

الفصل الثامن

تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية

أولاً : تعريف تحليل المضمون :

يعرف بيرلسون تحليل المضمون : بأنه أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا وكميا (عاطف العبد : ٢٠٠٤ : ٤٦) .

ويعرف جانيس تحليل المضمون : بأنه الأسلوب الذي يستخدم في تصنيف وتبويب المادة الإعلامية ، ويعتمد أساسا على تقدير الباحث أو مجموعة البحث ويقسم المحتوى على أساسه إلى فئات واضحة ، وتحدد نتائج التحليل تكرارات ظهور وحدات التحليل في السياق .

وتعرف دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية تحليل المحتوى بأنه أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية ، وذلك باختيار عينة من المادة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها كميا وكيفيا على أساس خطة منهجية منظمة .

" تحليل المضمون هو تكنيك بحثي للوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال " (الوفاى : ١٩٨٩ : ١٤٩) .

أى أنه طريقة مقننة وهى ليست منهجا كما يسميه البعض فهو ليس منهج تفكير . وإنما هو وسيلة لجمع البيانات أسلوب للملاحظة أو المشاهدة أو تتبع الظاهرة بفرض تحليلها والخروج بتعميمات أو الإجابة عن تساؤلات أو جمع معلومات لرصد ظاهرة .

ويعد أسلوب تحليل المضمون من الأساليب المستخدمة ضمن المنهج الوصفي الذي يعني بالتصور الدقيق للعلاقات المتبادلة بين المجتمع

والاتجاهات والميول والرغبات والتصور بحيث يعطي البحث صورة للواقع الحياتي ويضع مؤشرات وبناء تنبؤات مستقبلية .
وعن طريق استخدام أسلوب تحليل المضمون يمكن للباحث أن يقوم بتحليل الرسائل الإعلامية لاختبار خصائص الرسالة أو النص علي شرط أن تقوم عملية التحليل بصفة منتظمة وعلي وفق أسس منهجية ومعايير موضوعية للوقوف علي مضمون المواد الإعلامية وتناولها بالشرح والتفسير الملائم .

ويقوم هذا الأسلوب علي فهم منظم ودقيق لمحتوي ومضمون النصوص المكتوبة أو المسموعة أو المرئية عبر تحديد موضوعات الدراسة وهدفها وتعريف مجتمع الدراسة التي سيتم اختيار الحالات الخاصة منه لدراسة مضمونها وتحليله ويشترط في مثل هذا الأسلوب عدم تحيز الباحث عند اختيار عينة من الصحف الورقية أو الالكترونية أو البرامج المسموعة أو البرامج التلفزيونية المراد دراستها وتحليل مضمونها إذ يجب ان تكون ممثلة بشكل موضوعي لموضوع الدراسة .

واستعمال أسلوب تحليل المضمون يحقق أهداف المنهج الوصفي في رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في مدة زمنية معينة او عدة فترات من أجل التعرف علي الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوي أو المضمون والوصول الي نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره .

ويحمل مفهوم تحليل المضمون في طياته متغيرين هما :

- ١ - التحليل : الذي يعد عملية ملازمة للفكر الإنساني تستهدف إدراك الأشياء والظواهر بوضوح عبر عزل عناصرها بعضها عن البعض الآخر ومعرفة خصائص أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقة التي تقوم بينها .

٢ - المضمون أو المحتوى : ويشير الي كل ما يقوله الفرد أو يكتبه في الإذاعة أو في الصحافة ليحقق عن طريقه اهدافاً اتصالية مع آخرين وهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية المصدر وسماته الاجتماعية .

مميزات أسلوب تحليل المضمون :

يتميز أسلوب تحليل المضمون بمميزات أربعة رئيسية هي^(١) :

١ - **الانتظام** : بمعنى إن له نظاماً ثابتاً وبالطبع يختلف بناؤه من بحث إلى آخر . وعندما نتحدث عن "نظام" فإننا نعنى مجموعة من الأجزاء المترابطة المتداخلة ، والتي يعتمد كل جزء فيها على الجزء الآخر حتى تؤدي جميع الأجزاء (مجتمعة) إلى هدف واحد ولا يمكن لأى جزء فيها أن يفى بالغرض وحده . فعندما يجرى باحث دراسة باستخدام تحليل المضمون فإنه ينشئ لها نظاماً متكاملًا يحدد فيه وحدات التحليل والتسجيل ، والمقاييس ، والسياق وغيرها .

٢ - **الوصف** : الهدف الأساسى لتحليل المضمون هو توصيف وتصنيف المحتوى إلى فئات من أجل التعرف على الخصائص والمؤشرات التى يحتويها هذا المضمون . فمثلاً عندما نصل إلى نتيجة مؤداها أن هذه المقالة متحيزة فى صالح جانب معين (مثل إسرائيل أو الاتحاد السوفيتي) فهو بالطبع وصف عام للمقالة على أنها متحيزة وهذا ما تعنيه كلمة "وصف" .

٣ - **الموضوعية** : وهى عكس الذاتية . وتعنى التقليل بقدر الإمكان من أن يقحم الباحث ذاتيه على المضمون فلا بد أن نضمن أن الحكم على هذا المضمون حكم غير متحيز بل هو موضوعى "حتى يكون محايداً" .

(١) محمد الوفائى ، مناهج البحث فى الدراسات الاجتماعية والإعلامية ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٩ ، ص ١٤٩ وما بعدها .

كما تعني أن الفئات المستخدمة لتحليل المضمون يجب أن تكون مبالغة في التحديد بحيث يستطيع أي شخص آخر أن يحلل المضمون نفسه مستخدماً هذه الفئات وأن يصل إلى النتيجة نفسها كما تعني كلمة موضوعي استبعاد فئات ومصطلحات التقييم مثل طيب - سيئ - عادل - ظالم - جميل - قبيح ، لأن هذه المصطلحات شخصية كما أن معناها معرض للتغيير بتغير الظروف والأوقات ، ولذلك لابد من إجراء اختبارات الثبات في تحليل المضمون بصفة خاصة .

