

الفصل السادس

أدوات جمع البيانات

- * تحليل المضمون .
- * الاستبيان .
- * المقابلة .
- * الملاحظات .
- * الاختبارات والمقاييس النفسية والاجتماعية .

أدوات جمع البيانات :

هناك العديد من الأدوات العلمية التى تستخدم فى جمع البيانات والتى تزخر بها كتب مناهج البحث . ومن منطلق أهمية تلك الأدوات للباحث سنعرض فى هذا الفصل لأهم تلك الأدوات وأكثرها شيوعاً واستخداماً فى العلوم الاجتماعية عامة ، وبحوث إعلام وثقافة الطفل خاصة .

وجدير بالذكر أن هناك عدة معايير تحدد للباحث نوع الأداة التى سوف يستخدمها ، منها : طبيعة الموضوع الذى يقوم بدراسته ، وكيفية تحديده لمشكلة بحثه . وهل وضع لها تساؤلات أم فروض أم الاثنين معاً ؟ أيضاً من تلك المعايير نوع المنهج المستخدم والطريقة المتبعة . بالإضافة إلى إمكانيات الباحث الفنية والمادية والوقت المتاح له لإتمام بحثه . وأيضاً العوامل المجتمعية السائدة من سياسية واقتصادية واجتماعية.

وسوف نحاول أن ننظم تلك الأدوات طبقاً لشيوع استخدامها وأهميتها فى بحوث إعلام وثقافة الطفل . مع الإشارة إلى استخدام كل أداة فى تلك البحوث . وسنعرض للأدوات التالية :

- تحليل المضمون .
- الاستبيانات .
- المقابلة .
- الملاحظة .
- الاختبارات والمقاييس النفسية والاجتماعية .

تحليل المضمون

- أولاً : نشأة وتطور تحليل المضمون .
- ثانياً : تعريف تحليل المضمون .
- ثالثاً : تحليل المضمون بين المنهج والطريقة والأداة .
- رابعاً : استخدامات تحليل المضمون .
- خامساً : خطوات تحليل المضمون .
- سادساً : مزايا وعيوب تحليل المضمون .
- سابعاً : تحليل المضمون فى بحوث إعلام وثقافة الطفل .

تحليل المضمون Content Analysis

أولاً: نشأة وتطور تحليل المضمون :

يعتبر تحليل المضمون من أقدم الأدوات البحثية التي استخدمت في المنهج العلمي . ويشير إبراهيم إمام (١٩٧٩) أن طريقة تحليل المضمون استخدمت في سنة (١٧٤٠) للوصول إلى حقيقة تراثيل دينية اسمها «أغاني صهيون» ثار حولها الجدل في السويد ، وقيل إنها تحتوي على ألفاظ تعد بمثابة الطعن في الكنيسة ، وكان لابد من قيام المحقق بتحليل هذه التراثيل تحليلاً دقيقاً أدى إلى نفي التهمة عنها ، وسجل لنا استخداماً مبكراً لمنهج حديث يظن أبناء القرن العشرين أنهم مبتدعوه الأوائل ^(١) .

أما البدايات الحديثة لتحليل المضمون فيورخ لها بعام (١٩٢٠) حيث قام «تشارلز ميزر ، وليمان» بتحليل مضمون عينة من المواد الإخبارية المنشورة بمجريدة نيويورك تايمز الأمريكية عن الثورة البلشفية ، بهدف الكشف عن اتجاه الجريدة حول تلك الثورة . وأظهرت نتائج تلك الدراسة تحيز النيويورك تايمز في عرض صورة الثورة البلشفية وكانت تلك الدراسة بداية لمجموعة دراسات أجرتها جامعة كولومبيا حول مضمون الصحف الأمريكية .

ثم حدث تطور كبير في استخدام تحليل المضمون أثناء الحرب العالمية الثانية ، حيث استعانت به أجهزة المخابرات للكشف عن قبول واتجاهات وأفكار الأشخاص من خلال ما يقوله أو يكتبه ، للاستفادة من التخطيط للحرب ، سواء كانت نفسية أو عسكرية . ومن هنا دخل السياسيون مجال تحليل المضمون وارتادوه مع الإعلاميين .

ويعتبر «هارولد لاسويل» من أوائل من طوروا تحليل المضمون واستخدم التحليل الكيفي بجانب التحليل الكمي ، وذلك في كتابه الشهير «لغة السياسة Language of Politics» الذي نشر عام ١٩٤٩ ، ويرجع إليه الفضل في ادخال التحليل السياسي كجانب من جوانب تحليل المضمون .

وجاء «برنارد برلسون Bernard Berelson» بعد لاسويل بمؤلف له تحت عنوان

«تحليل المضمون فى بحوث الإعلام» عام ١٩٥٢ ، وتبعه «ريتشارد بد وروبرت ثورب Richard Budd & Robert Thorp» عام ١٩٦٧ بكتاب «تحليل مضمون الإعلام» ثم تبعهما «هولستى Holsti» عام ١٩٦٩ ، ونشر كتابه «تحليل المضمون فى الدراسات الاجتماعية والانسانية» ليؤكد على الاتجاه الاستدلالي لتحليل المضمون .

وهناك آخرون أسهموا فى تطور تحليل المضمون ووضع أسس ومبادئ لاستخدامه مثل كريندورف ، ارفنج جانيس ، إبراهيم كابلان ، ناثان لايتس ، ايثيل دى سولابول.

ويمكن القول إنه منذ منتصف هذا القرن ، حدث تطوراً علمياً كبيراً فى مجال تحليل المضمون على مجموعة من الأبعاد أهمها^(٢) :

- البعد الخاص بأساليب التحليل ، حيث تم تطوير مجموعة الأساليب التقليدية .
- البعد الخاص باستخدام المزيد من الأساليب الكمية والإحصائية لتحقيق الاستفادة القصوى من المعلومات والنتائج .
- البعد الخاص بانتشار استخدام تحليل المضمون كأسلوب وأداة فى العديد من المجالات العلمية ، بحيث لم يعد استخدامه مقتصرأ على الدراسات الإعلامية وحدها .
- البعد الخاص بالإفادة من نتائج المضمون الكمي فى التحليل الكيفى للمعلومات .
- وفى مصر يدخل تحليل المضمون فى كثير من المجالات البحثية ، ولم يعد مقصورأ على مجال الدراسات الإعلامية . وانتشر استخدامه فى الفترة الأخيرة انتشارأ واسعأ ، مما حذا البعض إلى الطعن فى أهميته ، والتقليل من قيمته العلمية مستنديين فى ذلك على أنه يقدم مجموعة من الإحصاءات والبيانات التى لاتستخدم للدلالة على ما تعكسه. ومن أسباب الهجوم على تحليل المضمون :

١ - الإفراط فى استخدامه ، بصرف النظر عن ملاءمته لموضوع البحث أو خدمته للأهداف الموضوعية .

