

الفصل الرابع

المدخل البحثي

- المعلومات والبحث العلمى فى مجال العلاقات العامة :

× أهمية المعلومات لأنشطة العلاقات العامة .

× أهداف بحوث العلاقات العامة .

× المعلومات واتخاذ القرار .

× أنواع المعلومات .

× المعلومات والبحث العلمى .

- خطوات البحث العلمى فى مجال العلاقات العامة :

× مرحلة تصميم البحث أو إعداد الإطارات التخطيطية .

● الإحساس بالمشكلة وتحديدها .

● تحديد الإطار المرجعى أو الدراسات السابقة .

● تحديد المصطلحات والمفاهيم .

● تحديد الفروض .

● تحديد نوع البحث ومنهجه .

● تحديد مجتمع البحث ومجاله وأسلوب جمع البيانات .

● تحديد أدوات جمع البيانات .

● تحديد إجراءات الثبات والصدق .

× مرحلة تنفيذ البحث :

- جمع البيانات ومراجعتها وتصنيفها وعرضها .
- تحليل البيانات واستخلاص النتائج وتفسيرها وتقديم الحلول .
- التوصيات .

× مرحلة كتابة تقرير البحث :

- عناصر التقرير ومكوناته .
- تبويب البحث .
- نظام إثبات الاقتباسات والهوامش والمراجع النهائية .

المعلومات والبحث العلمى فى مجال العلاقات العامة

اهمية المعلومات لانشطة العلاقات العامة

للـعـلـاقـات العامة سبع وظائف رئيسية كما تبين لنا من المباحث السابقة وهى بحوث التنظيم والتخطيط والإدارة (القيادة واتخاذ القرارات) والإنتاج والاتصال والتقويم أو المتابعة - والأبحاث والمعلومات التى يجمعها الخبراء والأخصائيون تعتبر بحق حجر الزاوية والأساس الأول لممارسة العلاقات العامة لوظائفها الأساسية من ناحية - والأساس الذى تبنى عليه خطط المؤسسات وسياساتها وبرامجها من ناحية ثانية فضلاً عن أهميتها لمساعدة الإدارة على حسن إدراك وفهم المتغيرات البيئية المحيطة .

وجمهور المستفيدين من المعلومات فى مجال العلاقات العامة هم ببساطة مجموعة الأفراد المتخصصين فى هذا المجال سواء الذين يظطلعون بمهام البحث والتطوير أو الذين يمارسون الأنشطة التطبيقية للعلاقات العامة بشكل أو بآخر - كما أن من بينهم من يظطلع بمهمة المعلومات أيضاً .

وتنقسم احتياجاتنا الموضوعية للمعلومات فى مجال العلاقات العامة إلى نمطين

رئيسيين هما :

- ١- المعلومات المتصلة بالتصورات الجارية فى مجال العلاقات العامة أو فروع العلم المتصلة بأنشطة العلاقات العامة أو بطبيعة الأنشطة الإنتاجية للمنشأة نفسها .
- ٢- الحاجة إلى معلومات للاستعانة بها فى حل مشكلة معينة أو لتيسير اتخاذ قرار معين .

أهداف بحوث العلاقات العامة

والبحث جزء من الوسائل التي نستعين بها على حل المشكلات ولهذا يعرف البحث بأنه جزء من فن اتخاذ القرارات أو من فن زيادة احتمالات سلامة تلك القرارات - ولما كنا نعمل عادة جماعات فنتبادل الرأي ونتفق على منهاج العمل - فإن البحث يوفر لنا على نحو ما المعلومات عن الحقائق والأسباب التي تغدو آخر الأمر أساساً للاتفاق .

وعلى وجه الخصوص فإن البحوث فى مجال العلاقات العامة توفر المعلومات التي تساعد الإدارة على ما يلى :

- ١- تحديد أهداف واستراتيجيات العلاقات العامة .
- ٢- تقويم الأثر الفعلى لبرامجها .
- ٣- التعرف على المتغيرات الدولية ودراسة أثارها المحتملة على المؤسسة .
- ٤- دراسة المتغيرات البيئية المؤثرة على المنشأة وعلى إدارة العلاقات العامة .
- ٥- تحليل المؤسسة ودراساتها من الداخل - أساليب الإدارة والتنظيم واتخاذ القرارات ... إلخ وجمع كل المعلومات والحقائق عن نشاط المؤسسة أو المنشأة .
- ٦- دراسة الرأى العام وتحليله وقياسه ودراسة اتجاهات الجماهير إزاء المؤسسة وسياستها وبرامجها وموظفيها .
- ٧- دراسة وسائل الإعلام وتقدير أهميتها وتقويم مدى نجاحها .
- ٨- زيادة فعالية الاتصال الخارجى وتقويم وتقرير مدى نجاح المادة الإعلامية وأفضل السبل لاختيار الوسيلة المناسبة وصياغة الرسالة الواضحة والعوامل المؤثرة على مدى استجابة الجماهير للرسالة الإعلامية .
- ٩- تحديد الجماهير النوعية تحديداً دقيقاً ومعرفة خصائصها ومقوماتها .
- ١٠- إمداد الإدارة بالمعلومات بصفة عامة وبالمعلومات الخاصة بتوقعات عن حدوث أزمات أو اضطرابات لتتلافها المنشأة أو تستعد لمواجهةها .

وفى الدراسة التى قام بها الدكتور سمير حسين عن الأهداف التى تحققها البحوث لإدارات العلاقات العامة تبين أن هذه الأهداف تأتى وفقاً للترتيب التالى :

النسبة المئوية	الأهداف
٢٣,٥ %	- تطوير الإنتاج والخدمات التى تقدمها المنشأة .
٢٠,٦ %	- تطوير العمل فى إدارة العلاقات العامة .
١١,٨ %	- التعرف على المشكلات التى يحتمل أن تواجهها المنشأة وتقويم الأعمال التى قامت بها العلاقات العامة .
١١,٨ %	- التعرف على اتجاهات الجماهير واكتشاف وسائل التأثير فيهم وقياس هذا التأثير .
٥,٩ %	- اتخاذ القرارات .
٢,٩ %	- تحقيق رسالة المنشأة والوصول إلى الأهداف المنشودة .
٢,٩ %	- التعرف على اتجاهات الرأى العام الداخلى والخارجى ووجهات نظر الجمهور الخارجى وتجنب الأخطاء واكتشاف القيادات بين الجماهير الداخلية والخارجية .
٢,٩ %	- تلافى العيوب والأخطاء ورفع مستوى الخدمات التى تقدمها المنشأة .
٢,٩ %	- التعرف على رأى الجمهور فى السلع الجديدة .

المعلومات واتخاذ القرارات

المعلومات عنصر أساسى فى أى نشاط بشرى فنحن بحاجة إلى المعلومات لكى نعبد الله تعالى كما أمرنا ونتقيه حق تقاه حيث يقول الله تعالى فى كتابه العزيز ﴿ هل يستوى الذين يعلمون والذين لا يعلمون ﴾ سورة الزمر آية (٩) . وفى سورة فاطر الآية (٢١) يقول تعالى ﴿ إنما يخشى الله من عباده العلماء ﴾ كما نحتاج إلى

المعلومات لأغراض التعليم ولأجل حل المشكلات واتخاذ القرارات - واتخاذ القرارات كما تبين لنا فى المباحث السابقة عملية متغلغلة فى جميع وظائف الإدارة وأنشطتها - فنحن فى مجال العلاقات العامة نتخذ قرارات عند وضع الهدف ورسم السياسات والبرامج وتحديد الموارد الملائمة واختيار أفضل الطرق لتشغيلها وأيضاً عند التنظيم لأنشطة الإدارة نتخذ قرارات بشأن الهيكل التنظيمى نوعه وحجمه وأسس تقسيم الأقسام والأفراد الذين نحتاج إليهم للقيام بالأعمال المختلفة وطبيعة نظام الإشراف - وعند توجيه المرؤوسين وتنسيق جهودهم واستئارة نواقعهم وحفزهم على الأداء الجيد - وكذلك بالنسبة لمجالات الاتصال المختلفة - اختيار الوسائل والأساليب والاستراتيجيات والتوقيعات ... إلخ - فحياتنا الوظيفية والخاصة والعامة ليست إلا سلسلة متصلة من القرارات .

وأى قرار نتخذه بصرف النظر عن مجاله ومستواه عادة ما يمر بالمراحل الآتية :

- إدراك المشكلة أو التحقق منها .
 - تحديد أبعاد المشكلة .
 - حصر كافة العوامل المؤثرة .
 - تحديد المعلومات المناسبة وتجميع هذه المعلومات .
 - التعرف على البدائل المتاحة للتعامل مع المشكلة .
 - تقييم البدائل .
 - اختيار أفضل البدائل أو الحلول .
 - مراجعة النتائج أو الأداء المقترن على تنفيذ القرار .
- وتحتاج كل مرحلة من هذه المراحل إلى المعلومات - وتختلف المعلومات التى نحتاج إليها من مرحلة إلى أخرى ومن ثم تختلف سبل تلبية هذه الاحتياجات أيضاً .

يقوم متخذ القرار بجمع كافة البيانات والحقائق والأرقام التي تساعد على فهم المشكلة وأنسب الطرق لتحقيق الهدف المطلوب - وتحليل البيانات وتقييمها للوصول إلى القرار المناسب - ويساعد الحاسب الآلى (من خلال عملية تجهيز المعلومات) متخذ القرار فى اتخاذ قرارات أفضل عن طريق المعلومات الأحسن والأكثر دقة والملائمة زمنياً - ولهذا فإنه فى حالة غموض المعلومات أو نقصها وعدم كفايتها تتأثر قيمة القرارات المتخذة - إلا أنه من ناحية أخرى فنحن لانستطيع قياس كم المعلومات أو قيمتها إلا إذا قام المتلقى بأداء عمل ما .

أنواع المعلومات

وتنقسم المعلومات التى يحتاجها خبير العلاقات العامة لمباشرة اختصاصاته إلى أنواع ثلاثة :

١- معلومات داخلية

وتشتمل البيانات التى تحتفظ بها المنشأة أو الهيئة فى سجلاتها الداخلية كما تتضمن البيانات التى سبق الباحث تجميعها - ومن أمثلة هذه البيانات سجلات العاملين بالمنشأة وبكل إدارة وخصائصهم ومستوياتهم والبرامج الخاصة للتدريب وبعض هذه البيانات سرية تحتفظ بها المنشأة لنفسها - ويلجأ المختص أو الباحث إلى هذه البيانات ليخرج من سجلاتها ما يحتاج إليه من معلومات وأرقام وإحصاءات ومعدلات ومؤشرات ليحللها ويستخلص منها الاستنتاجات المناسبة التى يركز عليها فى اتخاذ القرارات .

٢- المعلومات الثانوية

وهى المعلومات التى تتضمنها الكتب والدوريات والنشرات والإحصائيات الرسمية والبحوث المنشورة أو المسموح بالإطلاع على نتائجها - وكافة ماتتضمنه المكتبات ومراكز التوثيق من معلومات يمكن للباحث أو المختص الإطلاع عليها - والاستناد إليها

عند اتخاذ القرارات - ويجب توخى الدقة والحرص مع هذه المعلومات حيث توجد احتمالات عديدة لعدم التيقن مثل أخطاء النقل والنشر وعدم وضوح المفاهيم - وعدم دقة أدواتها وأخطاء التحليل والاستنتاج والتصميم نتيجة لعدم كفاءة بعض القائمين بهذا العمل ونقص خبرتهم .

٣- البيانات الأولية

وهى البيانات التى نجمعها بأنفسنا لعدم توافر المعلومات المطلوبة أو لرغبتنا فى الوصول إلى معلومات ونتائج صادقة ودقيقة وغير متحيزة تؤسس عليها قراراتنا أو لاحتياجنا إلى تفاصيل أكثر مما تضمنه المعلومات المتاحة من ذلك مثلاً دراسة اتجاهات جماهير المنشأة ومركزها الاجتماعى - ودراسة جماعات النفوذ ذات التأثير القوى على الرأى العام ... إلخ . ووسيلتنا للوصول إلى هذا النوع من المعلومات هى البحث العلمى .

طبيعة المعلومات الإعلامية

وتتميز المعلومات الإعلامية بصفة خاصة ، فمن المهم بالنسبة للباحث فى مجال العلاقات العامة أن يعيها تماماً وهو يتعامل معها - وهى صفة التغير - وهذا التغير يأخذ فى العادة أحد الأشكال الثلاثة الآتية :

- **تغير مكانى** : ويعبر عنه بالمسافة أو البعد ، ويكون التغير هنا ناتجاً عن التفاعل بين الأفراد وبين الأشياء التى تحتل مواقع ثابتة أى المكان والبيئة الجغرافية التى يعيشون فيها .

- **تغير زمانى** : وتتغير المعلومات هنا بحكم ارتباطها بعامل الزمن - فهناك ظواهر يرتبط حدوثها بتواريخ معينة أو فترات معينة مثل قياسات الرأى وتحليل الاتجاهات تجاه قضايا أو مشكلات محددة .

- **تغير لزماني ولا مكاني** : ويمثل الظواهر التي لا يمكن قياسها بعامل الزمن أو المسافة وذلك مثل درجة الإقناع ومستوى الثقافة .

ويرجع هذا التغيير أساساً إلى طبيعة المتغيرات البيئية المنتجة لهذه المعلومات وأيضاً للانعكاسات والتغيرات النفسية للإنسان المتصل بهذه المعلومة - مصدرها أو منتجها لها - فعندما نقيس اتجاهات العمال تجاه أسلوب إداري معين تتبعه المنشأة . لانستطيع أن نستبعد تأثير الخبرة السابقة أو الظرف الذي يتلقى فيه المستقبل الرسالة الإعلامية لكي يحدد تأثير هذه الوسيلة الحاملة للمعلومة أو الرسالة الإعلامية على الفرد .

لذلك كان ضرورياً أن يضع الباحث هذه الطبيعة الخاصة بالمعلومات الإعلامية في الاعتبار سواهاً وهو ينتج هذه المعلومة - لتكون جاهزة في الوقت المناسب وإلا فقدت قيمتها باستثناء القيمة التاريخية - أو وهو يستقصى للحصول عليها - لابد أن يحللها ويزنها ويحدد قيمتها الحقيقية سواء في مجال البحث أو في مجال اتخاذ القرارات .

المعلومات والبحث العلمي

القرارات التي يتخذها مدير العلاقات أو أخصائيوها في مختلف مجالات العمل الإداري تعتمد في المقام الأول على قدر المعلومات المتوافرة - ويدخل في نطاق المعلومات المتوافرة - المعلومات التي تستطيع الحصول عليها عن طريق البحث العلمي ما دمنا نستطيع إجراء هذه البحوث - ولما كانت عملية اتخاذ القرارات لاتنتهي فكذلك عملية البحث لابد أن تكون عملية مستمرة نشطة ولأن بعض القرارات التي نتخذها قد تؤثر في الرأي العام أبلغ تأثير - فضلاً عن أن كثيراً من الظواهر التي نتعامل معها تعد ظواهر متغيرة كالظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتجمعات الخاصة بالرأي العام ولهذا فإن هذه التغير يقتضى استمرارية الرصد والبحث والدراسة .

ولا ينبغي أن نحيط الأبحاث بهالة من الغموض كما يقول الدكتور إبراهيم إمام فعملية البحث لاتخرج عن كونها تحليل لاتجاهات الرأي العام ودراسة ما تكتبه

المصحف أو تذييعه الإذاعة أو تعرضه الأفلام لكي نستطيع أن نحدد مشكلاتنا ونعرف أبعادنا وأصدقائنا وهي توضح لنا ما لانعرفه عن اتجاهات الناس نحونا وما يبور في رؤوسهم بشأن مؤسساتنا وعلى أساس هذه المعلومات والحقائق الموضوعية يمكننا أن نرسم سياسات أكثر توفيقاً ومنتجاً سلماً ومنتجات أكثر ملاءمة لحاجات الجماهير ورغباتهم .

وعملية البحث ليست سرّاً من الأسرار فهي لاتخرج عن نطاق جمع المعلومات بطريقة منظمة ثم تحليل هذه المعلومات وتفسيرها وبيان أثارها - وكل إنسان له حظ من الذكاء يمكن اعتباره باحثاً فأنت تصادف كل وقت مشكلة وعن طريق حل هذه المشكلة نتعلم شيئاً جديداً بحيث أنك إذا واجهت مشكلة مماثلة لها أو قريبة الشبه منها أمكنتك أن تستغل خبرتك السابقة لاتخاذ قرارات لحل المشكلة .

والارتباط بين اتخاذ القرارات وحلول المشكلات من جهة والبحث العلمى من جهة أخرى واضح لا لبس فيه - فعادة مايكون الهدف من إجراء البحث العلمى هو الإجابة عن سؤال معين أو المساهمة فى حل مشكلة معينة - وكل ما هنالك من اختلاف أن المسئول عن اتخاذ القرار لا يكون لديه متسع من الوقت لإجراء التجارب أو الملاحقة وإنما يعتمد وبشكل مباشر وأساسى على ماتقدمه له إدارة البحوث من معلومات أو عن طريق الباحثين بالإدارة الذين يقومون بإجراء البحوث المطلوبة وفقاً للمناهج المعتمدة فى مجال التخصص وهو فى ممارسته لنشاطه يحتاج أيضاً للإفادة من المعلومات - فهو يحتاج إلى المعلومات ليتجنب تكرار جهود سابقة ، كما يحتاج إلى المعلومات للتخطيط لبحثه وتحليل النتائج ومقارنة هذه النتائج وتفسيرها .

ومشكلاته الأساسية فى كل مراحل البحث هى كيفية الوصول إلى نتائج صادقة وديققة وغير متحيزة . ولكى يصطبغ البحث بالصيغة العلمية وتصطبغ النتائج بالصفات الثلاثة السابقة فلا بد وأن يسير الباحث وفقاً لخطوات ومراحل معينة ومتميزة تخضع لقواعد المنطق السليم والتفكير المسلسل المنظم الذى يميز بين النتائج وألسلبيات بغرض الوصول إلى الحقائق والنظريات أى أن يلتزم بخطوات البحث العلمى .

خطوات البحث العلمى

خطوات البحث العلمى فى مجال العلاقات العامة لا تختلف عن غيرها فى مجالات العلوم الأخرى - وهى عبارة عن مجموعة من المراحل التى تتميز بالتسلسل والتتابع والتداخل والترابط مما يجعل الخطوة الأولى فى مشروع البحث تقرر طبيعة الخطوة الأخيرة .

بالإضافة إلى ذلك نجد أن هناك درجة من الارتباط بين الخطوات التى يجب أن يقوم بها الباحث فى مجاله العلمى وبين الاستخدامات الإحصائية التى يجب أن يفيد منها فى مختلف خطوات البحث .