٤- **الكمية :** تعني التعبير عن نتائج التحليل في شكل رقمي فنقول : مثلاً أن ٧٠% من المقالات كانت في صالح إسرائيل و ٢٣% في صالح العرب و ٧% مقالات غير واضحة الاتجاه أو محايدة . أو أن الصحافة المصرية انخفض فيها المضمون الداعي إلى الوحدة العربية أو ارتفع في سنوات معينة وبنسبة كذا وكذا أو أن هناك فرقاً ذا دلالة بين معالجة الصحف الحزبية والقومية لظاهرة معينة أو موضوع معين

ثانياً : خطوات تحليل المضمون :

تتم عملية تحليل المضمون على عدة مراحل وهي :

١- **مرحلة تحديد مشكلة أو موضوع البحث .** مثلاً : اتجاهات التعليقات الإذاعية نحو عملية السلام في الشرق الأوسط اتجاهات كتاب الأعمدة الصحفية نحو مشكلة الارهاب . لتحديد اتجاهات هؤلاء الكتاب نحوها .

٢ - **مرحلة تحديد المجال الزمني والمكاني للتحليل من خلال :**
 أ - **تحديد مجتمع البحث .** أي المادة أو المواد التي سوف تخضع للدراسة . وهنا قد يتضمن مجتمع البحث مقالات الأعمدة الصحفية المنشورة بالأهرام والأخبار والجمهورية والوفد والأهالي خلال شهور معينة . ولتكن أكتوبر ١٩٨٨ إلى مايو ١٩٨٩ .

ب - اختيار العينة : قد يكون بديهياً أنه من الأفضل إجراء البحث على مجتمع البحث ككل إلا أن ذلك غير عملي في معظم الأحيان فهو ممكن فقط في الحالات التي يكون مجتمع البحث فيها صغيراً كأن نجرى بحثاً على كل محرري ومندوبي البرامج الإخبارية في الإذاعة أو محرري الرياضة أو الحوادث في الصحافة المصرية أما إذا كان مجتمع البحث مختلفاً ألوانه وأشكاله وهذا هو الحال عادة فإننا في حاجة إلى بديل عن هذا الحصر أو العد الشامل لكل أفراد المجتمع يكفينا فقط اختيار عينة (الوفائي : ١٩٨٩ : ١٢٥) .

بالإضافة إلى طريقة أخرى وهي طريقة الأسبوع الصناعي . وقد ابتكرها Jones و Carter الأستاذان بجامعة منسيوتا للحصول على عينة ممثلة بقدر الإمكان لجميع الأيام . حتى يتم ضمان إزالة أي تحيز في المضمون قد يكون ناشئاً عن أن بعض أيام الأسبوع ممثلة في العينة أكثر من الأيام الأخرى . الأمر الذي يتنافى مع مبدأ الموضوعية . والمعروف أن مضامين الصحف اليومية تختلف باختلاف أيام الأسبوع . تعنى اختيار اليوم الأول من الأسبوع (من فترة البحث) ثم اليوم الثاني من الأسبوع الثاني ، واليوم الثالث من الأسبوع الثالث . وهكذا نجد أن كل سبعة أيام تمثل سبعة أسابيع ، وليس معنى ذلك أن يكون حجم العينة سبعة أيام فقط . من البديهي إمكان تضعيف هذا الأسبوع الصناعي . فمثلاً في مثال بحث ضريبة التركات يمكن تحديد المجتمع بين أول أكتوبر ١٩٨٨ إلى آخر مايو ١٩٨٩

أى ٣٢ أسبوعاً ومعنى ذلك أن حجم عينة الأسبوع الصناعي المضاعف هو أربعة أسابيع ونصف الأسبوع وبالطبع بالنسبة لصحيفة الأهالي فلا توجد مشكلة حيث أنها تصدر مرة واحدة فقط كل أسبوع .

٣ - مرحلة تحديد وحدات تحليل المضمون : يسعى تحليل المضمون إلى وصف عناصر المضمون وصفاً كمياً ومن الضروري

أن يتم تقسيم هذا المضمون الي وحدات تحليل التي هي فى الواقع وحدة الإحصاء أو العد إنها أصغر وحدة فى عملية التحليل كلها وأكثرها اهمية واهم وحدات تحليل المحتوي هي :

أ - **وحدة الكلمة** : وهي الوحدة الأصغر وهي أسهل الوحدات التي يمكن التعامل معها وتتضمن الكلمة ومكوناتها مثل : الديمقراطية ، الحرية ، الخوف ، الأمن ، الحرب ، وتكون صعوبة تحليل الكلمة في حالة تعبيرها عن رمز أو في حالة الكشف عن بعض المفاهيم المجردة كالحرية أو الديموقراطية او العدالة .

ب - **وحدة الموضوع** : وغالبا ما يكون الموضوع في صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة مثلاً : فعل - مفعول أو عبارة عن فقرة تتضمن الفكرة التي تدور حول مسألة معينة مثلاً مقالات أحد كتاب الأعمدة المصريين مثل مقالات المرحوم مصطفى أمين في عموده اليومي بعنوان فكرة بجريدة الأخبار في فترة السبعينيات حتي رحيله كان الموضوع الرئيسى لديه هو الحرية ، الظلم ، التعذيب ، السجن ، الديكتاتورية ، العدالة ، والرحمة .. الخ .

كما يمكن اعتبار المقالة كلها كوحدة واحدة : يمكن تصنيفها على أنها "مع" أو "ضد" الفيلم كله . أو القصة أو الرواية كلها .

ويمكن اعتبار المشهد داخل الفيلم الواحد : كم مشهد استخدمت فيه القوة والعنف داخل الفيلم أو القصة ؟ أو كم مشهد فيه رومانسية ؟ أو حديث عن السلام .

ج - **وحدة الشخصية** : يكثر استخدام وحدة الشخصية فى تحليل القصص والأفلام والتراجم ... الخ .

ومن الأهمية التفرقة بين وحدتى : الشخصية والكلمة فى حالة الأشخاص ، حيث تستخدم وحدة الكلمة حينما نهتم بشخص معين لأنه

يعبر عن فكرة أو اتجاه ، بينما تهتم وحدة الشخصية بتحليل الشخصية وتطورها فى عمل أدبى أو فى التراجم والسير .

وتستخدم وحدة الشخصية فى تحليل المضمون الإخباري والدرامي بصفة عامة مثل الشخصية الرئيسية فى الفيلم أو المقالة أو القصة أو المتحدث فى مناقشات البرلمان أو الشخص المقتبس منه الخبر فى الخبر أو المقالة .

د - الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية : إن الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية هى الوحدة التى يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديمها إلى جمهوره ، ومن أمثلتها : الكتاب ، الفيلم ، العمود ، المسلسلات ، المسرحيات ، البرنامج الإذاعى ، البرنامج التليفزيونى ، المقال ، الشائعة الخ .

ويمكن تقسيم هذه الوحدة إلى أقسام فرعية ، فالبرامج يمكن تقسيمها إلى برامج ترفيهية ، برامج طوائف . ويمكن تقسيمها بعض الفئات إلى أقسام فرعية أيضا . وتقسم برامج الطوائف إلى : برامج الأطفال ، برامج العمال ، برامج المرأة الخ .

هـ - وحدة مقاييس المساحة والزمن : يلجأ الباحث إلى بعض المقاييس المادية للتعرف على المساحة التى شغلته المادة الإعلامية المنشورة فى وسائل الإعلام المطبوعة أو الزمن الذى استغرقته المادة الإعلامية المذاعة بالوسائل السمعية أو الوسائل السمعية المرئية ، للتعرف على مدى الاهتمام والتركيز بالنسبة للمواد الإعلامية المختلفة موضع التحليل وتكون عادة وحدة القياس بالنسبة للمواد المطبوعة السنتيمتر وبالنسبة للمواد المسموعة والمسموعة المرئية الثانية أو الدقيقة .

ومن المهم التمييز بين أنواع مختلفة من الوحدات منها :

أ - **وحدات المعاينة** : وقد تكون هذه الوحدات صحفاً أو مجلات أو برامج إذاعية أو تليفزيونية أو إعلانات أو مقالات أو أخبار أو كتب مدرسية أو أغاني أو قصص أو فلكلور ، وحكايات شعبية .

ب - **وحدات تسجيل أو العد** : وهى الوحدة التى نسجلها فى التحليل أى نحلل بمقتضاها ، ومنها الكلمة أو الجملة أو الشعار أو الفكرة أو الشخصية أو المسافة أو الزمن .

جـ - **وحدات السياق** : وحدات السياق هى وحدات لغوية داخل المحتوى (جملة - عبارة - فقرة) تفيد فى التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل التى يتم عليها العد والقياس ويتخذ الباحث الفقرة وحدة السياق فيما يتخذ الفكرة داخل كل مقال أو برنامج وحدة للعد والقياس أى وحدة التسجيل .

فعندما نسأل فى أى سياق جاء رمز ما أو كلمة ما ؟ مثلاً فى المثال أعلاه الارهاب يمكن أن نحلل السياق الذى جاء فيه هذا المصطلح . سياق محاب أم معاد أم محايد . سياق إسلامى أم قانونى أم سياسى أم اقتصادى ، وهكذا .

٤ - مرحلة تحديد فئات تحليل المضمون^(١) :

تشير "الوحدات" إلى اللبانات التى تستخدم فى تحديد مجتمع البحث ، أو المعاينة ، أو التسجيل أو التحليل أو العد ، وتشير كلمة "فئات" إلى طريقة تصنيف هذه الوحدات ، ويمكن تقسيم فئات تحليل المحتوى إلى نوعين : فئة الموضوع (ماذا قيل ؟) ، وفئة الشكل الذى قُدمت به

المادة الإعلامية (كيف قيل ؟) على النحو الآتى :

أ - **فئة المضمون** : أى ماذا يقال أو يكتب أو ينشر وتشتمل على

الفئات التالية :

(١) محمد الوفاى ، مرجع سابق ، ص ١٥٨ وما بعدها .

- **فئة الموضوع** : تُعتبر هذه الفئة أكثر فئات تحليل المحتوى انتشارا

وتجيب على سؤال رئيسى : علام تدور مادة الاتصال ؟ وبيتر الباحث فئات الموضوع الرئيسية والفرعية ، فلا توجد فئات جاهزة ، وكل بحث ينحت فئاته ، فمثلا فئة موضوع الشائعات تنقسم إلى الشائعات السياسية والاقتصادية ، الدينية ، الاجتماعية ، الرياضية ، الأدبية ، الفنية ... الخ .

- **فئة الاتجاه** : أى اتجاه الكاتب هل هو "مع" أو "ضد" الموضوع ، وتوضح فئة الاتجاه التأييد أو الرفض أو الحياد فى المضمون ، أى مدى تأييد أو رفض قضية ما ، وتوجد عدة تقسيمات فى هذا الصدد منها :

إيجابى ، معتدل ، سلبى .

التسامح - الحرمان - إيجابى - سلبى .

ومضمون الاتصال يكون إيجابيا عندما يعرض للموضع بصورة مؤيدة ويتجنب النواحي السلبية مع التركيز على المستقبل المشرق والعكس صحيح ، ويقدم نماذج للموضوعات المؤيدة التى تعكس التضامن الاجتماعى والتعاون والاستقرار السياسى والاقتصادى بينما تتعرض الموضوعات غير المؤيدة لانعدام النظام والاستقرار والضعف والتفكك .. الخ .

- **الأهداف أو القيم** : تستخدم للتعرف على الهدف أو القيمة التى يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها أو التى يسعى الكاتب أو المتحدث إلى بثها . أو قد تكون متضمنة عن غير قصد . فيمكن لأحد الباحثين أن يقوم بتحليل القيم التى تبثها الإعلانات ، طبعا الإعلانات لا تستهدف بث أية قيم ، فهدفها هو الإقناع ، البيع ، ولكن ربما تتضمن فيما جديدة أو قديمة .