٢ - خلط البعض بين كونه منهج ، أم طريقة ، أم أداة .

٣ - التركيز على الجانب الكمي منه ، والإكتفاء بالصورة الظاهرية بما تعكسه من بيانات وأرقام . وإغفال الجانب الكيفى الخاص بتفسير هذه البيانات والأرقام ،

وماتعكسه من دلالات .

والواقع أن الأسلوب الكمى والأسلوب الكيفى لتحليل المضمون أسلوبان متكاملان، فالاعتماد على الكم وحده يعد مظهرية إحصائية . كما أن التحليل الكيفى فى غياب الضبط الإحصائى لا يودى إلى نتيجة علمية .

٤ - عدم التميز بين وحدات التحليل ، وفئات التحليل .

٥ - عدم الالتزام بمنهج إعداد استمارة تحليل المضمون . فالشكل النهائى للاستمارة لا يتبلور إلا بعد خطوات منهجية محددة ، كل خطوة مرتبة ومبنية على الخطوة التى تسبقها . وكثير من البحوث تقوم على استمارة ضعيفة لم يتم عمل صدق وثبات لها مما يسئ إلى تحليل المضمون ويكون العيب هنا فى الباحث وليس فى الأداة .

٦ - اكتفاء بعض الباحثين برصد بيانات التحليل ، والدفع بها إلى غيرهم من الإحصائيين ، أو إلى أجهزة الكمبيوتر ، لتصنيف هذه البيانات وجدولتها . وهذا يودى إلى فقد روح التفاعل بين الباحث والأداة ، ومع تسليمنا ببراعة أجهزة الكمبيوتر وبريقها ، إلا أن بيانات الكمبيوتر - كثيراً - ما تفتقد إلى الدقة ، كما أن تعامل الباحث بنفسه مع بياناته يمكنه من استخراج «روح» التحليل . ويفتح له نقاط يكون قد أغفلها . ونحن لانقف ضد استخدام الكمبيوتر فى التحليل ، ولكن لا بد أن يتابع الباحث بنفسه ويحاول أن يستخدم الطرق الإحصائية للوصول إلى النتائج وأن يخلق نوعاً من الألفة بينه وبين بياناته .

ثانياً: تعريف تحليل المضمون :

أ - تعريفات تحليل المضمون الغربية^(٣) :

* تعريف «ويلز وبرلسون ١٩٤١» : بلورة الوصف العادى للمضمون أو المحتوى وتنقيته حتى يمكن إظهار طبيعة المنهات والمثيرات المتضمنة فى الرسالة والموجهة إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد ، وقوتها النسبية على أسس موضوعية .

* تعريف «ليتس وبول ١٩٤٢» : يطلق تحليل المضمون على الأسلوب البحثى الذى يغطى المتطلبات التالية :

- تحليل الخصائص اللغوية أو الدلالية للرموز الاتصالية المستخدمة .
- تحديد تكرارات ظهور أو ورود أو حدوث الخصائص بدرجة عالية من الضبط

الدقيق المحكم ، أو تحديد القيم الكمية لهذه التكرارات .

- إمكانية تمييز هذه الخصائص بمصطلحات ذات صبغة عامة .

- إمكانية تمييزها أيضاً باصطلاحات ذات صلة بطبيعة فروض الدراسة ومجالاتها .

- الضبط الدقيق المحكم لهذه الاصطلاحات المستخدمة فى إمكانية التعرف على الخصائص الرمزية التى تمت دراستها .

* تعريف «جانيس ١٩٤٣» : تحليل المضمون هو الأسلوب الذى يستخدم فى تصنيف وتبويب المادة الإعلامية ، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث أو مجموعة الباحثين ، ويتم بمقتضاه تقسيم المضمون إلى فئات بالاستناد إلى قواعد واضحة ، بافتراض أن تقدير القائم بالتحليل يتم على أساس أنه باحث علمى ، وتحدد نتائج تحليل المضمون تكرارات ظهور أو ورود وحدات التحليل فى السياق .

* تعريف «كابلان ، وجولدسن ١٩٤٣» : عمل تصنيف كمى لمضمون معين ، على أساس نظام معين للفئات ، تم إعداده بطريقة تضمن توفير مادة مرتبطة بفروض معينة ذات علاقة بهذا المضمون .

* تعريف «برلسون ١٩٥٢ ، ١٩٧١» : تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية التى تستخدم فى وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعياً ، منتظماً ، كمياً .

* تعريف «كارتررايت ١٩٥٣» : وصف السلوك الاتصالى الرمزي وصفاً موضوعياً ، منهجياً ، كمياً .

* تعريف «باركوس ١٩٥٩» : يستخدم مصطلح تحليل المضمون بمعنى التحليل العلمى للرسائل الاتصالية ، الذى يجب أن يكون تحليلاً دقيقاً ومنهجياً .

* تعريف «بيزلى ١٩٦٠» : تحليل المضمون هو أحد أساليب الإفادة من المعلومات المتاحة عن طريق تحويلها إلى مادة قابلة للتلخيص والمقارنة باستخدام التطبيق الموضوعى والمنهجى المنتظم لقواعد التصنيف .

* تعريف «كيرلنجر ١٩٦٤» : تحليل المضمون هو أداة أساسية فى عملية التحليل الإعلامى ، وفوق ذلك فهو أداة للملاحظة . فبدلاً من أن يقوم الباحث بالملاحظة

المباشرة لسلوك عينات من الجمهور أو يطلب منهم الإجابة عن أسئلة معينة ، أو يقوم بإجراء مقابلات معهم ، فإنه يكتفى بتحليل مضمون المادة الاتصالية لكي يتعرف على معلومات كثيرة .

* تعريف «بد ، وثورب ١٩٦٧» تحليل المضمون هو الأسلوب المنهجي لتحليل محتوى الرسالة الإعلامية وأسلوب تناولها ومعالجتها ، وهو أداة تستخدم في ملاحظة السلوك الاتصالي العلني وتحليله .

