



أنواع البيانات والمعلومات

وطرق جمعها

يؤدي التحديد الواضح لمشكلة البحث ونوعه إلى تحديد نوع البيانات المطلوبة والمصادر التي يمكن استقاء هذه البيانات والمعلومات منها ، ولما كان البحث العلمي يستهدف أساسا الاجابة على مجموعة من التساؤلات المطروحة عن المشكلة ، أو اختبار مدى صحة الفروض المحددة مسبقا والمتعلقة بجوانب مشكلة البحث، فإن ذلك لن يتيسر الا عن طريق جمع معلومات معينة بهدف التعرف على كل الحقائق المرتبطة بموضوع البحث بقدر الامكان ، ثم معالجة هذه الحقائق والمعلومات بأسلوب علمي للخروج بالنتائج المنطقية المحددة للمشكلة التي يتصدى الباحث لدراستها .

ويمكن القول بصفة عامة أن البيانات المطلوبة تنقسم إلى نوعين حسب المصادر التي يمكن استقائها منها وهما :

Secondary Data - بيانات ثانوية أو مرجعية

Primary Data - بيانات أولية

ونعرض فيما يلي لهذه النوعين من البيانات ومصادرها وطرق جمعها :

أولاً : البيانات الثانوية أو المرجعية

يقصد بها مجموعة البيانات والمعلومات الأساسية السابق تجميعها وتسجيلها والمتعلقة بموضوع معين أو بظاهرة معينة يقوم الباحث بدراستها، وتتوافر هذه المجموعة أما في الكتب أو الدوريات أو المجلات العلمية، أو لدى بعض الجهات صاحبة البيانات، أو الجهات الخارجية المتخصصة في جمع البيانات والمعلومات وتسجيلها كالمؤسسات العلمية ووزارات التخطيط ومصحة الإحصاء وغيرها.

وعلى هذا الأساس فإن الباحث إذا أراد أن يحصل على خلفية كاملة لكل ماتم نشره في مجال البحث الذي يتصدى لدراسته فإنه يقصد المصدر الأول وهو الأنواع الرئيسية للمطبوعات في مجال تخصصه وتشمل :

- الدوريات التي تسجل نتائج البحوث الأصلية.
- تقارير البحوث .
- نشرات التكشيف والاستخلاص.
- الكتب والبحوث .
- تجميعات البيانات أو الموجزات الإرشادية.
- المعاجم والمؤلفات الموضوعية.
- الأعمال الشاملة .
- براءات الاختراع.

أما إذا أراد ان يحصل على بيانات كمية أو كيفية تفيد في إجراء مقارنات أو تغذية بحثه بمعلومات أساسية بالإضافة إلى النظريات التي استعرضها من مجموعة المطبوعات السابقة، فإنه يستهدف في هذه الحالة

الحصول على بيانات مرجعية ثانوية إما داخلية أي متوافرة لدى الجهات صاحبة البيانات، أو خارجية متوافرة لدى الجهات المركزية التي تقوم بتجميع البيانات والمعلومات وتنظيمها.

ومن أمثلة البيانات المرجعية الثانوية الداخلية مثلًا أرقام توزيع الصحف وتطورها خلال فترة زمنية معينة على المستوى الوطنى أو المحلى، وعدد القراء، وأسعار الاعلان بكل صحيفة وتطورها ، وعدد أجهزة الراديو والتلفزيون عامة وتوزيعها على المناطق الجغرافية المختلفة، وتطور حيازة هذه الأجهزة، وأرقام المبيعات خلال فترة زمنية معينة، ونشاط رجال البيع، والجهود الترويجية والاعلانية المختلفة، ونشاط رجال العلاقات العامة ، والمخصصات المختلفة لنشاطات الاعلان أو العلاقات العامة وتوزيع هذه المخصصات على الوسائل المختلفة ، هذا فضلا عن البيانات العامة للجهة مثل رأس المال وقيمة الانتاج أو رقم الاعمال والمبيعات المحلية والخارجية بتقسيماتها المختلفة، وعدد العاملين بالجهة وتوزيعاتهم حسب السن، والنوع، والدخل ، ودرجة التعليم ، والفئات الوظيفية ، ومناطق العمل، وغير ذلك من البيانات التي لا بد أن تتوافر لدى كل جهة فيما يتعلق بنشاطها الاقتصادي والانتاجى والادارى.

أما البيانات المرجعية الثانوية الخارجية ، فهي على سبيل المثال لا الحصر التعداد السكانى والزراعى والصناعى ، ومعدلات الزواج والمواليد ، وتقسيم السكان حسب التقسيمات الديموجرافية والاجتماعية المختلفة ، والاحصاءات الخاصة بالانتاج والاستهلاك والأسعار والادخار والتجارة الداخلية والخارجية والحسابات القومية والمواصلات والصحة، وعدد الشركات والمؤسسات ونوعيتها، والجهات الحكومية وتقسيماتها المختلفة ، والدخل القومى والفردى ، والقوانين والقرارات الحكومية والوزارية، وغيرها من العديد من البيانات العامة التي ينتقى الباحث من بينها مايناسب نوع البحث الذى يتصدى لدراسته.

ولاشك أن جمع مثل هذه البيانات يمد الباحث بحصيلة تاريخية متكاملة من البيانات التي تلقى أضواء كبيرة على المشكلة موضع الدراسة، إذ غالباً ما تستخدم في استكشاف الظاهرة أو مجموعة الظواهر المختلفة في البحث وتحديد المشكلة وتكوين الفروض التي تفسر هذه الظواهر، كما يمكن استخدامها أيضاً في تفسير بعض النتائج والتدليل على صحة بعض النقاط أو التوصيات الواردة بالبحث.

ويجب أن يفتن الباحث إلى أن بعض هذه البيانات والمعلومات ليست معدة في شكل يصلح للاستخدام المباشر، ولذلك فهي تحتاج إلى معالجة احصائية تستهدف تطويرها بما يتفق مع هدف الدراسة، فقد يقتضى الأمر مثلاً إعادة تبويب بعض الاحصاءات بشكل مختلف وعلى أسس تتطلبها طبيعة المشكلة، أو تخليص بعض البيانات من تأثير بعض العوامل الفجائية أو الموسمية وعزل أثر بعض المتغيرات المؤثرة في الاتجاه العام للبيانات.

وتتميز البيانات الثانوية ومصادرها عن الأولية بمجموعة من المزايا أهمها الاختصار في التكلفة والوقت والجهد الذى يبذله الباحث فى جمع البيانات، كما أنها تمثل نتائج خبرات سابقة لا يستطيع أى بحث أن يتجاهلها، وتتميز بأنها دورية تيسر الكشف عن التسلسل والتغير فى الظواهر الطبيعية والاجتماعية خلال فترة زمنية طويلة نسبياً، فضلاً عن امدادها للباحث بمجموعة من المعلومات التى يتعذر عليه الحصول عليها بمفرده نظراً لما تتطلبه من جهود مالية وفنية وبشرية ضخمة غير متاحة للباحث الفرد كتعداد السكان أو المنشآت والحكومة، بالإضافة إلى أن عموميتها وشمولها تعطى خلفية وإطاراً عاماً لجزئيات الظواهر الطبيعية والاجتماعية.

الا أن مثل هذه البيانات الثانوية ومصادرها تنسحب عليها مجموعة من العيوب والانتقادات من أهمها :

١ - عدم اتفاقها فى بعض الحالات مع احتياجات الباحث نظرا لاختلاف الأهداف التى جمعت من أجلها البيانات فى المرة الأولى عن الأهداف التى يسعى الباحث إليها ، أو لاستخدام وحدات قياس مغايرة ، أو للتركيز على النواحي الكمية دون الكيفية أو العكس.

٢ - احتمال تقادم البيانات إلى الدرجة التى يصعب فيها استخدامها للإشارة إلى ظواهر حالية ، بحيث لا يمكن أن يستفيد منها الباحث إلا فى حالة دراسة التطور التاريخى.

٣ - احتمال التشكك فى صحة البيانات من حيث مصدرها وطرق جمعها وتبويبها وتحليلها ، مما يستلزم من الباحث ضرورة التأكد من سلامة الطريقة التى اتبعت فى جمع مثل هذه البيانات والكيفية التى تم بها التوصل إلى نتائجها النهائية .

ثانيا : البيانات الأولية أو المباشرة

وهى التى يقوم الباحث بجمعها مباشرة ولأول مرة وللأغراض المباشرة للبحث الذى يقوم به ، نظرا لصعوبة أن تفى البيانات الثانوية بجميع الاحتياجات التى يتطلبها بحث معين عن مشكلة محددة، بسبب عمومية مثل هذا النوع من البيانات ، ولذلك فإن الباحث لابد وأن يلجأ إلى جمع بيانات أخرى أكثر تحديدا وتركيزا وارتباطا بمشكلة البحث الذى يتناوله، وهو ما نطلق عليه البيانات الأولية ، والتى يتم جمعها - مكتبيا أو ميدانيا أو تجريبيا - لأول مرة وباستخدام طريقة أو أكثر من الطرق التالية المتمثلة فى الملاحظة العلمية، والمقابلة العلمية ، والاستقصاء ، وتحليل المضمون ، والتجربة العلمية ، وهو ما سنتناوله تفصيلا فى المباحث الخمسة التى يتكون منها هذا الفصل .

المبحث الأول

الملاحظة أو المشاهدة العلمية

أولاً : مفهوم الملاحظة العلمية وخصائصها

يقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمى المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر ، أو لمجموعة منها ، بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التى تتفق مع طبيعة هذه الظواهر ، وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها .

والملاحظة بهذا المفهوم تمثل جزءاً جوهرياً من المنهج العلمى الامبيريقى يجمع بين استخدام العقل والحواس، لأنها لا تقتصر على مجرد التسجيل السلبي للوقائع أو المتغيرات وإنما تتعدى هذه الخطوة الى خطوة التدخل الايجابى من جانب العقل الذى يقوم بدور رئيسى فى ادراك العلاقات المختلفة بين الظواهر التى تتم ملاحظتها .

وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن الملاحظة العلمية تتمثل فيها مجموعة العناصر التالية :

- ١ - استعانة الباحث بالأجهزة والأدوات والأساليب فى التسجيل .
- ٢ - التدخل الايجابى الذى يتمثل فى الجهد العلقى الذى يبذله الباحث فى تنسيق المعلومات وتفسيرها والحدس بها ، تلك المعلومات التى تبدو - ظاهرياً - منفصلة ومبعثرة .
- ٣ - تستهدف الملاحظة بمعناها العلمى تحقيق غرض عقلى هو الكشف عن بعض الحقائق التى يمكن استخدامها لاستنباط معرفة جديدة .

والملاحظة نوعان هما :

١ - **الملاحظة البسيطة غير المقصودة** ، ويطلق عليها بعض الخبراء أحيانا «الملاحظة الفجة»^(١) ، وهي الملاحظة السريعة التي يقوم بها الانسان فى ظروف الحياة العادية ، ولاتستهدف الكشف عن حقائق علمية محددة أو غاية نظرية واضحة ، وتقف هذه الملاحظة عند حد المواقف العملية المحدودة القاصرة عن محاولة تفسير الظواهر أو الوصول إلى أسبابها الحقيقية .

وليس معنى ذلك أن مثل هذا النوع من الملاحظة عديم القيمة نهائيا ، إذ يعتبر تمهيدا للملاحظة العلمية المقننة ، فضلا عن أن هناك احتمالا فى أن تكشف بعض هذه الملاحظات الفجة أو العرضية عن حقائق جديدة على جانب كبير من الأهمية ، ويؤكد هذا الاتجاه اهتداء جاليليو إلى قانون سقوط الأجسام ، واكتشاف نيوتن لقانون الجاذبية الأرضية بناء على بعض الملاحظات الفجة ، واكتشاف بافلوف نظرية الفعل المنعكس الشرطى حينما كان يقوم بأبحاث تجريبية على متغيرات أخرى غير ذات صلة بطبيعة هذه النظرية.

٢ - **الملاحظة العلمية أو الموجهة أو المقصودة** ، وهي نوع الملاحظة المنهجية التي يقوم بها الباحث بدقة مستهدفا الكشف عن تفاصيل الظواهر ، والعلاقات الخفية أو الظاهرة التي يحتمل أن توجد بين عناصرها ، أو بينها وبين الظواهر الأخرى.

وهذا النوع من الملاحظات الموجهة هو الذى يعتد به كركن أساسى من أركان المنهج العلمى ، وتتميز بالخصائص التالية :

* وضوح الغاية التي تسعى إليها والتي قد تتمثل فى الكشف عن الخواص الرئيسية للظاهرة المدروسة ، أو معرفة الظروف التي أوجبت وجودها ، توصلا إلى كسب معرفة جديدة وتحقيق هدف علمى محدد^(٢) .

* تقتضى ضرورة تذرّع الباحث بالأناه والصبر والدقة وهى فى هذا تتمشى مع طبيعة البحث العلمى الذى يتطلب هذه الصفات فى الباحث لامكان تنسيق المعلومات السابقة والاستفادة منها ، وبالتالى فان الملاحظة العلمية تكون أقرب إلى الصحة وأكثر اعتمادية فى الاستدلال لما تتسم به من دقة وحذر.

* تعتمد الملاحظة العلمية على نظريات دعمتها حقائق بهدف اكتشاف عوامل ومتغيرات جديدة ، أو التفسير العلمى الصحيح للملاحظات .

* الملاحظة العلمية يجب أن تكون موضوعية ومجردة من كل طابع أو تقدير شخصى ، ولهذا يحرص الباحثون - فى التعبير عن نتائج ملاحظاتهم - على صياغة هذه النتائج صياغة كمية كما هى الحال فى العلوم الطبيعية التى تستخدم الأساليب الرياضية فى التعبير عن الحقائق التى تهتدى إليها ، والعلوم الاجتماعية التى تستخدم الأساليب الإحصائية والرسوم البيانية لهذا الهدف أيضا.

* تعتمد الملاحظة العلمية بصفة أساسية على مجموعة من الأدوات الدقيقة والأجهزة المختلفة ضمانا لدقة النتائج من ناحية ، وتفاديا لقصور الحواس فى الملاحظة من ناحية أخرى.

ويلجأ الباحث فى الملاحظة إلى ملاحظة سلوك المبحوثين وتصرفاتهم فى المواقف التى يخضعها للدراسة فضلا عن ملاحظة بعض الجوانب الوصفية الأخرى كالسن والنوع وغيرها من الصفات التى يسهل التعرف عليها وتسجيلها.

ثانيا : استخدامات الملاحظة العلمية فى بحوث الاعلام

تتعدد استخدامات المشاهدة أو الملاحظة ، ونعرض فيما يلى بعض أمثلة لاستخدام الملاحظة العلمية فى بحوث الاعلام :

١ - ملاحظة طرق قراءة الصحف بالنسبة لمجموعات متعددة من القراء، واستنباط أهم الصفحات والمواقع التي يفضلونها، والتعرف على الأهمية النسبية للصور والرسوم والألوان والمواد التحريرية المختلفة والمحريين مما يفيد المؤسسات الصحفية والمعلنين معا ، كذلك يمكن قياس درجة اقبال الأفراد على مشاهدة برامج معينة فى التلفزيون أو الاستماع إلى برامج معينة في الراديو.

٢ - قياس فعالية الحملة الاعلانية عن متجر أو سلعة معينة عن طريق قياس عدد المستهلكين الذين تردوا على المتجر أو قاموا بشراء السلعة بعد الاعلان.

٣ - امكانية التعرف على اقبال نوعيات معينة من المستهلكين على شراء سلع أو الاقبال على خدمات معينة استجابة للحملة الاعلانية ، وطريقة الشراء وكيفية انتقاء السلع المعروضة ، ونسبة المشتريين إلى مجموع المبحوثين .

ثالثا : طرق الملاحظة العلمية

يمكن استخدام طريقتين فى الملاحظة هما :

١ - الطريقة الأولى : وهى الطريقة الشخصية أى التى يقوم بها الباحثون أنفسهم بالاعتماد على نماذج نمطية موحدة تجمع فيها البيانات المطلوبة بواسطة الباحثين الذين يتم تدريبهم على كيفية ملاحظة الظواهر وتسجيلها.

٢ - الطريقة الثانية : وهى الطريق الآلية أى التى لاستخدم فيها العنصر البشرى وإنما تعتمد على استخدام بعض آلات التصوير أو العد، ومن أبرز هذه الأمثلة استخدام آلات التصوير المثبتة في بعض أماكن التجمعات أو المحلات التجارية لتصوير حركة المستهلكين ونوعياتهم وسلوكهم وكيفية

انتقائهم للسلع المختلفة ، وطريقة قراءتهم للصحف ، وقد أفادت هذه الطريقة فى جمع وتحليل واستخلاص نتائج أفادت بحوث الاعلام والاعلان والتسويق فائدة هائلة، ولم يكن فى وسع الباحثين فى هذه المجالات الحصول عليها بهذه الكثرة أو النوعية بأية وسيلة أخرى من وسائل القياس وجمع البيانات ، كما استحدثت بعض المؤسسات الأوربية والأمريكية المهتمة بالبحوث الاعلامية وبحوث المستمعين والمشاهدين وقياس الرأى العام بعض الأجهزة الالكترونية التى تقيس درجة اقبال مشاهدى التلفزيون ومستمعى الراديو على برامج معينة.

وبالاضافة إلى ما تتميز به طريقة المشاهدة أو الملاحظة كأداة من أدوات جمع البيانات الأولية ، فان من الممكن الاستفادة منها فى مجالات بحثية أخرى على النحو التالى :

١ - يمكن اعتبار الملاحظة أو المشاهدة وسيلة فى الكشف عن مشكله البحث ذاتها ، فقد تؤدى ملاحظة الباحث إلى النقص المستمر فى معدل مبيعات صحيفة معينة ، أو نقص المبيعات أو زيادتها فى يوم معين فى الأسبوع أو فى منطقة جغرافية معينة، إلى القيام بدراسات تهدف إلى تحديد المشكلة أو المشكلات التى تسببت فى هذا النقص لوضع الاقتراحات الواجبة لعلاجها.

٢ - يمكن استخدام الملاحظة كوسيلة أو خطوة من خطوات البحث التجريبي وذلك فى حالة القيام بحملة اعلانية عن متجر أو سلعة معينة ، والقيام بملاحظة عدد المترددين على هذا المتجر أو المشترين لهذه السلعة قبل الحملة الاعلانية وبعدها ، أى القياس قبل وبعد التجربة .

٣ - يمكن أن تتقارب الملاحظة أو المشاهدة من البحث التجريبي نفسه فى بعض الحالات خاصة تلك التى يصطنع الباحث فيها ظروفًا معينة لقياس

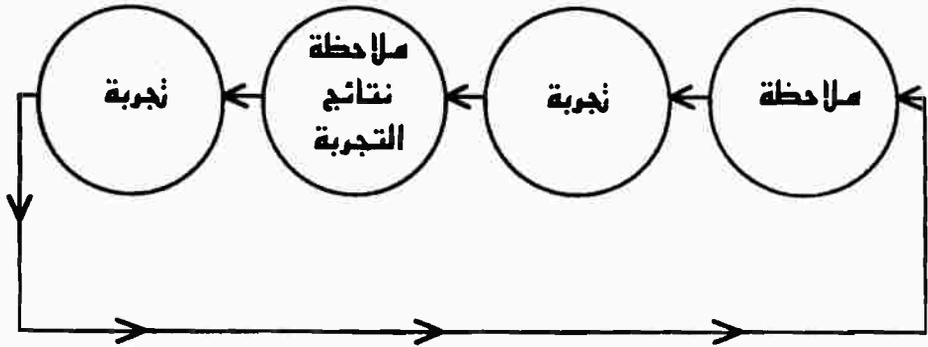
الظواهر المحددة تحت هذه الظروف ، فقد يلجأ الباحث إلى وضع شكلين مختلفين لنفس السلعة فى عدد من المتاجر لقياس مدى تفضيل المستهلكين لكل عبوة وبالتالي التعرف على مدى فعالية كل عبوة منها ، كما قد يلجأ الباحث أحيانا إلى القيام بحملة اعلانية عن سلعته فى منطقة معينة دون المناطق الأخرى ثم يقيس عدد المشترين فى منطقتين أو ثلاث للتعرف على مدى التأثير الذى أحدثته الحملة ، كما قد يقوم الباحث أحيانا بدور المستهلك بقصد دراسة سلوك البائع تحت ظروف معينة ، وذلك بأن يطلب الباحث سلعة دون تحديد ماركة معينة، ثم يلاحظ ويسجل رد الفعل لدى البائع ازاء طلبه على النحو التالى :

- هل استفسر البائع عن الماركة التى يريدتها الباحث ؟
- هل طلب منه تحديد حجم السلعة ؟
- هل قام باعطائه ماركة معينة بالذات دون أى سؤال ؟
- ماهى مواصفات هذه الماركة من حيث الحجم والسعر واللون والشهرة ودرجة الاعلان .

وبتحليل هذه البيانات يمكن استخلاص اتجاهات الموزعين أو البائعين نحو السلع المختلفة .

- ٤ - تقود الملاحظة الباحث - فى بعض الحالات - إلى اجراء بعض التجارب للكشف عن ظاهرات معينة أو علاقات بين ظاهرات أو عناصر مختلفة لايمكن الكشف عنها الا باجراء مثل هذه التجارب، ثم يستعين الباحث بعد ذلك بالملاحظة للتعرف على نتيجة التجربة التى قد تقوده مرة ثانية إلى اجراء تجربة جديدة وهكذا حتى يصل فى نهاية الأمر - عن طريق الاستعانة بكل من الملاحظة والتجربة معا - إلى التعرف على ابعاد المشكلة ومجموعة

الفروض الأساسية للبحث، ويوضح الشكل التالي مدى تداخل الملاحظة والتجربة في الكشف عن المشكلات والفروض .



شكل رقم (٧)

تداخل الملاحظة والتجربة

في الكشف عن المشكلات والفروض العلمية

وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن التجربة ماهي الا « ملاحظة علمية » (٣) أو « ملاحظة مثارة » (٤) تحت الضبط الناتج عن التحكم إما من جانب الباحث أو من جانب الظروف الطبيعية أو الاجتماعية المحيطة بالبحث.

رابعاً : أنواع الملاحظة العلمية

يذهب الخبراء إلى تقسيم الملاحظة العلمية طبقاً لمجموعة متنوعة من المعايير، وفي ضوء هذه التصنيفات يمكن أن نخلص إلى تحديد أنواع الملاحظة - وظيفياً - على النحو التالي : (٥)

١ - الملاحظة المعملية Laboratory Observation وذلك في حالة تقنين كل من مجتمع الملاحظة والمعلومات المطلوبة تقنياً عالياً .

٢ - الملاحظة الميدانية المقننة Structured Field Observation وذلك حينما يكون مجتمع الملاحظة مقننا وتكون المعلومات غير مقننة .

٣ - الملاحظة الميدانية الحرة Unstructured Field Observation وذلك حينما يكون مجتمع الملاحظة غير مقنن والمعلومات مقننة.

٤ - الملاحظة بالمشاركة Observation by أو Participant . observation participation وذلك حينما تقل درجة تقنين كل من مجتمع الملاحظة والمعلومات المطلوبة .

ونعرض تفصيلا فيمايلي لكل نوع من هذه الأنواع .

١ - الملاحظة العملية :

ويطلق عليها أحيانا مصطلح الملاحظة فى مواقف تجريبية مقننة حيث يتيح التقنين العالى لمجتمع الملاحظة تحكما كاملا فى سلوك الباحثين ، ويتطلب استخدامه ضرورة اعداد دليل الملاحظة اعدادا محكما ومقننا تقنيا عاليا .

ومن معطيات هذا الأسلوب أنه يقدم معلومات دقيقة التفاصيل عن مجتمع الملاحظة ، كما يعنى باختبار الفروض المتصلة بالعلاقات بين الباحثين^(١) ، ويستخدم عادة فى مواقف الجماعات الصغيرة حين يتجمع لدى الباحث القدر الكافى من البيانات والذى يمكنه من وضع الفروض واختبارها تجريبيا، حيث يشترط فى استخدامه ضرورة الضبط التام لكافة المتغيرات وهو أمر ليس من اليسير تحقيقه فى المواقف المعقدة وفى الجماعات كبيرة العدد^(٢).

٢ - الملاحظة الميدانية المقننة أو المنظمة :

تختلف الملاحظة الميدانية المقننة عن الملاحظة العملية فى أن مجتمع الملاحظة غير محصور فى معمل أو فى إطار بيئى واجتماعى ضيق، ومع ذلك فهو

محدود في بيئة مقننة، كما أن دليل الملاحظة أقل تقنيا في هذا الأسلوب بالقياس إلى الملاحظة العملية .

وتساعد البيئة التي قننها الباحث الملاحظ في تمكين البحوث من التصرف بحرية وتلقائية دون أن يعلم أنه تحت الملاحظة ، كما أن سلوك البحوث ليس محددًا من قبل الباحث بل يتم بشكل طبيعي ، ويقتصر دور الملاحظ على مجرد تدوين المعلومات (٨).

وفي هذا الأسلوب يقوم الباحث باختيار شكل البيئة التي تتم فيها الملاحظة والمثيرات المناسبة لجذب المبحوثين نحو السلوك المطلوب ملاحظته .

ويتميز هذا الأسلوب بأنه يساعد الباحث على التحكم في بيئة الملاحظة والحفاظ على قدر كبير من طبيعة المجتمع المبحوث (٩).

ويجب أن يخضع هذا الأسلوب من الملاحظة للضبط العلمي سواء بالنسبة للأفراد أو بالنسبة للموقف الذي تجرى فيه الملاحظة، وأن تنحصر الملاحظة في موضوعات محددة سلفا ، وتسعى إلى الإجابة على أسئلة محددة مسبقا أيضا ، ويستخدم عادة في الدراسات التي تختبر فروضا عن علاقات محددة بين متغيرات، ويتم في ضوء فئات ممكن تقديرها مقدما ، ويتم الملاحظة التي تستخدم هذا الأسلوب في الجو العادي الذي تقع فيه الأحداث الطبيعية حيث يتم الاعداد الفنى للسلوك المراد ملاحظته وكيف يمكن القيام بذلك مع استخدام وسائل قياس معينة، ويكون التركيز عادة على خصائص محددة من السلوك أو عدد قليل من السمات مما يزيد من ثبات الملاحظة (١٠).

٣ - الملاحظة الميدانية الحرة

تتميز الملاحظة التي تستخدم هذا الأسلوب بأنها تدون في موقع الحدث

وفور وقوعه ، ويكون دليل الملاحظة مقننا بدرجة عالية ، ويقوم الباحث باختيار موقع ملائم يشرف منه على المجال الجغرافى للملاحظة دون أن يكون له أية علاقة تأثيرية على سلوك المبحوثين .