- **فئة الجمهور المستهدف** : تسعى فئة الجمهور المستهدف إلى التعرف على الجمهور الذى يستهدف القائم بالاتصال توجيه المادة الإعلامية له وهل الكاتب يوجه مقالة إلى الحكومة أم المواطن أم جهة أجنبية ؟ المثقفون أم العامة ؟ ... الخ

- **فئة مصدر المعلومة** : تستخدم هذه الفئة للكشف عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومة أو الشائعة : كالأشخاص ، الصحف ، ووكالات الأنباء ، وهل الكاتب عن قضية ما يقتبس عن مصدر تشريعى أو دينى أو كاتب غريب أو دستور شرقى ؟ إن مصدر المعلومات قد يعطينا فكرة عن التوجيهات السياسية أو الفكرية للكاتب أو الصحيفة . فمصادر الأخبار فى الصحافة المصرية قد تكون نسبة منها قادمة من عواصم أوروبا أو أمريكا أو الدول العربية أو آسيا أو إفريقيا . كل ذلك قد يساعدنا فى إلقاء الضوء على مشكلة البحث . بالطبع حسب الهدف من إجراء الدراسة .

- **فئة السمات** : أى الصفات أو الخصائص أو القدرات التى يتميز بها بطل الفيلم أو القصة من حيث السمات السيكولوجية ، العربية ، الاجتماعية ، الوظيفية ، وهكذا . فيمكن مثلا إجراء دراسة عن صورة المرأة فى البرامج التليفزيونية ، ونستخدم هذه الفئة لتحديد "سمات" أو ملامح هذه الصورة . كما أن هناك العديد من الدراسات التى أجريت على " صورة العربى" فى الأفلام الأمريكية أو برامج التليفزيون الأمريكية أو الصحف البريطانية .

ب - فئة الشكل : تضم فئات الشكل : كيف قيل أو كتب أو نشر عدة

فئات فرعية على النحو التالى:

- **فئة شكل المادة الإعلامية** : تستخدم فئة شكل المادة الإعلامية للفرقة بين الأشكال والأنماط المختلفة التى تتخذها المادة الإعلامية على النحو الآتى :

- * فى الصحف : خبر ، مقال افتتاحى ، عمود ، حديث ، تحقيق ، ندوة ، إعلان ، شعر ، زجل ، كاريكاتير .
- * فى الإذاعة والتلفزيون : حديث مباشر ، حوار ، مناقشة ، ندوة ، سؤال وجواب ، تمثيلية ، غناء ، إعلان .
- * الشائعات : شفوية ، مطبوعة فى أوراق ، محفورة على جدران .
- **فئة اللغة المستخدمة** : تعتبر هذه الفئة من الفئات الهامة لما يترتب عليها من نتائج تتعلق بمدى فهم الرسالة الإعلامية ومن أمثلة هذه الفئات : اللغة العربية الفصحى واللغة الفصحى البسيطة والعامية . أو تقسم فئة اللغة المستخدمة الى اللغة العربية واللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية و لغة أخرى تذكر . وتستخدم فى رصد الإذاعات الموجهة أو ما تبثه من شائعات وفى مواقع الإنترنت .
- **فئة المساحة والزمن** : وتقيس هذه الفئة المساحة فى وسائل الإعلام المطبوعة بالسنتيمتر والزمن فى وسائل الإعلام المسموعة المرئية بالثانية والدقيقة وكلما زادت المساحة أو الزمن كان ذلك من مظاهر ازدياد الاهتمام .
- **فئة موقع المادة التحريرية** : أى صفحة ؟ وأى عمود ؟
- **فئة الصور المنشورة مع المادة الصحفية وغيرها من الفئات التى تعكس شكل المادة الاتصالية** .
- وهذه الفئات وكذلك الوحدات ليست ثوابت . ولكنها تختلف من بحث إلى آخر . ومن باحث إلى آخر حسب نوع البحث وأغراضه . وما يبحث عنه القائم بالدراسة ، ونوع الفروض التى يتصدى لاختبارها .
- استعمالات تحليل المحتوى^(١) :-**

(١) عاطف عدلى العبد ، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الإعلام والرأى العام الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ٢٠٠٣ ، ص ٤٧ وما بعدها .

وفقا للنموذج المعروف : من ؟ يقول ماذا ؟ بأى وسيلة ؟ ولمن ؟ وبأى
تأثير يمكن حصر استعمالات تحليل المحتوى كما يلى :-
من ؟

- بحوث تحديد النوايا والأهداف .
- بحوث تحديد الاتجاهات .
- بحوث الكشف عن المهارات .
- بحوث تحديد السمات الشخصية والاجتماعية .

يقول ماذا ؟

- بحوث الكشف عن وسائل الاتصال .
- بحوث الكشف عن السياسات والأهداف .
- بحوث الكشف عن الأنماط والمعايير الاتصالية .
- بحوث اكتشاف أساليب الممارسة .
- بحوث الكشف عن تدفق المعلومات .
- قياس درجة الانقراضية .

لمن ؟

- دراسة الأنماط الثقافية والفكرية والعقائدية .
- دراسة التغيير فى هذه الأنماط .
- دراسة طرق تحقيق الغايات والأهداف .

كيف ؟

- دراسة فنون الإقناع .
- دراسة اتجاهات حراس البوابة .

بأى تأثير ؟

- دراسة التفاعل والمشاركة .
- دراسة الاستجابة اللغوية .
- دراسة مراكز الاهتمام للمستقبل .

تقويم السياسات والأهداف .

شروط تحليل محتوى المواد الإذاعية والتلفزيونية

هناك عدة اعتبارات أو شروط مهمة فى تحليل محتوى المواد الإذاعية والتلفزيونية وهي:

* تمتع القائم بالتحليل بسلامة الحواس وخاصة حاستى : السمع والرؤية .

* ضرورة توافر جهاز فيديو لتسجيل عينة الدراسة ، ويفضل أن يكون بريموت كنترول متعدد الوظائف .

* ضرورة أن تكون الشرائط المسجل عليها محتوى البرامج التلفزيونية - وكذلك الإذاعية - ذات كفاءة تسمح بإعادة الاستماع أو المشاهدة أكثر من مرة .

* ضرورة توافر ساعات إيقاف لقياس الزمن ، حيث تقيس وحدة الزمن الوقت المخصص لإذاعة أو عرض محتوى ما فى الراديو أو التلفزيون ، لأن عنصر الوقت يشير إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه ، فكلما زادت المساحة الزمنية كان ذلك من مظاهر الاهتمام بمخاطبة رأى العام والتأثير فيه .

* ضرورة توافر باحثين يعرفون فى وسائل الإيضاح التلفزيونية وأهمها:-

* رسوم متحركة .

* عرائس : مجسمة أو خيال ظل .