* تعريف «كلوز كريندورف ١٩٨٠» : تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة Valid ، ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل Replicable .

ب - بعض التعريفات العربية :

* تعريف «سمير محمد حسين ١٩٨٣» : تحليل المضمون أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام ، لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها - من حيث الشكل والمضمون - تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية ، طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث ، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك ، أما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال ، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية ، أو الثقافية ، و السياسية ، أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الإعلامية ، أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال من خلال الكلمات والجمل والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلاً ومضموناً ، والتي يعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة ، ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية ، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية^(٤) .

* تعريف «محمد عبد الحميد ، ١٩٩٢» : مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى ، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني . من خلال البحث الكمي ، الموضوعي ، والمنظم ، للسمات الظاهرة في هذه المحتوى^(٥) .

ويميز - محمد عبد الحميد - بين اتجاهين رئيسين لتعريف تحليل المضمون : الأول هو الاتجاه الوصفي ، والذي عاصر فترة النشأة واستمر بعد ذلك ، وعنه استعار العديد من الخبراء والباحثين تعريفهم لتحليل المحتوى وتطبيقه . ويركز أصحاب هذه الاتجاه على هدف الوصف Discription للمحتوى فقط ، الذي يتم على الظاهر فقط Manifest من هذا المحتوى .

أما الاتجاه الثاني فهو الاتجاه الاستدلالي والذي يتجاوز حدود وصف المحتوى الظاهر ، إلى الكشف عن المعاني الكامنة Latent Meaning وقراءة ما بين السطور ، والاستدلال Making Inefnce عن الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال^(٦) .

ثالثاً: تحليل المضمون بين المنهج والطريقة والأداة:

هناك نقطة منهجية أساسية بالنسبة لتحليل المضمون .. وهى نقطة خلاف بين جميع من تناولوا تحليل المضمون ... ويتمثل هذا الخلاف المنهجي فى أن البعض يعتبر تحليل المضمون منهجاً مثله مثل المنهج الوصفي أو التجريبي أو التاريخي ، وهؤلاء يضموا إلى تلك المناهج دراسة الحالة ، والمسح . فى حين يعتبر البعض الآخر تحليل المضمون طريقة تستخدم مع منهج معين من مناهج البحث . وينظر إليه على أنه أداة أو أسلوب مثله مثل الاستبيان والملاحظة والمقابلة وغيرها .

ومن أهم أسباب هذا الخلط الترجمة عن الغرب ، والذي يستخدم تارة مفهوم المنهج Method وتارة أخرى مفهوم الأسلوب Tichnique فى تناوله لتحليل المضمون . كما أن بعض علماء الغرب نظروا إلى تحليل المضمون نظرة كمية إحصائية فقط ، وقصر هؤلاء تحليل المضمون على العد الإحصائي مثل : إبراهيم كابلان Abraham Kaplan ، وبرنارد برلسون Bernard Berelson الذى ركز على تحليل المحتوى الظاهري للمادة الإعلامية .

وهناك البعض الآخر الذى ذهب إلى أبعد من العد الإحصائي ، حيث أخذ فى الاعتبار ما وراء هذا العد من معاني وعلاقات ، ليكون هناك تكاملاً بين الكم والكيف . ومن هؤلاء العلماء ايثيل دى سولا بول Ithiel de sola Pool وهولستي Holsti الذى يرى أن التعبير الكمي عن المواد الوثائقية فى طريقة تحليل المضمون يمكن أن يؤدي إلى نتائج وبيانات هامة عن جوانب عديدة من التجربة والسلوك الإنساني

ذاته . ومع ذلك فينبغى على الباحث أن يقاوم الإغراء نحو عد الأشياء بهدف العد ذاته، فقد يودى نشاطه هذا إلى نتائج دقيقة ولكن لافهمى لها أو مجرد نتائج ذات قيمة فافهة ، ولكل من هؤلاء مبرراته وأسبابه . كما تنبع تلك الاختلافات من تنوع المدارس التى تستخدم تحليل المضمون ، رغم ارتباطه ونشأته بالدراسات الإعلامية والذى نقله عنها علماء النفس والاجتماع والسياسة والقانون والتربية وغيرهم من العلماء . وتعتبر دراسة «ليمان وتشارلز ميزر» التى نشرها عام ١٩٢٠ وقام فيها بتحليل مضمون عينة من المادة الإخبارية المنشورة بمجريدة نيويورك تايمز عن الثورة البلشفية فى الفترة من ١٩١٧ وحتى عام ١٩٢٠ تعتبر تلك الدراسة أول دراسة استخدمت تحليل المضمون بأسلوب علمى تحليلى ثم توالى الدراسات الأخرى التى استعانت بتحليل المضمون .

وباستعراض التعريفات المختلفة لتحليل المضمون ، نجد أن معظمها ينظر إلى تحليل المضمون على أنه «أسلوب» منهجى ، علمى ، تحليلى ، يستخدم مع مناهج وطرق بحثية .

ونحن نتفق مع وجهة النظر التى ترى أن تحليل المضمون هو أداة أو أسلوب لجمع البيانات . ونؤكد أنه أهم أداة فى الدراسات الإعلامية والذى لاغنى عنها فى معظم تلك الدراسات بشرط استخدامها بالطريقة الصحيحة . ومع تسليمنا بأنها - لأهميتها ومنهجيتها - ترقى إلى مرتبة «المنهج» وأن لها منهجاً علمياً فى تصميمها ، إلا أننا لا نعتبر تحليل المضمون منهجاً قائماً بذاته .

وفى ذلك يقول (سمير حسين) : إن تحليل المضمون ليس منهجاً قائماً بذاته ، وإنما هو مجرد أسلوب أو أداة يستخدمها الباحث ضمن أساليب وأدوات أخرى فى إطار منهج متكامل هو منهج المسح الرأى العام أو مسح القراء أو المستمعين أو المشاهدين ، أو مسح الوسائل الإعلامية ، أو مسح المضمون^(٧) .