ومن هنا فإن خطوات البحث العلمى وخاصة إذا ما أضفنا إليها الخطوات الإحصائية تبدو غاية فى التشابك والتعقيد - ويتضح دورها مع بداية المرحلة الأساسية للبحث وهى جمع البيانات وكيفية التأكد من دقتها وتحديد مواطن القصور أو التحيز فيها ومدى مطابقة المفاهيم المستخدمة فى جمع البيانات بفرض البحث، كذلك تنفيذ فى حل مشاكل القياس والتعبير عن الظواهر كمياً - كما تساعد المؤشرات الإحصائية أيضاً على قياس ظواهر كدرجة الثقافة والاقتناع وتبنى الأفكار المستخدمة .

وكذلك يساعد المنهج الإحصائى الباحث أثناء عملية وضع الفروض وتحديد أهداف البحث وذلك بالأساليب الإحصائية التى يقدمها لتحليل البيانات وتلخيصها وتوضيحها ومعرفة اتجاهاتها العامة - فوضع الفروض يعتمد أساساً على مدى إدراك الباحث نفسه للقوانين والعلاقات التى تربط الظواهر الخاضعة للدراسة وعلى دقة ملاحظته واستنتاجاته .

كما يعتمد الاستنباط والاستنتاج أيضاً على معلومات الباحث عن الظواهر محل الدراسة ونوع العلاقات السائدة بينها - ولهذا كان إلمام الباحث بالظواهر محل الدراسة شرطاً لسلامة الاستنتاج والتنبؤ . الأمر الذى يدعو إلى ضرورة وجود الأخصائى المتخصص فى فرع العلم موضوع الدراسة أو على الأقل أن يلم الباحث

بالقواعد الإجرائية للبحث العلمي - مما يساعده على الالتزام بهذه الإجراءات المنهجية في مختلف مراحل عملية بحثه .

ولكى تصطبغ بحوث العلاقات العامة بالصبغة العلمية فإنه من الضروري أن تسير وفقاً لخطوات ومراحل معينة متميزة تخضع لقواعد المنطق السليم والتفكير المسلسل المنظم الذي يميز بين النتائج والمسببات ليصل إلى الحقائق والنظريات أو إلى الحلول العملية للمشكلات .

وقد اختلفت وجهات نظر العلماء فيما يتعلق بالخطوات التي يجب أن يتبناها الباحث في إجراءات بحثه :

حصرت سلتز وزملاؤها هذه الخطوات فيما يلي :

- ١- تحديد مشكلة البحث .
- ٢- تحديد إطار البحث - إجراءات البحث وتحديد الهدف والعينة وأسلوب جمع البيانات وأسلوب التحليل الإحصائي .
- ٣- النتائج .
- ٤- ما تضمنته النتائج .

ويحدد كيرلنجر Kerlinger للبحث العلمي ثلاث نقاط رئيسية هي :

- ١- **تحديد مشكلة البحث** : ويشمل تحديد المنطلقات النظرية للبحث ثم وضع الفروض وتحديد مفاهيم البحث وعرض البحوث السابقة .
- ٢- **اختيار المنهج** : ويشمل هذا الجزء إطار الدراسة وإجراءاتها مثل حجم العينة وطريقة اختيارها ثم كيفية اختيار الفروض وإجراءاتها وأدوات جمع البيانات وطريقة قياس المتغيرات والمعالجات الإحصائية وأخيراً الدراسة الاستطلاعية للبحث .
- ٣- **نتائج البحث** : ويتضمن هذا أيضاً تفسير النتائج واستنتاجات عامة من تلك النتائج .

أما ايلسون Apilson فقد حدد الخطوات الآتية :

١- اختيار الموضوع : وتشمل تحديد مجالات البحث بدقة أو التعرف على المجال الجغرافى والبشرى والزمنى .

٢- اختيار المشكلة : أسباب اختيار المشكلة - أهميتها - مجالها .

٣- خطوات العمل : تحليل عناصر المشكلة وفروعها وأقسامها وتحديد خطوات البحث العلمى التى تتبع فى حل المشكلة وتحديد البيانات والحقائق التى يجب الحصول عليها ولها علاقة بالمسئلة ووسائل وأدوات جمع البيانات وتصنيفها وترتيبها ووضع الفروض .

٤- النتائج : تحقيق الفروض واستخراج النتائج وما يترتب عليها .

٥- البحوث السابقة : مسح للتراث الفكرى والبحوث السابقة التى ترتبط أو تتعلق بمسئلة البحث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة .

أما كاتا بادهى Kata Badhi من جامعة كلكتا بالهند فقد ذكر فى حلقة الدراسات الإقليمية المنعقدة عام ١٩٥٨ أن هناك ثلاث مراحل يمر بها البحث الاجتماعى :

١- مرحلة تصميم البحث : وتضمن هدف البحث « الغرض منه وإمكانيات تنفيذه والمواد والعينة وطريقة جمع البيانات من الميدان وتفريفها فى جداول وتبويبها .

٢- مرحلة تنفيذ البحث : وتتضمن تحديد الفروض التى يهدف إليها البحث وتحديد العلاقات المراد معرفة نوعها ودرجتها وتصميم جداول التفرغ ثم تصميم أنواع لبحث وحجم العينة وطريقة اختبارها .

٣- مرحلة ترتيب النتائج وتحليلها وكتابة التقرير .

أما ترافرز Travers فيقدم لنا شكلاً آخر فى تصميم البحث وتقريره حيث يشتمل على النقاط الآتية :

١- مقدمة عامة عن البحث : تتضمن عرضاً لمشكلة البحث والبحوث السابقة وما قد تتضمنه من مبادئ نظرية ونتائج هامة تفيد البحث - موقف الدراسة ومكانتها بين الدراسات والأبحاث السابقة - وما قد تتضمنه البحوث السابقة من مبادئ ومرتبطات نظرية - وفروض الدراسة وطرق تحقيقها أو اختبارها .

٢- إجراءات الدراسة : ويتضمن هذا الجزء الإجراءات العامة التي تتبع في البحث وأهم الأدوات المستخدمة وحجم العينة وطريقة اختيارها .

٣- النتائج : ويشمل هذا الجزء عرض نتائج البحث بعد اختبار الفروض .

٤- تضمينات : ويشمل الموقف النظرى الذى اتخذ فى البحث وكذلك ما قد يتضمنه بالنسبة للبحوث المستقبلية .

والواقع أن خطوات البحث عبارة عن مجموعة من المراحل التي تتميز بالتسلسل والتتابع من ناحية وبالتداخل والترابط من ناحية أخرى - بصورة تجعل الخطوة الأولى فى مشروع البحث تقرر طبيعة الخطوة الأخيرة .

وعلى الرغم من الاختلافات الواضحة فى طرق تصميم البحوث وتنظيمها كما قدمها لنا المشتغلون فى علم الميثودولوجيا Methodology إلا أن هناك خطوطاً عريضة يكاد يكون هناك شبه اتفاق حولها .

وإذا أضفنا إلى هذه الخطوات الاستخدامات الإحصائية التي يمكن أن تفيد الباحث في مختلف خطوات البحث يتضح لنا مدى تعقد وتشابك خطوات البحث العلمى .

ومن الممكن حصر هذه الخطوات فى النقاط الآتية :

- مرحلة تصميم البحث أو إعداد الإطارات التخطيطية .

× الإحساس بالمشكلة وتحديدها .

× تحديد الإطار المرجعى أو الدراسات السابقة .

- × تحديد المصطلحات والمفاهيم .
- × التحقق من إمكانية التنفيذ الفعلي .
- × تحديد الفروض .
- × تحديد نوع البحث ومنهجه .
- × تحديد مجتمع البحث ومجاله وأسلوب جمع البيانات .
- × تحديد أدوات جمع البيانات .
- × تحديد إجراءات الثبات والصدق .

- مرحلة تنفيذ البحث :

- × جمع البيانات ومراجعتها وتصنيفها وعرضها .
- × تحليل البيانات واستخلاص النتائج وتفسيرها وتقديم الحلول والتوصيات .

- مرحلة كتابة تقرير البحث :

- × عناصر التقرير ومكوناته .
- × تبويب البحث .
- × نظام إثبات الاقتباسات والهوامش والمراجع النهائية .

أولاً : مرحلة تصميم خطة البحث

وتشتمل هذه المرحلة على خطوات عديدة هي :

١- الإحساس بوجود مشكلة وتحديدها

لما كان المفترض وبخاصة في إطار نظرية العلم للمجتمع ألا تنشأ فكرة البحث من فراغ حتى لا تنتهي أيضاً إلى فراغ فإن السمة الرئيسية التي أصبحت تميز البحوث العلمية الآن هي أن تكون هناك مشكلة محددة وهامة وفي حاجة ماسة إلى من يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة حتى نستطيع أن نجد لها نوع الحل المناسب للتغلب عليها .

ومن هنا فلا بد أن يبدأ البحث العلمي بإحساس من جانب الباحث بوجود مشكلة معينة في إطار المجالات العلمية التي تخص فيها أو التي يوليها إهتمامه التطبيقي .

وفي الإطار العام للمشكلة التي يبدأ الباحث في الإحساس بها وإدراكها يمكنه أن يتطرق إلى تحديد المشكلة تحديداً دقيقاً وتفصيلاً مما يوفر عليه الجهد والوقت الذي قد يبذله فيما لو لم يلجأ إلى التعرف على المشكلة التي يخضعها للأسلوب العلمي الدقيق من حيث المعالجة وعلى كل ما يتعلق بها من حيث نشأتها وأهميتها وحدودها ونوع البيانات الضرورية والطرق البديلة لحلها .

وغنى عن البيان أن تعريف المشكلة وتحديد أبعادها يتوقف على مدى عمق الباحث في فهم هذه المشكلة وسعة إطلاعه العلمي ومدى خبرته العلمية ومدى إحاطته بما يكون قد سبق إجراؤه من بحوث مماثلة في الماضي على نفس هذه المشكلة أو على مشكلة مشابهة مما يساعده على أن يستفيد من خبرات هذه التجارب في تحاشي أخطائها أو في استكمال نقائصها وفي إتمام عناصرها عند إجراء بحثه .

وقد تبدو هذه الخطوة سهلة أو بديهية إلا أنه في مجال الواقع العلمي كثيراً ما نجد الموقف تضمن كثيراً من المشكلات التي تتداخل في بعضها بحيث يصعب فصلها إلا من الناحية النظرية .

فعندما تكون المشكلة هي تدمير الطلبة نبدأ في البحث عن السبب الرئيسي -
لبلورة المشكلة - فقد يكون السبب في النظم الجامعية المطبقة وقد يرى آخر أن
المشاكل التي يعاني منها الطلاب في الإسكان والمواصلات والكتب ونقص المراجع -
ونقص الأنشطة الطلابية - افتقار الصلات بين الطلاب والإدارة - هذه الاحتمالات
المتعددة للمشكلة محل الدراسة تزحم فكر المسئول عن العلاقات العامة - فيلجأ
لاستطلاع رأى نوى الخبرة ورجال الإدارة وأفراد الجمهور وإلى الدراسات والبحوث
السابقة وذلك لتحديد مشكلة البحث الأمر الذى يساعد على الاقتصاد فى الجهود
والنفقات بدلاً من إجراء البحث على نطاق واسع دون مبرر لذلك .

وبصفة عامة فى بحوث العلاقات العامة قد تكون المشكلة متعلقة بأحد المجالات

الآتية :

١- المنشأة وسياساتها وأهدافها وسياسة وأهداف العلاقات العامة والمتغيرات البيئية
المحيطة .

٢- الجمهور الذى نريد الوصول إليه .

٣- أخصائيو العلاقات العامة وأساليب اختيارهم وإعدادهم وتدريبهم ... إلخ .

٤- البرامج المحددة لتحقيق الأهداف .

٥- الدعاية التى نستخدمها - والرسالة التى نريد نقلها إلى الجمهور والوسائل
المستخدمة .

٦- تقويم النشاط .

والواقع أن الكثير من العمليات التى تدور باسم العلاقات العامة تكاد أن تكون
متشابهة ومعقدة ولذلك لا بد أن نحدد أهمية المشكلة بالنسبة للعلاقات العامة وهناك عدة
أسئلة تفيدنا فى هذا المجال مثل :

- هل لدينا مشكلة فى حاجة إلى علاقات عامة ؟

- هل المشكلة التي نحن بصددنا نستطيع التهوين من أمرها وتحويلها إلى صالحنا ؟
- هل العمل لمواجهة هذه المشكلة ضرورة ملحة وعاجلة أم يمكن أن يربحاً لوقت آخر أن نسقطها من الحساب ؟

٢- البحوث السابقة

تشكل الدراسات والبحوث السابقة تراثاً هاماً ومصدراً عنياً لابد أن يطلع عليه الباحث قبل البدء بالبحث - وتساعد هذه الخطوة الباحث في بلورة مشكلة بحثه وتحديد أبعادها كما تفيد في ضمان عدم تكرار البحث أو تخلص الباحث من صعوبة وقع فيها غيره من الباحثين .

كما يوفر الإطلاع على الدراسات السابقة للباحث فرصة واسعة للوقوف على النظرية والفروض التي اعتمدت عليها هذه الدراسات والمسلمات التي تبنتها والنتائج التي أوضحتها مما يجعل الباحث أكثر جرأة وطمأنينة في التقدم ببحثه معتمداً على ما زودته به هذه الدراسات من أفكار . إضافة إلى أنها تساعد الباحث في اختيار أدوات بحثه أو تصميم أداة مشابهة على ضوء ما انتهت إليه الدراسات السابقة فضلاً عن أن هذه الدراسات تضمن قوائم بالمراجع الهامة التي اعتمدت عليها فتفيد الباحث في التعرف على الكثير من مراجعه ومصادره الهامة .

إضافة إلى ذلك توجه الدراسات السابقة الباحثين إلى تجنب المزالق التي وقع فيها الباحثون الآخرون وتعريفهم بالصعوبات التي واجهها الباحثون والحلول التي توصلوا إليها لمواجهة هذه الصعوبات . كما أنهم على ضوء هذه الدراسات يحددون مسلمات البحث اعتماداً على النتائج التي توصل إليها الآخرون ويحددون الجوانب التي تحتاج إلى استكمال ووقفت عندها الدراسات السابقة وبذلك تتكامل وحدة الدراسات والأبحاث العلمية .

٣- تحديد مفاهيم ومسلمات البحث

المفهوم هو تجريد أو وسيلة مختزلة لتمثيل عدد من الحقائق بهدف تبسيط التفكير وذلك عن طريق تجميع مجموعة من الأحداث أو الظواهر تحت عنوان واحد عام - مثال ذلك أننا عندما ندرس دور المتغيرات البيئية في تحديد أهداف العلاقات العامة للمنشأة لابد أن نحدد مفهوم المتغيرات البيئية.

أما المسلمات فهي مجموعة من العبارات يضعها الباحث أساساً لبحثه ويسلم بصحتها دون أن يحتاج إلى إثباتها وإقامة الدليل عليها فهي عبارة عن حقائق واضحة بذاتها أو بديهيات واضحة بذاتها ولا تحتاج إلى برهان مثال ذلك دراسة عن دور الاتصال الشخصي في زيادة فاعلية أنشطة العلاقات العامة بالمنشآت الصناعية . تحتاج هذه الدراسة أولاً إلى تحديد المصطلحات المستخدمة وهي : الاتصال الشخصي - فاعلية - أنشطة العلاقات العامة - المنشآت الصناعية - أما المسلمات التي يستند إليها هذا الباحث فهي :

- أن رفع كفاءة الاتصال الشخصي يزيد فاعلية إدارة العلاقات العامة في أداء وظائفها .

- بالإمكان رفع كفاءة الاتصال الشخصي عن طريق التدريب .

- القائمون بالاتصال الشخصي الذين يمتلكون الكفاءات اللازمة للاتصال يؤدون عملهم بطريقة أفضل من الذين يفتقدون هذه الكفاءات .

والمسلمات تشمل البديهيات والحقائق - وتشمل أيضاً ما قد يضعه الباحث من مسلمات إذ يفترض هو صحتها ويبني عليها تصورات بشرط أن لا يخالف حقائق علمية معروفة .

٤- التحقق من إمكانية التنفيذ الفعلي

لا يصح أن يقدم باحث أو هيئة على جمع بيانات أو القيام بأي بحث قبل التأكد أولاً من وجود المادة العلمية التي تعين على كتابة هذا الموضوع .

ويلاحظ أن المادة العلمية ليست غاية في حد ذاتها وإنما هي وسيلة إلى غاية -
فهى كالمادة الخام اللازمة للصناعة قيمتها تزداد بتحويلها إلى الشكل المرغوب الذى
يزداد عليه الطلب .

وكثيراً ما يشعر الباحث بقلة المادة العلمية لتي يتطلبها بحثه فإما أن ينصرف فى
هذه الحالة إلى موضوع آخر أو يستكمل دراسة الموضوع .

كما يجب أن يتأكد الباحث من مدى توافر الإمكانيات العلمية والمادية اللازمة
للبحث لديه سواء كانت كتباً أو تقارير وإحصائيات ومراجع ومصادر مختلفة أو أجهزة
ومعدات علمية .

5- تحديد الفروض

المقصود بالفرض هنا أى تعميم مبدئى تظل صحته موضع اختبار ويجب أن
يوضح الفرض بصورة إحصائية ويلزم أن يعتقد الباحث فى صحة فرضه فالهدف من
وضع الفرض هو اختباره حتى يمكن استكشاف مدى مطابقته مع الحقائق أو البيانات .
وفى عبارة أخرى فالفرض يعد تعميماً مبدئياً تظل صحته وصلاحيته موضع
اختبار، فما الفرض إذن إلا عبارة تخمينية عن العلاقة التى تربط بين متغيرين أو أكثر
ويجب أن يتضمن الفرض إمكانية الإختبار العلمى والعملى . وتستنبط الفروض بناء
على الخبرة السابقة للباحث وكذلك من الدراسات التى أجريت فى موضوع البحث . أو
الأبحاث المتصلة بهذا الموضوع - كما تساعد النظريات والقواعد العامة التى أمكن
الوصول إليها على الاستنتاج المنطقى الذى يؤدى بنا إلى تفسير معين للظاهرة
موضوع البحث .

مزايا تكوين الفروض

لتكوين الفروض مزايا عديدة هى :

أ) توجيه البحث والتقصى داخل خطوط عريضة تمنع الباحث من السير على غير هدى .

ب) تمكن الباحث من استنباط وسائل عملية لفحص فرضه .

ج) يساعد وضع الفروض على تبسيط المشكلة وتفصيلها ووضعها على شكل سلسلة من الفروض .

وتصاغ الفروض بأحد طريقتين :

الفروض الصفري : ينفي وجود العلاقة بين متغيرى الدراسة مثل :

لا توجد علاقة بين إنسانية الإدارة وبين تحقيق العلاقات العامة لأهدافها .