ويستخدم فى هذا الأسلوب ثلاثة مقياس شائعة هى: (١١)

- مقياس التكرار Frequency لحساب تكرارات حدوث أنواع السلوك وأشكاله المختلفة .
- المقياس الزمنى Duration أو مقياس المكوث لحساب الوقت الذى استغرقه كل سلوك .
- مقياس الوقت غير المحسوب Latency لحساب الوقت المنقضى بين سلوك وآخر للمبحوث .

ويتميز هذا الأسلوب بأن الباحث لايتدخل بأى شكل من الأشكال فى تحديد تأثير البيئة ، حيث يترك الأمر تماما للبيئة لكى تؤثر بنفسها فى السلوك المطلوب ملاحظته بشكل طبيعى من خلال العلاقات الاجتماعية .

كما يتميز بأن المعلومات التى يتم جمعها من خلاله ذات موثوقية عالية لعدم تأثير الباحث فى سلوك المبحوثين ، كما تتميز بالوفرة الناتجة عن تفاعل المبحوثين.

٤ - الملاحظة بالمشاركة

الملاحظة بالمشاركة عبارة عن فترة زمنية طويلة متواصلة من التفاعل الاجتماعى المكثف بين الباحث والمبحوثين فى البيئة الطبيعية التى يعيشون فيها . حيث يتم خلال تلك الفترة تجميع المعلومات المطلوبة من داخل موقع الحدث بشكل منظم وغير تلقائى. (١٢)

ويتميز أسلوب الملاحظة بالمشاركة بعدة مميزات من أهمها أنه يجعل موقف الملاحظة طبيعياً، ويسر للباحث الحصول على معلومات مباشرة، والتعمق في فهم مختلف المؤثرات التي يتعرض لها أفراد المجتمع والطرق التي يستجيبون بها لهذه المؤثرات. (١٣)

ويضع الخبراء مجموعة من المحددات والضوابط التي تسهم في انجاح هذا النوع من الملاحظة من أهمها: (١٤)

* ضرورة اشتراك الباحث مع الأفراد الذين يقوم بملاحظتهم وذلك في سلوكهم الاجتماعي وفي أوجه النشاط التي يقومون بها ، ولو لفترة مؤقتة هي فترة الملاحظة ، وذلك في حدود ماتسمح به طبيعة البحث.

* ضرورة أن يقيم الباحث علاقات حميمة مع المبحوثين وأن يصبح عضواً في الجماعة التي يقوم بملاحظتها ، وأن يساير أعضائها ويتجاوب معهم.

* ضرورة اشتراك الباحث مع المبحوثين في فهم اللغة والرموز والمصطلحات والاشارات التي يتفاهمون بها ، وكذلك في فهم الاطار المرجعي للمبحوثين من خلال مشاركته الفعالة في أنشطتهم اليومية .

* أن يتصرف الباحث مع المبحوثين بمسئولية وحذر من خلال هدفه العلمى.

* الا يتصرف الباحث مع المبحوثين وفي ذهنه أن علاقته معهم وقتية، كما لا يجب أن يستغل ثقة المبحوثين فيه فيتصرف من موقع قيادى أو يضع نفسه في موضع قيادى.

* ضرورة ألا يكشف الباحث عن شخصيته حتى يظل سلوك الجماعة تلقائياً أمامه.

ويجب أن يسعى الملاحظ إلى تطوير علاقته بالمبجوثين حتى تصل إلى حد الاندماج الكامل الذى يمكنه من الحصول على معلومات أوفر ومن الاحاطة التامة بمجتمع الملاحظة ، ويشير الخبراء إلى أربع مراحل لتكوين هذه العلاقة هى: (١٥)

- ١ - مرحلة تكوين العلاقة السطحية وهى بداية اتصال الباحث بالمبجوثين .
- ٢ - مرحلة التعرف المتبادل بين الباحث والمبجوثين على أسلوب كل منهما فى التعامل والوصول إلى تحديد الأسلوب المستقبلى للتفاهم بينهما .
- ٣ - مرحلة القبول المتبادل لحدود التعامل بين الباحث والمبجوثين .
- ٤ - مرحلة استقرار العلاقات الشخصية بين الباحث والمبجوثين ومثابنتها .

ويشير الخبراء إلى أنه إذا لم يكن الملاحظ أساسا عضوا فى الجماعة فان عليه أن يحدد الطريقة التى يقدم بها نفسه لأفرادها بحيث يحوز قبولهم له، كما يجب عليه بقدر الإمكان أن يبتعد عن الانغماس فى الصراعات الداخلية للجماعة لصالح طرف آخر أو أن يظهر بمظهر المتحيز لفئة دون أخرى، وأن يكون حذراً فى سلوكه لأن أى خطأ بسيط يقع فيه قد يجعل من الصعب عليه إجراء ملاحظاته بالأسلوب الملائم ، كما يجب على الباحث أن يحدد درجة مشاركته ومستواها بما يتناسب مع المادة التى يرغب فى جمعها. (١٦)

كما يؤكد الخبراء على أن هذه الطريقة تتميز بعدم التقيد بأى حكم سابق، بل تساعد الباحث فى إعادة صياغة المشكلة ، وتفادى توجيه الأسئلة المضللة نظرا لاتصاله الوثيق بالموقف ، كما تساعده فى تصنيف البيانات أو تعديل الفئات بصورة تيسر له تحليل المشكلات والتعمق فى فهم الدوافع لانها وسيلة تحمل فى طياتها اختبار صدقها .

كما يشير الخبراء إلى بعض الجوانب التي تحد من فاعلية أسلوب الملاحظة بالمشاركة من أهمها أن المشاركة الكاملة قد تكون غير ممكنة في كثير من الأحيان ، كما قد تلقى على عاتق الباحث أعباء ثقيلة ، وتستغرق وقتا طويلا، وقد يصعب على الباحث التحكم في الكثير من المتغيرات ومن سلوك المبحوثين.^(١٧)

خامسا : أهم مزايا الملاحظة العلمية وأهم عيوبها

يمكن القول بصفة عامة بأن طريقة الملاحظة أو المشاهدة - علي الرغم من ارتفاع متطلباتها من حيث الوقت والجهد والتكلفة والكفايات العاملة فيها والحدود التي تكتنفها كوسيلة من وسائل جمع البيانات - إلا انها تتميز - في حالة استخدامها بطريقة صحيحة ومناسبة - بعدة مميزات من أهمها :

- ١ - إمكانية تسجيل الظواهر فور حدوثها ، وبالتالي تلافي آثار التحيز التي قد تنتج عن مضي فترة زمنية طويلة بين حدوث الظاهرة وتسجيلها .
- ٢ - التقليل من مخاطر الحصول على اجابات متحيزة من المبحوث بالقياس إلى الاستقصاء أما بسبب الحرج أو التفاخر ، نظرا لأن الباحث في هذه الحالة سيقوم بالمشاهدة والتسجيل بنفسه ، مما يؤدي إلى توافر الدقة والموضوعية في البيانات والنتائج المستخلصة .
- ٣ - تعتبر الملاحظة من أكثر الوسائل المباشرة لدراسة مدى واسع من الظواهر، حيث توجد جوانب عديدة من السلوك الانساني لايمكن دراستها بدرجة مرضية الا بهذه الطريقة .
- ٤ - تسمح بتجميع البيانات في المواقف السلوكية المثالية .
- ٥ - تساعد الباحث في رصد سلوك المبحوثين وتفاعلاتهم، وعلاقاتهم الظاهرة والخفية. وتطلعه على انماط معيشتهم ، وأساليبها ، وتساعده على فهم المشكلات التي يتعرضون لها .
- ٦ - تبقي على مجتمع الملاحظة يتصرف بشكل طبيعي بأكبر قدر ممكن.

ولكن بالرغم من أهمية الملاحظة بين ادوات جمع المعلومات والدرجة الكبيرة من الموثوقية فى نتائجها العملية ، إلا أنه تكتنفها بعض الصعوبات والعيوب من أهمها: (١٨)

- ١ - يصعب ألا يتأثر الباحث بتجاربه السابقة وخبراته وآرائه وقيمه ومواقفه ومصالحه ، مما يقلل من موضوعية الملاحظة .
- ٢ - قد تختلف نتيجة الملاحظة من باحث لآخر حسب تفسيره للحدث .
- ٣ - قد يتأثر الباحث بعلاقاته مع الباحثين فيخفى نتائج أو معلومات ذات أهمية للبحث .
- ٤ - قد يبتعد الباحث عن ملاحظة سلوك جماعة معينة أو كشفها لخوفه منهم .
- ٥ - قد يحاول الباحثون إبعاد الباحث عن ملاحظة سلوك معين لعدم رغبتهم في كشفه .
- ٦ - كما قد يؤدي عدم العناية بتدوين الملاحظات وتسجيلها فوراً ، والتنبؤ بوقوع الأحداث ، إلى محدودية النتائج وعدم دقتها وموثوقيتها .
- ٧ - قد يؤثر توقع الباحث لنوع سلوك الباحثين فى أن يكشف لهم نوع السلوك المطلوب منهم فيتصرفون حسب السلوك المتوقع .
- ٨ - قد يكتشف الباحث بأنه تحت الملاحظة فيتصرف بطريقة غير طبيعية حيث يعتمد كثير من الباحثين عن قصد - عند معرفة أنهم تحت الملاحظة - إلى إظهار انطباعات مصطنعة للقائم بالملاحظة .
- ٩ - كثيراً ما تتدخل عوامل خارجية فى عملية الملاحظة التى تكون دائماً محدودة زمنياً .
- ١٠ - وجود بعض المواقف التى لاتفيد فيها الملاحظة لأنها غير ممكنة بالنسبة لحياة الناس الخاصة .

١١- لا يمكن للباحث أن يتنبأ في احيان كثيرة بوقوع حدث معين حتى يكون موجودا اثناء حدوثه.

١٢- الملاحظة - كوسيلة - قد لا تكفى وحدها فى بعض الحالات للكشف عن المشكلات أو لاستنباط بعض الفروض ، وذلك لعدة أسباب من أهمها :

- يقوم الباحث - فى حالة استخدام الملاحظة - بملاحظة الظاهرة أو مجموعة الظاهرات التى يدرسها نون أن يحدث فيها أى تغيير ، كما أنه يكتفى بما تقدمه له الطبيعة أو بما يشاهده من ظاهرات نون أن يخلق ظروفًا مصطنعة تهين له امكانية دراستها على النحو الذى يريده ، أو على النحو الذى ينبغى أن تدرس به.

- لا يودى استخدام الملاحظة إلى تحليل الأشياء إلى عناصرها ولا إلى بيان الأهمية النسبية لكل عنصر من هذه العناصر، ولا إلى التعرف على العلاقات الخفية بين الظاهرات المختلفة.

- عجز الملاحظة عن التأليف بين العناصر المختلفة على نحو يتيح ايجاد بعض الظاهرات الأخرى التى لم تكن موجودة بالفعل .

- احتمالات عدم الدقة والموضوعية فى الاعتماد على الملاحظة فقط ، نظرا لما قد تنطوى عليه من تغليب الطابع الشخصى للباحث على نتائج الملاحظة ، فضلا عن اختلاف من يقومون بالملاحظة سواء من حيث قدرتهم - كما وكيفا - على الملاحظة وادراك الظاهرات وفهمها وتفسيرها .

- احتمالات البطء فى الحصول على بعض النتائج التى تتيح سرعة الكشف عن المشكلات أو وضع الفروض ، وهو ما قد يؤدى إلى تأخير الجوانب الاجرائية للبحوث.

سادسا : بعض الاعتبارات الأساسية في استخدام أسلوب الملاحظة

من جماع خصائص الملاحظة وأساليبها ومزاياها وعيوبها يمكن أن نستخلص مجموعة من الاعتبارات الأساسية التي تحكم أسلوب الملاحظة أو المشاهدة من أهمها :

١ - قصر استخدامها في حالات معينة تتطلب استخدام هذه الطريقة فعلا، مع اختيار نوع الملاحظة المناسبة لظروف البحث وطبيعته.

٢ - التنبيه إلى احتمالات تحيز القائمين بالملاحظة في تفسير وتسجيل ما يشاهدونه أو يلاحظونه، مما قد يؤدي إلى احتمالات الحصول على نتائج متحيزة أو غير دقيقة.

٣ - الحرص على عدم اشعار المبحوثين بأنهم تحت الملاحظة حتى لا يغيروا من سلوكهم أو تصرفاتهم الطبيعية .

٤ - ضرورة تدريب الباحثين الذين سيقومون بعملية الملاحظة.

٥ - ضرورة توفير الطريقة التي تسمح بتسجيل الظواهر بسرعة ودقة.

٦ - تستخدم الملاحظة بنجاح في حالة التغيرات قصيرة الأجل نظرا لصعوبة ملاحظة التغيرات طويلة الأجل.

مراجع البحث الأول :

(١) محمود قاسم ، المنطق الحديث ومناهج البحث ، الطبعة السادسة (القاهرة : دار المعارف، ١٩٧٠) ص ١١٢.

(٢) عبد الباسط محمد حسن ، مرجع سابق ، ص ٢٤.

- (٣) المرجع السابق ، ص ١٣٥ .
- (٤) محمود قاسم ، مرجع سابق ، ص ١٢٢ .
- (5) Adams, Gerald and Schvaneveldt, R., Understanding Research methods. New York, : Longman Inc., 1985. pp. 234 - 235.
- (٦) المرجع السابق ، ص ٢٤٤ .
- (٧) محمد الجوهري ، عبد الله الخريجي ، مناهج البحث العلمي : طرق البحث العلمي ، الجزء الثاني، الطبعة الثانية ، جدة : دار الشروق ، ١٩٨٠ ، ص ١٩٠ .
- (8) Adams, G. & S.R. op. cit., p. 242.
- (9) Raj, Hans. Theory and Practice in Social Research. New Delhi, : Chahabra For Surjeat Publications., 1984, p. 241
- (١٠) د. فاروق يوسف ، مناهج البحث العلمي ، القاهرة : مكتبة عين شمس ، ١٩٧٨ ، ص ١٠٥ .
- (١١) انظر المرجع رقم ٥ ص ٢٣٨ والمرجع رقم ٩ ص ٢٠٥ .
- (١٢) انظر المرجع رقم ٥ ص ٢٣٥ والمرجع رقم ٩ ص ٢٠٧ .
- (١٣) د. لويس كامل مليكة (محرر) ، سيكولوجية الجماعات والقيادة ، القاهرة : مكتبة القاهرة الحديثة، الجزء الثالث ، ١٩٦٤ ، ص ٦٦٦
- (١٤) انظر المرجع رقم ٥ ص ٢٣٥ والمرجع رقم ٩ ص ٢٠٩ - ٢١٠ .
- (15) Adams G. op. cit., p. 236.
- (١٦) د. فاروق يوسف ، مرجع سابق ، ص ١٠٤ .
- (١٧) د. نجيب اسكندر وآخرون ، مرجع سابق ، ص ٤٢٠ - ٤٢١ .
- (18) International Encyclopedia Of the Social Sciences. New York, : The Macmillan Co. and the Free Press., 1968, p. 263.

المبحث الثانى

المقابلة العلمية

يمكن استخدام المقابلة الشخصية العلمية بالاضافة إلى الوسائل الأخرى - كالبريد والتليفون - فى الحصول على الاستجابات المطلوبة فى حالة استخدام الاستقصاء فى جمع المعلومات ، وتعتبر المقابلة فى هذه الحالة وسيلة من الوسائل التى يتم عن طريقها ملء صحائف الاستقصاء من مفردات البحث.

أما فى غير ذلك من الحالات فتعتبر المقابلة الشخصية Interview أو "الاستبار" وسيلة مستقلة شأنها شأن الاستقصاء أو الملاحظة أو التجربة فى الحصول على البيانات الأولية، لاسيما فى حالة الرغبة فى الحصول على معلومات ممن لا يعرفون القراءة أو الكتابة - وهى احدى المشكلات الأساسية فى بحوث الاعلام وعلى الأخص بحوث مستمعى الاذاعة ومشاهدى التليفزيون - أو فى حالة المبحوثين الذين يفضلون الحديث عن تدوين الاجابات فى صحيفة الاستقصاء .

وتختلف المقابلات الشخصية فيما بينها من حيث وظائفها وأساليبها وجمهورها ومداهما وذلك على النحو التالى: ^(١)

١ - من حيث الوظائف يمكن تصنيف المقابلات على النحو التالى :

- أ - مقابلات تشخيصية Diagnostic وهى التى تستهدف تشخيص حالات المبحوثين والتعرف عليها وعلى العوامل الأساسية المؤثرة فيها .
- ب - مقابلات علاجية Treatment وهى التى تستهدف تحديد خطة علاج المبحوث وتنفيذها .

ح - مقابلة تهدف إلى جمع بيانات البحوث Research وهي التي تستهدف جمع بيانات أساسية أو تفصيلية متعلقة بالموضوع الذي يقوم الباحث بدراسته.

٢ - أما من حيث الأسلوب المستخدم فيمكن تصنيف المقابلات على النحو التالي:

أ - مقابلات غير موجهة أو غير مقننة Non-Directive or Unstructured وهي التي تتم بدون الإعداد المسبق للأسئلة بطريقة دقيقة وتفصيلية، كما تترك فيها الحرية للمبحوث في الاسترسال في عرض خبراته وآرائه وأفكاره ووجهات نظره.

ب - مقابلات موجهة أو مقننة Directive or Structured وهي التي يتم إعداد أسئلتها بطريقة محددة ومقننة قبل المقابلة، وتهدف التعرف على آراء المبحوث ووجهات نظره من خلال هذه الأسئلة.

٣ - أما من حيث عدد المبحوثين فيمكن تصنيف المقابلات إلى نوعين هما:

أ - المقابلة الفردية Individual وهي التي تتم بين الباحث وبين مبحوث واحد.

ب - المقابلة الجماعية Group وهي التي تتم بين الباحث وبين مجموعة من المبحوثين.

٤ - أما من حيث طول المقابلة ومدتها فيمكن تصنيفها إلى الأنواع التالية:

أ - المقابلة القصيرة Short - Contact وهي التي تستغرق مدة قصيرة.

ب - المقابلة الطويلة Long - Contact وهي التي تستغرق مدة طويلة.

ح - المقابلة لمرة واحدة وهى التى لايقوم الباحث فيها بمقابلة المبحوثين أكثر من مرة.

د - المقابلة المتكررة Repeated وهى التى يقوم فيها الباحث بمقابلة نفس المبحوثين أكثر من مرة خلال مدة زمنية معينة للتعرف على مدى التغير فى الاتجاهات والمواقف والآراء ووجهات النظر بالنسبة لهم.

وفى ضوء التصنيفات السابقة يمكن أن نعرض بطريقة تفصيلية لبعض أنواع المقابلات أآذين فى الاعتبار الجانب الوظيفى للمقابلة وطبيعتها.

١ - المقابلات التى تستهدف زيارة درجة تبصير الباحث بالمشكلة التى يتصدى لدراستها :

وتنقسم هذه المقابلات إلى نوعين هما :

(١) مقابلات تستهدف التعرف على جوانب جديد فى مشكلة البحث :

وهى التى تفيد بصفة أساسية ومباشرة فى حالة البحوث الاستطلاعية أو الكشفية والتى لايتوافر فيها لدى الباحث معلومات كافية عن موضوع البحث مما يدفعه إلى اجراء عدة مقابلات شخصية مع بعض المسئولين أو الخبراء ذوى الصلة المباشرة بالمشكلة بون أن تكون هناك أسئلة محددة أو معدة مسبقا، وتثار أثناء هذه المقابلة مجموعة من النقاط والتفصيلات والأبعاد والزوايا والخلفيات المتعددة للموضوع والتى قد يخفى معظمها على الباحث .

(ب) مقابلات تستهدف التعرف على الفروض والاستجابات البديلة لعناصر مشكلة البحث :

كما تفيد المقابلات الشخصية أيضا - سواء فى حالة البحوث الكشفية أو

الوصفية أو السببية - فى امكان تعرف الباحث على مجموعة الفروض الخاصة بمشكلة البحث مما يؤدي إلى تأكده من الفروض السابقة التي حددها واطافة فروض جديدة قد تكون خافية عليه ، بالاطافة إلى أهمية المقابلات غير المقننة فى حصر جميع الاطجابات البديلة للاسئلة التي يفكر الباحث فى تضمينها صحيفة الاطتقصاء الخاصة بالبحث مما يوفر له الدقة الكاملة لأدوات وأساليب جمع البيانات ، هذا فضلا عن الحالات التي ياطهدف الباحث فيها الحصول على معلومات وتفسيرات دقيقة ومحددة.

٢ - المقابلات البؤرية Focused Interviews

وهى التي يقوم فيها الباحث بدراسة خبرة معينة مر بها مجموعة من المبحوثين فى موقف معين (مشاهدة فيلم أو برنامج معين ، أو سماع برنامج اذاعى معين ، أو قراءة موضوع صحفى أو كتاب معين ، أو الاشتراك فى موقف اجتماعى معين).

ويقوم الباحث فى هذه الحالة بتحليل الموقف ، ودراسة جوانبه المختلفة، واعداد دليل للمقابلة يتضمن أهم الجوانب والفروض الرئيسية التي ستخضع للدراسة .

ويتميز هذا النوع عن غيره من المقابلات بعدة خصائص من أهمها (٢) :

- التركيز على مجموعات مشتركة فى موقف أو خبرة معينة .
- تحليل الموقف وتحديد عناصره ، ووضع الخطوط الأساسية والفروض الخاصة بالبحث قبل اجراء المقابلات.
- التركيز على الخبرة الشخصية للمبحوث واتجاهاته واطجاباته بالنسبة لموقف معين تحت الدراسة.

وعلى الرغم من ذلك فإن الباحث يترك الحرية للمبحوث فى الاسترسال فى التعبير عن اتجاهاته وأرائه ووجهات نظره دون التقيد بالاسئلة المرشدة المعدة مسبقا، ولهذا فهو يجمع بين مزايا المقابلة الموجهة وغير الموجهة، ويمكن أن نطلق عليه « المقابلة شبه المقتنة » .

٣ - المقابلات التعميقية Depth Interviews

لما كانت معظم وسائل جمع البيانات تستهدف الوصول إلى تقديرات كمية أو رقمية أو وصفية للظواهر المختلفة المرتبطة بالبحث . ولما كان من الضرورى بالنسبة للعديد من البحوث سواء فى مجال الاعلام أو الاعلان أو العلاقات العامة أو التسويق أو الدراسات النفسية والاجتماعية وغيرها أن يتعرف الباحث على الدوافع التى أدت إلى سلوك المبحوثين سلوكا معيناً فى اتجاهات معينة ، لذلك كان من الضرورى أن تستخدم وسائل فعالة فى التعرف على هذه الدوافع بطريقة صحيحة وملائمة.

وعلى هذا الأساس فإن المقابلات التعميقية تستخدم كوسيلة للكشف عن هذه الدوافع سواء الظاهرة أو الخفية ، وتعتمد على فكرة المحادثات الحرة غير المقيدة بأسئلة محددة حول موضوع أو مشكلة معينة والعناصر المكونة لها بهدف الخروج بأكبر قدر من المعلومات التى يمكن عن طريقها استنتاج ما يدور بذهن المبحوث ونوع وكمية المشاعر والعوامل النفسية لديه والمقتربة بالمشكلة، ولايقنع الباحث - فى مثل هذه المقابلات - بالاجابات السطحية للمبحوث ، كما انه لايقبل اجاباته على علاتها وانما يحاول دائما التعمق فى الحديث معه حتى يتفهم خلفيات هذه الاستجابات المعطاة، ويحاول معرفة أي تعارض بين استجابات الفرد أثناء الحديث واتجاهاته التى يعلن عنها.

وفى مثل هذه المقابلات تترك الحرية للباحث فى طرح أية أسئلة وفى الاسترسال والتتبع والتعمق فى تفصيلات سؤال معين ، وفى تكرار مجموعة من الأسئلة بصيغ متعددة ، وفى عرض الأسئلة بالأسلوب الذى يراه ملائما من وجهة نظره ، وفى تشجيع المبحوث على توضيح مظاهر سلوكه وشرح شعوره وانفعالاته، ومساعدته على الاسترسال فى الحديث حول موضوع معين، والتعبير الحر عما يجول فى ذهنه من أفكار ومعان حول هذا الموضوع مع خلق جو من الألفة والصراحة والثقة بينه وبين المبحوث للحصول على درجة عالية من المكاشفة النفسية الصريحة التى تؤدى فى النهاية الى التعرف الدقيق على الدوافع النفسية والحاجات الانسانية .

وتتميز المقابلة كوسيلة لجمع البيانات الأولية بمجموعة من المزايا من أهمها درجة المرونة العالية التى تتيحها للباحث والتى تمكنه من شرح الأسئلة وتوضيح معانيها، وامكانية التعمق فى دراسة الظاهرة والكشف عن الدوافع والمشاعر والحاجات الانسانية لدى المبحوثين ، وتوجيه الأسئلة بتتابع وترتيب معين - بعكس صحيفة الاستقصاء التى يطلع المبحوث على جميع أسئلتها قبل الاجابة - وامكانية الحصول على الاجابات على جميع الأسئلة - بعكس صحيفة الاستقصاء أيضا التى قد لايجيب المبحوث على بعض أسئلتها - فضلا عن امكانية تغطية جميع مفردات عينة البحث.

كما تتيح المقابلة للباحث امكانية تشكيل الجو الاجتماعى بما يسمح بمعالجة بعض الضغوط الاجتماعية لدى المبحوث مما ييسر انطلاقه وبالتالي امكانية الحصول على معلومات صريحة منه ، فضلا عن امكانية كشف الدوافع والمشاعر الحقيقية للمبحوثين من خلال التعبيرات غير اللفظية كحركات الوجه والجسم وطبقة الصوت .

الا أنه يعاب على المقابلة احتمال التحيز الذي قد ينجم عن تأثير الباحث على المبحوثين ، أو عن اختلاف دلالات الألفاظ المستخدمة ، أو تأثر الباحث ببعض المواقف المعينة أثناء المقابلة ، وتخوف بعض المبحوثين من الأدلاء ببعض المعلومات أو التصريح بحقيقة مشاعرهم وبوافعهم ، هذا فضلا عما تحتاجه المقابلات من زيادة واضحة في الجهد والتكاليف والوقت المبذول ، مع ضرورة توفير عدد كاف من الباحثين على درجة عالية من الكفاءة والقدرة بما يضمن الحصول على البيانات المطلوبة بطريقة موضوعية وبأدنى حد ممكن من التحيز أو التحريف.