رابعاً: استخدامات تحليل المضمون :

هناك العديد من الاستخدامات لتحليل المضمون . وعدد واتجاه ونوع الدراسات التى تستمد منه لافحص له . وقبل أن نبين أهم تلك الاستخدامات ، نشير إلى أن هناك ثلاث مسلمات يستند عليها استخدام تحليل المضمون وهى^(٨) :

١ - نحن نلجأ إلى أداة تحليل المضمون عندما تكون البيانات التي يجمعها الباحث مقصورة على الدليل الوثائقي ، ذلك لأن القائم بالتحليل الذي يستطيع الاتصال بالمصادر والأشخاص المعنيين سيجد أساليب البحث الأخرى أفضل ، إذ إنها مباشرة وتتم بتكاليف أقل . ولكن عندما تكون هناك صعوبة زمانية أو مكانية لاتيح له الاتصال المباشر بالأشخاص فإنه يصبح من اللازم دراسة هؤلاء «على البعد» على اعتبار أن أدوات البحث الأخرى غير ممكنة . هذا فضلاً عن أن تحليل المضمون يعتبر كمصدر مكمل للبيانات ، أي أن الباحث الذي استخدم الأسئلة المفتوحة أو المقابلة مثلاً ، يمكن أن يستفيد من بياناته بتطبيق أسلوب تحليل المحتوى عليها .

٢ - نحن نلجأ إلى أداة تحليل المحتوى عندما يكون التعرف على لغة المفحوص أمراً حاسماً بالنسبة للبحث .

٣ - نحن نلجأ إلى أداة تحليل المضمون عندما يزيد حجم المواد المفحوصة عن مقدرة الباحث على القيام بالبحث بنفسه .

أما استخدامات تحليل المضمون ، فقد حصرها «برلسون» في ثلاث فئات عريضة يخرج من كل منها مجموعة من الاستخدامات الفرعية ، وهذه الفئات هي ^(٩) :

١ - تحديد ووصف خصائص الاتصال :

ويتفرع منها وصف اتجاهات المضمون ، المقارنة بين أدوات الاتصال ومستوياتها . الربط بين خصائص القائم بالاتصال وما يقدمه من رسائل ، الربط بين أهداف الاتصال ومحتواه ، تحليل أساليب الدعاية وأساليب الإقناع والتأثير ، الكشف عن خصائص الأسلوب الذي تقدم به المادة الإعلامية ، قياس مقلوئية المواد الإعلامية المطبوعة .

٢ - تحديد أهداف الاتصال والطرق التي اتبعت في عرض مادته :

ويتفرع منها تحديد أهداف القائم بالاتصال ، التعرف على الحالة السيكولوجية لجمهور وسائل الإعلام ، الكشف عن وجود دعاية في دولة ما ، الحصول على معلومات سياسية أو عسكرية لأغراض أمنية .

٣ - دراسة جمهور الوسائل الإعلامية :

ويتفرع منها الكشف عن الاتجاهات الخاصة بالجماعات واهتماماتها وقيمها ،

وصف تأثير المادة الإعلامية على اتجاهات وسلوك الجمهور ، تحديد محور الاهتمام فى محتوى الاتصال بالنسبة للجمهور .

وبالإضافة إلى تصنيف - برلسون - للاستخدامات المختلفة لتحليل المضمون ، فقد قدم - هولستى - تصنيفاً لا يختلف كثيراً عن تصنيف - برلسون - ، ويتداخل معه فى كثير من الاستخدامات الفرعية . ويشمل تصنيف هولستى ثلاث فئات رئيسية أيضاً يندرج تحتها فئات فرعية عديدة ، وهى^(١٠) :

١ - وصف خصائص الاتصال .

٢ - الاستدلال على مسببات الاتصال .

٣ - الاستدلال على تأثيرات الاتصال .

وقد خرج - سمير حسين - استناداً إلى ما أوضحه كل من - هولستى وبرلسون - وغيرهما - بالإضافة إلى ما أسفرت عنه تجربة استخدام تحليل المضمون فى العديد من البحوث المصرية ، خرج بمجموعة متكاملة من الاستخدامات لتحليل المضمون كأداة وأسلوب بحثى ، وعلى الأخص فى مجال بحوث الإعلام . وهذه الاستخدامات هى^(١١) :

١ - توصيف المضمون وتحليله من الجوانب الموضوعية والشكلية والأساليب المستخدمة ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسى مجموعة من الاستخدامات الفرعية المتنوعة على النحو التالى :

أ - وصف الاتجاهات التى ينطوى عليها المضمون الإعلامى .

ب - كشف الاختلافات الدولية فى المضمون الإعلامى .

ج - ربط الخصائص المعروفة للمصدر بالرسائل التى يقدمها .

د - المقارنة بين وسائل الإعلام ومستوياته .

هـ - المقارنة بين المضمون الإعلامى والمعايير والأهداف الإعلامية للوسيلة .

و - إعداد معايير ومستويات للإعلام ودراسة مدى تطبيقها .

ز - كشف الأساليب الدعائية والإقناعية .

ح - اكتشاف خصائص الأسلوب .

ط - قياس مقروئية المواد الإعلامية المطبوعة Readability .

٢ - وصف القائمين بالعمليات الإعلامية وكشف مقاصدهم ونواياهم ويتضمن هذا الاستخدام مجموعة من الاستخدامات الفرعية من أهمها :

- أ - كشف نوايا ومقاصد القائمين بالعمليات الإعلامية وخصائصهم وسماتهم .
- ب - اكتشاف النوايا الدعائية لدى القائم بالاتصال .
- ج - استنتاج المعلومات السياسية والعسكرية للقائم بالاتصال .
- د - تحديد الحالة النفسية للقائمين بالاتصال .
- هـ التعرف على المؤلف .

٣ - وصف جمهور المتلقين للمواد الإعلامية :

- ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسى مجموعة من الاستخدامات الفرعية من أهمها :
- أ - تحديد اتجاهات الجماعات واهتماماتها والقيم والأنماط الثقافية السائدة لديها.
 - ب - ربط الخصائص المعروفة لفئات الجمهور بالرسائل الإعلامية الموجهة إليهم.
 - ج - وصف الأنماط الاتصالية .

٤ - وصف تأثيرات المضمون :

- ويتضمن هذا الاستخدام مجموعة من الاستخدامات الفرعية من أهمها :
- أ - كشف مراكز الاهتمام .

- ب - وصف الاستجابات الاتجاهية والسلوكية للمادة الإعلامية .

٥ - المساعدة فى إصدار البحوث ورصد التغيرات الفكرية والثقافية :

- ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسى مجموعة من الاستخدامات الفرعية من أهمها :
- أ - المساعدة فى إجراء البحوث .

- ب - رصد حركة التغيير الثقافى والفكرى والحضارى .