ويجب فى هذا المجال أن نناقش مدى عمومية المشاكل والفروض فإذا كانت المشكلة عامة جداً فإنها تكون عادة غامضة ومن الصعب اختبارها وعلى ذلك فمن المفروض أن يحاول الباحث تحديد مشكلته فكما زادت درجة تحديد المشكلة أو الفرض كلما أصبحت أكثر إيضاحاً وكما سهلت وسائل اختبارها .

تحديد نوع البحث ومنهجه

توقف إجراءات البحث المستخدمة سواء فى جمع البيانات أو تحليلها واستخلاص النتائج على طبيعة البحث ونوعه .

فإذا كان مجال البحث أحد ميادين العلوم الطبيعية حيث نستطيع السيطرة على كل المتغيرات المؤثرة فيها فإننا نستخدم التجارب وخاصة العملية أو البيئية أما البحوث الاجتماعية كالإعلام وعلم النفس والاجتماع حيث تتداخل المتغيرات المتعددة ويصعب السيطرة عليها جميعاً فإننا نستخدم الأساليب الكمية والإحصائية أو الميدانية .

كما أننا فى أحيان أخرى قد نعتمد فى جمع البيانات على الوثائق والمراجع المتاحة فقط .

وعلى هذا فتحدد نوع البحث يساعد على تحديد الخطوات الضرورية لدراسة موضوع البحث وعلى تحديد منهج البحث المستخدم . وسنعرض فيما يلي بإيجاز لأهم أنواع البحوث فى مجال العلاقات العامة وهى :

أ) بحوث كشفية

وهى بحوث تهدف إلى التعرف على الظواهر أو زيادة التعرف عليها - ويكون الفرض هنا بلورة أكثر لمشكلة البحث أو فروضه ويرجع سبب تسميتها بالبحوث الكشفية إلى أنها تكشف عن الأفكار أو تزيد التعرف عليها . وتصميم هذه البحوث يحتاج إلى مرونة تسمح بدراسة مختلف جوانب الظاهرة التى تكون معرفتنا السابقة بها معدومة أو قليلة مما يتعذر معه رسم خطة محكمة تأخذ فى اعتبارها كل التوقعات .

وقد أصبحت الدراسات الكشفية من العوامل الأساسية فى تزويد مستشار العلاقات العامة باستبصارات جديدة فى الموضوعات مجال دراسته . وعادة ما تستهدف هذه الموضوعات آراء التجار والموزعين حول أصحاب صناعة من الصناعات أو قياس ثقة الجمهور فى صناعة بالكلمها واتجاه المساهمين نحو الإدارة . أو اكتشاف ما يفكر فيها العالم بخصوص عملهم . وبالإضافة إلى ذلك تفيد البحوث الكشفية رجل العلاقات العامة فى الحصول على قائمة بالمشكلات التى تحتاج إلى دراسة وألوية كل منها طبقاً لآثارها المرتقبة تجاه المنظمة التى يمثلها والإمكانات العلمية للقيام بهذه الأبحاث .

ب) بحوث وصفية

وهذه البحوث تصور بدقة خصائص فرد بذاته أو جماعة أو موقف وقد تبدأ أو لا تبدأ بفرض أولى عن طبيعة هذه الخصائص ومن أغراض هذه البحوث أيضاً تحديد مرات حدوث شئ ما أو اقتران ظهور شئ بآخر - وتفسير الظواهر كلما كان ذلك ممكناً - ويحتاج تصميم هذا النوع من البحوث إلى الحد من مؤديات التحيز وهى تنشأ

على نحو يجذب فيه الباحث أحدها بون الأخرى كما يحتاج التصميم هنا أيضاً إلى توفير الثقة والثبات فى الأدلة التى تجمع بحيث يمكن التوصل إلى نتائج مماثلة إذا تكرر جمع هذه الأدلة .

ويلاحظ أن معظم بحوث العلاقات العامة تندرج تحت قائمة البحوث الوصفية فهناك حاجة مستمرة إلى التعرف على خصائص جماهير أى منظمة أو مؤسسة تحرص على ثقة جماهيرها وتأييدهم . ويقدر مايتوافر لإدارة العلاقات العامة من معلومات عن خصائص الجماهير من حيث السن والدخل والمستوى المهنى والتعليمى بقدر ما تستطيع توجيه وسائلها إلى هذه الجماهير بسهولة وفاعلية وتزداد كفاءة الاتصال إذا ما عرفت آراء الجماهير واتجاهاتها والقيم السائدة بينها .

ويندرج تحت قائمة البحوث الوصفية مجموعة مناهج تستخدم فى هذا النوع من البحوث وذلك مثل مسح الرأى العام وتحليل المضمون ومنهج دراسة الحالة ومسح جمهور وسائل الإعلام ومسح أساليب الممارسة ومسح وسائل الإعلام ومنهج الدراسات البيئية المقارنة والدراسات الإرتباطية .

ج) البحوث التجريبية

وهى تتضمن اختبارات فروض السببية المؤثر والأثر مثلاً ويتطلب تصميم هذه البحوث إلى جانب الحد من التحيز وتوفير الثقة والثبات فى النتائج إمكانية الاستنتاج عن السببية ويتبع فى ذلك المنهج التجريبي .

وهذا النوع من الدراسات ما زال محدوداً فى مجال العلاقات العامة قياساً إلى البحوث الوصفية رغم أهميته فى التثبت من بعض الفروض التى لم تختبر بعد والتى تعتبر من مقومات عمل العلاقات العامة .

د (البحوث التاريخية

يهتم هذا النوع من الدراسات بجمع الحقائق والمعلومات من خلال دراسة الوثائق والسجلات والآثار - ويستخدم لذلك منهج البحث التاريخي لدراسة الظواهر والأهداف والمواقف التي مضى عليه زمن قصير أو طويل . فهو يرتبط بدراسة الماضي وأحداثه كما قد يرتبط بدراسة ظواهر حاضرة من خلال الرجوع إلى نشأة هذه الظواهر والتطورات التي مرت عليها والعوامل التي أدت إلى تكوينها بشكلها الحالي ، ومعرفة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية لأي مجتمع في الأزمنة المختلفة والاستفادة من هذه المعلومات في التخطيط لأي سياسة مستقبلية . وفي مجال العلاقات العامة تفيد هذه الدراسات في فهم تطور العلاقات الاجتماعية والعوامل التي ساعدت على تطور هذه العلاقات أو إزهارها في المجتمعات المختلفة .

٧- تحديد مجتمع البحث ومجاله وأسلوب جمع البيانات

الهدف الأساسى للبحث العلمى هو الإجابة على مجموعة من التساؤلات المطروحة عن المشكلة أو اختبار مدى صحة الفروض المحددة مسبقاً والمتعلقة بجوانب مشكلة البحث - ولن يتيسر هذا عن طريق جمع معلومات معينة بهدف التعرف على كل الحقائق والمعلومات بأسلوب علمى للخروج بالنتائج المنطقية المحددة للمشكلة التى يتصدى لها الباحث لدراستها .

لهذا تعتبر عملية جمع البيانات من أهم المراحل لأى بحث علمى . وعلى قدر توافرها أو شمولها ودقتها تتوقف دقة التحليل وأهمية النتائج المتوصل إليها وصحة القرارات المبينة عليها .

ونظراً لأهمية البيانات فإنه لا يمكن الاستغناء عنها فى جميع البحوث والدراسات ولهذا يجب أن تتوافر فى البيانات المعايير الآتية :

١- الشمول : يجب أن تكون المعلومات شاملة كل الجوانب المتعلقة بالموضوع تحت البحث وتحدد معنى الشمول عن طريق التعريف الدقيق للبيانات المطلوبة .

- ٢- **الدقة** : يجب أن تكون المعلومات صحيحة ودقيقة ويتأتى ذلك بتوضيح ما تهدف له هذه البيانات عن طريق تعريف وتحديد معنى البنود الإحصائية المطلوب جمعها .
- ٣- **الملائمة** : من الضروري التنبيه إلى الطرق والأساليب التي استخدمت في الحصول على البيانات سواء عن طريق التخمين والخبرة الشخصية أو عن طريق الفروض العلمية في الحصول على البيانات وذلك لتحديد مدى ملائمتها وصلاحيتها .
- ٤- **عامل الوقت** : يلعب الوقت دوراً هاماً في صلاحية البيانات الإحصائية للاستخدامات المختلفة فمثلاً تأخير نشر الإحصاءات قد يخرجها من النطاق الزمني الذي جمعت فيه ويفقدتها فائدتها العلمية لاتخاذ قرارات معينة .
- ٥- **المقارنة** : وهي أحد أهداف الإحصاءات بصورة عامة وتكون المقارنات صحيحة طالما كانت التعاريف المستخدمة محددة ودقيقة وكذلك طرق جمع هذه البيانات .

نوعية البيانات

تنقسم البيانات إلى :

- ١- **البيانات الوصفية** : تشكل الوصف اللفظي لوحدات المجتمع المدروس كبيانات الجنس للأفراد مثل ذكر أو أنثى وبيانات العمالة (عامل - عاطل) وبيانات الحالة الاجتماعية (متزوج - لم يتزوج - مطلق - أرمل) وبيانات الحالة التعليمية (أمي - مؤهل عال - مؤهل متوسط) وبيانات الاتجاه (مؤيد - معارض - محايد) .
- ٢- **البيانات الكمية** : وهي البيانات التي يعبر عنها في صورة رقمية وتشمل :

- ١- **البيانات العددية** : وهي البيانات التي لها صفة العدد التي يتحصل عليها بطريق العد مثل عدد المؤيدين لمرشح معين - وعدد مستمعي إذاعة معينة .
- ٢- **بيانات مقيسة** : وهي التي يتحصل عليها عن طريق القياس مثل مساحات المواد الإخبارية . والأوقات المخصصة للبرامج الدينية بالإذاعة وأطوال الأفلام السياسية مثلاً .

العينة والحصر الشامل

يتراوح الأسلوب الذى يتبع فى جمع البيانات عن مفردات البحث ما بين العينة والحصر الشامل .

والحصر الشامل معناه جمع البيانات عن جميع المفردات التى يتكون منها المجتمع محل البحث .

أما أسلوب العينة فإنه يعتمد على جمع البيانات عن مجموعة مختارة من مفردات المجتمع ودراسة صفات هذه المجموعة ثم تعميم النتائج التى يحصل عليها الباحث بالنسبة للمجتمع الكلى .

مزايا استخدام كل من العينة والحصر الشامل

أولاً : بالنسبة للعينة

هناك اعتبارات كثيرة تدعونا إلى تفضيل استخدام أسلوب العينة ملخصها فيما

يلى :

١- توفير الوقت والمجهود والتكاليف اللازمة لإجراء البحث وهو اعتبار له أهميته سواء فى ميادين البحث العلمى أو فى بحث المسائل العلمية خاصة وأن بساطة التكاليف اللازمة لإجراء حصر شامل قد تحول دون عمل هذه البحوث مع ما قد تكون لهذه البحوث من فائدة فمثلاً إذا كنا بصدد إجراء دراسة عن قادة الرأى ومن هم ؟ وما مقدار نفوذهم ؟ وبورهم فى تكوين الرأى العام - وبور الجماعة فى تكوين الرأى وذلك لتوفير المعلومات التى تساعد إدارة العلاقات العامة لمعرفة جمهورها الذى تخاطبه ونوعية المعلومات المطلوبة وكيفية تقديمها ، فلاشك أننا لو قمنا بإجراء هذا البحث على أساس الحصر الشامل فإننا لن نستطيع الحصول على البيانات اللازمة فى الوقت المناسب والاستفادة منها استفادة كاملة خاصة وأننا قد عرفنا أن كثيراً من الظواهر الإعلامية تتسم بالتغيير وعدم الاستقرار الأمر الذى لايجعل للنتائج التى نحصل عليها سوى قيمة تاريخية فقط .

٢- إذا كانت الظواهر من النوع الذي لا يمكن قياسه بدقة كافية بسبب غموضها ذلك مثل الظواهر المتعلقة بالرأى العام والاتجاهات والميول .

فى هذه الحالات لا يستدعى الأمر الحصر الشامل مادامت البيانات نفسها قد تتعرض فى قياسها لأخطاء وقد تكون أكبر حجماً من الأخطاء العشوائية التى قد تتعرض لها النتائج نتيجة لاستخدام العينة .

٣- صعوبة إجراء الحصر الشامل وذلك عندما يكون مجتمع البحث كبيراً - فمثلاً إذا قمنا بدراسة لتحديد ماذا يعرف الجمهور عن الموضوعات التى يتناولها الإعلام وعن الاتجاهات التى يتمسكون بها مما قد يؤثر على قبولهم أو رفضهم للإعلام وعن نوع اللغة أو الرمز الذى يستطيعون أن يفهموه وغير ذلك من شتى أنواع المعلومات التى يستطيع الإنسان أن يتعرف عليها بسرعة عند مخاطبة أحد معارفه وجهاً لوجه . وإذا كانت هذه الدراسة على جمهور العلاقات العامة فلاشك أن إجراء هذه الدراسة بطريقة الحصر الشامل إجراء صعب وغير مقبول منطقياً ومتعسراً ويعتبر مضيعة للوقت والجهود والمال .

٤- يساعد استخدام أسلوب العينة على تقليل التحيز الناتج من عدم الدقة فى قياس الظواهر إذ أن اقتضار البحث على عدد محدود من المفردات قد يمكن الباحث من استخدام طرق سليمة فى القياس بينما قد يتعذر استخدام هذه الطرق إذا أجرى البحث على أساس الحصر الشامل .

مزايا الحصر الشامل

وهناك اعتبارات أخرى تدعو إلى تفضيل أسلوب الحصر الشامل وهى :

١- إذا كان الغرض من البحث هو جمع بيانات عن مفردات المجتمع بصفة شخصية أو فردية فمثلاً إذا كنا بصدد دراسة تتضمن وسائل الاتصال وتكوينها وأساليب السيطرة عليها - كذلك أيضاً بالنسبة للدراسات التاريخية عندما يؤرخ لحياة

القائمين بالاتصال ووسائل الإعلام . فإن استخدام أسلوب العينة لن يوفر لنا البيانات الكافية لاستخلاص النتائج المطلوبة ولذلك يفضل في مثل هذه الدراسات اللجوء إلى أسلوب الحصر الشامل لجميع مؤلفاتهم .

٢- في حالة عدم توافر إطارات أو كشوف وخرائط تساعد على سحب عينة سليمة يفضل أسلوب الحصر الشامل . ومثال ذلك الدراسات التي تهتم بقياس مدى تأثير الجمهور بالأفكار المستحدثة التي تقدمها وسائل الإعلام .

فإننا لعدم معرفتنا مسبقاً بحدود هذا الجمهور نفضل القيام بدراسة شاملة لبيئة محددة تشمل قرية أو حي أو قطاع من حي ثم نستخدم أسلوب الحصر الشامل وذلك لتحديد نوعيات الجماهير المختلفة ودرجة تأثير الأفكار في الجمهور وأكثر فئاته تقبلاً لهذه الأفكار .

٣- نستخدم أسلوب الحصر الشامل عندما يكون حجم المجتمع صغيراً نسبياً ومثال ذلك الدراسات التي تتناول القائمين بالاتصال في صحيفة أو محطة إذاعية أو إدارة علاقات عامة وذلك لتحديد خصائصهم المختلفة ومدى رضائهم عن عملهم أو لمعرفة الطريقة التي يؤثر بها نظام إخراج الجريدة على المحرر والأسس التي يقيم على أساسها الأخبار - وكيف يؤثر التدريب المهني على إدراكه للأخبار .

٤- ومن الاعتبارات التي تدعو إلى تفضيل أسلوب الحصر الشامل الرغبة في الحصول على نتائج دقيقة خالية من الأخطاء العشوائية الناتجة عن استخدام أسلوب العينة . ويفضل هذه الأسلوب خاصة إذا كانت مفردات المجتمع محل البحث على درجة عالية من الاختلاف والتباين وعدم التجانس مما يزيد من مقدار الأخطاء التي قد تتعرض لها النتائج في حالة استخدام العينة .

إضافة إلى أنه عندما يصعب القياس الفعلي للمؤثرات « المقاييس الإحصائية » في المجتمع خاصة إذا كان غير محدود أو مشتت فإننا نفضل من ناحية أخرى استخدام أسلوب العينة لدراسة صفات هذا المجتمع .

جوهر نظرية العينات

يمكن حصر جوهر نظرية العينات فى النقاط التالية :

- ١- أن يكون لدينا مجتمعاً سواء كان محدوداً أو غير محدود بالنسبة لعدد مفرداته وفى نفس الوقت ليس لدينا له أى مقاييس إحصائية معلومة .
- ٢- يسحب من المجتمع بطريقة عشوائية أو بإحدى الطرق مفردات العينة .
- ٣- من دراسة مفردات العينة نحصل على المقاييس التى تحدد صورة مجتمع العينة والتى بزيادة حجم العينة تقترب هذه المقاييس من المقاييس الخاصة بالمجتمع الأسمى .
- ٤- وعلى أساس مجتمع العينة وصفاته يمكن استنتاج صفات المجتمع الأسمى .

الخطوات الانسانية لتصميم عينة

إذا ما قرر الباحث إجراء عملية معاينة للحصول على بيانات معينة عن المجتمع بالدقة المطلوبة وبأقل تكلفة فإن عليه أن يراعى بعض المبادئ والأساليب قبل إجراء المعاينة حتى يحصل على نتائج ذات قيمة وهى :

١- تحديد المشكلة

فلابد من تحديد وتعريف المشكلة وتحديد أهداف الدراسة حتى يسهل على الباحث تحقيق هذه الأهداف خلال البحث .

٢- تعريف وتحديد المجتمع المراد معاينته

ويقصد بالمجتمع هنا جميع المفردات أو الأشياء التى نريد معرفة حقائق معينة عنها . وقد تكون أعداداً كما فى حالات تقييم مضمون وسائل الإعلام . كما قد تكون برامج إذاعية وتليفزيونية أو نشرات إخبارية أو أفلاماً . وكلما كان التحديد أكثر دقة كلما ساعد ذلك على دقة النتائج .

٣- تحديد البيانات المطلوب جمعها

على الباحث أن يستوثق أولاً من احتمال وجود هذه البيانات لدى مصادر أخرى أو سبق جمعها فى دراسات مماثلة فقد يوفر ذلك عليه كثيراً من الوقت والجهد والمال وساءً وجدها أو تولى عملية جمعها فإن هذه البيانات تتوقف على أهداف البحث .