مراجع البحث الثاني :

(1) Pauline V. Young & C.F. Schmid op. cit., p. 217.

(٢) انظر المرجع التاليين :

- المرجع السابق ، ص ٢١٩.

- C. Seltiz, et al., op. cit., p. 215.

المبحث الثالث

الاستقصاء

أولاً : مفهوم الاستقصاء وأنواعه وخصائصه :

يعتبر الاستقصاء^(١) Questionnaire أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدماً ، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة ، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم، أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

ويعتبر الاستقصاء من أكثر طرق جمع البيانات الأولية شيوعاً في العلوم الاجتماعية وفي الدراسات الإعلامية نظراً لتنوعه وتعدد أشكاله مما يجعله يخدم أغراضاً مختلفة في البحوث المختلفة .

وينقسم الاستقصاء - من حيث تكوينه وهيكله العام - إلى نوعين هما (٢) :

١- الإستقصاء المقنن Structured

وهو الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً قبل تطبيق الاستقصاء، ويستخدم عادة في التعرف على مجموعة من المعلومات والآراء ووجهات النظر وأنماط الممارسة من مجموعة كبيرة من المبحوثين ، ويزداد استخدامه كلما توافر للباحث أطواراً مرجعياً كافياً عن مشكلة بحثه والمتغيرات، العديدة المؤثرة فيها ، كما يمكن جمع بياناته بطريقة ميسورة إذا ما أرسل للمبحوثين عن طريق البريد .

٢ - الاستقصاء غير المقنن Unstructured

وهو الذى يتضمن مجموعة من الأسئلة العامة التى تدور حول الموضوعات الرئيسية لمشكلة البحث بحيث تعتبر بمثابة مرشد للباحث فى جمع البيانات المطلوبة، والتى تتم عن طريق المقابلة الشخصية للباحث مع مجموعة المبحوثين ، ويستخدم هذا النوع بهدف التعرف على وجهات نظر المبحوثين وآرائهم واتجاهاتهم ووافقهم، ولذلك يطلق على هذا النوع « صحائف الاستبصار » Interviewing Schedule تمييزا له عن « صحائف الاستقصاء المقننة » ، نظرا لأنه يعتمد على جهد الباحث فى « سبر غور » المبحوث والتعرف على أبعاد جديدة ومتنوعة عن طريق استرسال المبحوث فى الاستجابة ومهارة الباحث فى توجيه الأسئلة وإدارة الحديث بالطريقة التى تضمن الحصول على أكبر كمية ممكنة من المعلومات والآراء والاتجاهات والذوافع على نحو ما عرضنا لذلك فى المبحث السابق الخاص بالمقابلة.

أما من حيث أسلوب جمع البيانات من الميدان فينقسم الاستقصاء إلى عدة أنواع هى :

١ - الاستقصاء البريدى Mailed Questionnaire

وهو الذى يتم ارسال صحائفه إلى العينة المختارة من المبحوثين عن طريق البريد لكى يقوموا بملئه واستيفاء الاستجابات المطلوبة ، وارساله إلى الباحث أو الجهة المشرفة على البحث .

ويعتبر هذا النوع نمطا شائعا فى معظم البحوث خاصة التى تتميز بزيادة اعداد المبحوثين وانتشارهم جغرافيا بطريقة تجعل من الصعب امكانية الاتصال الشخصى المباشر بهم ، الا أن ذلك يتطلب ضرورة أن تكون الأسئلة على درجة

عالية من الوضوح والبساطة ، فضلا عن اتفاقها مع المستوى الثقافى والتعليمى للمبحوثين ، كما يجب أن تيسر الجهة المشرفة على البحث امكانية ارسال الردود من جانب المبحوثين كأن تقوم مثلا بوضع مظروف مدون عليه عنوان الجهة وملصوق عليه طابع بريد ، وبذلك تختصر بعض الجهد بالنسبة للمبحوث وتضمن زيادة نسبة الاستجابة .

٢- الاستقصاء بالتليفون Telephone Interview

وهو الذى يتم ملء بياناته عن طريق الاتصال تليفونيا بالمبحوثين ، ويتطلب ذلك بالطبع ضرورة توافر خطوط تليفونية لدى مجتمع البحث ، وخدمة تليفونية ممتازة.

٣- الاستبصار Interviewing Schedule

وهو الذى يتم جمع بياناته عن طريق المقابلة الشخصية بين الباحثين والمبحوثين ، ويتبع ذلك عادة فى حالتين :

أ - غموض مشكلة البحث ، وعدم توافر بيانات أساسية كافية عنها ، مما يستوجب ضرورة اجراء دراسات استكشافية واستطلاعية تلقى الضوء على الجوانب المختلفة للمشكلة البحثية ، وذلك عن طريق اعداد اسئلة تمثل رؤوس موضوعات ومقابلة المبحوثين للتعرف على آرائهم ومعلوماتهم ووجهات نظرهم فى مجموعة القضايا التى تتضمنها هذه الأسئلة العامة .

ب - الرغبة فى التعرف على الدوافع والاتجاهات ووجهات النظر المختلفة لدى المبحوثين ، وهو ما لا يمكن الحصول عليه عن طريق الاستقصاء البريدى الذى لايساعد فى التعرف على حقيقة الدوافع والمشاعر والآراء والاتجاهات لدى المبحوثين .

وفى كلتا الحالتين فان الاستبار لا يمكن تطبيقه على عدد كبير من المبحوثين نظرا لما يتطلبه من توافر عدد كبير - على مستوى عال - من الباحثين، فضلا عن ازدياد تكلفته المادية واستغراقه فترة زمنية طويلة نسبيا ، وصعوبة تبويب بياناته - بالقياس الى الاستقصاء المقتن - وتصنيفها وجدولتها واستخراج نتائجه.

وعلى الرغم من أن صحيفة الاستقصاء - كوسيلة لجمع البيانات - تتميز بعدة مميزات من أهمها امكانية تطبيقها على عدد كبير من المفردات ، وامكانية توحيد توقيت اجراءاتها بالنسبة لجميع هذه المفردات وبنفس الصيغة الواحدة، وتوافر عنصر السرعة والاقتصاد فى التكلفة فيما يتعلق باجراءاتها بالقياس إلى بقية الأساليب الأخرى فى جمع البيانات ، وامكانية الحصول على معلومات كثيرة ومتنوعة باستخدامها ، وسهولة مراجعة البيانات وتصنيفها وتحليلها ومعالجتها احصائيا ، الا انها مع ذلك تنطوى على عدة عيوب من أهمها :

١ - لما كان نجاح الاستقصاء يتوقف على ضرورة تعاون المبحوث فى امداد الباحث بكل البيانات المطلوبة فان احتمالات عدم تعاون بعض المبحوثين يقلل من دقة النتائج المطلوبة ، فضلا عن أن بعض المبحوثين لايعطون الاستقصاء اهتماما جيدا .

٢ - احتمال نقص استجابات المبحوثين ، ويظهر ذلك بصورة واضحة فى حالة «الاستقصاء البريدى» حيث أوضحت الدراسات السابقة أن معدل إرسال الردود يتراوح بين ٢٠ ٪ ، ٤٠ ٪ من مجموع صحائف الاستقصاء المرسلة للمبحوثين .

٣ - احتمال التحريف فى بعض الاجابات من قبل المبحوثين نتيجة لعدة عوامل من أهمها :

- عدم معرفة الاجابة الصحيحة والتطوع بالادلاء بأية اجابات .
- عدم تذكر البيانات أو الحقائق المطلوبة بدقة .
- عدم القدرة على التعبير اللفظى الدقيق عن الانطباعات والآراء والأفكار.
- تجاهل اسئلة معينة ، أو تزييف بعض الاجابات نتيجة احتمال عدم وجود الحرية لدى المبحوثين فى الادلاء بالمعلومات أو عدم رغبتهم فى ذلك .
- بعض المبحوثين لايعرفون فعلا كل ما يريدون ، وبالتالي فهم لايقولون كل ما يرغبون فيه حقيقة.

٤ - ميل معظم الأفراد إلى اعطاء بيانات غير صحيحة أو المبالغة والاختلاق فى الاجابات خاصة فيما يتعلق بالأسئلة الشخصية ، وبالتالي فان من المحتمل أن يحصل الباحث على اجابات متحيزة ولاتمثل الواقع تماما ، وذلك نتيجة لاتجاه بعض المبحوثين إلى تكييف اجاباتهم بالشكل الذى يتفق مع تحيزاتهم، أو لاختفاء ميولهم واتجاهاتهم الذاتية ، أو بفرض الظهور بصورة أفضل، أو بصورة تتفق مع الانماط المقبولة اجتماعيا ، أو بهدف ارضاء الباحث، وينسحب ذلك مثلا على الأسئلة الخاصة بعدد الصحف التى يقرأها الفرد ونوعها، والبرامج الاذاعية أو التليفزيونية التى يقبل على سماعها أو مشاهدتها، حيث دلت نتائج بعض البحوث السابقة على ميل أفراد العينة التى أجرى عليها مثل هذه البحوث إلى ذكر أسماء بعض الصحف والبرامج الاذاعية والتليفزيونية التى لا يقرأونها أو يستمعون اليها أو يشاهدونها فعلا ، ولكنها نوع الصحف والبرامج التى تدل على المكانة أو الثقافة العالية التى يود المبحوث أن يتظاهر بها .

- ٥ - عدم امكانية استخدامه - فى بعض الحالات - مع الأميين ، واحتياجه إلى توفر القدرة على القراءة والفهم والكتابة لدى المبحوث .

ثانيا : خطوات اعداد صحيفة الاستقصاء :

١ - تحديد كمية ونوعية المعلومات المطلوبة :

لما كانت صحيفة الاستقصاء بما تتضمنه من أسئلة محددة تستهدف فى النهاية الحصول على معلومات محددة عن موضوع البحث فان ذلك يستلزم بالضرورة أن يقوم الباحث بتحديد نوعية وكمية البيانات التى يريد جمعها وذلك عن طريق المراجعة الدقيقة لمشكلة البحث وفروضه وتساؤلاته ومايسعى إلى الحصول عليه من معلومات واجابات واستفسارات معينة .

٢ - تحديد الهيكل العام لصحيفة الاستقصاء :

بعد أن يقوم الباحث بتحديد المعلومات المطلوبة ، فان الخطوة التالية لذلك هى تقسيم هذه المعلومات وتصنيفها وتبويبها وترتيبها بطريقة منطقية بحيث تبدو الصورة النهائية لصحيفة الاستقصاء عبارة عن مجموعة من الوحدات المتتابعة التى تتضمن كل وحدة منها نقطة أو قضية معينة بتفصيلاتها المختلفة يراد جمع المعلومات عنها ، ويؤدى تكامل هذه الوحدات إلى تكوين الهيكل العام لصحيفة الاستقصاء بصورة شاملة.

٣ - اعداد صحيفة الاستقصاء فى صورتها الأولى :

بعد أن يتم تحديد الهيكل العام للاستقصاء يبدأ الباحث فى تحويل وحدات الاستقصاء وقضاياها بتفصيلاتها المختلفة إلى مجموعة من الأسئلة المتتابعة التى تشكل فى النهاية صورة أولية لصحيفة الاستقصاء.

وتنقسم الأسئلة إلى نوعين رئيسيين هما :

(أ) الأسئلة المفتوحة Open - end Questions

وهى نوع الأسئلة التى يترك فيها الباحث للمبحوث حرية الاجابة عليها بلغته وطريقته وأسلوبه دون التقيد باجابات محتملة يكون الباحث قد اعددها مسبقا .

ويتيح مثل هذا النوع من الأسئلة المفتوحة للمبحوث حرية التعبير عن آرائه دون التقيد بإجابات محددة ، وبالتالي فإنها قد تؤدي إلى تقليل احتمالات التحيز الذي قد ينتج من اختيار المبحوث لاحدى الاجابات البديلة استكمالا للشكل دون أن تمثل نوع الاجابة الصحيحة ، كما تؤدي إلى التعرف على الاتجاهات العامة للمبحوث فيما يتعلق بموضوع البحث .

وتفيد مثل هذه الأسئلة بصورة فعالة فى الحالات التالية :

* ندرة البيانات والمعلومات الخاصة بالمشكلة البحثية أو بنقطة أو قضية معينة بها لدى الباحث ، ولذلك فهي تستخدم بصفة أساسية فى الدراسات الاستكشافية وفى بعض مجالات الدراسات الوصفية.

* تنوع الاستجابات البديلة وتعددتها وعدم امكان حصرها.

* الرغبة فى معرفة الدوافع والاتجاهات ووجهات النظر لدى المبحوثين، وهو ما لا يؤدي اليه استخدام الأسئلة المغلقة المقننة.

الا أن هذا النوع من الأسئلة الحرة المفتوحة يواجه عدة انتقادات من أهمها :

- ضرورة توافر قدرة عالية لدى الباحث فى تسجيل كافة آراء المبحوث وتعليقاته ، وهو ما يستهلك وقتا كبيرا قد يؤثر على الوقت المخصص لاجراء الاستقصاء ، ويقلل من الوقت الذى يجب أن يتاح لبقية الأسئلة المتضمنة فى الاستقصاء .

- احتمال استطراد المبحوث فى سرد آراء وأفكار ومعلومات قد تخرج عن نطاق البحث.

- احتمال اختلاف درجة فهم المبحوثين للسؤال - خاصة فى حالة الاستقصاء البريدى - مما قد يؤدى إلى اختلاف اجاباتهم حسب فهمهم للسؤال مما ينتج عنه عدم تمثيل النتائج النهائية للواقع تمثيلا صحيحا .

- صعوبة تبويب وتصنيف الاستجابات التى يمكن الحصول عليها عن طريق هذه الأسئلة خاصة فى حالة عدم تجانس مفردات العينة المختارة فى البحث .

- صعوبة تكوين قوائم ذات معنى موحد لتصنيف الآراء التى قيلت - مع اختلاف الألفاظ المستخدمة من قبل المبحوثين - فضلا عما قد يؤدى إليه ذلك التقنين من تأثير فى نوعية وشدة التعبيرات المستخدمة.

- احتمال تحيز الباحث اثناء عملية التصنيف التى يقوم بها اعتمادا على وجهة نظره الخاصة ، وهو ما قد يتعارض - فى بعض الحالات - مع وجهات نظر المبحوثين انفسهم إذا ما طلب منهم ادراج آرائهم وأفكارهم فى تصنيف معين (٣) .

(ب) الأسئلة المغلقة : Closed or Structured Questions

وهى نوع الأسئلة التى يحدد فيها الباحث مسبقا مجموعة من الاجابات البديلة ويدونها فى صحيفة الاستقصاء بعد السؤال مباشرة على أساس أن يقوم المبحوث باختيار اجابة واحدة أو أكثر على أنها الاجابة المناسبة من وجهة نظره، وفى بعض الحالات يترك الباحث للمبحوث حرية الاختيار بين الاجابات المدونة فى صحيفة الاستقصاء أو ذكر أية اجابات أخرى غير مدونة ويطلق بعض الخبراء على مثل هذا النوع « الأسئلة نصف المغلقة » .

وتشتمل الأسئلة المغلقة على عدة نوعيات فرعية طبقا لنوعية الاجابة المطلوبة، وذلك على النحو التالى :

النوع الأول : أسئلة مغلقة تنحصر استجاباتها في بديلين فقط ، ويطلب من المبحوث اختيار بديل واحد منها ^(٤) Dichotomous Choice ويتمثل الاستجابات الخاصة بهذا النوع من الأسئلة فى الأسئلة التالية (نعم - لا) (صح - خطأ) (جيد - ردى).

النوع الثانى : أسئلة مغلقة تتعدد استجاباتها ، ، ولكن يطلب من المبحوث اختيار بديل واحد فقط منها Multiple - Choice .

النوع الثالث : أسئلة مغلقة تتعدد استجاباتها ، ويطلب من المبحوث اختيار بديل أو مجموعة بدائل مختلفة يرى أنها تمثل الاجابة الصحيحة من وجهة نظره.

وجدير بالذكر أن نشير هنا إلى أن الباحث لا يكتفى بمجرد وضع الاستجابات البديلة فقط، وإنما يضيف اية أبعاد أخرى يرى انها يمكن أن تعطى نتائج أكثر دقة وأكثر تفصيلا ، وتوضح الأمثلة التالية نوعية الاضافات الأخرى التى يقوم بها الباحث لزيادة الاستفادة من اجابة السؤال فى عملية التحليل.

المثال الأول : ماهى درجة تأثير التليفزيون عليك بالنسبة للنواحى التالية ؟
(من بحث عن تأثير التليفزيون).

| زاد | كما هو | قل | لا يحدث عادة |
|-----|--------|----|--------------|
| - | - | - | - |
| - | - | - | - |
| - | - | - | - |
| - | - | - | - |
| - | - | - | - |
| - | - | - | - |
| - | - | - | - |

- ذهابك إلى السينما.

- زيارتك للأقارب والأصدقاء.

- زيارة الأقارب والأصدقاء لك .

- استماعك للراديو.

- قراءتك للصحف.

- قراءتك للكتب.

ويلاحظ هنا أن الباحث لم يكتف فقط بالمعلومات الخاصة بما إذا كان للتلفزيون تأثير معين على الجوانب الخاصة بالذهاب إلى السينما أو الزيارات أو القراءة أو الاستماع إلى الراديو فقط ، وإنما اضاف بعدا جديدا يقيس به نوعية التأثير في كل مجال من هذه المجالات.

المثال الثاني : من بين الوسائل الاعلامية التالية الرجا ذكر درجة استخدام كل وسيلة في مجال الاعلام لديكم ؟ (من بحث عن سياسات الاعلام العربى فى أوريا).

| الوسائل | تستخدم بصفة دائمة | تستخدم أحيانا | نادرا ماستخدم | لاستخدم |
|-------------------|----------------------|------------------|------------------|---------|
| - جرائد محلية | - | - | - | - |
| - جرائد عالمية | - | - | - | - |
| - مجلات محلية | - | - | - | - |
| - مجلات عالمية | - | - | - | - |
| - التلفزيون | - | - | - | - |
| - الراديو | - | - | - | - |
| - السينما | - | - | - | - |
| - المطبوعات | - | - | - | - |
| - المعارض الدولية | - | - | - | - |
| - المعارض المحلية | - | - | - | - |
| - البريد المباشر | - | - | - | - |
| - الهدايا | - | - | - | - |
| - المؤتمرات | - | - | - | - |
| - الندوات | - | - | - | - |

ويلاحظ هنا أن الباحث لم يكتف فقط بمجرد التعرف على الوسائل الاعلامية المستخدمة ، وإنما أراد أن ينفذ أكثر إلى درجة استخدام كل وسيلة من هذه الوسائل.

المثال الثالث: ماهى الجرائد والمجلات التى تقرأها بصفة منتظمة ؟ الرجاء وضع علامة (x) فى الخارطة التى توضح رأيك (من بحث عن أنماط قراءة الصحف المصرية).

| الأمم | الأخبار | الجمهورية |
|---------------------|---------|-----------|
| - المصور | - | - |
| - آخر ساعة | - | - |
| - نصف الدنيا | - | - |
| - الأهرام الاقتصادى | - | - |
| - الكواكب | - | - |
| - روز اليوسف | - | - |
| - صباح الخير | - | - |
| - الأهرام الرياضى | - | - |
| - حواء | - | - |

ويلاحظ فى هذا السؤال أن الباحث لم يكتف بالتعرف على قراءة الجرائد على حدة، وقراء المجلات على حدة ، وإنما استهدف التعرف على درجة الارتباط بين قراءة جرائد معينة ومجلات معينة ، وهو بهذا يضيف الى بحثه بعدا جديدا يفيد فى عملية التحليل ، خاصة مع ارتباط هذه النتائج بالعوامل الديموجرافية للمبحوثين كالسن والجنس والدخل ودرجة التعليم والمهنة ، والمناطق الجغرافية المختلفة.

النوع الرابع : ولما كانت بعض البحوث تستهدف التعرف على درجة شدة الاستجابات لدى المبحوث، فقد بدأ استخدام المقياس المتدرج لقياس الاستجابات Scaled Response بحيث يقوم الباحث بوضع مجموعة من الاجابات المحتملة للسؤال تتدرج من التأييد الى الرفض مثلا وما بينهما ، أو من الاعتقاد بأهمية الفكرة إلى الاعتقاد بعدم أهميتها وما بينهما ، كذلك يقوم الباحث بوضع أوزان نسبية تقديرية على شكل درجات لكل اجابة من هذه الاجابات المحتملة تتناسب مع قوتها ، ويتيح ذلك للباحث امكانية قياس مدى الاختلاف بين الاستجابات المقننة الموضوعية ، وشدة الاتجاه نحو موضوع أو رأى أو وسيلة اعلامية معينة ، وتوضح الأمثلة التالية كيفية اعداد الأسئلة بالطريقة المقترحة :

المثال الأول : ماهى فى تقديرك مدى أهمية قياس اتجاهات الرأى العام قبل القيام بوضع البرنامج الاعلامى ؟ (من بحث عن سياسات الاعلام العربى فى أوروبا).

الدرجات المقترحة

(لاتوضع فى صحيفة الاستقصاء)

| | |
|-----|-----------------|
| ١٠ | - مهم جدا |
| ٨ | - مهم |
| ٥ | - متوسط الأهمية |
| ٢ | - قليل الأهمية |
| صفر | - لا أهمية له |

يلاحظ فى هذا السؤال أن الباحث حدد خمس استجابات بديلة تتدرج من درجة الأهمية العالية إلى الاعتقاد بعدم الأهمية ، ووضع لكل استجابة درجة تتفق مع شدة الاجابة وقوتها، مع ملاحظة أن هذه الدرجات لاتوضع فى صحيفة الاستقصاء بالطبع وانما يحتفظ بها الباحث لاستخدامها فى تفرغ البيانات وجدولتها.

المثال الثاني : قد يطلب الباحث فى بعض الحالات أن يقوم المبحوث باعطاء درجة تدل على تقديره للفكرة أو للوسيلة وذلك على نحو السؤال التالى :

- الرجا ترتيب الوسائل الاعلامية التالية حسب أهميتها من واقع خبرتك العملية فى الاتصال بفئات الجمهور ، معطيا رقم (١) لأكثرها أهمية ، ورقم (٢) لدرجة الأهمية التالية وهكذا . (من بحث عن سياسات الاعلام الداخلى)، ويقوم الباحث بعد ذلك بترتيب الوسائل الاعلامية على أساس الدرجات المعطاة لكل منها من المبحوثين .

المثال الثالث : يمكن ان يتسع السؤال السابق ليشمل ابعادا تفصيلية أخرى تفيد فى الحصول على نتائج أكثر دقة وأكثر تحديدا وذلك على نحو السؤال التالى :

- الرجا ترتيب الوسائل الاعلانية التالية حسب أهميتها من واقع خبرتك العملية فى الاعلان عن السلع المختلفة المبينة . معطيا رقم (١) لأكثرها أهمية ، ورقم (٢) لدرجة الأهمية التالية وهكذا .. بالنسبة لكل سلعة على حدة (من بحث عن سياسات الاعلان فى الشركات الصناعية).

| الوسائل | السلعة (أ) | السلعة (ب) | السلعة (ج) | السلعة (د) |
|----------------|--------------|------------|------------|--------------|
| الجرائد | - | - | - | - |
| المجلات | - | - | - | - |
| الراديو | - | - | - | - |
| التلفزيون | - | - | - | - |
| السينما | - | - | - | - |
| البريد المباشر | - | - | - | - |
| الملصقات | - | - | - | - |

ويلاحظ هنا أن الباحث استهدف التعرف على درجة الأهمية النسبية لكل وسيلة اعلانية بالنسبة لكل سلعة على حدة باعتبار أن كل وسيلة اعلانية ليست على نفس المستوى من الأهمية بالنسبة لمختلف السلع المعلن عنها.

النوع الخامس : ولما كانت الألفاظ تختلف من حيث دلالاتها من شخص إلى آخر فى نفس الوقت الذى تسعى فيه البحوث الى توفير أكبر قدر ممكن من الدقة فى البيانات ، اتجه الباحثون إلى استخدام مقياس جديد يتيح للمبحوث التعبير عن رأيه أو شعوره أو تقديره بأكبر قدر من المرونة ، وذلك على أساس أن توضع فى مكان الاجابة على السؤال كلمتان عكسيتان وبينهما عدة مسافات ويطلب من المبحوث أن يضع علامة عند المسافة التى يرى أنها تعبر عن رأيه أو تصف تقديره، ومن المقاييس الهامة المستخدمة فى هذا المجال « مقياس الخطوات السبع، أو مقياس الاختلافات الدلالية للالفاظ ^(٤) » ، حيث يقوم الباحث بوضع سبع مسافات بين كلمتين عكسيتين ويترك للمبحوث حرية وضع علامة عند المسافة التى يرى أنها تعبر عن رأيه وذلك على النحو التالى :

(ممتاز — — — — — ردى)

النوع السادس : كذلك يمكن أن تستخدم فكرة المقياس السابق فى التعرف على شدة الموافقة على فكرة أو جملة معينة ، حيث يقوم الباحث بوضع الجمل التى يريد معرفة درجة موافقة المبحوثين عليها ويضع أمام كل جملة منها خمس مسافات محصورة بين كلمتى (أوافق - لا أوافق) ويترك للمبحوث حرية وضع علامة عند المسافة التى تعبر عن درجة موافقته على الجملة.

وتفيد الأسئلة المغلقة بأنواعها المختلفة فى سهولة تبويب الاجابات وتصنيفها وتمييزها وتسجيلها، وتركيز انتباه المبحوث واهتمامه فى مجموعة محددة من الاستجابات ، وإزالة ماقد يحدث من لبس أو غموض فى معنى

السؤال كما هي الحال بالنسبة للأسئلة المفتوحة ، إلا أنه يعاب عليها في بعض الحالات انها يمكن ان تضع امام المبحوث مجموعة من الاجابات التي يسهل عليه أن ينتقى احسنها ، وبالتالي فان احتمال التحيز إلى الاجابة الأحسن والأفضل قد يمثل نسبة كبيرة ، فضلا عن أنها تفشل في كشف دوافع المبحوث ، كما قد تلزمه الاستجابات المحددة بأن يتخذ موقفا معينا من قضية لم يكن قد تبلور رأيه فيها بعد .