خامساً : خطوات تحليل المضمون :

لأى أداة علمية مجموعة من الخطوات أو المراحل المنهجية التى تصل بها إلى شكلها النهائى الصالح للتطبيق والاستخدام . وكما هو الحال بالنسبة للخلاف حول تعريفات تحليل المضمون ، والخلاف حول كونه أداة أم طريقة أم منهج ، فهناك اختلاف أيضاً حول الخطوات المنهجية لتحليل المضمون، وهذا الاختلاف أساسه أيضاً النقطة التى أشرنا إليها وهى ، هل هو منهج أم طريقة أم أداة ؟ وهذا الخلاف - كما ذكرنا - لا يقلل من أهمية تلك الأداة ، فهناك اختلاف حول خطوات البحث العلمى ولم يقلل ذلك من أهمية البحث العلمى .

ومن التقسيمات الهامة لخطوات تحليل المضمون ، تقسيم «ريتشار بات» حيث

يحدد بات إجراءات تحليل المضمون فى ست خطوات هى^(١٢) :

- ١ - تحديد المشكلة التى يتناولها الباحث .
 - ٢ - اختيار العينة .
 - ٣ - الاطلاع على المضمون (العينة) ثم تحديد الفئات وفقاً لقواعد موضوعية .
 - ٤ - تحويل المضمون إلى حقيقة رقمية .
 - ٥ - المقارنة بين المتغيرات الرقمية للمضمون .
 - ٦ - استخلاص النتائج وفقاً لملاحظات الباحث وطبقاً للنظرية الملائمة .
- ويحدد محمد عبد الحميد تلك الخطوات فى خطوتين أساسيتين يتفرع منهما مجموع من الخطوات^(١٣) :

أ - الخطوات المنهجية العامة وتشمل :

- ١ - الإحساس بالمشكلة وتحديدّها .
- ٢ - التحليل المبدئى .
- ٣ - صياغة الفروض العلمية أو طرح التساؤلات .
- ٤ - تحديد نظام العينات .

ب - ترميز بيانات التحليل وتشمل :

- ١ - تصنيف المحتوى إلى فئات .
- ٢ - تحديد الوحدات التى يتم عدّها أو قياسها مباشرة .
- ٣ - تصميم استمارة التحليل .

وبما أننا نرى أن تحليل المضمون هو أداة وليس منهجاً قائماً بذاته ، فإننا سنتحدث عن «تصميم» تلك الأداة ، والذي يمر بالخطوات التالية :

١ - تحديد مجتمع الدراسة :

فإذا كان الباحث يقوم بتحليل مضمون برامج الأطفال فى التلفزيون ، فعليه أن يحدد هذه البرامج على جميع قنوات التلفزيون . وإذا كان موضوع الدراسة معالجة الصحافة المصرية لظاهرة ما ، فإن مجتمع الدراسة هنا هو جميع الصحف المصرية قومية ، وحزبية ، صباحية ، ومسائية ، يومية ، وأسبوعية) وتأتى أهمية تلك الخطوة فى أنها تمهد للخطوة التالية .

٢ - اختيار عينة المصادر :

ويقصد بها اختيار الباحث عينة من مجتمع الدراسة ، فبعد حصر جميع برامج الأطفال بالتلفزيون ، يقوم الباحث باختيار عينة من تلك البرامج ، وقد يحدد قناة تلفزيونية واحدة أو أكثر تبعاً لموضوع دراسته وأهدافها . والعينة فى تحليل المضمون هي عينة «موضوعية» لها أسس وقواعد فى اختيارها تختلف عن تلك الخاصة بالعينة «البشرية» . وهناك أكثر من طريقة لاختيار العينة الموضوعية لتحليل مضمونها :

بالنسبة للتلفزيون والراديو :

-يقوم الباحث باختيار دورة تلفزيونية ، أو دورة إذاعية ومدتها ثلاثة شهور ، وقد يقوم باختيار أكثر من دورة . وأما أن يقوم بمسح لكل ما يقدم خلالها . أو يقوم بمسح عينة مما يقدم خلال تلك الفترة عن طريق الأسبوع الصناعى .

بالنسبة للصحف والمجلات :

- يقوم الباحث بتحديد فترة زمنية محددة كإطار زمنى لاختيار العينة ، ولكن سنة أو أقل أو أكثر ، وقد يختار حقبة زمنية واسعة إذا كان للبحث طابع تاريخى . كما لا يشترط أن تكون العينة مختارة من فترة زمنية واحدة متصلة فقد يختار الباحث عينة من أكثر من فترة زمنية خاصة إذا كان يدرس ظواهر ترتبط بفترات زمنية ، مثل فترة ثورة يوليو ، فترة ما قبل الثورة ، فترة الانفتاح الاقتصادى ، وهكذا .

- بعد ذلك يقوم الباحث بحصر الصحف التى تصدر فى تلك الفترة والتى تدخل فى نطاق بحثه ، فإذا كان يدرس مجلات الأطفال فإنه يحدد جميع المجلات التى تصدر للطفل ، وإذا كان يدرس «صحافة الأطفال فى الصحف القومية» فإنه يحصر جميع الصحف القومية .

- يختار الباحث بعد ذلك الصحف التى ستكون مصدر للبحث ثم يقوم بمسح شامل لتلك الصحف ، أو قد يختار عينة تمهيداً لتحليل مضمونها .

ويشترط فى اختيار العينة أن تمثل المضمون الشامل تمثيلاً صحيحاً ، وأن تكون بعيدة عن التحيز . كما أنه من الأفضل ألا يختار الباحث عينة كبيرة ترهقه فى تفريغ البيانات ، خاصة إذا كانت المادة الاتصالية التى يقوم بدراستها متحانسة إلى حد كبير .

وإلى جانب المشكلات المألوفة فى اختيار العينات ، والتى تنطبق على كافة أنواع البحوث ، توجد مشكلات أخرى ذات طبيعة خاصة مرتبطة بتحليل المضمون ، وتنشأ

هذه المشكلات نتيجة تعدد المجتمعات أو المستويات التى يتم سحب عينة تحليل المضمون منها . حيث يوجد ثلاث مجتمعات أو مستويات مختلفة مطلوب سحب عينة من كل نوع وهى المستوى الأول : مجتمع أو مستوى المصادر Titles، ويقصد بها الجرائد أو المجلات أو المحطات الإذاعية أو التلفزيونية أو الكتب أو الأفلام السينمائية وغيرها من المصادر . أما المستوى الثانى : فهو مستوى التواريخ أو الأعداد أو الطبقات Issues، حيث يقوم الباحث باختيار عينة أعداد أو تواريخ معينة من عينة المصادر التى تم اختيارها فى إطار البعد الزمانى للدراسة . أما المستوى الثالث : فهو مستوى المضمون Content الاتصال التى سيتم إخضاعها، حيث يقوم الباحث باختيار عينة : من مضمون أعداد الصحف أو الكتب أو المواد الإذاعية أو التلفزيونية التى تم اختيارها^(١٤) .