٤- تحديد طريقة جمع وقياس البيانات

ولا بد أن يقوم الباحث بتحديد طريقة جمع البيانات وذلك وفقاً لنوع الدراسة .
فإذا كانت الدراسة ميدانية استخدم الباحث أحد الطرق المختلفة مثل :
- طرق الاتصال المباشر أو غير المباشر كالبريد والتلغراف والتليفون والملاحظة والمقابلة الشخصية واستمارات الاستبيان .

وإذا كانت الدراسة تحليلية استخدم الباحث لذلك استمارات تحليل المضمون وهى التى يقوم فيها بتفريغ البيانات المطلوبة فى الإطارات التى يحددها وفقاً لأهداف البحث - وعلى الباحث أن يقوم بتحديد وحدة القياس للبيانات المطلوبة فإن كان هناك سؤال عن الدخل فلا بد من طريقة واضحة لقياس هذا الدخل . وهل الدخل الشهرى أم السنوى ؟ وهل بالقرش أم بالجنيهات ؟ وإذا كان هناك سؤال عن الثقافة فهل سيقيسها بمراحل الدراسة مثلاً تعليم عال أو متوسط أو ابتدائى ؟ يقرأ أو لا يقرأ ولا يكتب .

وبالنسبة للدراسات التحليلية هل وحدة القياس هى السنتمرات المربعة أو بالبوصة عمود ؟ وهل هى الدقيقة أم الثانية ؟ أم سيقيس بالساعة أو سيستخدم المادة الإعلامية كوحدة للقياس .

٥- الإطار

ويقصد به القائمة أو الكشف الذى يحتوى على جميع أسماء ومفردات مجتمع الدراسة مثلاً عند دراسة الصحف فإن الإطار هو جميع الأعداد الصادرة من الصحيفة

التي يقوم الباحث بدراستها خلال فترة زمنية يحددها بمعرفته . وقد يكون جميع البرامج والأفلام الخاصة بموضوع الدراسة خلال الفترة المطلوبة وإذا كانت الدراسة مثلاً عن جمهور المستهلكين لوسيلة إعلامية لقياس اتجاهات الجمهور تجاه قضية محددة فإن الإطار هو جميع هؤلاء الأفراد . فإذا كانت عن الجمهور في القاهرة أو في مصر الكبرى تحدد الإطار وفقاً للأهداف الدراسية .

٦- تحديد حجم العينة

ويقوم الباحث بتحديد حجم العينة المطلوبة وفقاً لإمكانيات بحثه وكذلك الدقة ودرجة تجانس المجتمع ويقوم بتحديد هذا الحجم باستخدام المقاييس الإحصائية كما سيأتى فيما بعد .

٧- طريقة إختيار العينة

من الضروري للباحث أن يحدد طريقة إختيار العينة وذلك وفقاً لظروف بحثه ودرجة تجانس المجتمع المدروس - وقد تكون عشوائية بسيطة أو منتظمة أو طبقية أم عينة متعددة المراحل أم سيقوم بإختيارها بطريقة عمدية تحت ظروف وأسباب معينة .

٨- ترتيب العمل الميداني

وذلك بتدريب وإعداد الإحصائيين الذين سيستعين بهم الباحث للمساعدة في جمع المادة الميدانية أو التحليلية . كما يقوم خلال هذه الخطوة وخلال الدراسات الأولية بتحديد أوجه الضعف في الأسئلة أو استمارة الترميز أو الاستقصاء وعلاجها .

وأيضاً تحديد كافة أوجه المشكلات المختلفة المحتمل أن تواجه الباحث خلال عملية جمع البيانات وأسس مواجهتها وذلك لتوجيه أسس العمل .

وتأتى بعد ذلك باقى خطوات البحث المختلفة من حيث تبويب وعرض وجدولة البيانات وتحليلها للحصول على التقديرات الإحصائية وإجراء اختبارات الفروض .

حجم العينة

لا يمكن تحديد الحجم اللازم لعينة من العينات بقواعد جامدة لأنه يتغير من حالة إلى حالة حسب طبيعة المجتمع المدروس وأسلوب دراسته وموضوع البحث ومدى وفرة المال والوقت والبشر .

والعينة كما أشرنا سابقاً عبارة عن مجموعة جزئية من مفردات المجتمع - ويعرف عدد المفردات التي تكون العينة بحجم العينة .

ولحجم العينة أهمية كبيرة في دراسة العلاقة بين العينة والمجتمع الذي تمثله حيث أن توزيع المعاينة للوسط الحسابي يقرب من التوزيع الطبيعي كلما زاد حجم العينة كما أن قيمة الخطأ المعياري الذي يمثل تشتت قيمة الوسط الحسابي للعينات الممكنة حول قيمتها المتوقعة يقل بازدياد حجم العينة .

وهناك عوامل عديدة يتحدد على ضوئها حجم العينة وهي :

- ١- طبيعة المجتمع المدروس .
 - ٢- أسلوب الدراسة .
 - ٣- موضوع البحث .
 - ٤- مدى وفرة المال والوقت اللازم والبشر .
 - ٥- مدى الدقة التي نريد أن تعرف بها الظاهرة موضوع البحث فإذا كان المقصود معرفة هذا المتوسط على وجه الدقة كان لزاماً علينا أن نختار عينة كبيرة أما إذا كان القصد معرفته على وجه التقريب فإنه تكفي في هذه الحالة عينة صغيرة .
- وعلى هذا يلزم تحديد حدود الخطأ سواء كانت مطلقة أو بسيطة وذلك باحتمال معين أى عامل الثقة الذي يحدد الفترة أو المساحة التي يقع فيها الخطأ باحتمال ما معين .

٦- تحديد مدى تفرق القيم في المجتمع الأصلي أى تشتتها . ومعروف أن قيمة الخطأ المعياري الذي يمثل تشتت قيمة الوسط الحسابي للعينات الممكنة حول قيمتها المتوقعة مثلاً تتوقف على مقدار التباين في المجتمع . وحيث أنه لا يمكن تحديد قيمة التباين مسبقاً وإنما يمكن تحديد قيمة تقريبية له مع وضع قيمة احتياطية للحكم على دقة التباين ، ويمكن لذلك استخدام قيمة التباين الذي سبق اختياره لنفس المجتمع في الماضي بحث تكون الفترة الزمنية التي مرت قصيرة .

أما في حالة عدم وجود أبحاث مشابهة في الماضي يتم اختبار وحدات صغيرة وبحسب منها التباين ويمكن الاستعانة بنتائج أبحاث مشابهة للبحث الجارى على ألا يكون هناك اختلاف جوهري بين الباحثين .

فتحديد حجم العينة إذن يتطلب منا حساب الانحراف المعياري للمجتمع الأصلي وحساب الخطأ المعياري للتقدير الذي ينبغى الوصول إليه من العينة باعتباره ممثلاً للمجتمع كله وكلما كان حساب الانحراف المعياري للمجتمع ضرورياً لسحب عينة منه ولذلك فإن الانحراف المعياري للعينة ذاتها يتخذ بدلاً عن الانحراف المعياري للمجتمع .
أما حساب الخطأ المعياري للتقدير فنحصل عليه من المعادلة الآتية :

$$\text{الخطأ القياسى} = \frac{\text{الانحراف المعياري للعينة}}{\text{عدد وفردات العينة}}$$

٧- تؤثر الإجراءات المستخدمة في الاستقصاء أيضاً على حجم العينة فالعينة المنتظمة تتطلب عدداً أقل من الحالات ، والعينة العشوائية البسيطة تحتاج إلى عدد أكبر إلى حد ما ، كما يتوقف حجم العينة على عدد الفئات التي ستحلل فيها المادة العلمية التي تم جمعها فكلما زادت التقسيمات أو التفاصيل مثل : (الجنس والسن والتعليم) المستخدمة في التحليل كلما زاد حجم العينة المطلوبة .

وهناك سوء فهم شائع عن حجم العينة الضروري . قد يقول البعض أنه يجب أن تتكون العينة من نسبة محددة من المجتمع (٥ ٪) ولكن تحديد العينة يتوقف على هدف الدراسة .

ويعصرف النظر عن نوع الإجراءات التي يختارها المحلل ، يجب مراعاة المستلزمات العامة للعينة العشوائية أو الاحتمالية . وبالإضافة إلى ذلك فأغلب دراسات المضمون تتطلب تعدد مراحل إجراءات اختيار العينة قبل الحصول على العينة النهائية للمضمون الذي سيتم تحليله .

فمن الضروري الحصول أولاً على عينة من أسماء الصحف ، ثم عينة للمقالات وبعد ذلك ربما احتجنا إلى عينة من مضمون المقالات .

إذا نظرنا إلى مشكلة عينة تحليل المضمون على هذا الأساس تصبح هناك حاجة شديدة لتنوع أحجام العينة وفقاً للجوانب المختلفة لنفس الدراسة .

وقد اهتم الباحثون بمسألة حجم العينة اهتماماً كبيراً وإن كان من الصعب أن نقدم تعميماً يغطي أو يشمل جميع الحالات فبالنسبة لأغلب حالات المضمون (كما يقول برنارد برلسون) : « العينة الصغيرة التي يتم اختيارها بدقة لأن مضمونها متصل ستوفر نتائج صادقة مثل النتائج التي نحصل عليها من تحليل عينة أكبر بكثير ، ولاشك أن تلك العينة الصغيرة تكاليفها أقل والمجهود الذي تحتاج إليه أقل » .

ولكن يشير باحثون آخرون إلى العلاقة بين تصميم الدراسة وحجم العينة فيقولون : « ما لم يكن الفرد مهتماً بأكثر الرموز شيوعاً أو بمجموعة معينة من الرموز ، فمن الضروري الحصول على عينة كبيرة الحجم إذا كان أسلوب القياس المستخدم قادراً فقط على تقديم قياس بدائي أو قد يجيب فقط على أسئلة عامة جداً . في هذه الحالة ستؤدي عينة صغيرة إلى حد ما المطلوب منها بشكل يبعث على الرضا . ولكن إذا كنا نحاول أن نحدد علاقة عدد كبير إلى حد ما من الرموز أو الفئات برموز وفئات أخرى ، فيجب أن يكون حجم العينة كبيراً ، حيث أن بعض الرموز - حتى وإن كانت معروفة - قد لا تظهر بشكل كاف بحيث تدخل في العينة الصغيرة » .

وقد أجريت أبحاث كثيرة للرد على مشكلة تحديد حجم العينة المناسب لدراسة مضمون الاتصال . فتناول أحد الباحثين مشكلة تحديد حجم العينة الملائم لتصنيف

موضوع نشر في الصحف اليومية . ويقول هذا الباحث : درسنا فئة موضوع واحد في جريدة واحدة لمدة عام كامل ، بهذا حصلنا على متغير مستقل لكل المجال تقارن به التقديرات التي تخرج بها من العينات .

وقد أخذنا عشر عينات حجم كل واحدة منها ٦ ، ١٢ ، ١٨ ، ٢٤ ، ٤٨ وقارنا المتوسطات التي خرجنا بها من تلك العينات بالمتوسط الذي حصلنا عليه من دراسة السنة كلها . وقارنا أيضاً العينات ببعضها البعض .

وتشير نتائجنا إلى أنه بالنسبة لهذه الفئة الواحدة التي قمنا بدراستها كانت أحجام الخمس عينات ملائمة وأن زيادة حجم العينة أكثر من ١٢ لا يقدم اختلافاً ملموساً في النتائج .

ومنذ أن نشرت نتائج تلك الدراسة سنة ١٩٥٢ أجرى عدد من الباحثين دراسات استخدمت عينات صغيرة إلى حد ما . على سبيل المثال درس أحد الباحثين صحف الأحد التي ظهرت من سنة ١٩٣٩ حتى سنة ١٩٥٩ واستخدم عينة مكونة من ثلاث أعداد فقط لكي تمثل كل سنة من سنوات الدراسة مدعياً أنه إذا كان ١٢ عدداً كافياً لعينة ممثلة لـ ٣١٢ عدداً (عدد الأعداد التي نشرتها صحيفة يومية خلال عام على أساس ستة أعداد أسبوعياً) ، تصبح ثلاثة أعداد عينة كافية لصحفية الأحد التي تصدر ٥٢ عدداً سنوياً .

وقد درس باحث آخر الأخبار الخارجية في الولايات المتحدة وصحف أمريكا الجنوبية مستخدماً عينة مكونة من ثلاثين عدداً من كل مطبوع قام بدراسته لتمثل فترة ثلاثة شهور .

ودرس باحث آخر الأخبار الخارجية في صحف مدن ولاية أوهايو مستخدماً ١٨ عدداً من كل مطبوع لتمثل فترة ثلاثة شهور .

وهذا الأسلوب ليس مقصوداً فقط على تحليل مضمون الصحف اليومية ، فقد أجرى باحثون آخرون تحليلاً لمضمون الأخبار في الراديو والتلفزيون مستخدمين

الأخبار التي أذيعت في عشرة أيام منفصلة لتمثل شهراً واحداً . وقد استخدمت عينة متحركة Rotating لتضمن توزيعاً متساوياً للأيام .

ولكن باستثناء الدراسة الأولى فما من دراسة من تلك الدراسات قارنت النتائج التي خرجت بها من العينة بالنتائج التي قد تحصل عليها من دراسة كل الفترة الزمنية التي تخضع للدراسة .

أشرنا إلى أن المعلومات التي نحصل عليها من دراسة عينة عشوائية قد لا تتفق تماماً مع المعلومات التي نحصل عليها من تحليل الكل ، ولكن يمكن تقليل الاختلاف في النتائج بزيادة حجم العينة كما أشرنا سابقاً . ويجب أن ندرك أن هناك حداً للمدى الذي يمكن أن نقلل بمقتضاه حجم العينة ونحصل على نتائج صادقة . وأن العينة الأكبر حجماً هي عادة ضرورية لتعطي تحليلاً أعمق لمضمون الاتصال . والخطأ في العينة العشوائية ليست المصدر الوحيد للخطأ في الإجراءات المتبعة لاختيار العينة . ويمكن إلى حد كبير السيطرة على المصادر الأخرى للخطأ وتأثيرها على صدق العينة يتوقف على الأساليب التي تم استخدامها في اختيار العينة .

الخطأ الشائعة في جمع البيانات

هناك أخطاء عديدة تتعرض لها أثناء عملية جمع البيانات وغالباً ما تؤدي إلى نتائج مضللة تسمى إلى البحث أو المشكلة المطلوب حلها .

ويمكن تقسيم هذه الأخطاء إلى قسمين :

١- أخطاء التحيز في كل من الحصر الشامل والعينة .

١) بالنسبة للحصر الشامل

يتعرض الحصر الشامل لخطأ التحيز نتيجة لأسباب عديدة هي :

١- إعطاء بيانات غير صحيحة من قبل المبحوث .

- ٢- عدم دقة الباحثين فى تسجيل البيانات الصحيحة المعطاة وكذلك عدم تسجيلها بوضوح مما يتسبب عنه أخطاء عند قراءتها .
- ٣- عدم جمع البيانات عن بعض مفردات المجتمع .
- ٤- جمع بيانات عن مفردات المجتمع أكثر من مرة .
- ٥- عدم الوضوح فى صياغة أسئلة صحيفة البحث مما يتسبب عنه عدم التجانس فى فهم مضمون الأسئلة وبالتالي الخطأ فى الإجابة عنها .
- ٦- الخطأ فى عمليات الترميز والتنقيب .
- ٧- عدم استخدام الطرق الصحيحة فى حساب التقديرات .
- ٨- عدم كتابة البيانات - فاستنتاج المفردات من كمية محددة من البيانات يؤدي إلى عدم التأكد من صحتها وبالتالي ضعف الثقة فيها .
- ٩- عدم تناسب البيانات وذلك إذا كانت بعض مفرداتها لا تقبل المقارنة مع البعض الآخر .
- ١٠- عدم تمثيل البيانات للمشكلة وذلك إذا قام الباحث بجمع بيانات من مجتمع مخالف لمجتمع المشكلة تحت البحث .
- ١١- تجاهل بعض المتغيرات الهامة وذلك بأن يسقط الباحث عند جمع البيانات بعض المتغيرات التى تؤثر فى البيانات وتبعدها عن الصورة الحقيقية .
- ١٢- عدم وضوح التعاريف المستخدمة يؤدي إلى لبس فى الفهم ، بالتالى تعارض بياناتهم واختلاطها ومن ثم تؤثر فى مدى صحة النتائج .
- ١٣- الخلط بين المسببات والنتائج وباختصار فإن أى تقصير أو إهمال فى خطوات البحث تعرض البحث لخطأ التحيز .
- ١٤- إتجاهات الباحث قد يولد التحيز نتيجة لظروف القائم بجمع البيانات وغالباً ما يكون تحيزاً غير مقصود ولا شعورياً - وقد ينتج التحيز نتيجة لقيامه بتفسير ما يحصل عليه من وجهة نظر متحيزة كأن يوحى إلى الشخص الذى يجمع منه البيانات بإجابة معينة على الأسئلة التى يوجهها .

أما التحيز اللاشعوري فينتج من أن كل شخص يتذكر ويفسر الحقائق المحيطة بالشكل الذي يكون محبباً إلى نفسه ويلزم أن يقوم الباحث باستمرار بتسجيل الظواهر المختلفة وتفسيرها بصرف النظر عن تطابقها مع توقعاته .

ب) أخطاء التحيز بالنسبة للعينة

مصادر خطأ التحيز في العينة هي نفس مصادر التحيز في الحصر الشامل . ولكن يزيد عليها في العينة المصادر الآتية :

- ١- إذا كان إطار العينة غير صالح .
 - ٢- إذا تحيز الباحث في اختيار الحالات التي تروقه .
 - ٣- إذا استخدم الطرق غير الصحيحة في حساب التقديرات .
- ويشكل خطأ التحيز خطراً شديداً على نتائج البحث يصعب تقديره إذا وجد ، فخطأ التحيز وإن كان يرجع إلى أسباب حقيقية ملموسة لا يمكن تقديره . وبالتالي لا يمكن استبعاده إلا بمراعاة الدقة في كل خطوات البحث .

٢- أخطاء المعاينة

هذا النوع خاص فقط بالعينات حيث أن استخدامها يترتب عليه عدم القيام بدراسة كل مفردات المجتمع ومن ثم فإن المقاييس المحسوبة من العينة تختلف بطبيعة الحال عن المقاييس الخاصة بالمجتمع الأصلي ويمكن القول أن أخطاء المعاينة عبارة عن الفرق بين النتائج التي حصلنا عليها من دراسة مجتمع العينة والنتائج التي يمكن الحصول عليها من إجراء دراسة شاملة للمجتمع .

ويتحكم في هذه الأخطاء حجم العينة فكلما كبرت العينة كلما صغرت بالتالي أخطاء المعاينة وتأكدت الثقة أكثر في النتائج طالما يتبع الباحث الخطوات العلمية في التصميم والتنفيذ .