ويجب أن يراعى في وضع هذه الأسئلة المغلقة مجموعة من الاعتبارات من أهمها :

- ضرورة القيام بدراسة أولية على عينة صغيرة من المجتمع بهدف التعرف على معظم الاجابات المحتملة التي قد يخفى بعضها على الباحث حتى يمكن عرضها في الشكل النهائي لصحيفة الاستقصاء ، ويسبق ذلك بالطبع أن تتوفر لدى الباحث منذ البداية استجابات محتملة متعددة ايضا ، ويرتبط ذلك بمدى فهم الباحث للمشكلة التي يتصدى لدراستها وتشبعه بكل مايتصل بها من آراء وموضوعات وخلفيات متعددة.

- يجب أن تكون كل اجابة من الاجابات المحتملة مميزة تماما عن الاجابة الأخرى حتى يمكن ازالة أى لبس أو تداخل بين الاجابات وبالتالي تكتسب النتائج النهائية للبحث ميزة الوضوح والتعدد وتعطى مؤشرات واضحة ومحددة ومميزة.

بعض الاعتبارات الأساسية في صياغة أسئلة الاستقصاء :

مهما اختلفت نوعية أسئلة الاستقصاء سواء المفتوحة أو المغلقة أو نصف المغلقة فان هناك بعض الاعتبارات الأساسية التي يجدر بالباحث أن يتبعها حتى

يخرج فى النهاية بمجموعة متكاملة من الأسئلة الصحيحة التى تؤدى إلى الحصول على الاجابة الصحيحة ، وتتلافى فى نفس الوقت المشكلات الاتصالية للاستقصاء التى تتمثل فى « مشكلة اللغة ، والاطار المرجعى للمبجوثين ، وترتيب الأسئلة ، وطول صحيفة الاستقصاء ^(٥) » ، ونعرض لأهم هذه الاعتبارات فيما يلى:

• يمكن صياغة الأسئلة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة . ويتوقف ذلك على نوع الاجابة المطلوبة ، والسؤال المباشر هو الذى يصاغ بطريقة عادية للحصول على اجابات لايجد المبجوث حرجا فى الأدلاء بها ، أما السؤال غير المباشر فهو الذى يصاغ بطريقة اسقاطية أو مقنعة للحصول على اجابات قد يجد المبجوث حرجا فى الأدلاء بها لو وجه إليه السؤال بطريقة مباشرة ، كما أنها تكشف الدوافع الحقيقية لدى المبجوث فلنا منه انه يصف بها دوافع الغير .

• ولما كانت اللغة المستخدمة تمثل احدى المشكلات الاتصالية الأساسية فيجب أن يراعى فى صياغة الأسئلة أن تكون ذات مفردات لغوية بسيطة وسهلة وواضحة ومباشرة ، مع تجنب استخدام اللهجات المحلية والألفاظ المعقدة التى قد لايفهمها كل مبجوث بنفس المعنى الذى يفهمها به الآخرون . كما يجب تجنب الاصطلاحات الفنية الا إذا كان الاستقصاء موجها إلى مجموعة من المتخصصين الذين يفهمون هذه المصطلحات بنفس المعنى ، ويجب أن يسأل الباحث نفسه « كيف سيفسر المبجوث هذا السؤال؟ » بدلا من أن يسأل « ماذا يعنى هذا السؤال ^(٦) ؟ » .

• البعد عن الطريقة الايحائية فى الأسئلة أى الطريقة التى يحس منها المبجوث أن الباحث يريد أن يحصل على اجابات معينة ، بل يجب أن يتحرى الباحث الموضوعية فى صياغة الأسئلة .

- أن يتضمن السؤال فكرة واحدة أو نقطة قائمة بذاتها حتى تكون الاجابة مرتبطة فعلا بهذه الفكرة وبالتالي يمكن استخراج النتائج بطريقة دقيقة .
- مراعاة الاطار المرجعى للمبحوث من حيث تجنب الأسئلة المعقدة التى تدق على تفكيره ، وتقسيم الأسئلة الجدلية الى مجموعة من القضايا الفرعية التى يمكن تناولها بسهولة ويسر ، وأن تكون الاستجابات المطلوبة فى حدود الاطار المعرفى والثقافى للمبحوث ، « كما يجب أن يخضع طول السؤال للمستوى التعبيرى للمبحوث (٧) » .
- ضرورة تحديد التعريفات المستخدمة فى الأسئلة والوحدات أو المقاييس المطلوبة تحديدا دقيقا وواضحا حتى يمكن تحقيق درجة التماثل المطلوبة فى جميع البيانات.
- تجنب نوع الأسئلة التافهة أو التى لاتؤدى الاجابة عنها إلى نتائج ذات أهمية ، وكذلك تجنب الأسئلة التى قد تحتوى على بعض الموضوعات الشخصية المحرجة للمبحوث ، بالاضافة إلى استبعاد نوع الأسئلة التى قد يحصل الباحث منها على معلومات عامة غير محددة لأنها ستؤدى إلى عدم الدقة أو الموضوعية فى النتائج .
- تنوع الطريقة المستخدمة فى ترتيب الاجابات البديلة فى حالة الأسئلة المغلقة لتفادى احتمال احساس المبحوث بوجود نمط معين فى ترتيب الاجابات.
- اتاحة الفرصة للمبحوث فى عدم ذكر رأيه فى بعض الأسئلة تجنباً لدفعه إلى الكذب أو التحريف أو التخمين ، وذلك عن طريق تضمين الاجابات عبارات "لا أذكر" ، « لا أعرف » ، « لا أستطيع ابداء الرأى » .
- مراعاة المنطق فى ترتيب الأسئلة وتسلسلها بحيث يكون هناك ترابط وتناسق بين كل سؤال ومايليه من أسئلة ، مع عدم القفز بسرعة من قضية أو فكرة إلى قضية أو فكرة أخرى حتى لاىؤدى ذلك إلى ارتباك المبحوث وفقدانه القدرة على مواصلة الاجابة على الأسئلة .

كما يجب يراعى أيضا أن تبدأ صحيفة الاستقصاء بالأسئلة السهلة حتى يمكن تشجيع المبحوث على المضي فى الاجابة ، كذلك يمكن الاستفادة من الأسئلة الخاصة بالمعلومات الشخصية عن المبحوث - كالاسم والسن ودرجة التعليم والمهنة ومستوى المعيشة وغيرها - فى اشتراك المبحوث منذ البداية - اشتراكا فعليا - فى ملء صحيفة الاستقصاء والاندماج الذهنى والفكرى منذ الدقيقة الأولى فى الاستجابة لمتطلبات الاستقصاء.

كذلك يجب أن يتنبه الباحث إلى ضرورة مراعاة التتابع الزمنى للأحداث - إذا ماتضمنت صحيفة الاستقصاء قضايا زمنية - فضلا عن ضرورة مراعاة الترتيب الموضوعى للأحداث أيضا ، والتنسيق بين المتطلبات الزمنية والموضوعية بطريقة تكاملية .

• ضرورة اضافة مجموعة من الاسئلة التى يمكن استخدامها فى التأكد من صحة الاجابات عن بعض الأسئلة الواردة بصحيفة الاستقصاء ، كذلك يمكن اضافة أسئلة يمكن أن نطلق عليها « اسئلة التصفية ^(٨) » Filter Questions تستهدف التعرف - منذ البداية - على قدرة المبحوث على الاجابة عن اسئلة صحيفة الاستقصاء ، وتقيس هذه الاسئلة مدى معرفة المبحوث بالموضوعات التى يتطرق اليها الاستقصاء ، ودرجة معرفته بها .

٤ - اختبار الاستقصاء للتأكد من صلاحيته منطقيا وتجريبيا :

وهذه الخطوة من أهم الخطوات التى يجب اتباعها ، إذ لاشك أن الباحث أثناء اعداده لصحيفة الاستقصاء قد يغفل عن بعض النقاط أو الموضوعات التى يمكن ان يتضمنها الاستقصاء ، وقد يعرض لبعض الأسئلة المخالفة للمعايير المتفق عليها فى الصياغة ، أو يذكر بعض الألفاظ ذات المعانى المختلفة ، فضلا عن عدم معرفته بجميع الاجابات المحتملة للأسئلة المغلقة التى أدرجها فى صحيفة

الاستقصاء ، وعلى هذا الأساس فلا بد أن يلجأ الباحث إلى اختبار الاستقصاء والتأكد من صلاحيته منطقياً وتجريبياً وذلك بالطريقتين التاليتين :

أ - عرض صحيفة الاستقصاء على مجموعة من الأساتذة والخبراء فى موضوع البحث و فى مناهج البحث العلمى، بهدف اجراء الصحة الموضوعية والمنطقية والمنهجية للاستقصاء ، أى التأكد من انه يجمع نوع وكمية المعلومات المطلوبة وأن اعداده سليم وصياغته واضحة ومحددة ، ولاشك أن هذه المجموعة من الخبراء سوف توجه الباحث إلى مواطن النقص أو القصور من حيث شكل الاستقصاء أو مضمونه ، كما ستعرض له جهات نظر جديدة متعددة قد تكون خافية عليه.

ب - القيام بدراسة أولية (استكشافية) Pilot Study على عينة محدودة ماثلة للعينة الأصلية التى سيجرى عليها البحث ، وذلك بهدف التعرف على مدى فهم مفردات العينة للأسئلة وللألفاظ المستخدمة ودرجة وضوحها وسهولتها، ومدى تجاوب المبحوثين مع كل سؤال ، ونوع الاجابات البديلة المحتملة للأسئلة ، والوقت الذى تستغرقه عملية جمع البيانات ، والملاحظات والتعليقات المختلفة على جميع جوانب صحيفة الاستقصاء ومشتملاته شكلا وموضوعا .

٥ - اعداد صحيفة الاستقصاء فى الصورة النهائية :

وتتم هذه المرحلة على خطوتين - وان كان ذلك لايتبع فى معظم البحوث - الا أن ذلك يزيد من دقة صحيفة الاستقصاء وصلاحيتها منطقياً وتجريبياً .

ويقصد بالخطوة الأولى تعديل صحيفة الاستقصاء بعد أخذ رأى الأساتذة والخبراء والمتخصصين ، أما الخطوة الثانية فى التعديل فتأتى بعد اجراء الدراسة القبلىة على العينة المحدودة وهى الخطوة التى تستكمل صحيفة

الاستقصاء بعدها شكلها ومضمونها الشامل بعد اجراء كل التغييرات والتعديلات الضرورية.

ونظرا للأهمية الكبرى للتصميم الشكلى ومراعاة الجوانب الجمالية فى طباعة صحيفة الاستقصاء فان على الباحث ضرورة الاهتمام بها نظرا لما تؤدى إلى من تشجيع المبحوثين على الاجابة ، ولتحقيق ذلك يمكن اتباع الخطوات التالية :

- تصميم غلاف صحيفة الاستقصاء بشكل جذاب ومتكامل من حيث البيانات الأساسية التى تعطى للمبحوث فكرة سريعة عن أسم البحث والجهة القائمة به.
- تصدير صحيفة الاستقصاء بمقدمة تتضمن فكرة البحث وأهدافه والجهة القائمة به ، والمبحوثين الذين سيطبق عليهم الاستقصاء ، وطريقة الحصول على البيانات ، وتضمن المقدمة أن البيانات سوف تستخدم فى اغراض البحث العلمى.
- يمكن - فى بعض الحالات - اضافة صفحة أو أكثر بعد المقدمة تتضمن تعريفات محددة لبعض الألفاظ والمفاهيم الواردة بصحيفة الاستقصاء بهدف تحقيق الفهم المشترك بين جميع مفردات البحث .
- تضاف بعد ذلك صفحة أخرى تدون فيها بعض البيانات الأساسية عن المبحوث أو الجهة التى يجرى عليها البحث وذلك حسب الهدف الأساسى من اجراء البحث ، وتتضمن مثل هذه البيانات الأسم والسن والجنس ودرجة التعليم والمهنة والعنوان ، أو أسم الشركة والمؤسسة ووظيفة المبحوث وتاريخ بدء النشاط وغيرها من البيانات الأساسية اللازمة للتعرف على شخصية المبحوث.
- بعد ذلك تأتى مجموعة الأسئلة مقسمة ومبوبة ومرتبة بعد التأكد من صحتها منطقيا وتجريبيا ، ويترك للمبحوث فى النهاية صفحة يمكن أن يدون بها أية

اقتراحات أو ملاحظات اضافية لم تكن واردة بالاستقصاء ويود أن يضيفها علاوة على ما ذكر من اجابات ، وتختتم صحيفة الاستقصاء بجملة شكر مختصرة للمبحوث على تعاونه مع الباحث فى الاجابة على أسئلة الاستقصاء .

• ويراعى اخراج صحيفة الاستقصاء بصورة جميلة وجذابة وذلك عن طريق اختيار نوع جيد من الورق للطباعة . واختيار الحجم أو القطع المناسب ، والابتعاد تماما عن الأخطاء المطبعية أو اللغوية ، وترك فراغات مناسبة لتدوين الاجابات ، والاهتمام الكافى بطريقة الطباعة والتغليف .

مراجع البحث الثالث :

(١) يطلق على الاستقصاء مصطلحات مختلفة مثل الاستفتاء والاستبيان والاستخبار والاستطلاع والاستبانة والابانة ، وكلها ترجمة لمصطلح Questionnaire .

(2) Pauline V. Young, Scientific Social Surveys & Research, 4th ed. (New Jersey : Printice - Hall, Inc., 1966), pp. 190 - 192.

(٣) المرجع السابق، ص ١٩٨ .

(4) Charles H. Backstrom, & Gerald D. Hursh, (eds.), Survey Research (Minneapolis : Northwestern University Press, 1971), p. 75.

(5) Seven-Step Rating Scale or Semantic Differential.

راجع :

- Charles S. Backstrom & Gerald D. Hursh, op. cit., p. 77.

(6) Pauline V. Young, op. cit., pp. 193 - 198.

(٧) المرجع السابق ، ص ١٩٣ .

(٨) المرجع السابق، ص ١٩٦ .

(9) Charles S. Bckstrom & G.D. Hursh, op. cit., p. 82.

المبحث الرابع

تحليل المضمون

تعتبر استمارة تحليل المضمون احدى أدوات جمع المعلومات والبيانات الأساسية خصوصا في بحوث الاعلام ، شأنها في ذلك شأن صحيفة الاستقصاء أو دليل المقابلة ، أو الملاحظة ، أو التصميم التجريبي .

وتمر عملية تصميم استمارة تحليل المضمون بمجموعة من الخطوات العلمية المتتابعة حتى تصبح صالحة للتطبيق .

ونظرا لأهمية تحليل المضمون في الدراسات الاعلامية فسنتناول بعض الجوانب المرتبطة به والخاصة بمفاهيمه ومحدداته الأساسية ، واستخداماته ، ووحداته ، وفئاته ، وذلك على النحو التالي :

أولا : نشأة تحليل المضمون وتطوره :

ارتبطت نشأة « تحليل المضمون » - كأداة علمية وأسلوب منهجي في التحليل - بالدراسات الاعلامية ، بحيث يمكن القول بأن الاحتياجات المنهجية لعلم الاعلام دفعت بعض الباحثين في البدايات المبكرة للقرن العشرين إلى بلورة أسلوب جديد في جمع المعلومات وتحليلها وفقا لأشكال وأنماط متنوعة بما يؤدي إلى استنباط المزيد من التحليلات والتفسيرات والاستدلالات والاستبصارات منها، وربطها مع مجموعة المعارف الأخرى المتصلة بموضوع التحليل ، وهو الأسلوب الذي اصطلح على تسميته « تحليل المضمون » أو « تحليل المحتوى » . Content Analysis

وقد برزت أهمية « تحليل المضمون » قبل وأثناء الحرب العالمية الثانية ،

حيث استخدم على نطاق واسع فى تحليل المواد الصحفية المنشورة بالجرائد والمجلات ، والمواد الاذاعية والتليفزيونية والفيلمية ، فضلا عن تحليل الخطب والرسائل والمحادثات والصور ، للوصول إلى معرفة العقلية الكامنة وراء هذا الانتاج الاعلامى والدعامى ، وكشف الأساليب الدعائية ، واكتشاف الميول والاتجاهات السياسية والعقائدية من خلال التعبيرات المكتوبة أو المنطوقة.

ومنذ بداية النصف الثانى من القرن العشرين ظهرت مجموعة من المؤلفات العلمية فى مجال تحليل المضمون ، وقد اتجهت اغلب هذه المؤلفات الى الربط بين تحليل المضمون والدراسات الاعلامية مما يؤكد على مدى التلازم الوثيق بين هذا الأسلوب التحليلى وبحوث الاعلام ، وقد اعتمد كثير من الباحثين على المادة العلمية المتوافرة بهذه المؤلفات فى تطوير أساليب تحليل المضمون المستخدمة وترشيدها، بما يودى إلى أفضل النتائج.

وهكذا يمكن القول أن السنوات الأربعين الماضية شهدت تطورا علميا كبيرا فى مجال تحليل المضمون على مجموعة الأبعاد التالية :

- ١ - البعد الخاص بأساليب التحليل : حيث ظهرت مجموعة جديدة ومتطورة من الأساليب التحليلية ، وتم تطوير مجموعة الأساليب التقليدية .
- ٢ - البعد الخاص باستخدام المزيد من الأساليب الكمية والاحصائية لتحقيق الافادة القصوى من المعلومات والنتائج.
- ٣ - البعد الخاص بانتشار استخدام تحليل المضمون كأسلوب وأداة فى العديد من المجالات العلمية بحيث لم يعد استخدامه مقتصرًا على الدراسات الاعلامية وحدها ، وأن كانت الدراسات الاعلامية تتأثر بنسبة كبيرة من استخداماته .

٤ - البعد الخاص بتعدد الاستخدامات المختلفة لتحليل المضمون وتنوعها وشمولها جوانب متشعبة.

٥ - البعد التطبيقي الذى تمثل فى اتجاه العديد من المؤسسات الاعلامية ومراكز البحوث والمعلومات الى استخدام أسلوب تحليل المضمون لأغراض عملية وتطبيقية .

٦ - البعد الخاص بضرورة ربط تحليل المضمون بالمتغيرات الأخرى التى تشتمل عليها الدراسة ، وعدم الاتجاه إلى الاقتصار على تحليل المضمون وحده فى الاستنتاج والاستدلال والتفسير.

٧ - البعد الخاص بالافادة من نتائج المضمون الكمي فى التحليل الكيفي للمعلومات .

٨ - البعد الخاص بتطويع الامكانيات التكنولوجية لخدمة عملية تحليل المضمون، ومن أهمها استخدام الحاسبات الالكترونية فى هذا المضمار.

ثانيا : تعريف تحليل المضمون :

وكما تطور أسلوب تحليل المضمون واستخداماته عبر السبعين عاما الماضية، تطورت تعريفاته أيضا ، بحيث استوعبت التعريفات الجديدة التطورات الفنية والعلمية والمنهجية التى مر بها أسلوب تحليل المضمون.

وعلى الرغم من الوضوح النسبى لمفهوم تحليل المضمون منذ البداية ، الا أن عددا كبيرا من الباحثين اجتهدوا فى وضع تعريفات له ، وقد اختلفت هذه التعريفات فيما بينها فى بعض الجوانب ، واتفقت فى جوانب أخرى، وأدى التطور التاريخى الذى أشرنا اليه إلى اضافة جوانب جديدة إلى التعريفات الحديثة لتحليل المضمون.

وبالاستعراض السريع - تاريخيا - للتعريفات الخاصة بتحليل المضمون نجد أن ويليز ، وبرلسون ذهبا عام ١٩٤١ إلى أن « تحليل المضمون المنظم يسعى إلى بلورة الوصف العادى للمضمون أو المحتوى وتنقيته ، حتى يمكن اظهار طبيعة المنبهات والمثيرات المتضمنة فى الرسالة والموجهة إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد ، وقوتها النسبية ، على أسس موضوعية » (١) .

كما ذهب ليتس ، وبول عام ١٩٤٢ إلى أن « تحليل المضمون يطلق على الأسلوب البحثى الذى يغطى المتطلبات التالية : (٢)

- تحليل الخصائص اللغوية أو الدلالية للرموز الاتصالية المستخدمة.
- تحديد تكرارات ظهور أو ورود أو حدوث هذه الخصائص بدرجة عالية من الضبط الدقيق المحكم ، أو تحديد القيم الكمية لهذه التكرارات.
- امكانية تمييز هذه الخصائص بمصطلحات ذات صبغة عامة.
- امكانية تمييزها ايضا باصطلاحات ذات صلة بطبيعة فروض الدراسة ومجالاتها.
- الضبط الدقيق المحكم لهذه الاصطلاحات المستخدمة فى امكانية التعرف على الخصائص الرمزية التى تمت دراستها.

كما ذهب بيزلى عام ١٩٦٠ إلى أن « تحليل المضمون هو أحد أساليب الافادة من المعلومات المتاحة عن طريق تحويلها إلى مادة قابلة للتليخيص والمقارنة باستخدام التطبيق الموضوعى والمنهجى المنتظم لقواعد التصنيف » (٣) .

وفى عام ١٩٨٠ قدم « كلوز كريندورف » فى كتابه « تحليل المضمون : مقدمة منهجية » ، تعريفا حديثا ذهب فيه إلى أن « تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية التى تستخدم فى تحليل المواد الاعلامية بهدف التوصل إلى

استدلالات واستنتاجات صحيحة Valid ومطابقة في حالة اعادة البحث أو التحليل Replicable .^(٤)

وقد استخدم الباحث اصطلاح « الأسلوب البحثي » على أساس أن تحليل المضمون يتضمن مجموعة من الاجراءات لتحليل المادة العلمية ، ويؤدى إلى امداد الباحث - شأنه شأن كل الأساليب العلمية - بالمعرفة والمعلومات ، والاستبصارات الجديدة ، واعادة عرض الحقائق في قوالب جديدة .

أما بالنسبة لخاصية المطابقة في حالة اعادة البحث والتحليل ، فترجع إلى الافتراض الأساسى بتوافر الثقة في أية أداة علمية ، وهو ماينعكس في امكانية توصل باحثين آخرين - في أوقات مختلفة ، وتحت ظروف مغايرة - باستخدام وتطبيق نفس الأساليب البحثية على نفس المادة ، إلى نفس النتائج ، وهو مايجعل خاصية المطابقة أحد متطلبات تحليل المضمون .

وبالإضافة إلى مجموعة التعريفات السابقة تدل الدراسات على أن تحليل المضمون يقوم على أساس نظرية ملخصها « أن لكل انسان بصمة فكرية على النحو الذى له بصمة ابهامية ، وان البصمات الفكرية تميز شخصية الفرد وتكشف عن هويته على النحو الذى تميزه بصمات أصابعه ، وكما أن للشخص طباعا خاصة لايستطيع اخفاها مهما كان بارعا أو ذكيا ، فان سلوكه اللغوى لايمكن الا أن يفصح عن حقيقة شخصيته ويفضح اتجاهاته ومعتقداته ، ويضيف الباحثون أن من الممكن اعتبار السلوك اللغوى للانسان - شفويا كان أو تحريريا - أدق تعبير عن هوية الشخص وميوله واتجاهاته ، فاذا استطعنا الحصول على عينة كافية من أداء الفرد اللغوى أو التعبيري بوجه عام وأخضعنا هذه العينة لتحليل علمى منهجى ، فاننا نستطيع أن نتوصل بسهولة إلى معرفة اتجاهاته السياسية أو العقائدية^(٥) .

ومن جهة أخرى ينبغي توضيح نقطة هامة قد يغفل عنها بعض الباحثين ، وهى أن تحليل المضمون ليس منهجا قائما بذاته ، وانما هو مجرد أسلوب أو أداة يستخدمها الباحث ضمن اساليب وأدوات أخرى فى اطار منهج متكامل هو منهج « المسح » Survey فى الدراسات الاعلامية ، حيث يسعى الباحث اما إلى مسح جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين ، أو مسح الرأى العام ، أو مسح الوسائل الاعلامية ، أو مسح المضمون ، كما أوضحنا ذلك فى الفصل السابع من هذا الكتاب والخاص بالمناهج المستخدمة فى بحوث الاعلام.

ويفرض ذلك بالطبع أن يرتبط تحليل المضمون ارتباطا مباشرا بالمشكلة البحثية والفروض العلمية للدراسة ، والتساؤلات البحثية المطروحة ، وأن تكون نتائج تحليل المضمون جزءا من نتائج الدراسة ، وأن تدمج مع باقى النتائج لتكوين الهيكل المعرفى العام للبحث ، بما يسهم فى التحليل المتكامل - وليس الجزئي - للمادة الاعلامية فى سياقها العام وظروفها الموضوعية المحيطة بها .

ومن التعريفات السابقة ، وماذهب اليه الخبراء بشأن البصمة الفكرية المميزة كأساس فى اثبات جدوى تحليل المضمون فى الاعلام والدعاية ، وأهمية النظر إلى تحليل المضمون كأداة أو أسلوب ، يمكن أن نخلص إلى أهم الخصائص التى يتميز بها أسلوب « تحليل المضمون » وذلك على النحو التالى :

١ - يسعى تحليل المضمون - عن طرق تصنيف البيانات وتبويبها - إلى وصف المضمون الصريح أو المحتوي الظاهر للمادة الاعلامية .

٢ - يعتمد تحليل المضمون على تكرارات ورود أو ظهور الجمل أو الكلمات أو المصطلحات أو المعانى المتضمنة فى قوائم التحليل فى المادة الاعلامية بناء على مايقوم به الباحث من تحديد موضوعى لفئات التحليل ووحداته .

- ٣ - لا يقتصر تحليل المضمون على الجوانب الموضوعية ، وإنما يشمل الجوانب الشكلية أيضا .
- ٤ - ترتبط عملية تحليل المضمون - من النواحي الفنية والمنهجية والاجرائية - بالمشكلة العلمية للبحث وفروضه ، وتساؤلاته ، وبالأهداف البحثية ، والأغراض التحليلية الشاملة .
- ٥ - تحليل المضمون أداة أو أسلوب للتحليل إلى جانب أساليب وأدوات أخرى .
- ٦ - يجب أن يتميز تحليل المضمون بالموضوعية ، ويخضع للمتطلبات المنهجية .
- ٧ - ينبغي أن يكون تحليل المضمون منتظما .
- ٨ - يعتمد تحليل المضمون أساسا على الأسلوب الكمي فى عمليات التحليل ، بهدف القيام بالتحليل الكيفى على أسس موضوعية .
- ٩ - يجب أن تكون نتائج تحليل المضمون مطابقة فى حالة اعادة الدراسة التحليلية .
- ١٠ - ينبغي أن تكون نتائج تحليل المضمون قابلة للتعميم .
- ١١ - تدمج نتائج تحليل المضمون مع بقية النتائج الأخرى للبحث لدراستها فى اطار أعم وأشمل ، وتحليل المادة الاعلامية تحليلا متكاملا فى سياقها العام وظروفها الموضوعية المحيطة بها .
- وعلى هذا الأساس يمكن أن نضع تعريفا حديثا شاملا لتحليل المضمون واستخداماته فى مجال الدراسات الاعلامية ، بحيث يكون تعريفنا على النحو التالى : (١)

تحليل المضمون هو أسلوب للبحث العلمى يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الاعلامية المراد تحليلها - من حيث الشكل

والمضمون - تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة فى تساؤلات البحث أو فروضه ، طبقا للتصنيفات الموضوعية التى يحددها الباحث ، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما فى وصف هذه المواد الاعلامية التى تعكس السلوك الاتصالى العلى للقائمين بالاتصال ، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التى تنبع منها الرسالة الاعلامية ، أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال ، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة ، ووفق أسس منهجية ، ومعايير موضوعية ، وأن يستند الباحث فى عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.