٣ - تحديد وحدات التحليل :

والمقصود بالوحدات جوانب الاتصال التى سيتم إخضاعها للتحليل ، والتى سيتم عليها القياس أو العد مباشرة . ومن المتفق عليه أن هناك خمس وحدات رئيسية فى تحليل المضمون هى : الكلمة Word - الموضوع أو الفكرة Theme - الشخصية Chara-cter - الوحدة الطبيعية (المفردة) Item - المساحة والزمن Space and Time .

أ - وحدة الكلمة : وهى أبسط وحدات التسجيل وأصغرها وأسهلها استخداماً فى عملية الترميز ومع ذلك فهى أدق وحدات التسجيل وأصدقها وأكثرها موضوعية ، خاصة إذا كانت الكلمات محددة ومتفق على تعريفها ، أما إذا اختلف على معانى الكلمات ومدلولاتها بين الكتاب أو المحررين أو الأدباء أو الباحثين ، فإن ذلك يشكل صعوبة فى استخدامها كوحدة للتحليل .

ويشيع استخدام الكلمة كوحدة للتسجيل فى بحوث الصحافة خاصة الدراسات التى تتناول مقروئية الكلمات Readability للتعرف على مدى فهم المادة الإعلامية . والكلمة من الوحدات الأساسية التى يمكن استخدامها فى بحوث أدب الأطفال للكشف عن دلالة ومعانى الكلمات الموجهة للأطفال ، ومدى فهم الأطفال لها ، واتفاق تلك الكلمات مع الحصيلة اللغوية للأطفال فى مراحل عمرية معينة .

وقد يقوم الباحث باستخدام الجملة باعتبارها تضم أكثر من كلمة ، أو استخدام الفقرة التى تضم أكثر من جملة كوحدة للتسجيل .

ب - وحدة الموضوع أو الفكرة : إذا كانت الكلمة هى أبسط وحدات التحليل ، فإن الفكرة هى أكثر شيوعاً وأهمية ، فعن طريق الفكرة أو الموضوع يتم الكشف عن الاتجاهات ، والآراء الرئيسية فى المادة الاتصالية .

ويصل الباحث إلى الفكرة من خلال قراءته للجملة أو الفقرة التى يدور حولها الموضوع . وقد تحمل الجملة أو الفقرة أكثر من فكرة أو معنى ، وقد تتسم بعض الجمل بالغموض وعدم الوضوح . ومن هنا تأتى صعوبة استخدام الموضوع أو الفكرة كوحدة للتحليل لثمة صعوبة أخرى فى وحدة الفكرة وهى عدم الثبات Reliability حيث إن الأفكار غالباً ما تكون متداخلة ومتشابكة ويصعب فصلها .

ج - وحدة الشخصية : ونستخدم فى الدراسات التى تهدف إلى توصيف الشخصيات ، سواء فى الأعمال الأدبية أو الدرامية ، سواء كانت هذه الشخصيات خيالية أو تاريخية ، أو تعتبر من أسهل وحدات التحليل بشرط أن يضع الباحث الشخصية فى إطار العمل الموجودة به ، والقيام على المادة التى سيقوم بتحليلها قبل البدء فى التحليل .

د - الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية (المفردة) : وهى الأشكال الإعلامية التى تقدمها وسائل الإعلام مثل : المقال ، التحقيق الخبر ، البرنامج ، الفيلم ، التمثيلية ، الأغنية ، المسرحية ، الإعلانات والرسوم المتحركة ، وغيرها . وتستخدم المفردة كوحدة للتحليل فى حالة عدم وجود فروق جوهرية بين المفردات . ويقوم الباحث بتقسيم المفردة إلى مجموعة من التقسيمات . فالمسرحية يمكن تقسيمها إلى مسرحية فكاهية ، تراجمية ، والأخبار إلى أخبار سياسية اجتماعية اقتصادية ، إلخ .

هـ - وحدة المساحة والزمن : وتعلق وحدة المساحة بالمواد الإعلامية المكتوبة سواء فى الصحف أو الكتب ، وتنقسم إلى وحدة الصفحة وأجزائها ، العמוד ، السطر/ عמוד ، السنتيمتر ، وفى الكتاب تنقسم إلى الصفحة ، المجموع الكلى للصفحات .

أما وحدة الزمن فتتعلق بالمواد الإعلامية المسموعة ، والمرئية المسموعة كما فى الراديو أو التلفزيون أو الفيلم السينمائى ، وتنقسم إلى دقيقة ، ثانية .

وتستخدم وحدة المساحة والزمن فى الكشف عن الأهمية التى توليها الوسيلة الإعلامية لموضوع معين أو قضية ما .

وما تحدثنا عنه هو وحدات التسجيل Recording وهى التى تخضع للعد والقياس . وهى تختلف عن وحدات السياق Context وهى وحدات أكبر من وحدات التسجيل . فوحدة السياق هى الموضوع الكامل المتكامل الذى يستخرج منه الباحث وحدات التسجيل بعد دراسته دراسة دقيقة . فالجملة هى وحدة السياق ، أما الكلمة فهى وحدة التسجيل ، والنشرة الإخبارية هى وحدة السياق أما الخبر فهو وحدة التسجيل وهكذا .

والباحث قد يستخدم أكثر من وحدة من وحدات التحليل . فمن الممكن استخدام وحدة الموضوع مع وحدة المساحة أو الزمن . أو استخدام الكلمة مع المفردة وهكذا بما يخدم موضوع البحث ويعطى عمقاً لعملية التحليل ، بشرط الربط بين الوحدات المستخدمة بينها وبين هدف التحليل .

٤ - تحديد فئات التحليل : وهذه الخطوة هى صلب تحليل المضمون وأهم خطواته وبقدر نجاح الباحث فى تحديد فئاته تحديداً دقيقاً وجيداً بقدر نجاحه فى التوصل إلى نتائج علمية سليمة . وليس هناك فئات غمطية ثابتة ، ولكنها تختلف من موضوع لآخر . وطبقاً لتساؤلات البحث وفروضة وأهدافه .