أنواع العينات

يلاحظ أن استخدام العينات في الدراسات الإعلامية ليست مجرد استخدام جزء من المجتمع حسبما اتفق بدلاً من المجتمع كله . وإنما هو اختيار تراعى فيه قواعد واعتبارات علمية معينة لكي تكون العينة قابلة للتعميم على المجتمع الأصلي .
فهناك طرق مختلفة لسحب عينة من المجتمع واستخدامها بطريقة دون أخرى تتوقف على عدة اعتبارات أهمها :

١- مدى التباين والاختلاف بين مفردات المجتمع .

٢- مدى توفر المعلومات عن هذا المجتمع .

٣- مدى توافر الكشوف والإطارات التي يمكن استخدامها لسحب عينة .

وعموماً يمكن القول أن العينات المختلفة قد تختلف عن بعضها من حيث درجة تعرضها للأخطاء العشوائية ومن حيث تكلفة استخدامها وفي حدود الاعتبارات السابقة ويجب أن يتجه الباحث لاستخدام العينة التي تعطى أقل قدر من الأخطاء العشوائية وأكبر قدر من الدقة في حدود تكاليف معينة .

ويمكن تقسيم العينات إلى نوعين :

أولاً : العينات غير الاحتمالية .

ثانياً : العينات الاحتمالية .

أولاً : العينات غير الاحتمالية

وهذه العينات لاتتم حسب الأسس الاحتمالية ولكن يتم اختيار معايير تحكيمية يضعها الباحث طبقاً لما يراه مؤدياً إلى تمثيل العينة للمجتمع ولهذا فلا يمكن تقدير حجم الأخطاء العشوائية التي تتعرض لها نتائج هذه العينات وهي أنواع كثيرة أهمها :

(أ) العينة العارضة

وهى التى يتجه فيها الباحث إلى اختيار الحالات التى تصادفه ومن أمثلة ذلك أن يسأل الباحث الذين يقابلهم أولاً قبل غيرهم فى الطريق كما يحدث فى التحقيقات الصحفية حينما يجمع الصحفى معلومات لموضوع معين أو حينما تقيم حفلاً ساهراً وتسال حاضريه عن رأيهم فى برامج معينة .

(ب) العينات الحصية

وهى نوع آخر من العينات غير الاحتمالية وفيها يطلب من الباحث أن يجرى عدداً من المقابلات بين أشخاص لهم صفات معينة داخل منطقة محددة وفى هذه الحدود يختار الباحث من يشاء - ففى بحث عن آراء المستمعين فى برامج بذاتها يكلف كل باحث بأن يسأل مثلاً مائة (١٠٠) مستمع نصفهم من الذكور والنصف الآخر من الإناث ثلثهم من الأميين والباقي من المتعلمين - وهكذا .

والضوابط التى توضع لهذا التقسيم تماثل الضوابط السائدة فى المجتمع الأكبر الذى تؤخذ منه العينة وذلك فى محاولة لكى تكون العينة ممثلة لهذا المجتمع بقدر المستطاع .

ويكثر استخدام هذا الأسلوب من العينات فى بحوث الرأى العام . ويستخدمها معهد جالوب فى الولايات المتحدة الأمريكية للتنبؤ بنتائج الانتخابات العامة وليس فيها من مزايا إلا السرعة .

ويعاب على هذه الطريقة أن ترك اختيار العينة لجامعى البيانات قد يعرض النتائج لبعض التحيز أو قد يكون هناك ميل نحو اختيار المفردات الأكثر قرباً من الباحث كأقاربه ومعارفه كما أن هذه العينة تمثل فقط هؤلاء الذين يقبلون الإجابة على أسئلة البحث وهؤلاء قد يختلفون فى ظروفهم وصفاتهم وآرائهم عن الأفراد الذين لا يستجيبون لأسئلة الباحث .

وتختلف هذه العينة عن العشوائية الطبقية فى أن الأخيرة لايتروك للمندوب اختيار المفردات بل يتم اختيارها عشوائياً .

ج) العينات العمدية

فى هذا النوع من العينات يختار الباحث حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع فى الجانب الذى يتناوله البحث فقد يختار منطقة يجرى فيها بحثه يعتقد أن سكانها يمثلون المستمعين فى المدينة كلها . وفى البحوث التنبؤية يختار الباحث أحياناً المناطق التى كانت فى نتائجها فى الانتخابات السابقة تقترب من النتائج العامة للانتخابات فى المجتمع كله - وواضح هنا أن الاختيار عمدى وأن هذه الطريقة تستلزم معرفة المعالم الإحصائية للمجتمع الأسمى وهذا أمر قد لايتيسر فى كل الأحوال .

وكثيراً ماستخدم طريقة المعاينة العمدية فيما يسمى بالأبحاث الاستطلاعية كما فى حالة معرفة تكاليف عملية معينة أو عند محاولة معرفة فكرة تقريبية سريعة عن مشكلة ما .

وكذلك فى حالة اختيار كشف البحث ومدى تجاوب الجمهور وفهمه للأسئلة حتى يستعد الباحث وتجربى تعديلات على كشف الأسئلة .

د) العينة المركزة

وهى لاختلف كثيراً عن العينة العمدية بل يمكن اعتبارها متفرعة منها فمثلاً إذا كنا فى العينة العمدية ونحن ندرس متوسط ساعات الاستماع الإذاعى فى ٦ مدن فإننا نختارها على أساس قرب متوسط الاستماع فى كل مدينة من متوسط الاستماع للجمهورىة كلها .

أما فى العينة المركزة فإننا نتوخى أن يكون متوسط الاستماع فى المدن كلها لا فى مدينة على حدة قريباً من متوسط الاستماع للجمهورىة كلها .

وعموماً فإن طرق المعاينة غير الاحتمالية تمتاز عادة بقلّة تكاليفها وسهولة إجراءاتها وكبر فرص الوصول إلى الحقيقة المرغوب في دراستها بالكامل . وإن كانت لا توجد أى طريقة إحصائية لمعرفة درجة قياس دقة نتائج العينة لأننا لانعرف احتمال اختيار أى فرد في العينة . ولهذا فلانستطيع تطبيق نظرية الاحتمالات .

ومن المهم أن تعرف متى تستخدم العينة الاحتمالية ؟ ومتى تستخدم العينة الغير احتمالية ؟

فإذا كان غرضنا الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها على المجتمع فلا بد من اختيار طريقة تمكننا من قياس الأخطاء الناتجة عن عملية المعاينة والتحكم في هذه الأخطاء وهذه هي طريقة المعاينة الاحتمالية .

أما إذا كان المطلوب من المعاينة هو حساب التقديرات بطريقة تقريبية واختيار الاستثمارات أو تكوين فكرة سريعة عن مشكلة ما بحيث لا تستخدم للتعميم على المجتمع فقد تستخدم طريقة المعاينة الغير احتمالية .

٢- العينات الاحتمالية

توجد أنواع عديدة للعينات الاحتمالية وأهمها :

(١) العينة العشوائية البسيطة

وهي أبسط العينات ولكنها أكثر تحقيقاً لمبدأ العشوائية الذي يشترط فيه تكافؤ الفرض أو تساويها لجميع مفردات العينة بإعطائه فرصة الظهور في العينة المختارة . وهناك عدة طرق لاختيار مفردات العينة عشوائياً . فإذا أردنا مثلاً اختيار اسمين من بين أسماء لتمثيل مجموعة معينة فيمكن تدوين الأسماء جميعها في بطاقات متماثلة ثم تخلط البطاقات جيداً وتسحب إحداها ونقرأ الاسم المدون بها فيكون هو أحد الأسماء المطلوبة ثم نخلط البطاقات ثانية ونختار إحداها فنحصل على الاسم الثاني وهكذا .

كما يمكن اختيار وحدات العينة بوضع أرقام معينة لكل وحدة على كرات متشابهة تماماً من حيث اللون والوزن والحجم ووضعها في كيس ثم نختار الوحدات المطلوبة بسحب الكرات واحدة بعد الأخرى وتدوين رقمها الدال على وحدة معينة على أن يتم خلط الكرات جيداً بعد كل عملية سحب .

وحيثما نستخدم أسلوب الاختيار هذا نقول أن لكل عنصر في العينة ، فرصة متساوية لأن يختار في العينة ، كما تتاح الفرصة لاختيار عناصر في الحجم المطلوب . ويسمى هذا إختياراً عشوائياً . ونظراً لأن كل عنصر ، سواء أكان فرداً أو عائلة ، أو أى وحدة قياسية أخرى ، يحتمل أن تدخل في العينة التي نختارها يستطيع الباحث أن يقدر مدى الخطأ في العينة بقدر كبير من الثقة .

ويجب أن تكون العينة العشوائية كبيرة ، لكي نضمن أن تكون ممثلة للمجموعة وكلما ازداد التالف كلما أمكن أن نجعل العينة أصغر . فنقطة الدم تكفي كعينة لكل الدم . وطلقتين من قذيفة تكفي لتمثيل كل الطلقات .

والعينة المتحيزة هي التي تختلف بشكل منتظم عن المجموعة كلها في الخصائص التي تدرسها . ولا يمكن أن ننتظر أن تتفق النتائج التي نحصل عليها من العشوائية تماماً مع خصائص المجموعة . فبمحض الصدفة سيدخل العينة أفراداً ولا يدخلها آخرون . وكلما قل عدد العينة كلما زاد احتمال ابتعادها عن خصائص المجموعة . على سبيل المثال إذا أخذنا عشرة أفراد شكل عشوائي تام من كل سكان مدينة ما ، قد يحدث أن تصبح نسبة الرجال أعلى من النساء . وأحياناً قد تكون النسبة عالية بحيث أن عدد الرجال يصبحون ثمانية والسيدات إثنتين . ولكن إذا كنا سنأخذ عينة عشوائية من ١٠٠ حالة في مدينة يصبح حصولنا على ٨٠ رجل و ٢٠ سيدة أقل احتمالاً . معنى هذا أنه إذا أردنا عينة غير متحيزة نحاول أن نزيد حجمها . كلما زاد حجمها كلما زاد احتمال قربها من خصائص المجموعة . وكلما كبر الحجم زادت الدقة بسرعة أولاً ثم بشكل أبطأ بعد ذلك .

إذا كررنا اختيار عينات عشوائية من السكان فإن التقديرات أو النتائج التي نخرج بها ستختلف من حالة إلى أخرى ولكنها ستقترب من متوسط معين .
النظرية الاحتمالية تسمح لنا بأن نستنتج إلى أى مدى ستقترب تلك التقديرات من النتائج التي قد نحصل عليها إذا عرضنا المجموعة كلها للقياس .

ب) العينة العشوائية المنتظمة

فى بعض الأحوال يكشف الباحث أن المجموعة التي يريد دراستها موجودة فى كتالوجات أى أنها مصنفة جاهزة . فى هذه الحالة يستطيع الباحث أن يختار عينة من تلك القوائم بشكل منتظم . كل خمس أسماء أو كل مائة أو ألف اسم . أى يختار العينة بترتيب معين بشكل منتظم .

والعينة المنتظمة تنشر عناصر العينة بشكل واحد على كل المجموعة فالبائعة التي تقدم الاستفتاء لكل عاشر مشتري تنشر عينتها بشكل متساو على كل الذين يقومون بالشراء منها وفقاً للترتيب الذى يظهرون به فى مكان البيع .

أكثر أنواع العينات المنتظمة انتشاراً هى العينات التي تساوى الفترات فى الإطار بين الوحدات المتتالية على أن تبدأ باختيار أول مفردة عشوائياً من كل المجموعة . وما كل قائمة من هذا النوع عشوائية تماماً ، ولكن القوائم التي ترتب حسب الحروف الأبجدية متلائمة بشكل عام .

ولنفرض مثلاً أننا نريد الحصول على عينة حجمها ١٠٪ من عمال أحد المصانع . إن هذه النسبة تستلزم أخذ عامل من كل عشرة عمال وللحصول على الحجم اللازم للعينة نبدأ باختيار أحد الأسماء عشوائياً بعد ترقيم جميع عمال المصنع مسلسلاً ويكون هذا الرقم العشوائى دالاً على الاسم الأول للعمال المطلوب اختيارهم فى العينة وليكن هذا الرقم ١٥ مثلاً . نضيف إلى هذا الرقم عشرة ليكون الفرد الثانى هو الذى رقمه ٢٥ ثم ٣٥ ، ٤٥ - وهكذا حتى نحصل على الحجم اللازم للعينة . وتمتاز العينة

العشوائية المنتظمة بأنها من السهل الحصول عليها من السجلات وأنها قليلة التكاليف ولكن لا يمكن استخدامها في حالة وجود طبقات غير متجانسة في المجتمع إلا إذا أخذت عينة من كل طبقة أو مجموعة من هذه المجموعات .

إحدى الاعتراضات الهامة للعينة المنتظمة هو أنه ليس ممكناً أن نعمل تقديراً صادقاً عاماً لمقدار الخطأ في العينة ، ولكن هذا الاعتراض مرفوض دائماً . وكإجراء احتياطي عملي من المهم أن نتأكد أنه ليس هناك خصائص دورية في القائمة ، لأنها بالطبع ستجعل العينة تتحيز كما في حالة وجود المفردات بترتيب خاص بالنسبة للطول أو الوزن أو صفات أخرى تجعل العينة تتحيز في اتجاه معين بالنسبة لنقطة بدء الاختبار . على سبيل المثال إذا أردنا عينة مكونة من خمسين عدداً من أعداد جريدة لتمثل السنة كلها . في هذه الحالة يصبح طول الفترة حوالي سبعة (٣٦٥ مقسومة على ٥٠) وسينتهي الأمر بعينة من خمسين عدداً كلها من نفس يوم الأسبوع . ولكن إذا أخذت عينة مكونة من ٣٠ عدداً يصبح طول الفترة حوالي ١٢ (٣٦٥ مقسومة على ثلاثين) مما يضمن عينة موزعة توزيعاً جيداً على أيام الأسبوع - واختيار العينة المنتظمة ينطوي على عدة صعوبات هي :

١- أن الكتالوجات أو القوائم التي نختار منها الأسماء قد لا تكون دقيقة أو لا تكون حديثة .

٢- أن الأفراد المذكورة أسماؤهم في الكتالوجات قد لا يكونون المجموعة التي نسعى للوصول إليها (من ناحية أخرى قد لانستطيع الوصول إلى مجموعات معينة من السكان ، مثل أعضاء مؤسسة من المؤسسات ، بدون تلك الكتالوجات) .

٣- تقل كفاءة الكتالوجات ، بشكل عام كلما كنا نهدف إلى الوصول إلى عينات تمثل السكان بشكل عام . فدليل التليفونات يعتبر متحيزاً لصالح الطبقات الاجتماعية والاقتصادية العليا القادرة مادياً على امتلاك تليفون ، (وقد يكون متحيزاً أيضاً ضد الطبقة العليا التي لاتضع رقم تليفونها في الدليل) لأن الذين ليس لديهم تليفون لا يمثلون في العينة .

٤- حينما نختار عينة بشكل منتظم من القوائم ثم نحاول أن نقابل أولئك الأفراد قد نجدهم متناثرين فى مناطق متباعدة . فاختيار الأفراد وفقاً للحروف الأبجدية من دليل التليفون مثلاً يؤدي إلى تشتت الجهود فى عمل الأحاديث - ولكن هذا ليس عيباً حينما يتم إجراء الحديث بالتليفون . وأخذ الحديث بالتليفون أصبح الآن أسلوباً علمياً معترفاً به فى بعض الدول . فعلاوة على أن غالبية المنازل تقريباً ، فى بعض المجتمعات الغربية ، بها تليفونات إلا أن لهذا الأسلوب مزايا أخرى مثل الاختيار العشوائى للمتحدث الذى يرد . كما أنه يمكن بمقتضاه التحدث مع مصادر خاصة مثل الزوجات ، علاوة على إمكانية تكرار الاتصال أكثر من مرة . ويقول بعض الباحثين إن الاستقصاءات التى يتم إجراؤها بالتليفون تستطيع أن تحافظ على اهتمام المتحدث إلى حوالى ٢٥ سؤالاً أو أكثر .

وقد استخدم أحد الباحثين الأمريكيين الاتصال التليفونى كوسيلة رخيصة لتحديد منازل « المشاهدين وغير المشاهدين » لمحطة التليفزيون التعليمية . وحيث أنه كان مهتماً بتحديد مدى الاختلاف بين خصائص المشاهدين وغير المشاهدين ، كان يريد عينات متقاربة تقريباً فى الحجم للجماعتين .

ومشكلة تناثر أفراد العينة المنتظمة على مساحات متباعدة جعلت الباحثين يجرون تعديلات على العينة المنتظمة الهدف منها الحصول على تجميع جغرافى للعناصر المتناشرة وقد استخدم هذا الأسلوب فى اختيار عينة من الأسماء من قائمة تضمنت أسماء المشترين فى مجلة وذلك لمقابلتهم وإجراء حديث مع كل منهم . فى البداية تم اختيار عينة منتظمة من الأسماء من القائمة . وحيث أن الأسماء كانت مرتبة وفقاً للتوزيع الجغرافى ، فقد فرض هذا انتشاراً جغرافياً على العينة . فبعد اختيار الأسماء بشكل منتظم من القائمة ، استخدم الباحث أسلوباً ربط بمقتضاه كل اسم اختاره بمجموعة أخرى من الأسماء فى نفس المنطقة وذلك لكى يصل بالعينة إلى الحجم المطلوب .

وكانت الأسماء الإضافية « مرتبة » جغرافياً وفقاً لأولئك الذين تم اختيارهم في البداية بشكل منتظم .

ج) العينة العشوائية الطبقة

قد يكون المجتمع مكوناً من مجموعات غير متجانسة . ولتمثيل كل مجموعه من هذه المجموعات في عينة البحث يقسم المجتمع إلى طبقات ، بحيث تكون مفردات كل طبقة متجانسة بقدر الإمكان وتتوزع العينة على هذه الطبقات . فمثلاً إذا أريد اختيار عينة من العاملين في مصنع معين فيقسم هذا المصنع إلى مجموعات متجانسة تختلف باختلاف الهدف من البحث (فيتم التقسيم وفقاً للنوع « ذكوراً وإناثاً » أو المهنة أو المستوى التعليمي والفقنى أو درجة المهارة ... إلخ وغير ذلك من الخصائص الأساسية لقوة العمل في المصنع) . ثم تؤخذ عينة من كل طبقة بالعشوائية البسيطة أو المنتظمة ويحدد نصيب كل طبقة من حجم العينة على حسب نسبة وجودها في المجتمع وتعمم نتائج العينة على حسب هذه النسبة . ويقلل هذا عادة التنوع الموجود في المجموعة ، وبهذا يمكن اختيار عينة أصغر حجماً .

