيز في تحليل المحتوى على استخراج القيم التي يحتويها المتن والمرتبطة بإشكالية الدراسة كان يكون موضوع البحث مثلا القيم في المسلسلات التركية ويمكن أن تتفرع هذه الفئة إلى قيم دينية، قيم اجتماعية.. الخ
- ❖ فئة الأهداف: وتسمى هذه الفئة إلى معرفة أهم الأهداف التي يسعى مضمون التحليل إبلاغها أو الوصول إليها والتي يحاول الباحث الوصول إليها.
- ❖ فئة الجمهور: يسعى الباحث من خلال اعتماده على هذه الفئة معرفة الجمهور المعني بالخطاب من خلال المضمون الذي يحتويه متن التحليل ، ماهي سماته هل هو جمهور خاص أم عام كان نبحت مثلا عن نوع الجمهور المستهدف من طرف برنامج من البرامج التلفزيونية .

### ب- فئات الشكل كيف قيل ؟

- ❖ فئة شكل المادة الإعلامية: تستخدم هذه الفئات للتفرقة بين الأشكال و الأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية وتكون في الصح فمن خلال : خبر ، تعليق، كاريكاتير... إلخ. أما التلفزيون مثلا فتكون في شكل : حوار، ندوة، نشرة إخبارية وغيرها.
- ❖ فئة اللغة المستخدمة: تكون على سبيل المثال : لغة عربية فصحي، لغة إنجليزية، لغة فرنسية وغيرها.
- ❖ فئة المساحة و الزمن: تقيس هذه الفئة المساحة في وسائل الإعلام المطبوعة و الزمن في وسائل الإعلام المسموعة و المرئية .

### قائمة المراجع:

- عاطف عدلي العبد، زكي احمد عزمي: الأسلوب الاحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1993
- محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000
- محمد زيدان حمدان: البحث العلمي كنظام ، دار التربية الحديثة، عمان ، 1989