وتنقسم الفئات إلى نوعين أساسيين :

أ - فئة الموضوع (ماذا قيل ؟) :

وتتضمن تلك الفئة عدة فئات فرعية أهمها :

- فئة الموضوع : إذ هى الخاصة بالمضمون الذى تدور حوله مادة الاتصال . ويكشف عن مراكز الاهتمام فى المضمون . ففى النشرات الإخبارية يمكن تقسيم الأخبار من حيث الموضوع إلى سياسية / اقتصادية / رياضية / إلخ . ويمكن تقسيم المقال الصحفى طبقاً لموضوعه إلى اجتماعى / سياسى / ثقافى / إلخ .

- فئة الاتجاه : بمعنى هل المضمون مؤيد أم محايد أم معارض للقضايا أو الموضوعات التى يتضمنها ؟ ، أو هل هو سلبى أم إيجابى ؟ وهكذا .

- فئة المعايير : وهى التى يتم على أساسها تصنيف الاتجاه . ويتم وضع مقاييس كمية لتقدير الاتجاه .

- فئة القيم : التى يعكسها المضمون . وهى متصلة بدرجة كبيرة بفئة المعايير .

- فئة الأساليب المتبعة : والتي تستخدم لعرض الفكرة وتوضيحها . وهناك أساليب كثيرة منها الأسلوب الدعائي والتحليلي والنقاش وغيرها .

- فئة السمات : مثل السمات الشخصية للأفراد وخصائصهم السيكولوجية ، والسمات الخاصة بالجماعات والمجتمعات التي يتناولها مضمون الاتصال .

- فئة الفاعل : وهى التى تكشف عن الشخص الفعل أو المؤثر فى الأحداث أو الوقائع .

- فئة مصدر المعلومة : والخاصة بالكشف عن الجهة أو الهيئة أو الشخص مصدر المعلومة لتحديد مدى الثقة فى المعلومات المقدمة .

- فئة مكان المعلومة : للتعرف على الهيئة التى تأتى منها المعلومة حيث يعكس ذلك مدى اهتمام المصدر بالمكان أو الإقليم .

- فئة الجمهور المستهدف : للتعرف على الجمهور الموجه إليه الرسالة الإعلامية .

ب - فئة الشكل (كيف قيل) :

وهى مكملية لفئة الموضوع ، فلا يمكن تحليل المضمون دون التعرف على شكل تقديم هذا المضمون ، فطريقة التقديم قد تضعف المضمون وقد تقويه أو تبرزه .

فاستخدام وسائل إيضاح مصاحبة . واستخدام حروف وأهناط معينة ، واستخدام صور ورسوم ، واستخدام موسيقى وديكور وإضاءة ، ومؤثرات صوتية ، كل ذلك يؤثر تأثيراً كبيراً على فعالية الموضوع المقدم .

ويمكن تقسيم تلك الفئة إلى الفئات التالية :

- شكل أو نمط الموضوع : فهناك عدة أشكال أو أنماط للمادة الإعلامية فى الوسائل المختلفة ، ففى الصحافة - مثلاً - تقدم المادة الإعلامية على أشكال مختلفة كالتحقيق ، الخبر ، الحديث ، الكاريكاتير ، المقال ... إلخ .

وفى الراديو والتلفزيون تتخذ الموضوعات أشكال عديدة منها التمثيلية ، والفيلم ، الأغنية ، المسرحية ، البرنامج ، النشرة الإخبارية ، الإعلانات ... إلخ .

- شكل العبارة : وهى الفئة الخاصة بالقواعد اللغوية المتبعة فى الرسالة الإعلانية . فهناك جمل تعبر عن الحقائق ، وأخرى تعبر عن الآمال أو الآمانى . وفى إطار هذا

النوع من التحليل قام أحد الباحثين الأمريكيين بتقسيم المادة الصحفية المنشور بالصحف الأمريكية إلى نوعيتين «الحقائق» و«الآراء» . وهناك دراسة أخرى لتحليل التعليقات الإذاعية لجأ فيها الباحث إلى تقسيم العبارات إلى حقائق وآراء ، وآراء منقولة عن مصدر . إلا أن معظم هذه الدراسات تعوزها الدقة ، والثبات ، وعدم إمكانية تعميم النتائج ، فضلاً عما يكتنف التحليل - حسب شكل العبارة - من صعوبات أهمها عمومية الفئات ، وعدم جدواها فى معظم الحالات ، إلا إذا استخدمت لكشف التغيرات فى الشكل والأسلوب على مدى فترة زمنية طويلة^(١٥) .

- شدة الاتجاه : وتستخدم لقياس مدى الانفعال الذى يظهر فى محتوى للاتصال ، من خلال عبارات التوكيد أو التفضيل أو الرفض أو التقبل ويعكس مدى الانفعال مدى اهتمام القارئ بالاتصال وتحمسه للموضوع الذى يقدمه .

- اللغة المستخدمة : هل هى فصحية أم عامية أم فصحية مبسطة ومأمدى ملائمتها للجمهور المستهدف .

- الوسيلة : هى الطريقة التى يتبعها القارئ بالاتصال فى إقناع الجمهور عن طريق الاستشهاد بالمصادر المختلفة .

- المساحة والزمن : والمساحة تعكس مدى أهمية الموضوع فى الصحف . والزمن المحدد للموضوع يعكس أهميته .

- الموضوع : موضع المادة الإعلامية يعكس أهميتها ، فى الصحيفة تختلف أهمية الصفحة الأولى عن الأخيرة عن الصفحات الداخلية ، وفى المجلة أيضاً هناك اختلاف بين أهمية الصفحات . وفى الراديو هناك ساعات تمثل ذروة الاستماع ، وفى التلفزيون ساعات تمثل ذروة المشاهدة .

- ترتيب المضمون : فالخير فى الصفحة الأولى غير الخير فى الصفحات الداخلية .

٥ - تصميم الاستمارة : بعد تحديد الباحث وحدات التحليل وفئاته تحديداً دقيقاً . يقوم بإعداد استمارته فى شكلها الأولى . بعد أن يحدد فئاته ويعرفها تعريفاً إجرائياً دقيقاً . ثم يقوم بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين لأخذ آرائهم فيها . مع إجراء دراسة على عينة استطلاعية من المادة التى سيقوم بتحليلها حتى يطمئن على صدق الاستمارة .