ثالثا : محددات تحليل المضمون :

يرتبط استخدام تحليل المضمون فى البحث العلمى الاعلامى بمجموعة أساسية من المحددات التى تضع للباحث الاطار الموضوعى لهذا الاستخدام، والتى تتمثل فى المجموعة التالية :

١ - الموضوعية أو المنهجية : Objectivity

يعنى توافر شرط الموضوعية فى التحليل ضرورة أن يتم بناء كل خطوة بحثية على أساس قواعد واجراءات واضحة ودقيقة ، وهو ما يقتضى من الباحث أن يجيب بدقة على مجموعة من التساؤلات من أهمها (٧) :

* ماهى الفئات أو التصنيفات أو الفصائل التى ستستخدم فى التحليل ؟

* كيف يمكن التفرقة والتمييز بوضوح بين كل فئة ؟

* ماهو المعيار الذى سيستخدم فى اختيار وحدات معينة (الكلمة - العبارة -

الموضوع - الشخصية ... الخ) فى التصنيف دون غيرها من الوحدات ؟

* ماهى المسببات التى تقود إلى استدلالات وتفسيرات معينة دون غيرها بعد

ظهور نتائج التحليل ؟

وتقتضى الموضوعية أو المنهجية الاجابة على هذه التساؤلات وغيرها واتخاذ القرارات العلمية بشأنها بناء على قواعد علمية واضحة محددة تقلل إلى حد كبير من احتمالات أن تعكس نتائج التحليل التصورات والافتراضات الذاتية المسبقة للباحث أكثر مما تعكس النتائج الموضوعية للمادة موضع التحليل.

ويتم قياس مدى توافر الموضوعية أو المنهجية باستخدام عدة مقاييس من أهمها قدرة باحثين آخرين على التوصل إلى نفس النتائج التي توصل إليها الباحث باستخدام نفس الأساليب والاجراءات البحثية لنفس المادة ، فالباحث الذى لا يستطيع أن يشرح للباحثين الآخرين اجراءاته البحثية ، والمعايير التي تم بمقتضاها اختيار أدوات التحليل وقوائمه ، والذى لا يستطيع أن يميز بين النتائج على أساس دلالاتها العلمية بما يساعد فى عملية التحليل ، سيفشل فى تحقيق شرط الموضوعية.

٢ - الحياد : Neutrality

يرتبط شرط الحياد ارتباطا مباشرا بشرط الموضوعية ، لأن توافر الموضوعية فى التحليل على النحو الذى اوضحناه يسهم فى تحقيق الحياد إلى حد كبير، ويقتضى توافر شرط الحياد - الذى يعتبر من الشروط الأساسية فى تحليل المضمون - عدم تدخل الباحث بأفكاره وتصوراته واجتهاداته وافتراضاته الذاتية المسبقة فى الدراسة ، بمعنى أن الباحث لا يجب أن يتحايل لاستخدام تحليل المضمون فى اثبات شئ أو فكرة معينة مسبقة لديه ، وانما يقوم بفحص المضمون موضع الدراسة وتحليله لكى يكتشف من النتائج مؤشرات وتفسيرات معينة تقوده إلى مزيد من الفهم والاستبصار بالمشكلة الرئيسية التى يقوم بدراستها، وهو ما يستلزم استبعاد التحيزات الشخصية للباحث قدر الامكان فى كل خطوة من خطوات الدراسة.

٢ - الانتظام : Systematic

يعنى الانتظام أن تتم خطوة اختيار أو استبعاد النصوص والمواد التي سيتم تحليلها ، وفصائل التحليل وفئاته وفقا لقواعد تطبيقية متسقة (٨) ، مما يؤدي إلى استبعاد احتمال اقتصار الباحث على اختيار المواد والنصوص التي تؤيد افتراضاته المسبقة فقط ، كما يؤدي ذلك أيضا إلى تعريف فئات التحليل بطريقة موضوعية مع توافر قدر كبير من الاتساق في تعريفها ، وهو ما يؤدي إلى تحليل المضمون في ضوء هذه الفئات المتصلة بالمشكلة التي تتم دراستها، مع استبعاد التحليل الجزئي أو المتحيز الذي قد يؤدي إلى اختيار عناصر المضمون التي تتفق مع رأى الباحث فقط .

٤ - العمومية : Generality

يعنى شرط العمومية ضرورة ارتباط نتائج تحليل المضمون بالاطار النظرى للدراسة (٩) ، لأن مجرد توافر معلومات كمية مجردة من مضمون مادة اعلامية معينة دون ربطها بنتائج تحليلية أخرى ، أو بخصائص القائم بالاتصال أو جمهور مستقبلى الرسالة الاعلامية ، لا يحقق فائدة بحثية ذات قيمة ، بينما تكتسب هذه النتائج معان وأبعاد جديدة وتزداد فعاليتها في حالة ربطها بمجموعة أخرى من المتغيرات التي اوضحناها مثل طبيعة الوثائق التي تحتوى عليها المادة الاعلامية ، والمعلومات الواردة بوثقاق مغايرة ، وخصائص مصادر المعلومات ، وخصائص جمهور المتلقين المستهدفين لهذه المعلومات .

٥ - التحليل الكمي مقابل التحليل الكيفي : Quantity - Quality

على الرغم من وضوح أهمية التحليل الكمي والكيفي ، الا أن بعض الباحثين أثاروا جدلا حول نقطة خلافية متعلقة بأولوية كلا النوعين من التحليل ،

ومانوع الأسلوب التحليلي الذي يجب أن يستند اليه الباحث بصفة أساسية في تحليل المضمون ، هل هو الأسلوب الكمي أم الأسلوب الكيفي .

والواقع أن التطور العلمي قد وضع حدا لهذا الجدل، في الوقت الذي أوضحت فيه نتائج البحوث التحليلية مجموعة المؤشرات التالية :

* يرتبط تحليل المضمون أساسا بالاتجاه الكمي ، لدرجة أن بعض الباحثين (١٠) يذهبون إلى أن الحاجة إلى تحليل المضمون - كأسلوب وأداة - تنتفي في حالة عدم الاجابة على التساؤل البحثي المطروح اجابة كمية ، كما أكد بعض الباحثين - في تعريفهم لتحليل المضمون - على أنه عملية تصنيف لفئات المضمون بطريقة عددية كمية .

ويذهب هؤلاء الباحثين إلى أن تحليل المضمون الكمي لن يعطى النتائج النهائية وانما سيعطى نتائج ومعلومات جزئية يمكن استخدامها في التوصل إلى النتائج العامة .

* يعتمد التحليل الكمي على العد والقياس باستخدام الأرقام مما يؤدي إلى توفير كم من المعلومات يمكن التحكم فيه باستخدام الأساليب الرياضية والاحصائية، والخروج باستنتاجات كمية تساعد القائم بالتحليل في التوصل إلى النتائج ، أما التحليل الكيفي فيعتمد على انطباعات الباحث - بعد قراءة المادة موضع التحليل - ثم قيامه بالعمليات الاستنتاجية بناء على هذه الانطباعات دون استخدام اسلوب العد أو القياس بالمعنى الرياضى الاحصائي ، وهو مايحتمل معه حدوث خطأ في الاستنتاج نظرا لعدم الاعتماد أساسا على بيانات كمية تلخص اتجاهات المضمون ، وهو مايشكل خطورة بحثية في عملية التحليل.

* لايعتبر التحليل الكمي أو استخدام الأساليب الرياضية والاحصائية هدفا في حد ذاته ، وانما هو وسيلة تستخدم لزيادة كفاءة التحليل ودقته وشموله

وتعبيره تعبيراً صحيحاً عن المضمون ، وابتعاده عن التخمينات والانتطاعات والتقديرية الذاتية للباحث، وعلى هذا الأساس فالتحليل الكمي مقدمة وأساس للتحليل الكيفي ، وهو مادفع بعض الباحثين إلى نبذ التضاد الزائف بين الأسلوب الكمي والكيفي ، ورفض التفرقة الجذرية بينهما ، على أساس أن العلاقة بين كلا نوعي التحليل علاقة دائرية حيث تكمل كل منهما الأخرى وتجعلها أكثر ثراءً^(١١)، فالتحليل الكمي ضرورة لازمة للتحليل الكيفي ، كما أن التحليل الكمي يوفر المادة التي يمكن استخدامها بعد ذلك في التحليل الكيفي.

* صعوبة الاعتماد على الأسلوب الكمي فقط في تحليل المضمون ، لأن الكم وحده مجرد مظهرية احصائية لاتعتبر ميزة في حد ذاتها ، كما أن التحليل الكيفي دون الاستعانة بالضبط الرياضي لا يؤدي إلى تحليل منهجي دقيق ، والكم يؤدي إلى التنبؤ الكيفي ، كما أن الكيف هو الذي ينير السبيل لمعرفة مغزى الكم، وهذا ما يؤدي إلى التكامل في استخدام كلا الاسلوبين^(١٢).

وإلى جانب هذه المؤشرات قام بعض الباحثين بعقد مقارنة بين التحليل الكمي والتحليل الكيفي خلصوا منها إلى مجموعة النتائج التالية^(١٣) :

* اتضح أن معظم التحليل الكيفي يعتبر تحليلاً كمياً إلى درجة كبيرة، والاختلاف فقط في طريقة عرض المعلومات ووصفها ، فالتحليل الكيفي يصف الأرقام بطريقة كيفية ، فبدلاً من أن يذكر الباحث أن ٨٦ ٪ من المادة الإذاعية ترفيهية، يذكر أن نسبة المادة الترفيهية في الإذاعة عالية جداً، كما أنه يستخدم المصطلحات التي تشير إلى التناقص أو التزايد أو الاهتمام الواضح أو الكبير وغيرها من المصطلحات التي تعبر كيفياً عن بيانات كمية تم استخلاصها من المضمون.

- * يركز التحليل الكيفي أساسا على ظهور مضمون معين أو اختفائه، بينما يركز التحليل الكمي على معرفة التكرار النسبي لهذا المفهوم.
- * يتم التحليل الكيفي على عينات صغيرة أو غير كاملة بعكس التحليل الكمي.
- * يسعى التحليل الكيفي الى النظر إلى المضمون باعتباره انعكاسا لظواهر أعمق بينما يركز التحليل الكمي على المضمون ذاته دون الربط بالمتغيرات أو الظواهر الخارجية .
- * يتم اعداد فئات التحليل الكمي من حيث نوعيتها وعددها بطريقة أكثر إحكاما ودقة من التحليل الكيفي.
- * يستخدم التحليل الكيفي فى الموضوعات المتداخلة والمتشابكة أكثر من التحليل الكمي.
- * يساعد التحليل الكمي على تقديم المعلومات فى شكل جداول ، مما يؤدي إلى سهولة الاطلاع عليها، وإدراك النتائج الأساسية بشكل مبسط وواضح.
- * يساعد التحليل الكيفي فى مرحلة القراءة التمهيديّة للمضمون المراد تحليله بهدف تكوين الفروض واكتشاف العلاقات ، بينما يعتبر التحليل الكمي تحليلا منتظما للمضمون يسعى الى اختبار فروض بحثية موضوعية ، أو للإجابة على التساؤلات البحثية المطروحة .
- * بينما يعتبر التحليل الكيفي أسلوبا انطباعيا أو ذاتيا يستهدف التوصل إلى ملاحظات عامة عن خصائص المضمون ، فإن التحليل الكمي أسلوب علمي موضوعي يستهدف التوصل إلى مادة موضوعية وثابتة واستبعاد التحيز.
- * بينما يعطى التحليل الكيفي نتائج ومؤشرات عامة ، يعطى التحليل الكمي بيانات دقيقة محددة.

وهكذا يمكن أن نخلص من مجموعة النتائج والمقارنات والمؤشرات السابقة الى ضرورة وأهمية توافر كلا النوعين من التحليل ، وان البحث الذى يعتمد على أسلوب واحد فقط منهما يعتبر بحثا منقوصا ، كما أن على الباحث أن يدرك فروق استخدامات كل أسلوب منهما حتى يمكنه أن يقوم بتوظيف كلا الأسلوبين فى بحثه توظيفا كفئا ، فضلا عن ضرورة معرفة الباحث ودرأيته بالجوانب الفنية والاجرائية والمنهجية لكل أسلوب وتمكنه منها إلى الدرجة التى تسمح له بالافادة القصوى من كلا الأسلوبين فى انجاز تحليل المضمون بمستوى عال، ويقدر كبير من الشمول والاحاطة والارتباط بالمتغيرات الخاصة بالبحث وبالمشكلة البحثية فى اطارها الموضوعى العام.

٦- تحليل المضمون الظاهر مقابل كشف النوايا الخفية للمضمون :

The Manifest - Latent Issue

ثار كثير من الجدل حول أهداف تحليل المضمون ، وهل يجب أن يقتصر على وصف المضمون الظاهر والصريح للمادة الاعلامية أو الدعائية موضع التحليل ، أم يتعدى ذلك إلى كشف النوايا الخفية التى يعبر عنها هذا المضمون، أو الاستجابات الخفية التى قد يحققها أو يسعى إلى تحقيقها.

والواقع أن هذا الجدل لامبرر له إذا نظرنا إلى عملية تحليل المضمون نظرة موضوعية نخلص منها إلى ان عملية تحليل المضمون تحقق الهدفين معا، ولا تقتصر على جانب منهما فقط ، والا اعتبرت خطوة منقوصة .

فالقائم بتحليل المضمون لايسعى فقط إلى مجرد القيام بعملية التحليل والوصف الظاهرى طبقا لفئات أو وحدات ويكتفى بهذه الخطوة ، وانما يسعى - من خلال ماتوصل اليه من معلومات تحليلية - إلى ربط هذه المعلومات بمجموعة

أخرى من البيانات والمعلومات المرتبطة بالمشكلة البحثية التي يقوم بدراستها، بهدف الوصول إلى استنتاجات واستدلالات تتعدى النطاق الضيق المحدود لتحليل المضمون الصريح ، إلى النطاق الواسع الشامل الذى يكشف عن الأهداف التي يسعى المضمون موضع التحليل - إلى تحقيقها مثل :

* أهداف القائم بالاتصال .

* الخلفيات العامة التي تتبع منها الرسالة الاعلامية أو الدعائية.

* المقارنة بين ماتم نشره أو عرضه أو اذاعته فى مجموعة من الوسائل لاستخلاص مدى التركيز الذى تم بالنسبة لموضوعات معينة فى وسائل معينة فى مناطق أو دول معينة، وأسباب ذلك .

* الاستجابات التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها من خلال المضمون .

* التكرار والاستمرار فى تقديم موضوعات معينة ، ومغزى ذلك.

* العلاقة بين خصائص المضمون - من حيث الشكل وأسلوب العرض والاستمالات المستخدمة - وخصائص القائم بالاتصال.

* المقارنة بين خصائص المضمون وخصائص جمهور المتلقين لهذا المضمون من القراء أو المستمعين أو المشاهدين .

* التنبؤ بالسلوك الاعلامى المتوقع للقائم بالاتصال من خلال الدراسة الدقيقة الفاحصة المتأنية لسلسلة من المواد المنشورة أو المعروضة أو المذاعة.

وعلى هذا الأساس يمكن القول أن عملية تحليل المضمون تحقق هدف وصف طبيعة المضمون الصريح، وهدف كشف النوايا الخفية للمضمون معا على

مستويين :

- المستوى الأول وهو المستوى الوصفي الذي يحقق الهدف الأول من حيث وصف المضمون الظاهر الصريح للمادة الاعلامية أو الدعائية موضع التحليل وفقا لفئات التحليل ووحداته النابعة من الاحتياجات البحثية .

- المستوى الثاني وهو المستوى التحليلي الذي يحقق الهدف الثاني عن طريق استخدام المعلومات التحليلية الوصفية، أى استخدام نتائج تحليل المضمون - بعد ربطها بالبيانات والمعلومات والمتغيرات البحثية الأخرى - فى كشف النوايا الخفية للمضمون ، والتنبؤ بالاستجابات المستهدفة من وراء عمليات النشر أو العرض أو الاذاعة.

٧- التحليل المباشر مقابل التحليل غير المباشر للمضمون :

يجب التفرقة بين التحليل المباشر والتحليل غير المباشر للمضمون ، فالتحليل المباشر هو الذى يستهدف تحليل نص المادة المنشورة أو المعروضة أو المذاعة ، أما التحليل غير المباشر فيستهدف التعرف على الخصائص الشكلية التى استخدمت فى تقديم المضمون والتى تساعد فى كشف جانب من النوايا الخفية للمضمون ، مثل مقاطع الكلمات ، وتعبيرات الوجه ، والصمت ، والحركات التمثيلية ، والتركيز على كلمات معينة ، والعناوين ، والصور ، والألوان من حيث مساحتها وشكلها وكميتها ، واستخدام العناصر التيبوغرافية الأخرى فى عرض المادة الاعلامية وتقديمها ، وكذلك استخدام المؤثرات الصوتية والمنظرية وغيرها من العوامل التى تضيف الى النص الجامد أبعادا جديدة تثري عملية التحليل، وتسهم فى توفير المعلومات التى تساعد فى تحقيق هدف الكشف عن النوايا الخفية للمضمون ، ومن أبرز الأمثلة التى تؤكد على هذا الجانب ما تنبأ به جورج هرتزوج - من خلال تحليل المضمون - من قرب نهاية هتلر السياسية ، فقد اعتمد فى تحليله « على دراسة طبقات الصوت والوقفات ونغم الأداء الخطابى لهتلر مع مقارنته بعدة مواقف سابقة ، مما يؤكد أن تحليل المضمون لا يعتمد على الألفاظ وعدها عدا أليا فحسب ، وإنما ينبغى دراسة الموقف بشكل متكامل^(١٤) .

رابعاً : الاستخدامات الأساسية لتحليل المضمون في بحوث الاعلام :

بذلت عدة محاولات لتقنين استخدامات تحليل المضمون طبقاً لمتطلبات بحوث الاعلام، وربط هذه الاستخدامات بعملية الاتصال ونماذجها الأساسية، وقد أسهم كل من هولستي ، وبرلسون أسهاماً علمياً كبيراً في ايضاح الاستخدامات المتنوعة لتحليل المضمون من زاوية الدراسات الاعلامية .

وفي هذا الإطار يذهب هولستي^(١٥) إلى أن عملية الاتصال تتكون من ستة عناصر أساسية هي المصدر أو القائم بالاتصال ، وعملية الترميز، والوسائل الاتصالية ، والرسالة ، وعملية استقبال الرموز وتفسيرها، وجمهور المتلقين للرسالة ، وان تحليل المضمون يستخدم للوصول إلى استدلالات بشأن هذه العناصر التي تنطوي عليها عملية الاتصال ، بالاضافة إلى امكانية استخدامه أيضاً في محاولة التعرف على مسببات الاتصال وتأثيراته .

واستناداً إلى ما أوضحه كل من هولستي وبرلسون وغيرهما من الباحثين ، بالاضافة إلى ما أسفرت عنه تجربة استخدام تحليل المضمون في العديد من البحوث العربية والأجنبية ، يمكن أن نخلص إلى وضع مجموعة متكاملة من الاستخدامات لتحليل المضمون كأداة وأسلوب بحثي في مجال بحوث الاعلام، بما يسهم في تعريف الباحثين بإمكانية الافادة من تحليل المضمون وتوظيفه بكفاءة في خدمة الأهداف البحثية التحليلية، ونعرض فيما يلي لهذه المجموعات المتكاملة من الاستخدامات .

المجموعة الأولى : توصيف المضمون وتحليله من الجوانب الموضوعية والشكلية والاساليب المستخدمة :

ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسي مجموعة من الاستخدامات الفرعية المتنوعة على النحو التالي :

١- وصف الاتجاهات التي ينطوى عليها المضمون الاعلامى :

يؤكد الباحثون على أن أفضل استخدامات تحليل المضمون وأكثرها فائدة هي التي تركز على ملاحظة ودراسة الاتجاهات التي ينطوى عليها المضمون الاعلامى والتغييرات التي تطرأ عليها^(١٦) ، ويذهبون إلى أنه على الرغم من احتمال عدم كفاية نظم التصنيف وعدم وجود معيار موحد فى استخدامها، الا أن استمرار الباحث فى استخدام نظام معين للتصنيف بطريقة منتظمة على مدى فترة زمنية معقولة سيجتنب امكانية الوصول إلى حقائق ومعلومات ذات قيمة كبيرة.

وتساعد دراسة اتجاهات المضمون الاعلامى إلى توفير منظور تاريخى قيم يمكن فى ضوئه فهم المضمون الحالى لوسائل الاعلام فهما متكاملًا.

ويذهب الخبراء إلى التفرقة بين أربعة أنواع من تحليل المضمون حسب الاتجاهات التي ينطوى عليها وذلك على النحو التالى^(١٧) :

أ - التحليل الزمنى للرسائل الاعلامية التي يقدمها مصدر واحد عبر فترة زمنية طويلة، للاستدلال على مدى انتقال الأفكار التي ينطوى عليها المضمون وثباتها أو تغيرها خلال فترة زمنية طويلة.

ب - تحليل الرسائل الاعلامية التي يقدمها مصدر واحد فى مواقف مختلفة، لدراسة تأثير الظروف المتغيرة على خصائص الاتصال.

ج - أما النوع الثالث من التحليل فيرتبط بالفرض الذي أخضع للدراسة فى عدة بحوث والخاص بوجود تأثيرات لخصائص جمهور المتلقين على مضمون الرسالة الاعلامية وأسلوب عرضها وتناولها، حيث يلجأ الباحث إلى تحليل الرسائل الاعلامية التي يقدمها مصدر واحد الى جماهير متنوعة .

وقد أجريت في هذا المجال عدة دراسات أثبتت وجود اختلافات في مضمون الرسالة الواحدة التي يوجهها مصدر واحد إلى جماهير مختلفة.

ويطلق الخبراء على هذه الأنواع الثلاثة من الدراسات « التحليل الداخلى للرسالة » Intermessage أى التحليل المقارن الذى يقتصر على الرسالة أو مجموعة الرسائل التى يقدمها مصدر واحد إما عبر الزمن ، أو باختلاف المواقف، أو بتنوع الجمهور^(١٨) .

د - أما النوع الرابع من التحليل فيستهدف دراسة العلاقة بين متغيرين أو أكثر فى الرسالة الواحدة أو مجموعة من الرسائل الاعلامية .

٢- كشف الاختلافات الدولية فى المضمون الاعلامى :

يؤدى التحليل المنتظم للمواد الاعلامية المتاحة فى الدول المختلفة إلى كشف الاختلافات الاعلامية - من حيث المعالجة والمضمون والشكل والاهتمام - بين هذه الدول ، ويسعى هذا الاستخدام إلى اكتشاف الاخبار ذات الاهتمام المشترك بين الدول المختلفة وطرق تناولها ومعالجتها ، والى التعرف على مدى اختلاف أسلوب نقل ذات الحدث أو الخبر بين الدول المختلفة ، والفروق الجوهرية بين الأفلام التى تنتجها الدول المختلفة.

٣- ربط الخصائص المعروفة للمصدر بالرسائل التى يقدمها :

يستهدف هذا النوع من التحليل مقارنة الرسائل الاعلامية أو الدعائية التى ينتجها أكثر من مصدر، والتفرقة بينهما ، تبعاً لخصائص هذا المصدر وما يعكسه عليها من سمات معينة.

ويسعى هذا النوع من التحليل إلى أن يعزو الفروق بين الرسائل الاعلامية أو الدعائية إلى الخصائص التى ينفرد بها كل مصدر من المصادر التى قدمت هذه الرسائل ، ويقصد بالمصادر هنا أشخاص أو صحف ، أو اذاعات ، أو

وسائل اعلامية متنوعة ، حيث يؤكد الخبراء على ضرورة أن يسبق تحليل المضمون لأية وسيلة اعلامية دراسة مدى حساسيتها للاتجاهات الفكرية والعقائدية ، ومعرفة الخلفية العقائدية لكل وسيلة . (١٩)

٤ - المقارنة بين وسائل الاعلام ومستوياته :

لايؤدى استخدام وسائل ومستويات اعلامية متنوعة إلى اجتذاب جماهير متنوعة فقط ، وانما يؤدى أيضا إلى اختلاف معالجات كل وسيلة ومستوى كل منها لنفس الموضوعات بأساليب وطرق مختلفة ، ولهذين السببين تتزايد أهمية استخدام التحليل المقارن للمضمون الاعلامى ، حيث يستطيع الباحث من خلاله الاجابة عن العديد من التساؤلات التى يدور أغلبها حول نوعية الفروق بين المعالجة الصحفية والمعالجات الاذاعية لحدث معين ، ومدى الاختلاف فى تناول المشكلات الاجتماعية بين الصحف الشعبية والمجلات العلمية ، والشكل الذى أصبحت عليه القصص الجيدة بعد تحويلها إلى أفلام أو مسلسلات .

ويذهب الباحثون والخبراء إلى أن هذا الاستخدام يمثل أحد التطبيقات المستقبلية الباهرة لتحليل المضمون (٢٠) ، حيث يضيف مثل هذا التحليل المقارن اضافات كبيرة إلى التحليل الكلى للمضمون ، ونظرا لأن جماعات متنوعة من جمهور المتلقين يقرأون أو يسمعون أو يشاهدون موادا اعلامية متنوعة بالنسبة لموضوع واحد ، فان فعالية هذا الاستخدام تزداد كأحد الأساليب التى تساعد فى توصيف الاختلافات فى المضمون الذى يتعرضون له ، بالاضافة إلى امكانية الافادة منه فى مقارنة « المستويات » المختلفة لهذا المضمون .

٥ - المقارنة بين المضمون الاعلامى

والمعايير والأهداف الاعلامية للوسيلة :

تحدد كل وسيلة اعلامية مجموعة من المعايير والأهداف الاعلامية - المعلنة أو الضمنية - تسعى إلى تحقيقها من خلال ماينشر أو يعرض أو يذاع بها من

مضمون اعلامى ، ويمكن استخدام تحليل المضمون للكشف عن مدى صدق الوسيلة واخلاصها فى التعبير عن هذه الأهداف وتحقيقها.