* تمثيل بشرى : روائى أو تسجيلى أو غنائى أو استعراضى .. الخ .

* أفنعة .

* تصوير ميدانى .

* نماذج (الشكل الظاهرى ، القطاعات ، الحل والتركيب والنماذج الشغالة) .

- * صورة ثابتة (فوتوغرافية ، أفلام ثابتة ، وشرائح) .
- * لوحات (فنية ، مكتوبة ، ومرسومة) .
- * خرائط (مجسمة ، مسطحة ، كهربائية الخ) .
- * ضرورة معرفة القوالب الفنية المستخدمة فى عرض المضمون

الإذاعى بشقيه المسموع والمرئى منها :

- حديث مباشر :

من شخص واحد وهو المذيع .

من شخص آخر .

من أكثر من شخص .

- أسئلة وأجوبة :

من مقدم البرنامج ؟

أسئلة من فرد من الجمهور وأجوبة من مقدم البرنامج .

أسئلة من مقدم البرنامج وأجوبة من فرد من الجمهور .

أسئلة من مقدم البرنامج وأجوبة من ضيف .

أسئلة وأجوبة من الجمهور .

أسئلة وأجوبة من ضيف .

- حوار .

- قالب تمثيلى .

- غناء .

- راوى للصور .

شخص واحد . أكثر من شخص .

عوامل نجاح تحليل المحتوى فى مجال بحوث الإعلام :

يتوقف نجاح تحليل المحتوى فى بحوث الإعلام على عدة عوامل

أهمها:

أولاً : الدقة فى تصميم استثمارة تحليل المحتوى : تتحقق الدقة فى

تصميم استثمارة تحليل المحتوى بمراعاة عدة عوامل أهمها :

مراعاة بعض الاعتبارات المنهجية فى تحديد وصياغة وحدات وفئات

تحليل المحتوى على النحو التالى :

(أ) مراحل إعداد استثمارة تحليل المحتوى :

١ - مرحلة تحديد أهداف دراسة تحليل المحتوى : توجد قاعدة

منهجية تتصل بإعداد الاستثمارة أى استثمارة سواء لدراسة المحتوى أو

الجمهور أو القائم بالاتصال تقول : لا تحاول إعداد استثمارة قبل أن

تلخص غرض الدراسة فى أسئلة محددة وفى ضوء الأسئلة التى تعكس

هدف الدراسة يتم تصميم الاستثمارة واختيار العينة المناسبة لتحقيق

الهدف .

٢ - مرحلة تحديد البيانات المطلوب جمعها : فى هذه المرحلة يجب

ألا تتضمن استثمارة تحليل المحتوى فئة لا يكون لدى الباحث فكرة

واضحة عن إسهامها فى تحقيق أهداف الدراسة ، ويمكن أثناء تحديد

البيانات الرجوع إلى التراث العلمى واستثمارات تحليل المحتوى التى

سبق إعدادها فى بحوث سابقة لمراجعة الفئات وتحسين ما قد يترأى

تحسينه ، منها أو إعادة صياغتها والرجوع إلى الخبراء والمتخصصين

فى مجال الدراسة وإجراء تحليل محتوى مبدئى .

٣- مرحلة تحديد نوع الاستثمارة : هناك نوعان من الاستثمارات

المستخدمة فى تحليل المحتوى وهما : استثمارة تحليل مُعدّة للتفريغ

اليدوى - استثمارة تحليل معدة للتفريغ الآلى .

٤- مرحلة إعداد استثمارة التحليل فى صورتها الأولية : يمر إعداد

استثمارة التحليل فى صورتها الأولية بعدة خطوات أهمها : إعداد رؤوس

الموضوعات التى سيشملها التحليل ، وكتابة الفئات التى تندرج تحت

كل موضوع ومراعاة الاعتبارات المنهجية والصياغية فى ذلك ومنها :

الشمول والدقة والوضوح وإعداد تعريف إجرائى لكل فئات الاستثمار .

٥- مرحلة مراجعة استثمارة التحليل منهجيا وعلميا : يجب عرض استثمارة تحليل المحتوى على مجموعة من الخبراء المنهجيين والعلميين .

٦- مرحلة الاختبار القبلى : يجرى الاختبار القبلى للاستثمار على عينة صغيرة ممثلة للعينة الأصلية من الصحف أو البرامج والمواد الإذاعية والتليفزيونية - خاصة فى عصر الفضائيات ، للوقوف على مدى صلاحيتها للعمل البحثى .

٧- مرحلة إعداد استثمارة التحليل فى شكلها النهائى : فبعد الانتهاء من كافة الخطوات السابقة يتم مراجعة الاستثمارة وإعدادها فى شكلها النهائى مع مراعاة : الشكل العام وحسن إخراج الاستثمارة ، والترميز وإعداد دليل للتمييز ، والحصول على بعض الموافقات إذا استلزم الأمر ذلك مثل اعتماد الاستثمارة من الجهات الأعلى فى الجهاز الإدارى ، وطبع الأعداد الكافية من الاستثمارات مع مراعاة تخصيص كمية لاختبار الثبات بين الباحث ونفسه وبين الباحث وعدد من المحللين بالإضافة إلى كمية إضافية لاحتتمالات الخطأ فى ترتيب صفحات الاستثمارات عند تجميعها .

ثانياً : حُسن اختيار العينة :

إن حسن اختيار عينة ممثلة للمجتمع الأسمى يتوقف على مراعاة أن العمل الإذاعى ، مثلاً يسير بنظام الدورات الإذاعية ، ويفضل اختيار دورة أو أكثر حتى يمكن المقارنة وسحب عينة من هذه الدورات بأى أسلوب من الأساليب العلمية كالاقتراع المباشر أو التوزيع الطبقي أو العينة المنتظمة أو بناء فترة زمنية بطريقة الأسبوع الصناعى خلال دورة أو دورتين .

ثالثاً : الدقة فى العمل التطبيقى (تسجيل المادة) : يتوقف النجاح

فى تطبيق تحليل المحتوى على عاملين هما :

(أ) حُسن اختيار المحللين وتدريبهم : تتمثل المشكلة الرئيسية التى

تواجه دراسات تحليل المحتوى فى مجال بحوث الإعلام فى ندرة المحللين وتدريبهم ، ولذلك يُعد المحلل الطرف الأول فى عملية التحليل التى تشمل أيضا : المادة المحللة ، والاستمارة أداة التحليل .