على سبيل المثال ، إذا اختار الباحث مثلاً عينة من العاملين في مصنع نصفه رجال والنصف الآخر نساء العينة العشوائية غير الطبقة نحصل عليها بإعطاء كل عامل (بصرف النظر عن جنسه) فرصة متساوية لأن يدخل في العينة بهذا فالعينة المكونة من ١٠٠ فرد ، قد نجد فيها ٤٦ رجلاً ، ٥٤ امرأة مثلاً . ولكن في العينة الطبقة التي تحدد طبقاتها وفقاً للجنس ، يتم اختيار خمسين رجلاً وخمسين امرأة بشكل عشوائي .

ميزة تحديد الطبقات أن العينة لا يحتمل أن تنحرف أو تبتعد بشكل كبير عن توزيع النسب الموجودة في المجموعة الأصلية . على سبيل المثال ، يعتقد الموظفون الرجال والنساء آراءً مختلفة ، فإذا حدث بمحض الصدفة أن تضمنت العينة نسبة من الرجال أكبر من النسبة الموجودة في الأصل تصبح العينة متحيزة لوجهة نظر الرجال

وهناك أساليب مختلفة لتحديد الطبقات . فقد تحدد الطبقات وفقاً للمحافظات إلى مناطق مدينة ومناطق قروية . أو وفقاً لمتغير معين مثل القيمة الإيجارية للوحدات السكنية أو حسب الجنس أو وفقاً للسن أعلى من أربعين عاماً أو أقل من أربعين عاماً . أو وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي ... إلخ .
ولكى نفعل ذلك يجب أن نحدد مسبقاً النسب الملائمة للمجموعة التي ندرسها .

د) عينة المجموعات

نفرض أن بحثاً يراد إجراؤه في مدينة يبلغ عدد الأسر فيها ٢٠٠٠٠ أسرة مسجلة أسماؤهم في قوائم ويراد اختيار عينة من بينهم حجمها ٢٠٠ أسرة . يمكن هنا أن نختار المائتى أسرة من القائمة المحتوية على ٢٠٠٠٠ أسرة بطريقة عشوائية ولكن ذلك سوف يؤدي إلى امتداد العمل الميداني إلى كل أرجاء المدينة ويؤدي ذلك بالتالى إلى نفقات وجهد فى مثل هذه الحالة يمكن تركيز العينة فى أجزاء قليلة من المدينة وتقسّم المدينة إلى مناطق (٤٠٠ منطقة مثلاً) كل منها يقيم فيها ٥٠ أسرة ونختار عشوائياً ٤ من هذه المناطق وتدخل كل الأسر المقيمة بهذه المناطق فى العينة ويهدا نبسط العملية ونقلل من نفقاتها .

هـ) العينات المتعددة المراحل

نفرض أنه يلزمنا عينة قوامها ٢٠٠٠ حالة من كل مدينة القاهرة يمكن فى هذه الحالة أن نختار العينة على مرحلتين :

الاولى : نمرکز البحث فى بعض أحياء القاهرة ، فنختار من قائمة بالأحياء اختياراً عشوائياً بعض الأحياء بحيث تمثل سائر الأحياء .

الثانية : نتجه بعد ذلك إلى القوائم المسجلة بها أسماء سكان الأحياء المختارة من هذه القوائم ونختار العينة المطلوبة بطريقة من الطرق العشوائية .

و (العينات الثابتة

تبدأ بالاختيار العشوائى من المجتمع ثم تجمع البيانات من هذه العينة على فترات منتظمة سواء بالبريد أو المقابلة الشخصية لأفراد العينة - وتفيد هذه العينة فى دراسة الثبات والتغير سواء فى السلوك أو الاتجاهات وفى دراسة الأثر الناتج عن مؤثرات متغيرة .

وعند تطبيق ذلك قد نختار عينة ونسألها دورياً - عن أراءها فى بعض البرامج . لكن أكثر ما يعيب هذه الطريقة أن أفراد العينة يصبحون بمرور الوقت وتدرجياً أقرب إلى النقاد منهم إلى المواطنين العاديين المفترض أنهم يمثلونهم .

مشاكل اختيار العينة فى الدراسات التحليلية

يشير برنارد برلسون إلى أن هناك ثلاثة قرارات مميزة على الباحث اتخاذها بالنسبة للعينة التى سيستخدمها فى تحليل المضمون وهذه القرارات وفقاً لبرلسون تتضمن ثلاث مجالات مميزة يتم اختيار عينة من كل مجال من تلك المجالات وأساليب اختيار العينة فى كل منها قد يختلف عن الآخر وهى :

أ (مشكلة اختيار العناوين أو الاسماء

اختيار الاسماء يتوقف بالطبع على طبيعة الدراسة وهدفها ويتم وفقاً لاعتبارات عديدة مثل : المناطق الجغرافية - أنواع الجمهور - الاتجاه التحريرى - حجم أو أهمية الصحيفة - توقيت الصدور . واختيار الاسماء غالباً ما يتم بشكل هادف .

وعندما يزيد عدد الصحف أو عدد محطات الإذاعة زيادة كبيرة كما فى الولايات المتحدة مثلاً - سيجد الباحث كما يقول برلسون أن من الطبيعى أن يجرى تقسيماً طبقياً على المجموعة التى يدرسها على سبيل المثال فى دراسة الصحف اليومية يقسم الباحث الصحف إلى مجموعات وفقاً لتوزيعها ثم يختار عينة من كل طبقة وكذلك بالنسبة لمحطات الإذاعة .

وفى أحول كثيرة قد لا يستدعى الأمر اختيار عينة من الأسماء، على سبيل المثال وجد الباحث الأمريكى باد فى دراسته لصحف المدن الكبرى فى استراليا ونيوزيلندا أن ٢٤ جريدة يومية فقط كانت تشكل كل المجموعة التى يدرسها - الأمر الذى جعل إجراءات الاختيار العشوائى غير عملية ويجب أن نشير إلى أنه فى اختيار العينة بشكل هادف يجب أن نتوخى الحذر الشديد فى التعميم من النتائج التى نحصل عليها على الوحدات الأخرى فى المجموعة التى تم اختيار العينة منها .

ب (الأعداد

أى تحديد أعداد أو تواريخ الصحف التى اختارها الباحث للدراسة ويمكن حل هذه المشكلة باختيار عينة عشوائية للأعداد .

وفى حالة الصحف أو الإذاعة اليومية وحدة العينة الشائعة هى تواريخ النتيجة أى اختيار عينة من التواريخ الموجودة فى النتيجة .

فمثلاً إذا كان الباحث مهتماً بدراسة اتجاه أو موقف الصحافة التركية من الاتحاد السوفيتى خلال العشر سنوات الأخيرة . كان عليه أن يحدد مجموعة الجرائد الممثلة للجرائد التركية كلها ثم يبدأ فى اختيار عينة ممثلة لكل جريدة على حدة. وهذه العينة يجب أن تمثل أعداد الجريدة - وعليه أن يكون حريصاً على اختيارها - فمثلاً إذا كانت الجريدة يومية واختار العدد ٧ ثم ١٤ ثم ٢١ ثم ٢٨ وهكذا فإن معنى هذا أن العينة ستقتصر بالنسبة لهذه الجريدة على يوم واحد فى الأسبوع وقد يكون العدد من الجريدة الذى سيصدر فى هذا اليوم ذا طابع خاص - بينما لو اختار طول العينة ٦ أو ٨ أو أى رقم لا يمثل طول الأسبوع أو مضاعفاته فإن اختياره سيكون أفضل بالطبع حيث سيضمن أن تضم العينة أعداداً من جميع أيام الأسبوع .

وقد ابتكر الباحثان روبرت جونز وردى كارتر أسلوباً لبناء عينة زمنية للصحف أطلقا عليها اسم الأسبوع المركب أو المختلط بأن اختاروا عن طريق الجداول العشوائية

يومين مختلفين من كل أسبوع من الأسابيع الثلاثة التي حدها لدراستهما ثم اختارا عينة عشوائية من أعداد الصحيفة فى كل يوم من أيام هذا الأسبوع المركب .
على أن هناك ظروفًا خاصة قد تحتم على الباحث ابتكار أسلوب فى اختيار الأعداد يتفق وأهداف دراسته .

ج) مشكلة اختيار المضمون

قد يتناول التحليل مضمون الصحيفى كله وكثيراً ما تقتصر الدراسة على جزء فقط من المضمون - مثل الصفحة الأولى مثلاً - أو تحديد كل المادة التى نشرت ولها علاقة بموضوع معين .

ومن الممكن عندما تتناول الدراسة كل المضمون فى الصحيفة إستخدام أسلوب وحدة المساحة الأساسية ويتلخص فى تقسيم الصفحة إلى ١٦٠ وحدة مساحة - ويختار المثل بشكل عشوائى عدداً من تلك الوحدات فى كل صفحة بشكل يناسب مشكلة بحثه - ولكن عندما تقتصر الدراسة على موضوع محدد أو على المقالات أو الافتتاحيات تصبح هذه الوحدة غير معقدة .

٨- أدوات جمع البيانات

أياً كان نوع البحث أو غرضه فإن الباحث فى مجال العلاقات العامة يحتاج إلى أدوات جمع البيانات اللازمة لدراسته . وتعتبر هذه المرحلة من المرحل الهامة وعادة ما يجمع الباحث بياناته من مصدرين :

أولاً : مصادر غير ميدانية

ويقصد بها مجموعة البيانات السابق تجميعها وتسجيلها سواء لدى الجهات صاحبة هذه البيانات أو لدى بعض الجهات المختصة بتسجيل مثل هذه البيانات كالجهاز المركزى للتعبئة والإحصاء ووزارة التخطيط والمعاهد العلمية والبنوك .

وكذلك الوثائق والمجلات والكتب والمذكرات الشخصية وغيرها من المعلومات والبيانات التي يتم جمعها لخدمة البحث دون الالتجاء إلى أية أداة من أدوات جمع البيانات .

فمثلاً إذا كان الباحث يجمع بيانات عن ساعات إرسال البرامج الإعلامية بالإذاعة أو التعليقات السياسية بالتلفزيون فمن الممكن أن يجد هذه البيانات جاهزة في إحصائيات هاخين الهيئتين . وبذلك لا يحتاج إلى جمع هذه البانات من جديد .

وعندما لا يجد الباحث في هذه اتمصادر كل المعلومات التي يبحث عنها نظراً لعدم إلمامها أو لأنه يتناول مشكلة محددة لم تتطرق إفيها البيانات السابقة فإنه يلجأ إلى طرق أكثر تركيزاً وارتباطاً بمشكلة بحثه أو ما يطلق عليها بمصادر الميدان .

وتعنى أن الباحث يتصل بموضوع بحثه رأساً - فإما أن يستقى البيانات بملاحظة الظاهرة بنفسه مباشرة أو يحصل على معلومات عنها من أشخاص أحياء لهم اتصال بهذه الظاهرة أقوى من اتصاله بها .

أو من خلال الوصف الموضوعى المنظم والكمي الظاهري لمضمون الاتصال أو ما يسمى بتحليل المضمون .

وعلى هذا فإن أهم الطرق المستخدمة لجمع البيانات من الميدان تنحصر فيما يلي

١- الملاحظة .

٢- المقابلة .

٣- الاستقصاء .

٤- تحليل المضمون .

وحتى يتجنب الباحث الصعوبات التي قد تواجهه عند بدء جمع بياناته يجب عليه قبل هذه المرحلة وقبل تطبيق أداة الدراسة أن يعيد من جديد خطة بحثه وإجراءاتها

وأبعادها المنهجية هذا من ناحية ومن ناحية أخرى تدريب نفسه على طريقة جمع البيانات وتدريب فريق البحث إذا كان سوف يستعين بغيره فى عملية جمع البيانات هذه وكذلك عملية إعداد مجتمع البحث وتهيئته بما فيه من أعضاء وجماعات وأجهزة وتنظيمات للعون فى الحصول على البيانات المطلوبة .

١- الملاحظة

الملاحظة هى الطريقة الكلاسيكية للحصول على المعلومات وتصبح الملاحظة طريقة عملية لجمع المعلومات إذا توافرت لها الشروط الآتية :

١- إذا كان لها غرضاً بحثياً مسبقاً يستند إلى افتراض وليست مجرد إشباع فضول أو استطلاع غير هادف .

٢- إذا وضعت لها خطة منظمة .

٣- إذا سجلت الملاحظات تسجيلاً دقيقاً .

٤- إذا أخضعت الملاحظات لمراجعات وضوابط تكفل الثقة فى نتائجها .

مجالات استخدام الملاحظة وبعض تطبيقات هذا المنهج

وتتعدد استخدامات المشاهدة أو الملاحظة من بحث إلى آخر حسب احتياجات كل بحث من بيانات محددة ويمكن استخدام الملاحظة كطريقة للحصول على البيانات فى المجالات الآتية :

١- دراسة سلوك الناس فى المواقف المختلفة وعاداتهم وتقاليدهم وذلك بدلاً من سؤالهم عما فعلوا . وذلك مثل ملاحظة طرق قراءة النشرات التى تصدرها إدارات العلاقات العامة لمجموعات متعددة من الجمهور واستنباط أهم الصفحات والمواقع التى يفضلها الجمهور - والتعرف على الأهمية النسبية للصور والرسوم والألوان والمواد التحريرية المختلفة . وكذلك قياس فعالية الحملة الإعلانية عن متجر أو سلعة

معينة عن طريق دراسة عدد المستهلكين الذين قاموا بشراء السلعة بعد الحملة -
ومعرفة إمكانية التعرف على إقبال نوعيات معينة من المستهلكين على شراء سلع أو
الإقبال على خدمات معينة استجابة للحملة الإعلامية .

٢- التعرف على ربود الفعل وذلك مثل الربط بين البرنامج وتركيز الانتباه وقياس الأثر
الانفعالي الظاهري لبعض البرامج .

٣- دراسة تجمعات الأطفال الذين لا يستطيعون أن يعبروا باللفظ عما يريد الباحث أن
يقف عليه . وذلك مثل دراسة الأثر الانفعالي لبعض البرامج كقصص المغامرات .

٤- المطابقة بين القول والفعل وذلك للتأكد من صدق مايدلى به المبحوث باستخدام
أسلوب الملاحظة .

٥- الملاحظة كبديل لأسلوب آخر ومن ذلك البيئة والمظهر والجوانب التي لايليق سؤال
المبحوث عنها وكذلك عندما يواجه الباحث بالمقاومة أو الرفض من جانب المبحوث .

مزايا الملاحظة

وتتميز الملاحظة في حالة استخدامها بطريقة صحيحة ومناسبة بعدة مميزات
أهمها :

١- إمكانية تسجيل الظواهر فور حدوثها وبالتالي تلافى آثار التحيز التي قد تنتج عن
مضى فترة زمنية طويلة بين حدوث الظاهرة وتسجيلها .

٢- التقليل من مخاطر الحصول على إجابات متحيزة من المبحوث بالقياس إلى
الاستقصاء إما بسبب الحرج أو التفاخر نظراً لأن الباحث في هذه الحالة سيقوم
بالمشاهدة والتحليل بنفسه مما يؤدي إلى توافر الدقة والموضوعية في البيانات
والنتائج المستخلصة .

عيوب الملاحظة

- ١- صعوبة إخضاع الناس للملاحظة فما أندر من يقبلوا ملاحظتهم وحتى إذا تآتى ذلك فالغالب ألا يتصرف الناس على سجيبتهم أثناء الملاحظة .
- ٢- لاتفيد الملاحظة فى التوصل إلى بيانات يخفيها الناس كالمعتقدات والدوافع وكذلك لاتجيب بشئ صريح عن الماضى .
- ٣- لاتفيد فى دراسة الجماهير العريضة كذلك يصعب تمثيل العينة التى تجرى عليها الملاحظة للمجتمع كله .
- ٤- إننا فى بعض الحالات ننتظر الظاهرة لنلاحظها - وحتى فى الظواهر التى تحدث فى حياتنا اليومية قد يفاجأ الباحث بعوامل طارئة قد تحول دون متابعة ملاحظاتها وهكذا تكون الملاحظة مضیعة للوقت ومكلفة .
- ٥- كلما تنتزه عن التحيز حيث تتداخل الخبرات السابقة والقيم والمعتقدات فى إدراك الأشياء .

المقابلة والاستقصاء

المقابلة - طريقة يمكن أن يطلق عليها اسم الإدلاء الشفهى ووسيلتها الاتصال الشخصى أو المقابلة الشخصية وأدلتها كشف البحث . وتتخلص فى أن يذهب الباحث أو مندوبه إلى المبحوث فيقابله ويتولى الباحث بنفسه ملء البيانات من واقع مايدلى به المبحوث فى الاستمارة المخصصة لذلك .

وبذلك يتاح للباحث أن يزيل أى لبس أو غموض فيما يتعلق بالبيان المطلوب إن كان هذا النوع من الاستمارات له عيب رئيسى هو تأثير الإجابات أو البيان المتحصل بتوجيهات الباحث وتأثره أو تعديله للبيان .

أما الاستقصاء أو التسجيل الذاتى فيترك للمبحوث فيه أن يسجل البيانات بنفسه فى الاستمارة المخصصة لذلك والتى تسمى فى هذه الحالة صحيفة استبيان أو

استقصاء أو استفتاء - ووسائلها فى الاتصال بالمبجوثين كثيرة ومتعددة فقد يتسلمها من الباعث مباشرة وكثيراً ما نرسل الاستمارة إلى المبجوث مثلاً بالبريد أو تنشر فى الصحف والمجلات وأحياناً تملء بطريق التليفون أو الراديو أن تعرض عن طريق التليفزيون أو السينما - وفى كل هذه الحالات يطلب من المبجوث أن يستوفى البيانات المطلوبة فى الاستمارة ويرسلها بالبريد إلى عنوان معين أو يسلمها باليد للباعث .

ويؤخذ عليه أن الباعث يفقد سيطرته المباشرة على استمارات الاستقصاء فى اللحظة التى يرسلها إلى المستقصى معهم . وقد يترتب على ذلك أن تأتى الاستمارات غير مستكملة الإجابة . وقد يسبب ذلك صعوبة فى التحليل فيما بعد خصوصاً إذا كانت الأسئلة تترك بدون إجابة من الأسئلة الرئيسية فى الاستمارة .

على أن الاستقصاء يمتاز عن المقابلة بقلة تكاليفه وبالتالى يمكن أن يشمل البعث عدداً أكبر من المفردات أى أن تكون عينة البعث أكبر خصوصاً إذا كان المبجوثون موزعون على رقعة جغرافية واسعة - الأمر الذى يترتب عليه تناقص خطأ المعاينة الذى يقل بزيادة حجم العينة . بالإضافة إلى أنه يحصل على بعض المعلومات الشخصية التى يتردد أحياناً المبجوث فى إعطائها فى المقابلة الشخصية فضلاً عن أن الاستقصاء يخلو من التحيز الناتج عن التأثير الشخصى للباعث على المبجوث .