٦- اعداد معايير ومستويات للاعلام ودراسة مدى تطبيقها :

يستمد هذا التطبيق أهميته من الجدل الذى ثار مؤخرا بخصوص مستويات الأداء بوسائل الاعلام ، وتحليل المضمون - كأداة - لايمكن استخدامه فى تقييم المواد الاعلامية نظرا لأنه يقتصر على مجرد وصف هذه المواد، كما أن التقييم يتطلب - أولا - اعداد معايير ومستويات قياسية تتم المقارنة على أساسها باستخدام تحليل المضمون ، ولهذا يجب التأكيد على أن تحليل المضمون - وحده - لا يصلح للتقييم ، وانما يجب أن يستند إلى مجموعة من المعايير والمستويات القياسية التى يمكن الاحتكام إليها فى عملية المقارنة بين مستوى الأداء الفعلى ومستوى الأداء المستهدف ، وفقا لهذه المعايير .

وتوجد عدة أساليب لاستخدام تحليل المضمون فى عملية التقييم من أهمها^(٢١) :

أ - مقارنة المضمون ببعض معايير الكفاية والأداء ، عن طريق وضع وبناء معايير سابقة الاعداد للحكم على المضمون من خلالها.

ب - الاعتماد على الاستقراء Inductive بدلا من الاستدلال Deductive عن طريق اشتقاق المعايير والمستويات من مادة المضمون ، ويتم ذلك بدراسة المضمون الخاص ببعض الوسائل الاعلامية وتقسيمه تقسيما نوعيا، ثم استخدامه بعد ذلك كنموذج أو مقياس لتقييم مضمون الوسائل المشابهة.

ج - تقييم المضمون باستخدام مؤشرات ودلائل غير ذات صلة بالمضمون مثل آراء الخبراء.

وفى أغلب هذه الدراسات يتم اعداد المستويات والمعايير عن طريق باحثين خارجيين ، وليس عن طريق القائمين بالاتصال ، وهو ما يمثل الفرق بين هذا النوع من استخدامات تحليل المضمون والنوع السابق المتمثل فى المقارنة بين المضمون الاعلامى والمعايير الاعلامية للوسيلة التى يضعها القائمون بالاعلام انفسهم .

ومما يؤكد أهمية هذا التطبيق فى تحليل المضمون ، الزيادة المتوقعة فى الاهتمام بدراسة معايير ومستويات الاعلام خلال السنوات القادمة، ولاشك أن توفير مثل هذه المعايير والمستويات بطريقة موضوعية ومحددة وواضحة سيتيح استخدام تحليل المضمون بطريقة فعالة لقياس المدى الذى حققته الوسائل الاعلامية، عن طريق الامداد بالمعلومات الموضوعية عن الأداء الاعلامى لمقارنتها بالمستويات والمعايير والانماط القياسية المتفق عليها .

٧ - كشف الأساليب الدعائية والاقناعية :

خلال الفترة من ١٩٤٠ حتى ١٩٧٠ أجريت دراسات تحليل مضمون متعددة تركزت حول تحليل الدعاية والاقناع خاصة خلال الحرب العالمية الثانية مستندة إلى تعريف الدعاية بأنها « التلاعب بالألفاظ والرموز كوسيلة للتأثير المتعمد على الاتجاهات والسلوك إزاء قضايا خلافية قابلة للجدل » ، وقد استهدفت هذه الدراسات التحليلية بناء نظرية حول أشكال الاتصال الدعائى الاقناعى، وأنماطه ، وبنائه .

ويستخدم تحليل المضمون فى كشف أساليب الدعاية ، وذلك باستخدام عدة مستويات فى التحليل ، أولها التحليل حسب الفكرة أو الموضوع Theme أو الجاذبيات أو الاستمالات Appeals وهو الاصطلاح الذى يطلق على خصائص مقاصد الدعاية وتأثيراتها ، نظرا لما يمكن أن يشتمل عليه مضمون الدعاية من استمالات متشابهة ، أو متنوعة ، طبقا لاختلاف نوعية الجماهير الموجهة اليها

الدعاية ، ومن الأفضل فى هذا النوع من التحليل الالتزام بقاعدة البدء بالتحليل على أساس الاحتكام إلى فئات معينة ، ثم تحليل مقاصد الدعاية ونواياها المفترضة وتأثيراتها بعد ذلك بناء على نتائج التحليل.

أما المستوى الثانى فى تحليل الدعاية فهو الذى يطلق عليه « الأساليب الخداعية فى الدعاية » Tricks أى الأساليب التى يتم بها عرض الموضوعات الدعائية بطريقة غير مباشرة.

كما يمكن أيضا استخدام تحليل المضمون فى دراسة مصادر الدعاية أو مصادر التصريحات الدعائية .

ولا يجب أن يغفل الباحث أيضا عن تحليل المضمون العاطفى للمادة الدعائية، وذلك على أساس حساب تكرارات المصطلحات العاطفية والمقارنة بين وسائل الدعاية المختلفة أو المراحل الزمنية المختلفة لحملة الدعاية من حيث مدى التركيز فى استخدام هذه المصطلحات . (٢٢)

٨ - اكتشاف خصائص الأسلوب :

اجتذبت مشكلات الأسلوب الأدبى وأسلوب الخطابة اهتمامات عدد كبير من الباحثين منذ فترة طويلة ، وظهرت عدة دراسات وبحوث فى هذا الموضوع تركزت فى الاجابة على العديد من التساؤلات من أهمها :

- * ماهى خصائص الأسلوب الأدبى الفارقة بين الكتاب ؟
- * كيف يختلف الأدباء فى أنماط معالجتهم وأساليبهم الأدبية ؟
- * كيف تغيرت الأساليب البلاغية بمرور الوقت ؟
- * متى كتبت اعمال أدبية معينة ، ومن الذى قام بكتابتها ؟ (٢٣)

٩ - قياس مقروئية المواد الاعلامية المطبوعة : Readability

تمثلت أهم استخدامات رجال التعليم لأسلوب تحليل المضمون فى قياس درجة مقروئية المواد المطبوعة ، أى مدى سهولة أو صعوبة العناصر التى تؤدى إلى جعل المادة المطبوعة سهلة فى قراءتها وفهمها ، وقد ساهمت نتائج هذه الدراسات فى اختيار وانتاج المواد الاعلامية المطبوعة بالنسبة لنوى القدرات المحدودة.

أما فى مجال الاعلام فقد ركزت معظم بحوث تحليل المضمون التى استهدفت قياس الأثر الاعلامى على دراسة العلاقة الترابطية بين خصائص المضمون وسهولة فهمه ، وقد تضمنت خصائص المضمون عدة محددات مثل تنوع الكلمات ، والكلمات الصعبة ، والطويلة ، والمجردة ، وطول الجملة ، ونوعها ، والضمائر الشخصية ، والعبارات الغامضة .^(٢٤)

المجموعة الثانية : وصف القائمين بالعمليات الاعلامية وكشف مقاصدهم ونواياهم :

يرتبط هذا الاستخدام الأساسى بالقائمين بالاتصال وبالعمليات الاعلامية حيث يسعى الباحث - من خلال استخدام تحليل المضمون - إلى دراسة خصائص القائمين بالاتصال وسماتهم ، وكشف نواياهم وديافهم ، ويتضمن هذا الاستخدام مجموعة متنوعة من الاستخدامات الفرعية من أهمها :

١٠ - كشف نوايا ومقاصد القائمين

بالعمليات الاعلامية وخصائصهم وسماتهم :

يمثل هذا الهدف أبرز الاستخدامات الاساسية فى تحليل المضمون ، وينبنى على افتراض منطقى معين يتمثل فى أنه طالما أن للمضمون خصائص معينة ،

فان ذلك يستتبعه وجود مقاصد ونوايا معينة للقائمين بالعمليات الاعلامية، بمعنى أنه يمكن الاستدلال على أهداف صانعي المضمون ونواياهم ومقاصدهم من خلال خصائص وسمات معينة متوافرة في هذا المضمون ، وهو ما يتم استخدامه بطريقة غير مباشرة في كشف خصائص القائمين بالاتصال في المجال الثقافي، نظرا لتوافر قدر كبير من المضمون الثقافي يتيح امكانية كشف نوايا ومقاصد القائمين بالاتصال الثقافي.

ويمكن بمقتضى هذا الاستخدام أيضا كشف العلاقة بين فريقين أو أكثر من القائمين بالعمليات الاعلامية ، وذلك عن طريق تحليل التوافق والتشابه في المضمون مما يدعم الاستدلال على وجود تشابه في النوايا والمقاصد بين الفريقين^(٢٥).

١١- اكتشاف النوايا الدعائية لدى القائم بالاتصال :

تختلف أغراض تحليل المضمون بهدف كشف أساليب الدعاية - على نحو ما أوضحناه في وصف المضمون والأساليب المتبعة في تقديمه - عن أغراض تحليل المضمون التي تستهدف الكشف عن وجود الدعاية ذاتها وكشف النوايا الدعائية للقائم بالاتصال.

وقد أمكن لهارولد لاسويل أن يستخلص نموذجا يمكن تطبيقه في مثل هذه الحالات، يتضمن ثلاثة عناصر رئيسية عن «الاختبار ، والتفسير ، ومدى التوافر» وحدد عناصر اختبار المادة الاعلامية المطلوب اخضاعها لتحليل المضمون لكشف وجود الدعاية في^(٢٧) :

- الاعتراف أو الاعلان الصريح في قضايا وموضوعات معينة Avowal .
- اجراء مقارنة تحليلية بمضمون وسيلة معروف انها من وسائل الدعاية (مقارنة الموضوعات) . Parallel

- مدى الاتفاق أو الاتساق بين المضمون والأهداف الدعائية المعلنة من جانب من جوانب الصراع نحو موضوع يثير خلافا . Consistency
- طريقة عرض الموضوعات . ومدى التوازن فى تناول الرموز المؤيدة والمعارضة . Presentation
- مدى الاعتماد على مصدر واحد من مصادر الخلاف فى الحصول على المعلومات . Source
- مدى استخدام المصادر غير الظاهرة ، وعدم كشف المصدر أو الاشارة إليه . Concealed Source
- التمييز ، ومدى استخدام مصطلحات معبرة عن جانب معين من جوانب الخلاف . Distinctiveness
- التحريف ، والتعديل المستمر فى العبارات فى موضوع شائع لتأييد جانب معين من جوانب الخلاف . Distortion

١٢- استنتاج المعلومات السياسية والعسكرية للقائم بالاتصال :

شاع استخدام تحليل المضمون لتحقيق هذا الهدف خلال الحرب العالمية الثانية، حيث تركزت جهود كثيرة للحصول على معلومات متنوعة ، ومن مصادر متعددة لاجهزة المخابرات من خلال دراسة المضمون الاعلامى وتحليله ، وقد تمثلت أهم هذه المعلومات فى محاولة التعرف على ربود الفعل لدى مواطنى الدول المتحاربة ازاء العمليات الدعائية الموجهة اليهم ، وعلى روحهم المعنوية ، وتوقعات التحركات العسكرية التالية ، وتقييم الوضع العسكرى للحلفاء.

١٣- تحديد الحالة النفسية للقائمين بالاتصال :

من القواعد المسلم بها بين علماء الاجتماع والانسانيات أن السلوك الرمزي للفرد يمكن أن يمد الباحث بمعلومات سيكولوجية عن شخصية القائم بالاتصال،

والقيم التي يدين بها ، ومعتقداته ، ونواياه ، ومقاصده، وسائر خصائصه الأخرى.

وهكذا يؤدي تحليل المواد الرمزية التي يقدمها الأدباء والمفكرين والكتاب الى استنباط الجوانب النفسية لديهم، ويشمل ذلك تحليل العمل الاجتماعي، والمقابلات العلاجية ، واختبارات الشخصية ، والمواد الخيالية والخطابات ، والمذكرات ، أو الوثائق الشخصية الأخرى.

١٤ - التعرف على المؤلف :

تفيد دراسات تحليل المضمون - مع توافر معلومات متنوعة ومتراكمة - في امكان التعرف على المؤلف الحقيقي للمادة الاعلامية أو الدعائية في حالة عدم وجود أسم المؤلف أو مصدر المعلومة ، وينطبق ذلك على الاذاعات السرية ، والنشرات ، والمطبوعات ، والرسائل ، والخطابات مجهولة المصدر.

كما يمكن استخدام هذه الدراسات التحليلية ايضا في التعرف على الهوية الفكرية والعقائدية والسياسية للمطبوعات مجهولة المصدر.

ويرتكز هذا الاستخدام على الافتراض الخاص بأن لكل مؤلف نمطا خاصا يتضمن خصائص منفردة تميز بين المؤلفين، وتجعل من الميسور بالنسبة للباحث المتعمق امكانية التفرقة بين كاتب وآخر بناء علي المعرفة الدقيقة للخصائص اللغوية والتعبيرية والفكرية لكل كاتب.

المجموعة الثالثة : وصف جمهور المتلقين للمواد الاعلامية :

يرتبط هذا الاستخدام الأساسي بجمهور المتلقين للمواد الاعلامية باعتبارهم العنصر الرئيسي الثالث في عملية الاتصال والاعلام الجماهيري، ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسي مجموعة من الاستخدامات الفرعية من أهمها:

١٥- تحديد اتجاهات الجماعات واهتماماتها ، والقيم والانماط الثقافية السائدة لديها :

يستخدم تحليل المضمون لاكتشاف « روح العصر » The Spirit of the Age تأسيسا على الافتراض الخاص بأن مضمون الاعلام يعكس أو يعبر عن اتجاهات التفكير ، والاهتمامات ، والقيم السائدة خلال فترة زمنية معينة، وعلى هذا الأساس فان مشكلة اكتشاف الموضوعات التي تمثل اهتمامات نوعيات الجماهير خلال فترة زمنية معينة وكيفية تفكيرهم بالنسبة لقضايا متنوعة تكمن في فحص ودراسة وتحليل طبيعة المواد الاعلامية العامة خلال هذه الفترة ، وهي ذات الطريقة التي يمكن استخدامها للتعرف على القيم والانماط الثقافية السائدة خلال فترة ما .

ويجب على القائم بتحليل المضمون أن يدرك حقيقتين أساسيتين هما :

- ان عملية التحليل تنصب أساسا على المضمون الذي يقدم إلى الأفراد وليس المضمون الذي يقدم بواسطتهم ، حيث يمكن استنباط الانماط الثقافية من خلال تحليل المضمون الذي يقدم الى الجماعات المختلفة على نطاق واسع باعتباره نمطا استهلاكيا جماعيا شائعا للمادة الاعلامية .

- ان الاتجاه الى استخدام هذه الطريقة غير المباشرة ينبع من عدم امكان دراستها بطريقة مباشرة ، حيث توجد عدة أساليب علمية يمكن استخدامها لدراسة الاتجاهات ، ومراكز الاهتمام ، والقيم والانماط الثقافية ، وهي أكثر كفاءة من استخدام أسلوب تحليل المضمون الذي يأتي في المرتبة الثانية ، الا أنها في نفس الوقت لاتصلح -رغم كفاءتها في دراسة الانماط الحالية القائمة- لدراسة انماط سابقة أو تاريخية ، أو انماط خاصة بشعوب اجنبية ، وهي نوع الحالات التي تستلزم استخدام الاسلوب غير المباشر - أي أسلوب تحليل المضمون - في معالجتها ودراستها . (٢٨)

١٦- ربط الخصائص المعروفة لفئات الجمهور بالرسائل الاعلامية الموجهة اليهم :

يستهدف هذا الاستخدام اختبار صحة الافتراض الخاص بأن القائمين بالاتصال يميلون إلى انتاج رسائل اعلامية تتماشى مع طبيعة الجمهور المستهدف خاصة فى مجال تغيير الاتجاهات ، وقد أجريت عدة دراسات تحليلية فى هذا المجال اثبتت صحة هذا الافتراض (٢٩) .

١٧- وصف الأنماط الاتصالية :

استخدمت بحوث تحليل المضمون فى الدراسات الخاصة بالعلاقات السوسيوومترية، حيث تتركز المشكلة الأساسية فى هذا النوع من البحوث حول أنماط الاتصال ومضمونه بين الأفراد أو الجماعات ، والتغيرات الموقفية أو الهيكلية فى المكونات الاتصالية.

المجموعة الرابعة : وصف تأثيرات المضمون :

تمثل هذه الاستخدامات المجموعة الرابعة من الاستخدامات الرئيسية لتحليل المضمون ، وترتبط بالتأثيرات التى يحدثها المضمون ، وتشتمل على عدة استخدامات فرعية من أهمها :

١٨- كشف مراكز الاهتمام :

من أبرز تأثيرات وسائل الاعلام فى المجتمعات الحديثة توسيع نطاق الاهتمامات لدى الجماهير ، وزيادة انتباه الفرد واهتمامه بما يدور فى العالم، وقد أدى انتشار وسائل الاعلام إلى جعل كافة القضايا والموضوعات المثارة فى العالم كله محط اهتمام كل فرد وفى نطاق امكانياته ، فما يحدث فى أى ركن من

أركان العالم يتاح بطريقة فورية لبقية الأركان ، كما أن ما يحدث فى أى مجال سواء الرياضى أو التعليمى أو الفنى أو الدينى أو السياسى يتاح أيضا لكافة الفئات من خلال ماتقدمه وسائل الاعلام ، بحيث أصبحت مجالات الاهتمام العام عميقة ومتنوعة فى نفس الوقت.

وعلى هذا الأساس ، بدأ الباحثون فى استخدام تحليل المضمون لوصف مدى تركز اهتمامات جماعات معينة على موضوعات متنوعة ، مفترضين أن كل دراسة مضمون هى تحليل لما يهتم به الجمهور. (٢٠)

١٩- وصف الاستجابات الاتجاهية والسلوكية للمادة الاعلامية :

يتمثل الهدف الاساسى من دراسة الاعلام فى دراسة تأثيره على الأفراد والجماعات والمنظمات والمجتمع ، وهذه التأثيرات يمكن أن تكون قصيرة عاجلة أو طويلة أجلة ، كما يمكن أن تقوم بعملية التدعيم أو التغيير ، وتتعامل مع المعلومات، والمعرفة ، والآراء ، والمهارات ، والسلوك ، وتحليل المضمون يمكن أن يسهم فى دراسة هذه التأثيرات وكشفها تحت ظروف معينة.

وهناك ثلاث طرق استخدم فيها تحليل المضمون لدراسة هذه التأثيرات وهى : (٢١)

أ - تحليل مضمون المواد الاعلامية التى تمثل تعبيرا عن تأثير مواد اعلامية سابقة عليها ، أى أن التحليل ينصب فى هذه الحالة على المادة الاعلامية كاستجابة لمنبهات ومثيرات سابقة وليس كمنبه أو مثير فى حد ذاتها كما يحدث فى معظم الحالات.

ويواجه مثل هذا النوع من التحليل صعوبة توافر المادة الاعلامية التى تعتبر استجابة لجهود اعلامية سابقة.

ب - دراسات تحليل الارتباط بين مادة المضمون ومادة الاستجابة ، حيث يتم التركيز على دراسة تكرارات ظهور فئات معينة في المضمون وربطها احصائيا بظهور تكرارات استجابية معينة لدى جمهور المتلقين ، وهذا الاستخدام محدود نسبيا نظرا لما ينطوى عليه من صعوبات فنية.

كما يستخدم هذا التطبيق أيضا في دراسات الرأي العام للتعرف على تأثير الاعلام على اتجاهات الرأي العام نحو بعض القضايا أو الموضوعات المثارة.

ج - الاستدلال المباشر على التأثيرات من خلال المادة الاعلامية دون الرجوع إلى المادة التي تشير إلى الاستجابة ، وهو التطبيق الأكثر شيوعا في تحليل المضمون بالنسبة لقضية دراسة الأثر لمضمون المادة الاعلامية.

وفي هذا المجال توجد مجموعة كبيرة من دراسات تحليل المضمون التي تعيد صياغة النتائج المتعلقة بالتأثيرات في ضوء تأثير المدركات والمفاهيم السابقة، والعناصر المتضمنة في الموقف.

ولما كانت دراسات الأثر تعتبر من الدراسات التي تمثل أهمية عظيمة في بحوث الاعلام ، فقد احتل هذا التطبيق الأولوية في تطوير تحليل المضمون ، وهناك حاجة إلى المزيد من تنقية الاجراءات والخطوات البحثية في هذا المجال، وایجاد علاقات ارتباطية بين المضمون والانماط الاستجابية والتأثيرية التي يحدثها، بغية تحقيق التطور المرغوب للطريقة العلمية في دراسة تأثير الاعلام.

المجموعة الخامسة : المساعدة في اجراء البحوث ورصد التغييرات الفكرية والثقافية :

يمثل هذا النوع من الاستخدام المجموعة الخامسة للاستخدامات الرئيسية لتحليل المضمون ويشتمل على عدة استخدامات فرعية من أهمها :

٢- المساعدة فى اجراء البحوث :

- استخدم تحليل المضمون - فى بعض البحوث وعلى نطاق محدود - كاحدى الخطوات أو العمليات البحثية ، وقد تركز هذا الاستخدام فى ثلاثة أساليب على النحو التالى : (٣٢)
- عمل تصنيف كمى للمعلومات الكيفية التى تم جمعها عن طريق الاستقصاءات أو باستخدام المنهج التجريبي.
- التأكد من صحة وصدق Validity الاجراءات التى اتبعت فى اختيار العينات ، عن طريق تحليل مضمون العينات التى تم اختيارها ، ومقارنة نتائج التحليل واستخدامها فى التأكد من صدق الاجراءات وصحتها.
- كما يمكن استخدام تحليل المضمون أيضا فى ايضاح وتحديد الخصائص المرتبطة ببعض المفاهيم أو القضايا العامة فى العلوم الاعلامية أو الاجتماعية، حيث يمكن أن يفترض الباحث وجود صفات أو خواص مميزة لسلوك طبقات معينة فى مواقف معينة من خلال مجموعة من القصص، ويستخدم تحليل المضمون فى هذه الحالة للتوصل إلى مدى صحة هذا الفرض أو خطئه.

٢١- رصد حركة التغيير الثقافى والفكرى والحضارى :

- يعنى الباحثون فى المجالات الاعلامية والاجتماعية والثقافية بدراسة تطور الظواهرات فى مجالات تخصصهم بهدف الكشف عن مدى التغيير أو الثبات فى بعض الخصائص الحضارية أو الثقافية عبر الزمن.
- ويفيد تحليل المضمون فى مثل هذه الدراسات إفادة عظمى، نظرا لتوافر مختلف أشكال الوثائق التى تمثل المصدر الأساسى للثقافات فى كل عصر.

وعلى الباحث فى هذا المجال أن يتوخى اختيار المواد الاعلامية والأدبية والفنية والفكرية التى تعتبر ممثلة تمثيلا صحيحا وصادقا للفترة موضع البحث وللجوانب التى يسعى الباحث إلى دراستها.

خامسا : تحديد وحدات تحليل المضمون :

لما كان تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفا كيميا، فمن الضرورى أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى وحدات أو فئات أو عناصر معينة، حتى يمكن القيام بدراسة كل عنصر أو فئة منها وحساب التكرار الخاص بها، ويجب أن يتنبه الباحث الى ثلاثة فروق جوهرية بين هذه الفئات أو الوحدات وهى :

١ - ضرورة التفرقة بين وحدة التسجيل Recording ووحدات السياق أو التحليل Context فوحدة التسجيل أو العد هى أصغر وحدة يظهر من خلالها تكرار الظاهرة، أما وحدة السياق أو التحليل فهى الفقرة أو مجموعة الفقرات أو الموضوع المتكامل الذى يقوم الباحث بفحصه ودراسته للتعرف على وحدات التسجيل أو العد واستخراجها منه (٣٣) .

٢ - ضرورة التفرقة بين وحدة التصنيف Classification ووحدة العد Enumeration حيث ترتبط وحدة التصنيف بعملية التحليل ، أما وحدة العد فترتبط بعملية التبويب (٣٤) .

٣ - التفرقة بين مستويات التحليل ، وتتابع العمليات التحليلية بطريقة منطقية ومتسلسلة .

ويذهب الباحثون والخبراء إلى أن هناك ٥ وحدات رئيسية فى تحليل المضمون هى :

| | |
|--------------|--------------------------------------|
| Word | ١ - الكلمة |
| Theme | ٢ - الموضوع أو الفكرة |
| Character | ٣ - الشخصية |
| Item | ٤ - الوحدة الطبيعية للمادة الاعلامية |
| Space & Time | ٥ - مقاييس المساحة والزمن |

ونعرض فيما يلي للعناصر الخاصة بكل وحدة من هذه الوحدات .

١ - وحدة الكلمة :

تعتبر الكلمة أصغر وحدة من وحدات تحليل المضمون ، وقد تكون الكلمة معبرة عن معنى أو مفهوم معين ، أو قد تكون معبرة عن رمز معين أو عن مدلول معين، أو عن شخصية معينة.

وتكمن صعوبة تحليل الكلمات في حالة تعبيرها عن رمز أو مدلول أو مفهوم معين ، حيث يختلف معنى هذا الرمز أو المدلول بين المحررين والكتاب والباحثين اختلافا كبيرا يصعب معه الوصول إلى معنى موحد يتم التصنيف والتحليل على أساسه.

٢ - وحدة الموضوع (أو الفكرة) :

تمثل هذه الوحدة أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون وأكثرها إفادة، وتعتبر احدي الدعائم الأساسية في تحليل المواد الاعلامية ، والدعائية ، والاتجاهات، والقيم ، والمعتقدات (٣٥) .

وهذه الوحدة عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، وتكون عادة جملة مختصرة محددة تتضمن مجموعة الأفكار

التي يحتوى عليها موضوع التحليل ، وقد اطلق بعض الباحثين والخبراء على هذه الوحدة مجموعة مسميات من أهمها « الجملة - الافتراض - التصريح - الفكرة - القضية - موضوع النقاش » (٣٦) .

وترتكز عملية الأفكار والموضوعات - أساسا - على طبيعة المضمون موضوع التحليل والمشكلة التي يقوم الباحث بدراستها .

ويفيد تحليل الموضوعات والأفكار في مجالات عديدة من أهمها دراسة تأثير الاعلام والدعاية على الرأى العام ، نظرا لأن عملية التحليل تنصب على دراسة الشكل الذى تقدم به الأفكار والاتجاهات للمناقشة .