وتظهر أهمية اختيار محللين أمناء على درجة عالية من الكفاءة حينما نعرف أن خطأ المحلل ينعكس على البحث كله ، حيث سيقدم بيانات غير دقيقة ، وسينخفض معدل الثبات وخاصة إذا تعدت تزوير البيانات أو استبعد - بأسلوب غير مخطط - مفردة من مفردات العينة لعدم التمكن من تسجيلها أو فهمها أو قراءتها.

(ب) إجراء اختيار الثبات : المقصود بالثبات : قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها أى مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية ذلك أنه من الضرورى الحصول على نفس النتائج مهما اختلف القائمون بالتحليل أو وقت التحليل . باختصار تسعى عملية الثبات إلى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بالنسبة للبعدين الآتيين :

الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل : أى ضرورة توصل كل

تحليل إلى النتائج نفسها عند تطبيق نفس الاستمارة على المضمون نفسه .

الاتساق الزمنى : أى ضرورة توصل المحللين إلى النتائج نفسها على المضمون ذاته فى فترات مختلفة .

رابعاً : الدقة فى تفرغ البيانات وجدولتها وتحليلها وتفسيرها :

ينبغى الدقة فى تفرغ بيانات الاستمارات فى كشوف التفرغ ، ووضع خطة للجداول المركبة ، ومراعاة المجالات الجغرافية والزمنية أثناء

التحليل ، وكذلك المقارنة بين نتائج الدراسة وما سبقها من دراسات مع مراعاة أن يتضمن التقرير النهائى فصلا عن مشكلة البحث ومنهجه وتوصيف المادة المحللة .

ومن الأهمية عند عرض نتائج التحليل التى تمت معالجتها إحصائيا استخدام مقاييس الارتباط والانحدار بالإضافة إلى المعاملات الموسمية وتأثيرها على البيانات الإعلامية وخاصة إذا كانت هذه البيانات ذات دورات إعلامية موسمية مع ملاحق تتضمن الجداول التفصيلية ، وفريق البحث ، وقوائم المحكمين ، وصعوبات البحث وحدوده وما يثيره من بحوث مستقبلية ويراعى فى تفسير الشائعات الأبعاد الجغرافية والبشرية والزمنية والأمانة فى رصد كل ما وصل إلى جهاز قياس الرأى العام من شائعات ونكت وظواهرها وتحليلها وعدم حذف شائعة أو نكتة أو ظاهرة لأى سبب من الأسباب .

أسلوب التحليل الإحصائي الوصفي

لنتائج الاستبانة باستخدام برنامج SPSS^(١)

بعد إتمام عملية جمع البيانات من خلال الاستبانة يقوم الباحث باتخاذ عدة خطوات لتجهيز البيانات لتكون متاحة لبرنامج التحليل الإحصائي SPSS. ومن أهم الخطوات التي يجب على الباحث إتباعها، ما يلي:

- ١- تصنيف البيانات من خلال تقسيمها إلى مجموعات نوعية ، وضم الأسئلة المتشابهة إلى بعضها البعض، مع مراعاة أن يكون التصنيف من العام إلى الخاص، وذلك بهدف تسهيل عملية التعامل مع البيانات، ويعتمد التصنيف الجيد على خبرة الباحث ومدى إلمامه بإطار ومحاور الموضوع.

(١)

رجاء أبو علام " التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برنامج SPSS، الطبعة الأولى، القاهرة، ٢٠٠٣ .
محمد ابراهيم أشكناني ، مهارات إعداد وكتابة البحوث العلمية ، ديوان المحاسبة ، الكويت .

٢- ترميز البيانات (Data Coding) من خلال إعطاء رقم أو حرف لكل سؤال، ويتمثل إحصائياً بعبارـة "متغير" (Variable)، ولكل إجابة وتتمثل إحصائياً بعبارـة "قيم المتغيرات" (Variable Values).

ويسهل الترميز عملية تفريغ البيانات وتجميعها في مجموعات متشابهة.

٣- مراجعة وتنقية البيانات من خلال التحقق من صحة البيانات وخلوها من أخطاء. ويمكن أن تتم المراجعة بواسطة فرد متخصص يقوم بقراءة ومراجعة ما تم تسجيله من بيانات.

وبعد إتمام هذه المرحلة ينتقل الباحث إلى مرحلة إدخال البيانات في برنامج SPSS (Statistical Package For Social Science) واستخراج النتائج ومن ثم تحليل البيانات وكتابة التقرير، وفقاً للخطوات التالية:

أولاً: تصميم صفحة المتغيرات Variable View:

١- افتح برنامج SPSS فتظهر شاشة مكونة من صفحتين أحدهما باسم "Variable View" المخصص لإدخال تصميم أسئلة وإجابات الاستبانة و صفحة أخرى باسم "Data View" المخصصة لإدخال النتائج المجمعة من الاستبانـات.

٢ -اضغط على صفحة "Variable View" يظهر عدد (١٠)

أعمدة بعناوين مختلفة.

The screenshot shows the SPSS Data Editor window with a list of variables. A dialog box titled "Value Labels" is open, showing the "Value" field with "1" and the "Value Label" field with "موقف تقيدي". The "Value" field also contains "2" and the "Value Label" field contains "موقف انحرافي".

Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure
q1	Numeric	3	0	المستوى الوظيفي	1 = موقف تقيدي	0	8	Right	Scale
q2	Numeric	3	0	مستوى التعامل الذاتي	1 = إحساسي ذاتي	0	8	Right	Scale
q3	Numeric	3	0	سنوات الخدمة	1 = أكثر من 15 سن	0	8	Right	Scale
q4	Numeric	3	0	الجنس	1 = (ذكر)	0	8	Right	Scale
q5	Numeric	3	0	الجنسية	1 = (عربي)	0	8	Right	Scale
q6	Numeric	3	0	أصبح يعمل في الليوان	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q7	Numeric	3	0	أشعر بأن عملي هام	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q8	Numeric	3	0	إذا أتيت عملاً متعباً ستكون متعباً تماماً لذلك	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q9	Numeric	3	0	يعرف في الليوان الأدوات والوسائل التي أحتاج إليها لأداء وظيفتي	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q10	Numeric	3	0	يعرف في الليوان المعلومات التي أحتاج إليها لأداء وظيفتي	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q11	Numeric	3	0	رؤسائي المهني متعاونون ويسعدون	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q12	Numeric	3	0	أنا خبير بالمهام التي أقم به في الليوان	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q13	Numeric	3	0	إذا كان لدي شيء لأفعله سوف أستخدمه له الإدارة	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q14	Numeric	3	0	الإدارة تخدمنا بما نحتاجه أولاً من أداء الليوان	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q15	Numeric	3	0	طريق العمل في الليوان جديد	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q16	Numeric	3	0	رؤسائنا أصدقاء لنا ومتعاونين	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q17	Numeric	3	0	رؤسائنا جديرون بالعمل الذي يشغلونه	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q18	Numeric	3	0	لنا لا أشتي طلب المساعدة أو المساعدة في عملي	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q19	Numeric	3	0	إذا كان رئيسي لا يطلعني، ما فهو غير ذكي	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q20	Numeric	3	0	أشعر بأن مهني مناسب	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q21	Numeric	3	0	يتم الليوان بدرجة عالية وديناميكية مناسبة	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q22	Numeric	3	0	أشعر بالحيرة لتقديم أية مقترحات	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q23	Numeric	3	0	الليوان يتم بمقترحات العاملين	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q24	Numeric	3	0	الإدارة تشجعنا للتفكير والتغيير	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q25	Numeric	3	0	نحن جميعاً نبدل ما في وسعنا لإرضاء المستفيدين من الخدمات التي نقدمها	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q26	Numeric	3	0	الليوان يدعم العمل من خلال فرق العمل	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q27	Numeric	3	0	إذا عملت خطأ فإن أمتعت عليه	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q28	Numeric	3	0	نوجد إجراءات مكتوبة لأداء عملي	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale
q29	Numeric	3	0	إجراءات العمل جيدة	1 = لا توافق بكرة	0	8	Right	Scale

٣-العمود الأول معنون بـ " Name " يتعلق بالاسم المختصر لكل متغير (Variable Name)، ويمكن إعطاء حرف ورقم للسؤال (مثل: Q1, Q2 أو Var1, Var2)، وإذا كان السؤال متكون من عدة أسئلة فرعية يمكن إدخال أرقام فرعية للسؤال (مثل: Q1-1، Q1-2).

وتجدر الإشارة إلى أن الاسم المختصر يجب أن لا يتجاوز (٨) خانات من الأحرف والأرقام.

٤ - العمود الثاني معنون بـ " Type"، ويقصد به (Variable Type)، ويخص نوع البيانات التي سوف يتم إدخالها في صفحة "Data View".

فإذا كانت البيانات على هيئة أرقام، فإنه يتم اختيار كلمة "Numeric"، أما إذا كانت البيانات على هيئة نص أو حرف كتابي فإنه يتم اختيار كلمة "String"، وإذا كانت عبارة عن تواريخ يتم اختيار كلمة "Date". علماً بأن أغلب البيانات الخاصة بإجابة الاستبانات يتم ترميزها على هيئة أرقام، وعليه فإنه يتم اختيار كلمة "Numeric".

٥ - العمود الثالث معنون بـ "Width"، وهو عمود اختياري، ويخص قياس طول المتغير (Variable Width)، ويستعمل لتحديد المسافة اللازمة لإدخال بيانات الدراسة، ويتم تحديده بناء على طبيعة البيانات. ففي حال استخدام متغير عمر أي إنسان فإن الرقم لا يتجاوز ٣ أرقام، أما إذا كان المتغير يتعلق بالمبالغ المالية فيمكن أن يصل إل ٨ أرقام والذي يعبر عن مبلغ وقدره ٥٠,٠٠٠,٠٠٠ مليون جنيه مثلاً.

٦ - العمود الرابع بعنوان بـ "Decimals" يتعلق بعدد الخانات العشرية (Decimals Places)، وهو عمود اختياري، يتم استخدامه في حالة وجود خانات عشرية للإجابة الرقمية.

مثال: كم يبلغ دخل العائلة ؟

إن الإجابة على السؤال يكون بأرقام المبالغ، فإذا كانت الأرقام بالجنيه المصري يتم وضع رقم (٣) في هذه الخانة والذي يرمز إلى وجود ثلاثة أرقام صفرية أمام الجنيه أما إذا كان بالدولار فإنه يتم اختيار رقم (٢) في هذه الخانة. وفي حالة عدم وجود إجابات بالمبالغ يتم وضع رقم (٠) في هذه الخانة.

٦ - العمود الخامس معنون بـ "Label" ويتعلق بوصف المتغير (Variable Label)، وهو مخصص لكتابة السؤال بالنص الحرفي (المتغيرات).

٧-العمود السادس معنون بـ " Values " ويتعلق باختيارات المتغير (Values Label) ، وهو مخصص لكتابة قيم المتغيرات (الإجابات على الأسئلة).

٨- العمود السابع معنون بـ " Missing " ويتعلق بالقيمة المفقودة (Missing Value) ، وهو مخصص لوضع رقم معين يرمز إلى أن المبحوث لم يقم بالإجابة على السؤال، أي إنه رفض الاستجابة للسؤال. وعادةً يتم اختيار رقم (٠) أو عبارة (None)، ليرمز إلى عدم إجابة الفرد على سؤال معين.

٩-العمود الثامن معنون بـ " Columns " ويخص قياس عرض العمود المراد إظهاره على الشاشة أو عند طباعة الجداول. وعادةً يتم اختيار القياس رقم (٨).

١٠-العمود التاسع معنون بـ " Align " ويعني "تخطيط النص" (Text Alignment) ، وهو مخصص لتحديد كيفية ظهور البيانات في جدول التكرار وهناك ثلاثة اختيارات (Right, Left, Center). وبالنسبة للعبارات العربية فإنه يفضل اختيار (Right).

١١-العمود العاشر معنون بـ " Measure " وهو يخص نوع النص الذي سوف يتم استخدامه في إدخال البيانات في "صفحة البيانات" (Data View) ، وهناك ثلاثة اختيارات لأنواع النصوص وهي:

- Scale أي النص المدرج، ويتضمن جميع البيانات التي تكون رقمية (مثل ١، ٢، ٣، ٤).
- Ordinal وهي الأعداد الترتيبية (مثل الأول، الثاني، الثالث).
- Nominal وهي النصوص الاسمية.