وعلى أية حال فإن اختيار طريقة جمع البيانات يتوقف على ميزانية البعث والتوزيع الجغرافى للمفردات والسرعة المطلوب بها الحصول على البيانات وإعداد نتائج البعث . وسواء استخدمنا صحيفة الاستبيان أو صحيفة كشف البعث لجمع البيانات اللازمة لاختبار صحة فرض معين فإن أول خطوة فى بناء هذه الصحيفة هى تحديد الغرض من الدراسة بالضبط ثم تلخيص غرض الدراسة أو أهدافها فى شكل أسئلة محددة . وبعد تحديد الأسئلة المطلوبة فإن الخطوة التالية هى تحديد البيانات التى تجمع للرد على هذه الأسئلة وأهم ماينصح به فى هذه المرحلة هو إعداد الجداول الهيكلية أو الصماء وهى الجداول التى إذا تليت بياناتها فإنها تجيب على الأسئلة التى تريد الرد عليها .

وهناك اعتبارات أساسية يجب أن تراعى عند تصميم وصياغة الأسئلة ضماناً للحصول على بيانات دقيقة .

ومن حيث الشكل تنقسم الأسئلة إلى نوعين هما :

١- الأسئلة المفتوحة وهى الأسئلة التى تحدد إجابتها بواسطة المبحوث وتتميز بأنها توفر حرية أكثر للمبحوث ليقول ما يريد ولا تحاصره فى إجابات محددة .

٢- الأسئلة المغلقة وهى الأسئلة التى تحدد إجابتها المتوقعة ويطلب من مفردة البحث اختيار الإجابة التى يراها مناسبة . والإلتجاء لمثل هذا النوع من الأسئلة يستلزم من الباحث أن يحدد الإجابات المحتملة وعادة ما تضاف فئة إجابات أخرى حتى يضمن الباحث أنه لم يترك أية إجابة محتملة للسؤال دون تضمينها فى الاستمارة . وتتميز الأسئلة المغلقة بالتحديد وسهولة التنفيذ ورخص التفريغ كما أنه يضمن للباحث الحصول على الإجابة التى يريدها ويساعد المبحوث على فهم السؤال وذلك بخلاف الأسئلة المفتوحة .

كما تنقسم الأسئلة من حيث المضمون إلى :

أ (أسئلة الحقائق : وهى تجمع معلومات عن حقائق ، وكلمة حقائق هنا تعنى نوع المعلومات المطلوبة وليس صدق الإجابة ودقتها وذلك مثل الأسئلة المتصلة بالمبحوث والتى تتناول النوع والسن والتعليم والحالة الإجتماعية ومنها مثلاً كم تنفق شهرياً فى شراء الصحف والمجلات .

ب (أسئلة الرأى : وتعتبر ركيزة قياسات الرأى العام مثل هل توافق أو لاتوافق على .

ج) أسئلة الدوافع : وهى التى تسأل عن الأسباب مثل لماذا تقرأ الصحف ؟ أو تذهب إلى السينما - وتستهدف هذه الأسئلة التعرف على دوافع السلوك .

د (الأسئلة المعرفية : ويقاس هذا النوع معلومات المبحوث عن أشياء أو ظواهر معينة مثل متى أنشئت صحيفة الأهرام ؟

الاعتبارات التي يجب مراعاتها عند صياغة الأسئلة :

١- ألا تكون الأسئلة بالاستمارة كثيرة بحيث يمل الشخص المطلوب منه الإجابة على كل مافيها باتقان - كما يجب ألا تكون قصيرة بحيث لا تكفى لإعطاء جميع البيانات اللازمة .

٢- أن تكون سهلة العبارة واضحة المعنى لا لبس فيها ولاغموض .

٣- ألا تتطلب الأسئلة إجابات طويلة أو تشتمل على عبارات تستدعى تفكيراً عميقاً أو تستلزم عمليات حسابية معقدة أو يكون فيها ما يوحى بإجابة معنية . وأفضل الأسئلة ما كانت الإجابة عليه بأقل عدد من الكلمات .

٤- يجب أن تحتوى الاستمارة على بعض الأسئلة مكررة بصيغ مختلفة وفي مواضع متباعدة بحيث لا يكتشف من يملء الاستمارة هذا التكرار ويكون الغرض من ذلك التأكد من عدم وضع بيانات خاطئة عمداً أو سهواً في الإجابة على بعض الأسئلة وتهيئة الفرصة لمراجعة الإجابات لزيادة الدقة .

٥- تجنب الأسئلة التي تثير غضب المبحوث أو تدعو إلى اشمئزازه أو تحرجه .

٦- ترتيب الأسئلة وبراعى فى ترتيب الأسئلة تتابعها وتسلسلها منطقياً حتى يتيسر لأفراد البحث سلسلة أفكارهم بما يسهل عليهم عملية ملء الاستمارة .

اختبار الاستمارة

ويحسن قبل الاستخدام الفعلى للاستمارة فى جمع البيانات أن يجرى الباحث تجربة لاستمارته على مجموعة من الناس كعينة اختيارية مع مراعاة أن تكون هذه المجموعة ممثلة لمجتمع الدراسة - وإذا أدى اختبار الاستمارة إلى تعديلات جوهرية فى تصميمها أو صياغة أسئلتها يجب إعادة اختبارها مرة ثانية وثالثة وهكذا - إلى أن تصبح مقبولة .

تحليل المضمون

تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات يهتم عادة بالمضمون الظاهر للوثيقة المكتوبة أى بالشئ الذى قيل صراحة . ويعرف بأنه وسيلة بحث يستخدمها الباحث لوصف المحتوى الظاهر للرسالة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمياً ومنهجياً .

الاستعمالات المختلفة لتحليل المضمون

يمكن حصر الاستعمالات المختلفة لتحليل المضمون فيما يلى :

١- تحديد سمات المضمون

ويندرج تحت هذا نماذج مختلفة من الدراسات التى تهدف إلى :

- وصف الاتجاهات فى مادة الاتصال .
- تتبع نمو العلم وتطوره .
- الكشف عن الاختلافات الدولية كما تفصح عن نفسها فى مواد الاتصال .
- إنشاء وتطبيق معايير الاتصال .
- المساعدة فى عمليات البحوث الفنية .
- تحليل وسائل الدعاية .
- قياس مدى الإقبال على قراءة مواد الاتصال .
- اكتشاف سمات الأسلوب فى الكتابة الأدبية .

٢- تحديد غاية مادة الاتصال وأهداف مقديها

ويشمل ذلك :

- التعرف على أهداف مقدمى مواد الاتصال وسائر سماتهم الأخرى .
- تحديد الحالة السيكولوجية للأشخاص والجماعات .
- الكشف عن وجود الدعاية .

٣- تحديد آثار مادة الاتصال

ويتضمن ذلك :

- الكشف عن الاتجاهات وجوانب الاهتمام والقيم للجماهير المختلفة .
- الكشف عن مراكز الاهتمام فى المضمون .

خطوات تحليل المضمون

تحدد خطوات المضمون فيما يلى :

- ١- تحديد المفاهيم والفروض العلمية .
- ٢- اختيار العينة .
- ٣- تحديد وحدات التحليل وفئاته .
- ٤- قياس ثبات التحليل .
- ٥- التحليل الإحصائى ونتائج الدراسة .

٩- إجراءات الثبات والصدق

أولاً : الثبات

يشير مفهوم الثبات إلى اتساق أداة القياس أو إمكانية الاعتماد عليها وتكرار استخدامها فى القياس حيث يثار هنا التساؤل الآتى : هل يحصل الباحث على نفس النتائج باستخدام أداة القياس أكثر من مرة ؟ والإجابة أنه إذا لم يحصل على نفس النتائج كانت أداة القياس غير ثابتة - فإذا قمت بوزن كتاب على نفس الميزان يوماً بعد يوم فإنك تحصل على نفس النتيجة يوماً بعد يوم وبالنسبة لثبات الأدوات التى يستخدمها الباحث فتعنى إلى أى مدى يستطيع الباحث أو غيره أن يستخدم هذه الأدوات على نفس العينة أو عينات مشابهة أكثر من مرة ويحصل على نفس النتائج وهناك خطوات تساعد على توفير الثبات للدراسة وهى بالنسبة لأداة تحليل المضمون كالاتى :

- ١- اختيار العينة بطريقة عشوائية - حتى يمكن حساب قدر الخطأ المحتمل أو تحديد إجراءات اختيار العينة بوضوح بحيث تتضح نواحي القصور فى العينة وأسبابه .
 - ٢- تحديد أنسب الطرق لجمع البيانات على ضوء الأهداف الرئيسية .
 - ٣- تحديد أسلوب القياس وكيفية مواجهة المشكلات التى تنشأ عن عملية جمع البيانات.
 - ٤- قيام أكثر من شخص بتحليل نفس المضمون وتطبيق نفس الطريقة ومقارنة النتائج وذلك لمعرفة مدى تطابق النتائج .
 - ٥- قيام المحللين بتحليل نفس المضمون أو بعضه بعد مرور بعض الوقت للتأكد مما إذا كانوا سيحصلون على نفس النتائج أم لا .
 - ٦- استخدام أسلوب إعادة الاختبار ونعنى أن ترمز نفس المادة مرتين - فإذا كانت الموضوعات لا تتغير كانت هناك درجة أكبر من الثبات .
 - ٧- أسلوب تقسيم المضمون إلى نصفين وفصل عملية الترميز إلى نصفين ثم مقارنة النتائج .
- أما فى أنوات البحث الأخرى مثل صحيفة المقابلة والاستبيان فيمكننا أن نوفى الثبات بالطرق الآتية :
- ١- توجيه نفس السؤال إلى نفس المبحوث - وإذا تطابقت الإجابات كان السؤال ثابتاً .
 - ٢- توجيه نفس السؤال ضمن صحيفة البحث والاستبيان ولكن فى موضوع آخر يبعد عن السؤال الأول .
 - ٣- توجيه نفس السؤال بصيغ أخرى .
 - ٤- توجيه سؤال آخر يراجع السؤال الأول .
 - ٥- سؤال المبحوث عن أسباب غير موجودة أو غير حقيقية .
 - ٦- استخدام أسئلة لمراجعة أسئلة أخرى .
 - ٧- إعادة مقابلة المبحوثين بعد فترة وإعادة سؤالهم وحساب درجة الارتباط أو نسبة الاتفاق بين الإجابات فى المرتين . أما فى أسئلة الاتجاهات فيستخدم عادة عدد من الأسئلة المرتبطة بنفس الاتجاه وتقارن إجاباتها .

ثانياً : الصدق

ويشير مفهوم الصدق إلى ما إذا كان الباحث يقيس أو يصنف بالفعل ما يود أن يقيس أو يصنّفه وهل الأسلوب المستخدم فعلاً في التياس يوفر له المعلومات المطلوبة . فنحن عندما نقيس الأبعاد أو المسافات لانستخدم وحدات الأوزان - الكيلو جرام - لكننا نقيس بالبوصات أو الأقدام - أو بالمتر ووحداته المختلفة وكذلك لانستخدم وحدات القياس لتحديد الأوزان - ولاتوجد أمامنا هنا مشكلة ولكن عندما نقيس الظواهر الخاصة بالرأى العام والاتجاهات وتبنى الأفكار المستحدثة - فإننا نشقّق وكما يقول الدكتور الجوهري والدكتور الخريجي في كتاب « مناهج البحث العلمى » أشكالاً أخرى من الأدوات القياسية مثل استمارات البحث ومقاييس الاتجاهات والأساليب الإسقاطية والاستمارات الخاصة بترميز المضمون .

وتختلف الطرق المستخدمة للتأكد من صدق المعلومات حسب الطريقة المستخدمة فى جمع البيانات نفسها .

ففى مجال تحليل المضمون لايمثل تحديد صدق البيانات مشكلة كما تقول الدكتورة جيهان رشتى فى مذكراتها عن تحليل المضمون لأن هناك صدق أو صحة مباشرة يسمى بالصدق المنطقى أو الصدق الواضح وهذا الأسلوب يعد من أساليب إثبات الصحة على فرض أن أسلوب القياس يقيس ما يفترض أن يقيسه وخاصة إذا كانت الفئات قد تم تعريفها بدقة وإذا كان الترميز على درجة عالية من الثبات .

وهناك عدة أساليب لإثبات الصدق - فبالنسبة لتحليل المضمون هى :

١- أن تكون النتائج التى حصلنا عليها فى تحليل المضمون متفقة مع ما هو معروف أصلاً عن الصحف أو الإذاعات التى قمنا بتحليلها .

٢- أن تتفق النتائج التى نحصل عليها مع النتائج التى نحصل عليها باستخدام مقاييس أخرى لقياس نفس المضمون فمثلاً فى الدراسة التى قام بها جونز وكارتر لتحليل مضمون المادة غير الإعلامية بواسطة الأسبوع المركب أظهر أن نتائجها تتفق مع النتائج التى تم الحصول عليها لقياس المادة غير الإعلامية كلها بأسلوب تقليدى .

٣- باستخدام أسلوب المحللين فى إثبات الصحة يقول الدكتور مختار التهامى فى كتابه « تحليل محتوى الدعاية» نقوم باختيار وتعريف المتغيرات وأساليب القياس المستخدمة واستخدام نفس الأساليب المستخدمة على نفس المضمون وإذا حصلنا على نفس النتائج كانت صادقة وصحيحة .

أما عندما نستخدم الطرق الأخرى فى جمع البيانات مثل صحيفة البحث والاستبيان فهناك طرق عديدة للتأكد من صدق المعلومات هى :

١- الرجوع إلى السجلات أو الوثائق التى تتضمن هذه المعلومات فمثلاً إذا كنا نسال عن العمر أو الدين أو المهنة ومستوى التعليم - نقارن بين إجابات المبحوثين والبيانات التى تتضمنها الوثائق .

٢- التأكد من مدى صحة اختيار الوسيلة أو الطريقة المناسبة لجمع البيانات وجعلها على أعلى مستوى من الكفاءة وذلك للتأكد من أن الأداة التى نستخدمها فى القياس تقيس فعلاً الظاهرة المراد دراستها ولا تقيس شيئاً آخر غيرها .

٣- أن نشرك إثنين فى السؤال عن وقائع مشتركة ومعروفة لهما كالزواج وزوجته فيما يتعلق بحياة الأسرة .

٤- توجيه السؤال بطريقة المقابلة بعد أن يكون قد وجه بالاستبيان وذلك بافتراض أن المقابلة أكثر صدقاً .

٥- إعادة بحث الحالة بمعرفة باحث آخر أكثر كفاءة وخبرة .

٦- استخدام الملاحظة كأسلوب للتحقق من الصدق .

أما فى أسئلة الاتجاهات فإن الصعوبة تكمن فى الافتقار إلى معيار نقيس عليه الصدق وقد نلجأ إلى عدد من الأشخاص معروفة اتجاهاتهم لنرى ما إذا كانت الأسئلة تميز بينهم فعلاً - والواقع أن مشكلة الصدق لازالت من أعقد المشكلات فى بحوث العلوم الإعلامية .

ثانياً : مرحلة تنفيذ البحث

وتشتمل هذه المرحلة على خطوتين أساسيتين :

الخطوة الأولى : وتتضمن العمليات الآتية :

١- الإعداد الأولي للتنفيذ

وذلك بتهيئة المجتمع للبحث .

وتعنى هذه الخطوة شرح أهداف البحث للمجتمع عن طريق وسائل الإعلام المختلفة وذلك لضمان تعاون المجتمع وكسب ثقته لتقديم بيانات سليمة وكذلك الاتصال بالأجهزة المختلفة التي يعنىها البحث والتي يمكنها المعاونة فيه .

٢- الدراسة الاستطلاعية

وهى بحث تجريبي على عينة صغيرة تسمى عينة استطلاعية بقصد الآتى :

- اختبار صحيفة البحث .
- اختبار كفاءة جهاز التنفيذ ميدانياً ومستوى التدريب .
- الوصول إلى تقدير أدق للوقت اللازم والتكاليف .
- إبراز مدى تجاوب مفردات المجتمع .
- استخدام بيانات هذه العينة فى تحديد حجم العينة إحصائياً .

٣- جمع البيانات من الميدان

وقد يجمع الباحث البيانات بنفسه . وقد يجمعها مندوبون عنه ، ولما كانت عملية جمع البيانات هى التى تتوقف عليها صحة النتائج ودقتها . فإن جامعى البيانات يجب أن يتوافر لديهم من القدرات والمواهب الشخصية ما يؤهلهم لجمع البيانات كحسن

التصرف واللباقة والصبر . كما أنه من الضروري أن يقوم الباحث بتدريب جامعي البيانات قبل النزول إلى الميدان وذلك عن طريق شرح الهدف من البحث وخطته وكيفية تطبيق أنواع البحث على أن يشمل ذلك الشروط الأساسية في تطبيق كل أداة وكيفية التصرف في المواقف المتوقعة .

٤- تجهيز البيانات

بعد جمع البيانات من الميدان وتوافر صحائف البحث يقوم الباحث بإجراء العمليات الآتية :

أ (المراجعة : للتأكد من أن جميع الأسئلة قد أُجيب عنها إجابات واضحة من حيث الكتابة والمعنى ومناسبة للسؤال وأيضاً للتأكد من صدق البيانات المعطاة ومدى تماثلها ويعنى التماثل الالتزام بالاتجاه الموحد لجميع استمارات البحث كتوحيد وحدات العد والقياس . فقد تكشف المراجعة أن الدخل مسجل بوحدات تختلف عما هو مسجل مسبقاً للدخل السنوي مثلاً بدلاً من الدخل الشهري .

ب (الترقيم : ويقوم الباحث بعد ذلك بترقيم الصحائف بأرقام متسلسلة بحيث يصبح الرقم هو المميز لكل حالة من حالات البحث .

ج (الترميز : ويقوم الباحث بإعداد مايسمى بدليل الترميز لكل البحث معاً ويوضع هذا الدليل الآتى :

١- رقم العمود الذى سيخصصه الباحث لإجابات كل سؤال فى كشوف التفريغ .

٢- الرمز أو الرقم الذى سيخصصه لكل إجابة من إجابات كل سؤال .

د (تفريغ البيانات : ونستخدم لتفريغ البيانات إحدى طريقتين : الطريقة اليدوية أو الآلية وتعتمد طريقة التفريغ اليدوى على إعداد كشوف كبيرة للتفريغ - ويقسم جدول التفريغ إلى أقسام تبدأ بعمود الرقم المسلسل تليها أقسام خاصة بأسئلة

الاستمارة والفئات التي تشتمل عليها - ويتم التفريغ بوضع الأرقام المحددة للإجابات من واقع دليل الترميز - مثلاً في الاستمارة رقم (١) تحت النوع أجاب ذكر - وذكر رقمها (١) توضع رقم (١) أمام خانة العمود الخاصة بالاستمارة رقم (١) وتحت خانة النوع - وهكذا وبإجراء عملية الجمع لكل عمود وحصر عدد العلاقات بين الأعمدة وبعضها نحصل على التوزيعات - ويجب التأكد من أن عدد الإجابات يساوي عدد الاستثمارات التي تم تفريغها إلا في الحالات التي يختار فيها المبحوث أكثر من استجابة واحدة للسؤال الواحد .