الا أن عملية تحليل المضمون حسب الموضوع أو الفكرة تكتنفها مجموعة من الصعوبات دفعت بعض الباحثين الى اعتبارها أصعب وحدات تحليل المضمون، ومن أهم هذه الصعوبات :

- مشكلة الثبات Reliability خاصة إذا كانت الأفكار الواردة فى المضمون متداخلة ومتشابكة ومعقدة .

- اختلاف المفاهيم والأساليب التي تستخدم فى عرض المادة الاعلامية إلى الدرجة التي يصعب معها عمل ترميز موحد لهذه المفاهيم .

- عدم وضوح حدود الأفكار والعبارات بالقياس إلى الكلمات (٣٧) .

ويلجأ الباحثون - فى حالة تداخل الأفكار وغموضها وتعقدها - إلى تقسيم الفكرة إلى مجموعة من العناصر حتى يسهل تحليلها ، ثم يعيدون تركيبها بعد ذلك ، استهدافا لتحقيق أكبر درجة ممكنة من الثبات فى عملية التحليل، ويذهب « برلسون » إلى أن بالامكان تقسيم الفكرة إلى مجموعة من العناصر التالية (٣٨) :

- الموضوع الذى تركز عليه الفكرة.
- الجوانب التى تتناولها الفكرة.
- القيم المتضمنة فى الفكرة .
- الطريقة أو الأسلوب المتبع فى عرض الفكرة.

٣- وحدة الشخصية :

يلجأ الباحث إلى استخدام هذه الوحدة - التى تركز على الشخصيات الخيالية أو التاريخية - فى تحليل القمص والدراما والأفلام ، والتمثيلات والمسلسلات الاذاعية والتليفزيونية ، والكتابات التى تتناول تاريخ بعض الشخصيات أو الأفراد ، بحيث تصبح هذه الشخصيات من أسهل الوحدات التى يرتكز عليها التحليل.

ويجب أن يتنبه الباحث إلى أهمية قراءة المادة التى سيقوم بتحليلها قراءة كاملة قبل البدء فى عمل الترميز الخاص بالتحليل ، حيث يؤدي ذلك الى وضوح أسس التحليل فى ذهنه ووضوحا كاملا .

٤- الوحدة الطبيعية للمادة الاعلامية :

ويقصد بها الوحدة الاعلامية المتكاملة التى يقوم الباحث بتحليلها ، وهى التى يستخدمها منتج المادة الاعلامية لتقديم هذه المادة الى جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين من خلالها ، ومن أمثلتها « الكتاب ، الفيلم ، القصة ، المقال أو التحقيق أو القصة الاخبارية سواء فى جريدة أو مجلة، البرنامج الاذاعى أو التليفزيونى ، العمود ، المسلسلات ، المسرحيات ، الرسوم المتحركة ، الاعلانات، الكاريكاتير » ويمكن للباحث أن يقوم بعمل تصنيف داخلى لكل وحدة من هذه الوحدات طبقا لأغراض التحليل ، حيث يمكن تقسيم البرامج الاذاعية أو التليفزيونية مثلا الى برامج سياسية ، واقتصادية ، واجتماعية ، وثقافية ،

وتربوية، والمسرحيات والأفلام إلى كوميديا وتراجيدية ، والقصص الاخبارية إلى سياسة داخلية ، وخارجية ، وشئون اقتصادية ، وعمالية ، وتعليمية ، وعسكرية، محلية ، ودولية ، وجرائم ، وثقافة ، إلى آخر التصنيفات المختلفة التى يقوم الباحث باعدادها طبقا لخطة التحليل.

٥ - مقياس المساحة والزمن :

وهى المقياس المادية التى يلجأ إليها الباحث للتعرف على المساحة التى شغلتها المادة الاعلامية المنشورة فى الكتب أو الصحف أو المطبوعات ، والمدة الزمنية التى استغرقتها المادة الاعلامية المذاعة بالراديو أو المعروضة بالتلفزيون أو السينما ، وذلك بهدف التعرف على مدى الاهتمام والتركيز بالنسبة للمواد الاعلامية المختلفة موضع التحليل ، ويتمثل أهم هذه المقاييس فى :

وحدة الصفحة وأجزائها ، وحدة العامود ، أو وحدة السطر عامود ، أو وحدة السنتمتر ، والسنتمتر عامود « بالنسبة للاعلان الصحفى » ، أو وحدة الدقيقة بالنسبة للمواد الاذاعية والتلفزيونية .

التداخل بين الوحدات فى عملية التحليل :

بعد أن أوضحنا مجموعة الوحدات الرئيسية فى تحليل المضمون ، تجدر الاشارة إلى نقطة هامة متعلقة بالتداخل بين هذه الوحدات فى عملية التحليل، إذ ليس من الضرورى أن يقتصر الباحث فى تحليله على وحدة واحدة فقط من هذه الوحدات، وانما يمكن أن يستخدم أكثر من وحدة فى عملية التحليل، لأن ذلك سيؤدى إلى اثراء التحليل وازفاء أبعاد جديدة تفيد فى التعرف على جوانب مختلفة ومتنوعة فى المشكلة البحثية موضع التحليل ، هذا فضلا عن أن اختيار وحدة التحليل من جانب الباحث لايتأتى جزافا ، وانما يجب أن يستند إلى اسس موضوعية ومعايير تربط ما بين وحدات التحليل ، وطبيعة المادة موضع التحليل

ومضمونها ومحتواها وشكلها وكميتها، والهدف الأساسى لعملية تحليل المضمون، والامكانيات المتاحة للتحليل.

ويذهب أحد خبراء تحليل المضمون إلى أهمية الأخذ فى الاعتبار بمجموعة القواعد التالية فى اختيار وحدات التحليل^(٢٩).

- يمكن استخدام أكثر من وحدة تحليل بنجاح فى الدراسة الواحدة.
- يفيد استخدام وحدات « الكلمة ، والوحدة الطبيعية للمادة الاعلامية، ومقاييس المساحة والزمن » فى البحوث التى تركز على الموضوع مباشرة.
- استخدام الوحدات الكبيرة يساعد فى توفير تحليل صادق لاتجاه المضمون « القبول أو الرفض » مثل الوحدات الصغيرة ، كما تعتبر الوحدات الكبيرة اقتصادية أكثر من الصغيرة فى عميات الترميز إذا استخدم الباحث نفس فئات التحليل.
- تحليل الأفكار والموضوعات أصعب ويستغرق وقتا أطول بالقياس الى تحليل بقية الوحدات ، ولكنه يعطى فى نفس الوقت تحليلا أعمق ، ويضيف أبعادا جديدة إلى عملية التحليل.
- تحليل الأفكار والموضوعات هام جدا فى الدراسات التى تركز على معانى المضمون والعلاقات بين هذه المعاني.

سادسا : اعداد فئات تحليل المضمون :

تمثل عملية تحديد فئات تحليل المضمون واعدادها أهم خطوة يجب أن يوليها الباحث اهتماما كبيرا ، نظرا لما كشفت عنه بعض الدراسات التى أجريت فى مجال تحليل المضمون والتى وضحت منها أن الاعداد الجيد الواضح لفئات التحليل أدى إلى التوصل إلى نتائج عملية وبحثية مثمرة ، فى نفس الوقت الذى

فشلت فيه دراسات تحليلية أخرى فى التوصل إلى نتائج ذات دلالة نظرا لعدم التدقيق فى اعداد فئات التحليل ووحداته منذ البداية.

والفئات هى مجموعة من التصنيفات أو الفصائل يقوم الباحث باعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه ، وهدف التحليل ، لكى يستخدمها فى وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول ، وبما يتيح امكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور.

وتنقسم فئات التحليل إلى نوعيتين رئيسيتين هما :

- فئة الموضوع « ماذا قيل » .
- فئة الشكل الذى قدمت به المادة الاعلامية « كيف قيل » .

أى أن التفرقة هنا بين المضمون والشكل ، بين مايشتمل عليه المضمون من كلمات وأفكار ومعان واتجاهات وقيم ، والشكل أو الطريقة التى تم تقديم هذا المضمون بها إلى جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين من خلال الوسائل والأشكال والقنوات الاتصالية ، ويمكن للباحث فى ضوء هذا التقسيم العام أن يضع تحت كل فئة من هاتين الفئتين الرئيسيتين مجموعة الفئات الفرعية المرتبطة بموضوع بحثه ، ونعرض فيما يلى للتصنيفات الفرعية المحتملة داخل كل من هاتين الفئتين :

المجموعة الاولى : التقسيمات الفرعية لفئة الموضوع « ماذا قيل » :

يتضمن هذا الجزء عدة فئات فرعية من أهمها :

١ - فئة الموضوع : وهى الفئة الأكثر استخداما فى دراسات تحليل المضمون والتى تقوم بتصنيفه وفقا لموضوعاته ، وتجب على التساؤل الأساسى الخاص بالموضوع أو مجموعة الموضوعات التى تدور حولها المادة الاعلامية،

والذى يترتب على الاجابة عليه تقدير درجة الأهمية والتركيز النسبى الذى توليه المادة الاعلامية للنقاط المختلفة فى المضمون ، ويتم تقسيم كل موضوع رئيسى إلى مجموعة موضوعات فرعية ، وتتسم الموضوعات بوضوحها فى إطار المادة الاعلامية مما يجعل من السهل تحليلها ، الا أنها تختلف طبقا لطبيعة هذه المادة الاعلامية.

٢ - فئة الاتجاه : وهى الفئة التى توضح التأييد أو الرفض أو الحياد فى المضمون موضع التحليل بالنسبة للمواقف أو القضايا أو الموضوعات المتضمنة فيه ، فبينما توضح فئة الموضوع أن ٥٠ ٪ من المضمون يركز على قضية معينة ، توضح فئة الاتجاه أن هذه النسبة تؤيد أو تعارض هذه القضية (٤٠) .

ويجب أن يتنبه الباحث إلى صعوبة التعرف على الاتجاه فى بعض الموضوعات ، نظرا لعدم وجود مؤشرات واضحة ومحددة للاتجاه ، وصعوبة الفصل بدقة بين الجوانب الايجابية والسلبية نظرا لتأثر الاتجاه بالموضوع وطريقة المعالجة ، وأسلوب التحرير أو العرض ، والكلمات والعبارات المستخدمة.

٣ - فئة المستويات : Standards ويطلق عليها بعض الباحثين اصطلاح فئة « الأسس » Grounds اشارة إلى الأساس الذى تم بمقتضاه تصنيف اتجاه المضمون ، حيث تصف طبيعة التأييد أو المعارضة عن طريق التعرف على أسس التقييم التى اتبعت بالنسبة لاتجاه المضمون.

٤ - فئة القيم Values : وهى وثيقة الصلة بفئة المستويات والأسس، ويطلق عليها بعض الباحثين احيانا مصطلح « الأهداف » وأحيانا أخرى مصطلح « الاحتياجات » حيث تسعى إلى التعرف على مايريده الجمهور وما يتطلع للحصول عليه (٤١) .

وتستخدم هذه الفئة احيانا فى تحليل الموضوعات الخيالية والشخصيات للتعرف على الهدف الذى يسعون الى تحقيقه، وعلى الرغبات التى يسعون الى اشباعها، والتي قد تتمثل فى المال، أو الحب، أو المركز الاجتماعى، أو الترقية، أو الصحة.

٥ - فئة الأساليب المتبعة Methods : بينما تتعامل فئة « القيم » مع نهاية الأحداث وخلصاتها، تتعامل فئة « الأساليب المتبعة » مع الطرق والوسائل التى اتبعت لتحقيق هذه النهايات والنتائج، وتندرج تحت هذه الفئة كافة الأساليب التى اتبعت لعرض الفكرة وشرحها، وهل هى أساليب تحليلية، أم دعائية، أم تناقشية، أم طرح افكار، أم إملاد آراء واتجاهات معينة، أم طلب الآراء والاقتراحات .

٦ - فئة السمات Traits : ويطلق عليها احيانا فئة القدرات، وهى التى تصف الخصائص الشخصية، وأهم السمات السيكولوجية، وبعض الأساليب الوصفية الأخرى التى تسعى الى وصف سمات الأفراد المتضمنين فى الاتصال وخصائصهم، كما يمكن أن تستخدم أيضا فى وصف بعض المنشآت وبعض السياسات.

٧ - فئة الممثل Actor : وهى التى تستخدم فى دراسة الشخص أو المجموعة التى تظهر فى موقع مركزى أو قيادى كمحركه للأحداث، بحيث تكشف عن الشخصية أو الشخصيات التى يتم التركيز عليها وتقديمها على أنها تقوم بأعمال معينة، مع ربط ذلك بالطبع بالمتغيرات والعوامل المحيطة بمادة التحليل.

٨ - فئة مصدر المعلومة Authority : وهى الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص أو المجموعة أو الجهة مصدر المعلومة، وتتمثل أهم هذه المصادر فى الأشخاص، والصحف، والمحطات الاذاعية أو التليفزيونية، والكتب، والافلام، والمصادر غيرالشخصية، والوثائق وغيرها من المصادر المختلفة.

٩ - فئة منشأ المعلومة Origin : وترتبط ارتباطا مباشرا بالفئة السابقة وهي فئة المصدر ، حيث يسعى الباحث الى معرفة منشأ المعلومة المتضمنة في المادة موضع التحليل ، ومن أين جاءت .

وتساعد هذه الفئة في اعطاء أبعاد أكثر شمولا في عملية التحليل، لأنها تكشف للباحث جوانب قد تجيب على تساؤلات مثارة لديه بشأن اتجاه المعلومة ، ومدى صدقها ، وامكانية تعميمها، كما تكشف أيضا عن التوزيع الجغرافي للاهتمامات ونقاط التركيز كما يشير اليها المضمون الاعلامي موضع التحليل.

١٠- فئة الجمهور المستهدف Target : وهي التي تستهدف التعرف على الجمهور الذي يستهدف القائم بالاتصال توجيه المادة الاعلامية اليه بصفة خاصة، وتفيد هذه الفئة في التعرف على ما إذا كان القائم بالاتصال يستهدف الوصول الى جماعات معينة أم إلى الجمهور العام، وما هي هذه الجماعات وبم تتميز من خصائص وسمات ، والفرق بين ما يوجه إلى جماعة معينة وجماعة أخرى مختلفة عنها.

المجموعة الثانية : التقسيمات الفرعية لفئة الشكل الذي قدمت به المادة الاعلامية
«كيف قيل» .

يتضمن هذا الجزء عدة فئات فرعية من أهمها :

١ - شكل أو نمط المادة الاعلامية Type وتستخدم للفرقة بين الأشكال أو الانماط المختلفة التي تتخذها المادة الاعلامية في الوسائل المختلفة.

٢ - فئة شكل العبارة Form of Statement وهي الفئة الخاصة بالقواعد اللغوية المتبعة في الرسالة أو مكوناتها البنائية ، ونظرا لدقة التحليل على

أساس هذه الفئة يرى بعض الباحثين أن يتم التحليل فى هذه الحالة عن طريق تجزئة المضمون إلى مجموعة جمل ، وتحليل كل جملة منها على حدة .

٣ - فئة شدة الاتجاه Intensity ويطلق عليها بعض الباحثين^(٤٢) اصطلاح «عاطفية الاتجاه» Emotionalism or Sentimentalization اشارة إلى عنصر القوة أو الاثارة الذى عولجت به المادة الاعلامية ، حيث يهتم الباحث فى بعض الحالات بدراسة الشدة النسبية لبعض الموضوعات التى يقوم بتحليلها خاصة بعد أن وضع مدى قوة هذا العنصر فى التأثير على القراء والمشاهدين والمستمعين، ولهذا فان المكونات العاطفية فى المضمون الاعلامى تعتبر من الفئات المعتادة والهامة فى تحليل المضمون .

٤ - فئة اللغة المستخدمة وهى من الفئات الهامة فى عملية التحليل، نظرا لما يترتب عليها من نتائج مرتبطة بمدى فهم الرسالة الاعلامية واستيعابها من جانب جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين ، حيث يمكن تقديم المواد الاعلامية العربية بعدة مستويات هى فصحى التراث ، والفصحى المبسطة ، وعامية المتنورين ، والعامية .

ويستهدف تحليل اللغة المستخدمة التعرف على النمط اللغوى السائد فى تقديم معلومات معينة ، ومدى استخدام المستويات اللغوية المناسبة لنوع الجمهور المستهدف من المادة الاعلامية أو الدعائية .

٥ - فئات المساحة والزمن والترتيب والمعالجات الفنية : إلى جانب الفئات الأربعة السابقة توجد مجموعة أخرى من الفئات الخاصة بالشكل الذى قدمت به المادة الاعلامية أو الدعائية موضع التحليل من أهمها :

١ - فئة المساحة أو الزمن المخصص للمادة موضع التحليل : وهى الفئة التى تقيس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة أو النشرة أو الكتاب أو

المطبوعات للمضمون موضع التحليل ، وكذلك الوقت المخصص لاذاعة أو عرض هذا المضمون فى الراديو أو التلفزيون أو السينما ، حيث يشير عنصر الحجم أو الوقت إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه، بحيث كلما زادت المساحة أو الوقت كان ذلك دليلا على ازدياد الاهتمام.

ب - فئة موقع المادة موضع التحليل : وهى من الفئات الشكلية التى توضح مدى الاهتمام بعرض الموضوع حيث تؤدى دراسة موقع المادة موضع التحليل فى الوسيلة الاعلامية ومقارنتها بالاهمية النسبية لكل موقع طبقا لما أسفرت عنه دراسات القارئية والاستماع والمشاهدة الى التعرف على درجة الأهمية النسبية الخاصة بكل موضوع من الموضوعات الخاضعة للتحليل.

ج - ترتيب المضمون : وهى الفئة التى تفترض أن اعطاء المضمون أولوية فى الترتيب فى النشر أو العرض أو الاذاعة يشير الى الأهمية ، فالخبر الأول فى نشرة الأخبار يشير إلى أهميته ، والخبر الأول فى الصفحة الأولى يؤكد على أهميته.

د - تكرار المضمون : وهى الفئة التى تقيس أهمية المضمون على أساس تكرار نشره أو عرضه أو اذاعته سواء بنفس الشكل أو بأشكال أخرى، وفى نفس الوسيلة أو فى عدة وسائل ، على أساس ان التكرار سيؤدى إلى مزيد من الانتشار للفكرة ، وايضاح جوانبها المتعددة ، وتدعيم نقاطها الأساسية والفرعية.

هـ - المعالجة التيبوغرافية : وهى المعالجة الطباعية للمادة الاعلامية، والتى يمكن باستخدامها تحقيق تأثير ضخم على القراء، وتكوين انطباع معين لديهم مرتبط بأهمية الموضوع ، ومن أمثلة هذه المعالجة التيبوغرافية :

- استخدام عناوين رئيسية ضخمة بمساحات كبيرة سواء بامتداد الصفحة أو على عدة أعمدة.
 - استخدام عناوين فرعية مما يساعد على اغراء القارئ بمتابعة المادة المنشورة وقراءة مقدمة الموضوع على الأقل.
 - استخدام أبناط كبيرة سواء بالنسبة للموضوع كله ، أو بالنسبة للمقدمة، أو بالنسبة لفقرات معينة أو لكلمات معينة فى المتن ، للتركيز عليها وجذب الانتباه اليها.
 - استخدام ابناط ثقيلة « سوداء » سواء بالنسبة للموضوع ، أو المقدمة، أو بعض الفقرات أو الكلمات.
 - وضع خطوط تحت بعض الفقرات أو الكلمات.
 - عرض المقدمة وبعض اجزاء الموضوع على أكثر من عامود.
 - استخدام مجموعة الاساليب الفنية فى الاخراج كالتوازن والتناسب والتباين والانفراد فى طباعة الموضوع.
- و - المعالجة الفنية : وهى الفئة المرتبطة باستخدام بعض الجوانب الفنية فى المادة المذاعة أو المعروضة بالراديو أو التليفزيون كالمؤثرات الصوتية، والمنظرية ، ومازجات الصور وغيرها ، بالاضافة إلى استخدام أساليب فنية فى الموضوع كالصور المتحركة ، والعرائس ، والكارتون ، مما يزيد من درجة الانتباه الى المادة المقدمة باستخدام هذه الاساليب ، وهو مايزيد من أهميتها بالتالى.
- ز - استخدام الألوان : حيث يؤدي ذلك إلى تحقيق مزيد من الانتباه والتركيز بالنسبة للموضوع الذي تستخدم الالوان فى نشره ، سواء استخدمت الالوان فى العناوين أو الصور المصاحبة.

ج - استخدام الصور والرسوم : وهو ما يزيد من تدعيم قيمة المضمون نظرا لما تضيفه الصور والرسوم على المادة موضع التحليل من زيادة فى الايضاح، والتأكيد ، والمصدقية ، وهو ما يشير الى زيادة الاهتمام بالمادة موضع التحليل ، فضلا عما تعكسه الصورة أو الرسم من معان وأفكار تضاف الى القيمة الموضوعية للمضمون.

مراجع البحث الرابع :

- (1) Berelson, Bernard. Content Analysis in Communication REsearch. New York : Hafner Publishing Company, 1971.
- (2) Lasswell, Harold D., Leites, Nathan, and associates, (eds.) Language of Politics. Studies in Quantitative Semantics. New York : George Stewart, 1949.
- (3) Holsti, Ole, Content Analysis for The Social Sciences and Humanities. Addison - Wesley Publishing Company, Inc., 1969.
- (4) Krippendorff, Klaus, Content Analysis : An Introduction to its Methodology, London, : Sage Publications, 1980.
- (٥) دكتور ابراهيم امام ، بحوث تحليل المضمون وتطبيقاتها فى الاعلام ، العدد (٧٠) من مجلة الاذاعات العربية ، ابريل ١٩٧٧ ، ص ٦.
- (٦) د. سمير محمد حسين ، تحليل المضمون ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٣ ، ص ٢٢.
- (7) Holsti, O., op. cit., p. 3.
- (٨) المرجع السابق ، ص ٤.
- (٩) المرجع السابق ، ص ٥.
- (10) Lasswell,H., D. Lerner & I.De S. Pool. The comparative Study of Symbols. Stanford : Stanford University Press.

(١١) د. فوزية فهميم ، تحليل المضمون ، العدد (٨٥) من مجلة الاذاعات العربية ، نوفمبر ١٩٧٦ ، ص ٣٠ .

(١٢) المرجع السابق ، ص ٣٠ .

(13) Berlson, B. op. cit., pp. 116 - 128.

(١٤) لكتور ابراهيم امام ، مرجع سابق ، ص ١٣ ، ١٤ .

(15) Holsti, O., op. cit., pp. 24 - 27.

(16) Berlson, B. op. cit., pp. 26 - 113.

(17) Holsti, O., op. cit., pp. 28 - 29.

(١٨) المرجع السابق ، ص ٢٩ .

(19) Gerbner, G., Ideological perspectives and political tendencies in news reporting . Journalism Quart. 41, 1964. pp. 495 - 508.

(20) Berlson, B., op. cit., p. 39.

(٢١) انظر المرجعين التاليين :

- المرجع السابق ، ص ٤٧ - ٥٢ .

- Holsti, O., op. cit., pp. 31 - 32.

(22) Lasswell, H. D., Propaganda Technique in the World War. New York : Knopf, 1927.

(23) Berlson, B., op. cit., pp. 68 - 72.

(24) Holsti, O. op. cit., p. 63.

(25) Berlson, B & de Grazia, Sebastian. Detecting Collaboration in Propaganda", Public Opinion Quarterly, 11, 1947, pp. 244-253.

(26) Lasswell, H. et al, Language of politics. op. cit., p. 78.

(٢٧) انظر المراجع التالية :

- المرجع السابق ، ص ٧٧ .

- Berlson, B. op. cit., pp. 81 - 83.

- Holsti, O. op. cit., p. 84.

(28) Berlson, B, op. cit., pp. 91 - 92.

(29) Berkman, D. Advertising in Ebony and Life : Negro aspirations vs. reality. Journalism Quart. 40, 1963, pp. 53-64.

(30) Berlson, B. op. cit., pp. 99 - 104.

(٣١) المرجع السابق ، ص ١٠٥ - ١٠٨ .

(٣٢) المرجع السابق ، ص ٥٣ - ٥٧ .

(٣٣) المرجع السابق ، ص ١٣٥ .

(٣٤) المرجع السابق ، ص ١٣٦ .

(35) Holsti, O.R., op. cit., p. 116.

(36) Berlson, B. op. cit., p. 138.

(٣٧) المرجع السابق ، ص ١٣٩ .

(٣٨) المرجع السابق ، ص ١٤٠ .

(٣٩) المرجع السابق ، ص ١٤٦ .

(40) Lasswell, H.D., Analyzing the Content of Mass Communication : A brief introduction, Library of Congress, Experimental Division for Study of war - time Communications, Document No. 11, Washington D.C., 1942.

(٤١) قام بهذه الدراسة عام ١٩٤١ الملائن برسلون ، وييلز وهي بعنوان :

What the Voters were told : An essay in content analysis.

(42) Berlson, B. op. cit., p. 166.

المبحث الخامس

التجربة

سبق أن أوضحنا درجة الارتباط الشديد بين بحوث اختبار العلاقات السببية - كنعوية رئيسية من أنواع البحوث الاعلامية - وبين المنهج التجريبي كمنهج رئيسي من المناهج المستخدمة فى البحوث ، وعلى هذا الأساس يلجأ الباحثون فى مجال بحوث اختبار العلاقات السببية الى استخدام التجربة كأداة رئيسية فى جمع المعلومات ، ولما كان المنهج التجريبي فى مجال العلوم الاجتماعية والاعلامية يعمل فى المجال الاجتماعى الذى يضم المجموعات المختلفة فقد وضحت الحاجة إلى ضرورة عمل تجارب وتصميمات تجريبية متقنة للحصول على نتائج ذات دلالة ومؤشرات صحيحة ، وتنقسم التصميمات التجريبية الى نوعين هما :

١- تصميمات تجريبية معملية :

وهى التى يمكن فيها التحكم فى أكبر عدد من المتغيرات داخل معمل تحت سيطرة الباحث ، وهو ما لا يتيسر تحقيقه الا فى حالة العلوم الطبيعية.

٢- تصميمات تجريبية بيئية أو غير معملية :

وهى التى لا يمكن فيها التحكم فى جميع المتغيرات المؤثرة فى الظاهرة موضع الدراسة وانما فى عدد محدود منها ، فضلا عن خروجها - من حيث التطبيق والاجراء - من حيز « المعمل » الضيق الى حيز « البيئة » المتسع ، مما يؤدي إلى زيادة صعوبة التحكم فى معظم المتغيرات .

وتعتبر كافة التصميمات التجريبية فى بحوث الاعلام من نوع التصميمات التجريبية البيئية .