وبالنسبة لغالبية الاستبانات فإنه يتم اختيار النص المدرج (Scale).

ثانياً: تصميم صفحة البيانات Data View:

بعد الانتهاء من إدخال البيانات في شاشة "Variable View" يتم الضغط على شاشة "Data View" بهدف إدخال نتائج إجابة أفراد العينة.

وحيث أن جميع الأسئلة واختياراتها في الإستبانة تم ترميزها بالأرقام، فإن الإجابات التي سيتم إدخالها في هذه الشاشة ستكون بالأرقام.

	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15	q16	q17
1	1	1	4	2	1	2	1	1	1	2	2	2	3	3	2	2	
2	2	1	2	1	1	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
3	1	2	2	2	1	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4
4	1	1	2	2	1	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
5	1	1	2	2	1	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
6	2	1	2	2	1	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
7	0	1	2	1	1	4	5	5	3	4	5	5	5	3	4	4	5
8	0	3	2	1	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
9	1	3	2	1	1	5	5	4	5	5	5	5	2	1	4	4	5
10	1	1	2	1	1	5	5	4	2	4	4	5	2	4	4	4	5
11	2	1	1	1	1	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
12	0	3	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	2	1	1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
14	1	1	2	1	1	4	5	5	4	4	4	5	3	1	4	4	3
15	1	2	3	2	1	4	5	5	5	5	5	5	1	2	4	4	5
16	0	2	2	1	2	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5
17	1	1	1	1	2	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
18	1	2	1	1	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
19	1	2	2	1	2	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
20	2	1	2	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4
21	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	2	3	1	1	2	3	1	2	2	2	3	2	1	3	1	1
23	1	1	4	2	1	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5
24	2	1	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
25	1	2	2	2	1	4	5	3	2	2	3	5	2	2	3	3	3
26	1	3	3	1	0	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
27	1	3	2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	1	1	4	2	1	2	2	3	2	3	4	3	3	3	5	4	4
29	2	2	1	2	1	4	5	3	4	4	1	4	1	1	2	1	1
30	2	2	1	1	1	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5

تتكون الشاشة من خانات عمودية وخانات أفقية. فكل خانة أفقية مخصصة لاستبانة واحدة، أما الخانات العمودية فكل خانة مخصصة لإدخال إجابة كل سؤال. فمثلاً الخانة العمودية الأولى مخصصة لإجابة السؤال الأول (Q1) من الاستبانة رقم (١) والخانة العمودية

الثانية مخصصة لإجابة السؤال الثاني (Q2) من الاستبانة رقم (١) وهكذا.

وتجدر الإشارة بأن عنوان كل خانة عمودية يظهر في أعلى العمود بشكل تلقائي، بعد أن تم إدخال بياناته في عمود "Name" من شاشة "Variable View" في المرحلة السابقة.

ويجب التنبيه هنا بأنه في حال عدم إجابة الفرد على إحدى الأسئلة فإنه يجب إدخال رقم (٠) في الخانة المخصصة للسؤال.

ثالثاً: استخراج جدول التكرار الإحصائي :

:Frequencies Table

The screenshot shows the SPSS Data Editor window with the 'Frequencies' dialog box open. The 'Variable(s)' list contains 'q1'. The 'Display frequency tables' checkbox is checked. The background shows a data grid with columns q1 to q17 and rows 1 to 30. The 'Frequencies' dialog box has buttons for 'OK', 'Paste', 'Reset', 'Cancel', and 'Help'. There are also buttons for 'Statistics...', 'Charts...', and 'Format...' at the bottom of the dialog box.

١- افتح صفحة البيانات الرئيسية.

٢- اختر أمر "Analyze" من شريط "Tool Bar".

٣- اختر " Descriptive Statistics " من أمر " Analyze " تظهر جميع المتغيرات (أسئلة الاستبانة) التي سبق إدخالها في شاشة " Variable View " .

قم بتظليل جميع المتغيرات المطلوب استخراج بيانات إحصائية عنها، ومن ثم إدخالها في الخانة المقابلة المعنونة بـ " Variable(s) " عن طريق الضغط على مؤشده .

٤- أضغط على زر Ok لإظهار جدول التكرار.

رابعاً: التحليل الوصفي لنتائج الاستبانة Descriptive Analysis

يهدف الباحث من خلال تحليل النتائج الواردة في جدول التكرار إلى تفسير النتائج والوصول إلى اختبار مدى صحة الفرضيات، التي سبق تحديدها قبل إجراء الدراسة الميدانية وذلك في محاولة لتحقيق أهداف الدراسة.

وتلعب الأساليب الإحصائية دوراً بارزاً في معظم البحوث المعتمدة على التحليل الكمي للبيانات، عن طريق تحويل صفة أو سلوك أو إجابة معينة إلى مجموعة رقمية، يسهل عن طريقها استنتاج الحالة محل الدراسة وتعميمها على حالات أخرى مشابهة بالإضافة إلى ربط النتائج ومقارنتها مع نتائج وأبحاث سابقة لإظهار التباين ومدى التقدم الحاصل. كما أن التحليل الإحصائي

يساعد الباحث على التعرف على درجة ودقة البيانات والمعلومات التي توصلت إليها الدراسة.

وبعد معالجة البيانات وإدخالها في برنامج SPSS يتم استخراج النتائج وكتابة تقرير وصفي عنها مستخدماً النسب المئوية لتفسير الإجابات على الأسئلة. وفي هذه المرحلة يعتمد التحليل والتفسير على خبرة الباحث العلمية والعملية وسعة أفقه ومدى قدرته على إيجاد مبررات وتفسيرات منطقية ومقنعة للنتائج التي تم التوصل إليها، حيث إن لهذه التفسيرات أهمية كبيرة في كتابة النتائج والتوصيات في نهاية البحث.

ومن الملاحظ بأن كثيراً من الباحثين يحصلون على نفس المعلومات، ولكن المميزين منهم هم الذين يستطيعون توظيف هذه المعلومات وتحليلها والوصول إلى أفضل النتائج.