وتفريغ البيانات في جداول بسيطة أو مزدوجة أو مركبة وفقاً للبيانات المطلوبة والجدول البسيط هو الذي تصنف البيانات به طبقاً لخاصية واحدة « بيانات عمود واحد » كالتنوع مثلاً والمزدوج تصنف فيه البيانات طبقاً لخاصيتين « عمودين » مثل الجنس ومستوى التعليم . أما الجدول المركب فتصنف البيانات وفقاً لأكثر من خاصيتين . كأن تصف البيانات وفقاً للجنس والمهنة والحالة العلمية .

٥- عرض البيانات

والهدف من عرض البيانات هو إبراز ملامحها الأساسية بوضوح ودقة حتى يمكن استخدامها في اتخاذ قرارات سليمة . وتستلزم هذه الخطوات بذل مجهود مكثف من الباحث لتفهم طبيعة المجال الذي يجمع عنه البيانات حتى يمكن اختيار الأساليب المناسبة لعرضها - فهذه العملية ليست عملية ميكانيكية بحتة وإنما تستلزم حداً أدنى من الدراية بمجال البحث وطبيعة البيانات .

وعرض البيانات بطريقة مختصرة ومنتظمة تساعد على توضيح أهميتها وتسهيل التعرف على خواصها . وتسهل بالتالي مهمة تحليلها .

ويمكن إجراء تلخيص البيانات وعرضها بثلاث طرق رئيسية هي :

١- العرض الجدولي : باستخدام الجداول المختلفة بحيث تقوم تقسيمات الجداول الأفقية والرأسية بتوضيح البيانات تلقائياً وبصورة مستقلة عن النص الكلامي كما أشرنا سابقاً .

٢- العرض البياني باستخدام الرسوم البيانية .

٣- العرض التصويرى : باستخدام الصور التوضيحية ويعبر عن زيادة قيمة الظاهرة بتكرار الصورة التى تحتلها أو تكبير هذه الصورة .

الخطوة الثانية : التحليل والتفسير

والتحليل هو عملية يجريها الباحث فى وقت تكون فيه كل المعلومات - الحقائق - الأرقام - الأفكار - قد أصبحت فى متناوله . أما وظيفة التحليل فهى إقامة بناء منطقى تحتل فيه الحقائق والأرقام بعد فحصها وتصنيفها جيداً أماكنها المناسبة وعلاقتها المتسقة .

أما التفسير فهو ضرب من التعميم وعن طريقه يستطيع الباحث أن يكشف عن العوامل المؤثرة فى الظاهرة المدروسة والعلاقات التى تربط بينها وبين غيرها من الظواهر وبدون التفسير تصبح الحقائق التى توصل إليها الباحث لاجدوى من ورائها ولاغناء فيها .

فالبحث العلمى لا يقف عند مجرد جمع الحقائق وتحليلها بل ينبغى أن يتعدى ذلك إلى تفسير هذه الحقائق وتعميمها . وذلك فى إطار ماتوصل إليه من نتائج . ويجب ألا يتجاوز هذا التعميم حده ومداه .

واقتران التحليل بالتفسير عملية أساسية - فالتفسير هو جوهر البحث العلمى باعتباره الأساس الموضوعى للهدف الرئيسى للعلم وهو الوصف والتفسير والتنبؤ - فالتفسير يؤدى للتنبؤ - وبذلك فإن كل دراسة منهجية تخلو من عملية التفسير تعتبر دراسة سطحية .

وتبدأ عملية التحليل والتفسير منذ لحظة التفكير فى إعداد وسائل جمع البيانات إذ يراعى الباحث هذه العملية . وهو يصمم تلك الوسائل بصورة تسمح بتفريغها فى جداول ونوع هذه الجداول - والمعاملات الإحصائية المستخدمة للتحليل الإحصائى

ومدى احتوائها على الأسئلة الضابطة التي تسمح باستخراج معاملات الصدق كما أن عملية التفسير نفسها تتم في إطار مشكلة البحث ونوعيتها والمناهج المستخدمة في البحث .

وينبغي أن يأخذ الباحث في اعتباره حقائق هامة تعينه على إتمام هذه المرحلة التي تتطلب كل العمق والمهارة ونذكر من هذه الحقائق :

- أنه يكمن خلف بيانات الباحث التي تجمعت لديه ما هو أهم وأكثر إيضاحاً من الحقائق والأرقام ذاتها .

- أن الحقائق والأرقام في حد ذاتها لاتعطي غالباً أى معنى علمى وهى على عكس ما هو شائع لاتحدث عن نفسها .

- أن الحقائق والأرقام ليست طليقة ولامتائلة ذلك لأن لها بناؤها وتعقيدها المختلفة . ومن ناحية أخرى فإن الحقائق ليست بالبساطة التي قد تبدو من الوهلة الأولى - كما أن لها جوانبها الموضوعية والذاتية - إن شخصان مثلاً قد يتماثلان فى الجنس والثقافة والقدرة الفعلية والمستوى التعليمى ومع ذلك لايمكن تحليلهما معاً طالما أن لكل منهما تجاربه واتجاهاته .

- إن التأمل المتعمق والشامل فى الحقائق حينما تربط معاً فى كل واحد يظهر معانى جوهرية عامة يمكن من خلالها التوصل إلى تعميمات مفيدة .

- إن التحليل يتطلب من الباحث تفهماً شاملاً للبيانات التي جمعها وفى غياب العمق وبدون معرفة دقيقة يصبح التحليل عملاً بلاهدف .

وليس هناك بحثان يتماثلان تماماً فى محتوى التحليل والتفسير فكل بحث أهدافه وفروضه وللباحث أن يتوصل إلى استدلالاته دون قيد على فكره العلمى غير الموضوعية وصحة المقدمات التي يبني عليها الاستنتاجات . ولعل القواعد الوحيدة التي يتفق عليها علماء البحث هى قواعد التحليل الإحصائى والتي تعطى عادة جانبين هما : الوصف الإحصائى للظاهرة والتعميم على المجتمع أو مايسمى بالتكنيك الإحصائى .

ويلاحظ أن التكنيك الإحصائي ليس بدلاً للتفكير النظرى المجرد ولا تعارض بين المنهجين . فكلّاً من التحليل الإحصائي الكمي والتحليل الكيفى للظواهر يشكلان معاً تكاملاً لاغنى عنهما للدارس المتعمق .

ونكرر هنا أن هناك أشياء لاتظهر فى الأرقام والجداول . وعلى الباحث أن يبرزها وأن يستعين فى تفسيره بكل ما مر به أثناء البحث وما توصل إليه من قراءاته وملاحظاته وأحكامه . إن الباحث الذى يتوقف بحذر فى تفسيراته عند تلك التى تبرزها البيانات قد يكون فى مأمن من النقد لكنه لايقدم الإسهام الكامل .

ثالثاً : كتابة تقرير البحث

تعتبر خطوة كتابة التقرير النهائى للبحث من أهم خطوات البحث العلمى فأدق الدراسات تصميمياً وأشد النتائج إبهاراً تظل عديمة القيمة ما لم تنقل إلى القارئ العلمى - فهو الذى يحكم أولاً على كفاءة الإجراءات المنهجية ثم يحدد فى ضوء ذلك مدى جدية النتائج - ولكى نفيدها هذا القارئ وفى نفس الوقت نوضح الجهود العلمية المبذولة فى البحث - فإنه ينبغى أن يراعى الباحث فى كتابة التقرير الجوانب الآتية :

١- محتوى التقرير .

٢- تبويب التقرير .

٣- نظام إثبات مراجع البحث ومصادره .

١- محتوى التقرير

ويتكون من العناصر الآتية :

١ (الإطار المرجعى للدراسة : ويعرض فيه الباحث البحوث التى سبق إجراؤها فى نفس ميدان دراسته . ويربط بين المشكلة التى يدرسها وبين بعض النظريات العلمية خاصة إذا كان هدف الباحث هو اختبار إحدى النظريات أو إدخال متغيرات جديدة إلى النظرية القائمة أو الاستفادة من تقدم المقاييس والاختبارات العلمية فى إلقاء أضواء جديدة على النظرية القائمة . وليس شرطاً أن ترتبط كل مشكلة بنظرية علمية . فقد تكون الدراسة من النوع الكشفى الذى يحاول بناء ميادين جديدة أو من النوع الوصفى الذى يهتم بالجانب التطبيقى أكثر من اهتمامه بالجانب النظرى .

ب (تحديد خطوات البحث : أو إجراءاته المنهجية : ابتداءً من تحديد مشكلة البحث إلى الإجراءات الخاصة بالإثبات والصدق كما سبق .

ج) عرض نتائج البحث : وهى النتائج التى توصل إليها بصرف النظر عما إذا كانت تحقيق الأهداف التى حددها لدراسته تحقق أم لا - ويستخدم فى عرض هذه النتائج الجداول الإحصائية والرسوم البيانية الخطية والمصورة والخرائط والمصورات كما يستعين أيضاً بمختلف الأساليب والوسائل والمقاييس - والهدف هنا هو تقديم كل ما توصل إليه من نتائج بصرف النظر عن تطابقها أو عدم تطابقها مع وجهة نظره - ولهذا فهو ليس حراً فى اختيار ما يضمه تقريره وما يتركه لأنه ملتزم دائماً بأن يظهر تماماً كل ما أسفر عنه البحث خاصاً بأسئلة بحثه ونتائج اختبارات فروضه .

د) تفسير النتائج : ولابد من تفسير النتائج التى توصل إليها الباحث تفسيراً يتمشى مع نتائج البحث دون أن يتجاوز التعميم حده ومداه . وينبغى على الباحث أن يلتزم حدود نتائجه العلمية دون مبالغة أو إفاضة .

هـ) المقترحات والتوصيات : ويستطيع الباحث بعد الانتهاء من تفسير البيانات تقديم بعض المقترحات والتوصيات التى خرج بها من دراسته ويشترط أن تكون هذه المقترحات وثيقة الصلة بالنتائج التى أمكن الوصول إليها . وأن تكون محددة تحديداً دقيقاً وتتجلى مهارة الباحث فى الربط بين ما توصل إليه من نتائج وبين ما يقترحه من حلول للمشكلات التى أسفرت عنها الدراسة والتى تشير إليها نتائج البحث دون مبالغة أو حشو أو تطويل .

و) الملخص : يلخص فيه الباحث مشكلة بحثه ونتيجة بحثها ومدى قوة أو ضعف هذه النتائج والمشكلات الجديدة التى أسفر عنها البحث خلال تصويره ومدى صلاحية هذه المشكلات للدراسة وبذلك يفتح أمام غيره من الباحثين آفاقاً جديدة للدراسة ويضع أمامهم مشكلات يمكن الاستفادة منها فى بحوث قادمة .

٢- تبويب التقرير

وهو البناء الشكلى أو الطريقة التى يتم بها تقديم البيانات التى يتضمنها محتوى التقرير ويشتمل على العناصر الآتية :

أ (الصفحات التمهيديّة

وتتضمن :

- صفحة العنوان .
- صفحة الشكر والتقدير .
- الفهرس أو قائمة المحتويات .
- قائمة الجداول .
- قائمة الأشكال .

ب (صلب التقرير

ويتضمن :

- مقدمة البحث وتضمن عرضاً عاماً لمشكلة البحث وخطة الدراسة .

أما الصلب فيتضمن الجوانب النظرية المرتبطة بالموضوع - والإجراءات المنهجية للدراسة ونتائج الدراسة وتفسيرها فيخصص باباً للجوانب النظرية - وباباً آخر للإجراءات المنهجية ونتائج الدراسة ولسهولة تنظيم محتوى الصلب وعرضه يقسم كل باب إلى عدة فصول ويحدث فى أحيان أخرى أن يزوج الباحث بين الجوانب النظرية والتطبيقية فيعرض فى كل فصل للمفاهيم النظرية المتعلقة بموضوع هذا الفصل والدراسات السابقة المرتبطة به ثم للنتائج التى توصل إليها فى دراسته ويناقش تلك النتائج فى ضوء ما توصل إليه الباحثون السابقون .

وليس هناك أسلوب مفضل على آخر فى عرض محتوى الصلب - المهم أن يختار الباحث ما يوافق طبيعة بحثه ويحقق الهدف الأساسى للباحث من كتابة تقريره .
ولى ذلك خاتمة البحث أو ملخص بأهم ماتضمنه إضافة إلى التوصيات التى يقترحها على ضوء نتائجه .

وينبغى مراعاة كتابة التقرير العلمى بلغة واضحة وسليمة وخالية من الألفاظ الضخمة الزنانة والكلمات الغامضة والإصطلاحات المعقدة - والعبارات البلاغية المنمقة وأن يعرض الباحث أفكاره بطريقة مرتبة وفى جمل متماسكة - وأن يتسم بالدقة التامة وخاصة عند توضيح المفاهيم النظرية وعند مناقشتها .

ويختلف الأسلوب وفقاً لمستوى الجمهور المستفيد - فتقرير يكتب للحصول على درجة علمية أو للنشر فى مجلة علمية يختلف أسلوبه عن أسلوب تقرير يكتب للممارسين الذين يهتمون بالجوانب العملية أكثر مما تعنيهم الجوانب النظرية . وهذا الأخير يختلف عن تقرير الغرض منه هو تقديمه للجمهور العام - وهنا يتحتم على الباحث أن يتبسط فى العرض وأن يتمشى مع مستوى فهم القراء وأن يبتعد كلية عن الجدل العلمى والمناقشات النظرية التى لاتفيد القارئ فى شئ .

ج) المراجع والملاحق

غالباً ما تذكر المراجع كلها فى نهاية البحث - وأحياناً يفضل الباحث ذكر المراجع فى نهاية كل باب أو فصل .

ولى ذلك الملاحق وهى عبارة عن المواد المساعدة التى يستطيع الباحث أن يضمها صلب رسالته حتى يتحاشى الاستطراء وذلك مثل استمارات البحث والوثائق وصور المقابلات الشخصية ... الخ . وتصنف الملاحق فى مجموعات وتعطى عناوين مناسبة وترقم أبجدياً .

٣- إثبات الاقتباسات والهوامش والمراجع

الاقتباسات هي النصوص المقتبسة من المراجع والمصادر المختلفة وتأخذ أشكالاً متعددة - فقد يأخذ الباحث من المراجع الأفكار أو الآراء بنفس النص الوارد في المرجع الأصلي وفي هذه الحالة يأخذ النص ويضعه داخل علامة التنصيص المزدوجة « - » ويضع في نهايتها رقماً يحيل به القارئ إلى المصدر الأصلي .

وعندما يأخذ الباحث الفكرة ويعيد صياغتها بأسلوبه الخاص بما يتمشى مع الأسلوب العام للبحث يضع في نهاية الاقتباس رقماً يحيل به القارئ إلى المصدر الأصلي الذي استقى منه فكرته .

وعندما تكون النصوص المقتبسة طويلة توضع إما في الهامش أو في ملحق الكتاب أو داخل المتن ولكن يبنط أصغر من البنط المستخدم في المتن .

وتثبت هوامش هذه الاقتباسات إما في نهاية كل صفحة أو الفصل وقد يكتب الباحث في نهاية الفقرة المقتبسة رقم المرجع المسجل في قائمة المراجع في نهاية الكتاب متبوعاً برقم الصفحة أو الصفحات التي اقتبست منها هذه الفقرة . وهذه الطريقة الأخيرة كما يقول الدكتور سمير حسين في كتابه « بحوث الإعلام » تستخدم على نطاق محدود في البحوث القصيرة أو المنشورة بال دوريات والمجلات العلمية أو المتخصصة .

وبالنسبة لإثبات الهوامش في المراجع يلاحظ الآتي :

- إذا كان المرجع يذكر لأول مرة تذكر كل بياناته كاملة ورقم الصفحة .
- إذا تكرر نفس المرجع في نفس الصفحة نون فاصل يذكر في المرة الأولى كاملاً وفي المرة الثانية - نفس المرجع ، ص ٥٠ . وإذا كان مرجعاً أجنبياً يذكر هكذا :
. Ibid, P. 50

- إذا وجد فاصل تكون الإشارة
اسم المؤلف : المرجع السابق ص ٦٠ . وإذا كان مرجعاً أجنبياً يذكر هكذا :
Op. cit, P.60

كتابة المراجع فى القائمة النهائية

توجد قواعد أساسية ينبغي مراعاتها عند كتابة المراجع وهى :

- لاتذكر إلا المصادر والمراجع الأساسية .

- تصنيف قائمة المراجع بنفس الترتيب تحت عناوين كالتالى :

× الأبحاث العلمية والتقارير والوثائق غير المنشورة .

× الكتب والبحوث العربية المترجمة .

× الكتب والبحوث الأجنبية .

× الدراسات والمجلات العربية .

× الدوريات والمجلات الأجنبية .

- ترتب المراجع ترتيباً أبجدياً وحسب رقم النشر إذا تعددت المراجع للمؤلف الواحد .

- ترتب المراجع العربية كالتالى :

اسم المؤلف ، اسم الكتاب ، رقم الطبعة ، (مكان النشر ، اسم الناشر ، تاريخ النشر) .

وفى حالة عدم وجود اسم الناشر أو تاريخ النشر يكتب « بدون ناشر » أو « بدون تاريخ » .

ولايختلف إثبات المرجع الأجنبى إلا فى اسم المؤلف فنبدأ باللقب ثم الحرفان الأولان من الاسم والثانى فباقى البيانات .

وإذا قل المؤلفون عن ثلاثة تكتب كل الأسماء وإذا زادوا عن ثلاثة يكتب المؤلف الأول متبوعاً بكلمة « وآخرون » . وفى المراجع الأجنبية يكتب اسم المؤلف الأول مبتدئاً بكلمة (et, al.) .

والكتب المترجمة : اسم المؤلف : اسم الكتاب ، اسم المترجم (مكان النشر ، إسم الناشر، تاريخ النشر) .

- وفى البحوث المنشورة بالدوريات العربية .

اسم المؤلف ، « عنوان البحث » ، اسم المجلة ، اسم السلسلة ورقمها ، رقم
المجلة - إن وجد - تاريخ العدد .

والبحوث الأجنبية المنشورة بالدوريات لاتختلف إلا فى اسم المؤلف ثم يأتى اللقب
ثم تكملة اسم المؤلف أو الاكتفاء بالحروف الأولى منه متبوعاً بـ « نقطة » .