وترتبط معظم التصميمات التجريبية بالقواعد الخمس التي وضعها « جون ستيورات ميل » لتحقيق الفروض ، وهي طرق الاتفاق ، والاختلاف ، والتغير النسبي، والبواقي ، والتي أوضحناها في الفصل الثالث من هذا الكتاب والخاص بفرض الفروض العلمية وتحقيقها .

وتوجد عدة تصميمات تجريبية يدخل في تكوينها المتغيران الرئيسيان التاليان :

١ - المتغير الخاص بتوقيت القياس ويشمل :

- قياس بعد التجربة فقط .
- قياس قبل وبعد التجربة .

٢ - المتغير الخاص بعدد المجموعات التي تشملها التجربة وهي :

- المجموعة الواحدة .
- المجموعتان .
- الثلاث مجموعات .
- الأربع مجموعات .

ونعرض فيما يلي للتصميمات التجريبية المختلفة مع ذكر خصائص كل منها استنادا الى التقسيم الخاص بمتغير توقيت القياس .

أولا : القياس البعدي فقط :

يستخدم في هذا النوع من القياس مجموعتان تسمى إحداهما « المجموعة التجريبية » أي التي تجرى عليها التجربة ، وتسمى الأخرى « المجموعة الضابطة » أي التي لا تجرى التجربة ، وإنما تستخدم لقياس فروق الأثر التجريبي .

وتمر التجربة فى هذا النوع من الدراسات بمرحلتين أولهما ادخال المتغير التجريبي أو المستقل (س) على المجموعة التجريبية ، وثانيهما قياس الفرق بين المجموعتين بعد اجراء التجربة بالنسبة للمتغير التابع (ص) المراد معرفة تأثير المتغير التجريبي عليه.

ولما كان من المفترض أساسا أن اختيار أفراد المجموعتين قد تم بطريقة روى فيها أكبر درجة من التماثل بينهما ، فان الفرق الذى يظهر بينهما فى المتغير التابع (ص) بعد اجراء التجربة على المجموعة التجريبية يمكن ارجاع سببه الى المتغير المستقل (س).

وكمثال لذلك نفرض اننا أردنا أن نختبر الفرض الخاص بأن استخدام التلفزيون بالاضافة إلى الوسائل الاعلامية الأخرى فى عمليات الارشاد الزراعى يؤدي إلى زيادة معرفة الزراع بالطرق الزراعية الحديثة ، فى هذه الحالة نختار مجموعتين متماثلتين تماما من الزراع ، تتعرض الجماعة الضابطة للوسائل الاعلامية المختلفة ما عدا التلفزيون ، بينما تتعرض الجماعة التجريبية للوسائل الاعلامية المختلفة بما فيها التلفزيون ، وبعد فترة كافية - زمنيا - للدراسة يقاس مستوى معرفة الزراع للطرق الزراعية الحديثة بالنسبة للمجموعتين، فاذا اتضح وجود فرق معنوى نو دلالة بينهما فى درجة المعرفة يمكن ارجاعه إلى استخدام التلفزيون فى تقديم برامج الارشاد الزراعى ، وبالتالي يمكن قبول الفرض التجريبي والاعتماد عليه .

ويعاب على هذا النوع من التصميمات التجريبية صعوبة قياس مدى التغير الذى طرأ على أفكار المجموعة أو اتجاهاتها أو آرائها أو سلوكها نتيجة عدم القياس المسبق لهذه المتغيرات قبل اجراء التجربة ، ومن ثم يصعب استخدام الطرق الاحصائية التى تبين درجة التغير الحادث.

كما يعاب عليها ايضا التسليم بأن المتغيرات العارضة واحدة في كل من المجموعتين ، وان التغير الذى حدث فى المتغير التابع يرجع الى تأثير المتغير التجريبي وحده ، وذلك على الرغم من أن المواقف الاجتماعية تتأثر بالعديد من العوامل المتفاعلة معا .

ثانيا : القياس القبلى - البعدى :

ولتفادى العيب الأول الذى ذكرناه بالنسبة للقياس البعدى فقط أدخلت عدة تصميمات أخرى استنادا الى أهمية القياس القبلى - البعدى معا ، وتتخذ هذه التصميمات مجموعة من الأشكال المتنوعة نعرض لكل منها فيما يلى :

١ - القياس القبلى - البعدى لمجموعة واحدة:

تستخدم فى هذه الحالة مجموعة واحدة فقط، ويتم قياس المتغير التابع (ص) بالنسبة لها قبل اجراء التجربة ، ثم يتم ادخال المتغير التجريبي (س) ، ثم يقاس المتغير التابع (ص) ثانية بعد انتهاء التجربة ، ويمثل الفرق بين قيمة (ص) الأولى وقيمة (ص) الثانية الدليل على أثر المتغير التجريبي (س).

ويوجه إلى هذا التصميم مجموعة العيوب التالية :

- صعوبة التحكم فى مجموعة العوامل العارضة التى قد تطرأ فى الفترة الزمنية بين عمليتى القياس القبلى والبعدية .

- احتمال ان يؤدي القياس الأول إلى بلورة نوع من الاتجاه نحو المتغير التابع (ص) يؤثر على الاستجابات التى سيدلى بها المبحوثون فى عملية القياس الثانية.

الا أن هذا التصميم يتميز - فى حالة إحكام الاجراءات التجريبية الخاصة به - بإمكانية استخدام الطرق الاحصائية التى تبين درجة التغيير الذى حدث نتيجة ادخال المتغير التجريبي ، كما أنه يتيح عملية التناظر أو التماثل نظرا لان المجموعة التى يجرى عليها التجربة واحدة فى حالتى القياس القبلى والبعدى ، وبالتالي فان أى فرق يحصل عليه الباحث فى هذا النوع من التصميمات يكون له دلالة احصائية « لأن استخدام نفس الأفراد كمجموعة ضابطة وتجريبية فى نفس الوقت يؤدى فى العادة الي حساسية أكبر فى قياس دلالة الفروق ^(١) » .

٢ - القياس قبل التجربة للمجموعة الضابطة وبعد التجربة للمجموعة التجريبية :

تستخدم فى هذا القياس مجموعتان يتم انتقاء افرادهما بطريقة تضمن التماثل التام بين المجموعتين .

ويقاس المتغير التابع (ص) الذى يراد معرفة تأثير المتغير التجريبي (س) عليه بالنسبة للمجموعة الضابطة فقط قبل اجراء التجربة ، ثم يتم ادخال المتغير التجريبي (س) على المجموعة التجريبية فقط ، وبعد انتهاء التجربة يقاس المتغير التابع (ص) لدى المجموعة التجريبية فقط ، ويكون الفرق بين نتيجة القياس القبلى للمجموعة الضابطة والقياس البعدى للمجموعة التجريبية بالنسبة للمتغير التابع (ص) هو الدليل على تأثير المتغير التجريبي (س).

ويفترض هذا التصميم أنه نتيجة للتماثل بين المجموعتين التجريبية والضابطة، فان الاحتمال الأكبر هو أن المجموعة التجريبية كانت ستحصل على نفس النتيجة التى حصلت عليها المجموعة الضابطة لو كان الباحث قد قام بقياس المتغير (ص) لديها قبل التجربة ، ومن ثم فان التغيير الذى حدث مرجعه تأثير المتغير التجريبي (س) وحده.

ويوجه الى هذا التصميم العيوب السابق ذكرها من حيث إغفال تأثير العوامل العارضة الأخرى ، وعدم اتاحة الفرصة لاستخدام الأساليب الاحصائية التى تقيس درجة التغير فى المجموعة الواحدة ، الا أن ذلك يزيل خطأ احتمال التأثير فى معارف المجموعة وسلوكها قبل التجربة .

٣ - القياس قبل التجربة وبعدها لكل من المجموعة الضابطة والتجريبية :

يتفادى هذا النوع من التصميمات العيبين السابقين ، حيث يقوم الباحث باختيار مجموعتين متماثلتين تماما ، ويقيس المتغير التابع (ص) لدى كل منهما قبل اجراء التجربة ، ثم يقوم بادخال المتغير التجريبي (س) على المجموعة التجريبية وحدها ، وبعد انتهاء التجربة يقوم بقياس المتغير التابع (ص) لدى المجموعتين معا .

ويدخل الباحث فى هذا التصميم تقدير أثر العوامل العارضة على المتغير التابع محل الدراسة ، ويصل إلى تأثير المتغير التجريبي وحده باتباع الخطوات التالية :

* حساب تأثير العوامل العارضة وحدها على المتغير التابع (ص) فى حالة المجموعة الضابطة ، وذلك بحساب الفرق بين نتائج القياس قبل التجربة وبعدها حيث لم تتعرض هذه المجموعة لتأثير المتغير التجريبي (س).

* حساب تأثير العوامل العارضة زائدا المتغير التجريبي (س) على المتغير التابع (ص) فى حالة المجموعة التجريبية ، وذلك بحساب الفرق بين نتائج القياس قبل التجربة وبعدها .

* حساب تأثير المتغير التجريبي (س) وحده فقط على المتغير التابع (ص) وذلك على أساس قياس الفرق بين نتيجة (ص) فى المجموعة التجريبية والذى يشمل

تأثير العوامل العارضة وتأثير المتغير التجريبي معا، وبين نتيجة (ص) فى المجموعة الضابطة والذى يشمل تأثير العوامل العارضة وحدها.

وعلى الرغم من أن هذا التصميم يعطى مؤشرات ذات دلالة أوضح بالنسبة لنتائج البحث ، الا أن بعض الدراسات أشارت إلى أن هناك احتمالات لوجود درجة من التفاعل بين القياس قبل التجربة وبين المتغير التجريبي بالنسبة للمجموعة التجريبية ، وقد يؤدي هذا التفاعل - فى بعض الحالات والمواقف - الى أن يكون للمتغير التجريبي الواحد تأثيران مختلفان أحدهما عندما لايسبقه القياس والثانى عندما يسبقه القياس.

ولهذا السبب اتجه بعض الباحثين - فى محاولة التغلب على مشكلة التفاعل - الى تصميم نماذج أخرى تستخدم فيها أكثر من مجموعة ضابطة.

٤ - استخدام مجموعة تجريبية ومجموعتين ضابطتين :

يلجأ الباحث فى هذا النوع من التصميم - تلافيا لأثر التفاعل - الى استخدام المجموعات الثلاث وقياس المتغيرات لدى كل منها على النحو التالى :

* المجموعة التجريبية ويقاس المتغير التابع (ص) لديها قبل اجراء التجربة، ثم يدخل المتغير التجريبي (س) عليها ، ثم يقاس المتغير التابع (ثانية) بعد اجراء التجربة .

* المجموعة الضابطة الأولى ، ويقاس المتغير التابع (ص) لديها قبل اجراء التجربة ويعددها بون ادخال المتغير التجريبي عليها.

* المجموعة الضابطة الثانية ، ويقاس المتغير التابع (ص) لديها بعد اجراء التجربة فقط ويعد ادخال المتغير التجريبي (س) عليها ، وذلك بافتراض تماثل المجموعات الثلاث مما يشير الى تماثل نتائج القياس قبل التجربة بالنسبة لها جميعا.

ويدخل الباحث فى هذا التصميم تقدير أثر التفاعل بين القياس أولا والمتغير التجريبي ، ويصل الى تأثير المتغير التجريبي وحده باتباع الخطوات التالية :

* حساب تأثير القياس قبل التجربة (التفاعل) + تأثير المتغير التجريبي (س) + تأثير المتغيرات العارضة على المتغير التابع (ص) فى المجموعة التجريبية ، ويكون الفرق بين القياسين القبلى والبعدى للمتغير (ص) فى هذه المجموعة شاملا لهذه المؤثرات الثلاثة (ف١)

* حساب تأثير القياس قبل التجربة فقط على المتغير التابع (ص) فى المجموعة الضابطة الأولى التى لا يدخل فيها المتغير التجريبي (س) ، ويكون الفرق بين القياسين القبلى والبعدى للمتغير (ص) فى هذه المجموعة ممثلا لأثر القياس قبل التجربة (ف٢) .

* حساب تأثير المتغير التجريبي (س) وحده على المتغير التابع (ص) فى المجموعة الضابطة الثانية التى لا يقاس فيها المتغير التابع (ص) قبل التجربة ، ويكون الفرق بين متوسط القياسين القبليين للمجموعتين التجريبية والضابطة الأولى - والذي يعتبره الباحث افتراضا نتيجة كان يمكن الحصول عليها اذا قيست هذه المجموعة نتيجة التماثل بين المجموعات الثلاث - والقياس البعدى للمتغير التابع (س) فى هذه المجموعة ممثلا لأثر قياس المتغير التجريبي وحده (ف٣).

* حساب تأثير التفاعل وحده - إن وجد - وذلك بطرح مجموع قيمتى (ف٢) + (ف٣) من قيمة ف١ .

* حساب تأثير المتغير التجريبي وحده وذلك بطرح قيمتى (تأثير التفاعل الذى حصل عليه فى الخطوة السابقة + تأثير القياس قبل التجربة فقط « ف٢ » الذى حصل عليه فى الخطوة « ف١ » من قيمة ف١ التى حصل عليها فى الخطوة الأولى ، أى أن :

- تأثير التفاعل = ف_١ - (ف_٢ + ف_٣)

- تأثير المتغير التجريبي وحده = ف_١ - (تأثير التفاعل + ف_٢)

وعلى الرغم من هذه المحاولات المتكررة لتنقية التصميمات التجريبية من تأثير مختلف العوامل الأخرى فان احتمال تأثير العوامل العارضة وعدم قياسها بدقة يظل قائما مالم يلجأ الباحث إلى تعديل هذه التصميمات ، وهو ما حدا ببعض الباحثين الى وضع التصميم التجريبي التالي .

٥- استخدام مجموعة تجريبية وثلاث مجموعات ضابطة :

يلجأ الباحث في هذا النوع - تلافيا لأثر التفاعل وتأثير العوامل العارضة - إلى اضافة مجموعة ضابطة ثالثة الى المجموعة التجريبية والمجموعتين الضابطتين على نحو التصميم السابق ، ويقيس المتغير التابع (ص) لديها بعد اجراء التجربة لئلا يقيسه قبل التجربة ودون تعريضها للمتغير التجريبي (س).

ويفترض الباحث - كما في التصميم السابق - تماثل المجموعات تماما ، ومن ثم يمكنه الاستدلال على قيمة القياس القبلي للمجموعتين الضابطتين الثانية والثالثة بأخذ متوسط لنتيجة القياس القبلي الذي تم فعلا بالنسبة للمجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة الأولى .

ويدخل الباحث في هذه التصميم تقدير أثر التفاعل بين القياس أولا والمتغير التجريبي من ناحية ، وتقدير تأثير العوامل العارضة المتداخلة في الموقف الذي يقوم بدراسته من ناحية أخرى ، ويصل الى تقدير قيمة تأثير المتغيرات المختلفة باتباع الخطوات التالية :

* حساب تأثير القياس قبل التجربة + تأثير المتغير التجريبي (س) + تأثير التفاعل + تأثير العوامل العارضة على المتغير التابع (ص) في المجموعة

التجريبية، ويكون الفرق بين القياسين القبلي والبعدي للمتغير (س) في هذه المجموعة شاملا لتأثير هذه العوامل الأربعة . (ف_١)

* حساب تأثير القياس قبل التجربة + تأثير العوامل العارضة على المتغير التابع (ص) في المجموعة الضابطة الأولى التي لا يدخل فيها المتغير التجريبي (س) ويكون الفرق بين القياسين القبلي والبعدي للمتغير (ص) في هذه المجموعة ممثلا لأثر القياس قبل التجربة وتأثير العوامل العارضة معا. (ف_٢)

* حساب تأثير المتغير التجريبي (س) + تأثير العوامل العارضة على المتغير التابع (ص) في المجموعة الضابطة الثانية ، ويكون الفرق بين القياسين القبلي (التقديري) والبعدي (الفعلى) للمتغير (ص) في هذه المجموعة ممثلا لأثر المتغير التجريبي والعوامل العارضة معا. (ف_٣)

* حساب تأثير العوامل العارضة فقط على المتغير التابع (ص) في المجموعة الضابطة الثالثة ويكون الفرق بين القياسين القبلي (التقديري) والبعدي (الفعلى) للمتغير (ص) في هذه المجموعة ممثلا لأثر العوامل العارضة فقط (ف_٤).

ويكون حساب التأثيرات المختلفة على النحو التالي :

- حساب تأثير العوامل العارضة فقط = ف_٤ .
- حساب تأثير القياس قبل التجربة = ف_٣ - ف_٤ .
- حساب تأثير المتغير التجريبي فقط = ف_٢ - ف_٤ .
- حساب تأثير التفاعل = (ف_١ + ف_٢) - (ف_٣ + ف_٤) .

طرق اختيار المجموعات المتماثلة وتكوينها :

لما كان من الضروري اختيار مجموعات متكافئة أو متماثلة قبل اجراء التجربة، فان هناك مجموعة من الطرق التي يستخدمها الباحث في هذا الاختيار من أهمها (٢) :

١- طريقة المزاوجة أو المضاهاة Matching وتنقسم إلى نوعين هما :

أ - طريقة المزاوجة أو المضاهاة بين أفراد المجموعة المختلفة من الجوانب المتعددة وتستلزم هذه الطريقة ضرورة توافر عدد كبير من الأفراد ليتسنى للباحث اختيار الأزواج المتماثلة من بينهم، ومعرفة الباحث بالمتغيرات الرئيسية التي ينبغي اخضاعها للضبط العلمى الدقيق، وقياس هذه المتغيرات قياسا دقيقا.

ب - طريقة المزاوجة بين المجموعات المستخدمة فى التجارب وذلك على أساس تماثل هذه المجموعات فى أهم المتغيرات مما يؤدي إلى تطابق التوزيعات التكرارية للمتغيرات التى يتم التماثل على أساسها ، فاذا أردنا أن نمثل بين مجموعتين على أساس السن ومستوى المعيشة ودرجة التعليم مثلا، فاننا نبدأ بتحقيق عملية المزاوجة فى السن أولا على أساس التوزيع التكرارى للسن فى المجموعتين ثم نعود فنمائل بينهما من حيث مستوى المعيشة على أساس التوزيع التكرارى أيضا ، ثم درجة التعليم ... وهكذا .

ويعاب على هذه الطريقة احتمال عدم المزاوجة التامة بين أفراد المجموعتين واحتمال الاعتماد على معامل احصائي واحد كالتوسط مثلا والذي لايعطى توزيعا تكراريا متعادلا للمجموعتين .

٢- طريقة التوزيع الاحتمالى ، وهى التى تستند الى افتراض أن من الصعب على الباحث ان يلم بكل المتغيرات المؤثرة فى الموقف الذى يقوم بدراسته ، ومن ثم فان هناك متغيرات أخرى مجهولة قد لا يصل اليها فى معظم الحالات ، مما يقلل من أهمية الاعتماد على طريقة المزاوجة ، وعلى هذا الاساس يمكن أن يلجأ الباحث الى توزيع الأفراد بطريقة عشوائية احتمالية Random على المجموعات المختلفة مما يضمن تحقيق الفرص المتكافئة لكل فرد منها ، وبحيث تكون الفروق بين المجموعات - فى حالة وجودها - راجعة إلى عوامل الصدفة وحدها .

٣- طريقة تحليل التباين الاقترانى ، وهى الطريقة التى تستخدم فى حالة صعوبة التحكم فى توزيع الأفراد على المجموعات المختلفة ، ويقوم الباحث فى هذه الحالة بقياس المتغير التابع (ص) ومجموعة المتغيرات التى يعتقد أن لها علاقة بالمتغير التابع وذلك قبل التجربة بالنسبة للمجموعات المختلفة، ثم يقوم بقياس التغير الذى حدث بالنسبة للمتغير التابع (ص) بعد اجراء التجربة وادخال المتغير التجريبي (س) بالنسبة لكل مجموعة.

ثم يقوم الباحث بعد ذلك بواسطة استخدام تحليل التباين الاقترانى أي باستخدام المنهج الاحصائى^(٢) - وليس المنهج التجريبي - بتعديل درجات كل مجموعة بالنسبة للمتغير التابع بافتراض أن المجموعات متماثلة، أي أنه يحصل على تقدير للدرجات التى كانت ستحصل عليها المجموعات لو أنها كانت متماثلة أصلاً.

تلك هى مجموعة التصميمات التجريبية المختلفة التى يلجأ اليها الباحث اثناء قيامه باجراء بحثه فى مجال التعرف على العلاقات السببية بين الفروض أو المتغيرات المختلفة وطرق تكوينها ، الا أنه تجدر الاشارة الى نقطتين هامتين فيما يتعلق بهذه التصميمات وهما :

النقطة الأولى :

يجب على الباحث ان يتنبه دائما - وعلى الأخص فى مجال الدراسات الاجتماعية والاعلامية - إلى انه من الصعب قياس الأثر الخاص بمتغير مستقل منفرد على متغير تابع منفرد ، نظرا للتأثيرات المتداخلة لمتغيرات وعوامل كثيرة تؤثر فى الموقف الذي يقوم الباحث بدراسته ، ومن هنا يجب النظر بعين الحذر للنتائج التى تنتهى إليها الدراسات التجريبية خاصة تلك التى تقيس أثر متغير مستقل واحد على ظاهرة معينة ، كما يجب أن يتجه الباحث دائما إلى دراسة أثر العوامل والمتغيرات الأخرى على الظاهرة التى يقوم بدراستها ، ولاشك أن المقياس الأساسى لقدرة الباحث وتمكنه العلمى تكمن فى مدى إلمامه بالمتغيرات المؤثرة فى الظاهرة موضع الدراسة ، ومعرفته للتأثير النسبى لكل من هذه المتغيرات فى الظاهرة.

النقطة الثانية :

ان الوصول الى علاقات سببية بين متغيرين أو أكثر ليس هو الهدف النهائى للبحث ، ذلك أن الباحث يعمل فى اطار أعم وأشمل هو الاطار الفلسفى للبحث، ولذلك يجب الا تستهويه الأساليب والطرق وتبعد به عن الهدف النهائى للبحث، وإنما يجب ان يقوم برد العلاقات السببية التى توصل إليها - من خلال الأساليب والوسائل والمناهج المستخدمة - الى الاطار العام للبحث ، واستخدام هذه العلاقات السببية فى تفسير الظواهر الأساسية وتحليلها ، والا فقدت هذه النتائج أهميتها ودلالاتها.

كما يجب ألا يغيب عن ذهن الباحث أن بعض الدراسات التجريبية التى يقوم بها يمكن ان تفيد فى التعرف على أبعاد جديدة لم تكن واردة أساسا فى تصميمه الأولى للبحث ، ولذلك فان عليه أن يعيد التجربة أكثر من مرة مراعى كل

العوامل والأبعاد الجديدة التي تتكشف له أثناء دراسته حتى يصل في النهاية الى التصميم التجريبي الأمثل الذي يعطي له نتائج ومؤشرات ذات دلالة أكيدة واضحة.

أهمية التجربة في البحوث الإعلامية :

تتميز التجربة بالعديد من المميزات بالقياس إلى بقية أدوات وطرق جمع المعلومات والبيانات الأولية المباشرة ، ويمكن أن نرجع أهمية التجربة في مجال البحوث الإعلامية إلى عدة عوامل من أهمها :

١ - لا يكتفى الباحث - في حالة استخدام التجربة - بملاحظة الظاهرة فقط، وإنما يتدخل سواء في مجري الظواهر الطبيعية أو الاجتماعية أو الإعلامية - وفق طبيعة البحث ومشكلته - رغبةً منه في معرفة أكثر عمقا وتفصيلا من مجرد رصد الظواهر.

فالباحث الذي يستخدم التجربة في جمع المعلومات يقوم بمجموعة الخطوات التالية :

- * تعديل الظاهرة وتغييرها بحيث تبدو في أنسب وضع صالح لدراستها.
- * التحكم في المتغيرات العديدة التي قد تؤثر على الظاهرة موضوع البحث.
- * تكرار التجربة وإعادتها تحت ظروف مختلفة للتأكد من فروض معينة.
- * ملاحظة النتائج التي يحصل عليها في كل تجربة ومقارنة النتائج بعضها ببعض.
- * الكشف عن المشكلة بعناصرها المختلفة وبمجموعة الفروض الأساسية لها.

وهو فى هذه الحالة يستخدم مختلف وسائل البحث لتعديل الظاهرات، أو لايجاد ظروف جديدة ، أو لتحويل تركيب العناصر المكونة للظاهرة بعضها ببعض، أو لتعديل الظروف التى توجد فيها الظاهرات وايجادها فى ظروف لاثققها الطبيعة أو الأحوال الاجتماعية أو الانسانية من تلقاء نفسها، وذلك بغية دراستها فى أنسب وضع ، والكشف عن القوانين والعلاقات الخفية بينها.

٢ - تؤدى التجربة - بعكس باقى أنوات جمع المعلومات - الى تحليل الظاهرة الى عناصرها الأساسية ، وأبراز الأهمية النسبية لكل عنصر منها .

٣ - كما أنها تؤدى الى التاليف بين العناصر المختلفة على نحو يوضح ويوجد ظاهرات أخرى لم تكن موجودة بالفعل.

٤ - يقوم الباحث التجريبي - عامدا - من خلال التجربة بمعالجة عوامل معينة تحت شروط مضبوطة ضبطا دقيقا ، لكى يتحقق من كيفية حدوث ظاهرة أو حادثة أو شرط معين ، ويحدد أسباب حدوثه.

٥ - توافر اعتبارات الدقة والموضوعية باستخدام التجارب نظرا لابتعادها - إلى حد كبير - عن كافة المؤثرات الشخصية التى تقلل من فعالية نتائج البحث العلمى .

٦ - السرعة فى الحصول على النتائج مما يسهم فى تنشيط البحث العلمى، فضلا عن الدقة فى اجرائه .

مراجع البحث الخامس :

(١) نجيب اسكندر ، لويس مليكة ، رشدى فام ، مرجع سابق ، ص ٢٢٢.

(٢) انظر المراجع التالية :

- المرجع السابق ، ص ٢٤٥ - ٢٥٧.

- جمال زكى ، سيد يس ، مرجع سابق ، ص ١٢٧ - ١٣٤.

- عبد الباسط حسن ، مرجع سابق ، ص ٤٤٢ - ٤٤٦.

- C. Seltiz, et al., op. cit., pp. 105 - 107.

(٢) للتعرف على الاستخدامات الخاصة بأسلوب تحليل التباين يمكن الرجوع الى بعض الكتب

الاحصائية التى أشرنا اليها فى الجزء الخاص بالدراسات الارتباطية.