٦ - التأكد من ثبات التحليل : ويقصد بالثبات أن تعطى الاستثمارة نفس النتائج إذا أعاد الباحث تطبيقها بعد فترة من الزمن على نفس المضمون . وأيضاً أن يصل المحللون المختلفون لنفس النتائج عند استخدام تلك الاستثمارة على نفس المضمون ، أو يكون بينهم نسبة عالية من الاتفاق .

٧ - التحليل الإحصائي : بعد تصميم الاستثمارة وإجراء اختبارات الصدق والثبات لها تصبح استثمارة التحليل جاهزة . يقوم الباحث بعد ذلك بإعداد جداول بناء على فئاته ، ويقوم بتفريغ بياناته فيها تمهيداً للتحليل الإحصائي واستخراج النتائج .

سادساً: مزايا وعيوب تحليل المضمون :

تحليل المضمون من أقدم الأساليب التي ابتدعها الإنسان للحصول على المعرفة . وأداة أساسية «للفهم» . فكل إنسان يسعى إلى فهم المحيطين بهم يقوم بتحليل لغتهم وانفعالاتهم وتصرفاتهم لإصدار حكم على أفعالهم . إلا أنه لم يأخذ الطريقة العلمية إلا منذ بداية الثلاثينات من هذا القرن .

ويقوم تحليل المضمون على فكرة مؤداها «إن لكل إنسان بصمة فكرية على النحو الذى له بصمة إبهامية ، فكما تميز البصمة الإبهامية شخصاً عن شخص ، فإن البصمة الفكرية - المتمثلة فى أداء الفرد اللغوى والتعبيرى - تكشف عن شخصية الفرد وعن هويته » .

ومن أهم مزايا تحليل المضمون أنه أداة للقياس بعيدة عن التطفل والفضول . فالباحث يجمع بياناته دون أن يلاحظه أحد ودون أن يمثل عبئاً على المضمون - بعكس الأدوات الأخرى - ولذلك فهو أنسب الأدوات فى بحوث الاتصال الجماهيرى .

ومن مزايا تحليل المضمون أيضاً أن هناك إمكانية لإعادة التحليل من خلال باحثين آخرين ، حيث يمكن تثبيت مادة التحليل ، فالصحف والمجلات والكتب موجودة ويمكن حفظها على أفلام . ومواد الراديو والتلفزيون وأفلام السينما يمكن للباحث تسجيلها لتحليلها فى أى وقت . ويمكن لباحثين آخرين إعادة تحليل نفس المادة . مما يعطى ثبات ومصدقية لنتائج التحليل ، بعكس الأدوات الأخرى كالاستبيان والمقابلة فمن الصعب إجرائها على نفس العينة مرة أخرى بنفس الظروف .

ومن مزايا تحليل المضمون أيضاً أنه من أفضل الأدوات التى تعطى معلومات وفيرة

يمكن جدولتها وتبويبها ومعالجتها إحصائياً بما يخدم أهداف البحث .

ومن العيوب التى تكثف أداة تحليل المضمون ، الطبيعة المحدودة لهذه الأداة ، حيث إن ما يصل إلينا من مضمون اتصالى هو ما اهتم من سبقونا به ، وليس هو المهم على الإطلاق . فهناك بعض المضامين الهامة التى لاتصل إلى أيدينا والتى يكون لها تأثير قوى على الفترة الزمنية التى لم نعيشها . فحارس البوابة الإعلامية لايسمح بمرور إلا قليلاً من المضامين الإعلامية ويحجب الكثير الذى قد يكون أكثر أهمية مما يقدم .

من عيوب تحليل المضمون أيضاً أن نتائجه قد تلقى الضوء على أسباب الظاهرة الإعلامية أو الاجتماعية دون أن تعكس هذه الظواهر ذاتها ويمكن تجنب هذا العيب بأن يتبع الباحث المنهج التكاملى لتحليل المضمون باتباع التحليل الكمى والكيفى للمادة الاتصالية .

سابعاً: تحليل المضمون فى بحوث إعلام وثقافة الطفل :

تحليل المضمون من أكثر الأدوات استخداماً - مع الاستبيان - فى بحوث إعلام وثقافة الطفل . حيث يستخدم للكشف عن محتوى الرسائل الإعلامية سواء المقدمة خصيصاً للطفل ، كما فى برامج الأطفال فى الراديو أو التلفزيون . وكما فى صحف ومجلات الأطفال ، وأركان الأطفال فى الصحف العامة ، وكما فى كتب الأطفال بعامة وما يقدم للطفل فى وسائط الثقافة المختلفة ، أو تلك التى لاتقدم خصيصاً إلى الطفل ، ولكن يتعرض لها الأطفال وتؤثر فيهم بحكم المشاهدة أو الاستماع أو القراءة

كما يستخدم تحليل المضمون فى الدراسات التى ترمى إلى التعرف على خصائص ثقافة الأطفال فى فترة زمنية معينة ، من خلال تحليل مضمون وسائل الثقافة ومحتوى تلك الوسائل وهو مايقع تحت إطار البحوث التاريخية . كما يستخدم تحليل المضمون فى التعرف على خصائص القائم بالاتصال بالأطفال عن طريق تحليل الأسلوب الذى يخاطب به الطفل ومدى فهمه لجوانب النمو المختلفة للطفل .

وبعامة فتحليل المضمون من الأدوات الهامة والتى لاغنى عنها فى أبحاث إعلام وثقافة الطفل ، إذا أحسن استخدامه واتبع الباحث الطريقة المنهجية السليمة فى تصميم واستخدام تلك الأداة . مع عدم الأكفاء بالجانب الكمى من تحليل المضمون .

بل لابد من التطرق إلى الجانب الكيفي الذي يفسر البيانات التي يحصل عليها الباحث ويربطها بمتغيرات دراسته ، ونتائج الدراسات السابقة عليه .

الاستبيان

- أولاً : أشكال الاستبيان .
- ثانياً : خطوات تصميم استمارة الاستبيان .
- ثالثاً : ما بعد الإعداد .
- رابعاً : مزايا وعيوب الاستبيان .
- خامساً : الاستبيان فى بحوث إعلام وثقافة الطفل .

الاستبيان Questionnaire

الاستبيان ، الاستفتاء ، الاستقصاء ، كلها ترجمة للكلمة الإنجليزية Questionnaire ومهما كان المسمى ، فالأداة هنا تقوم على مجموعة من «الأسئلة» موجهة إلى مجموعة من الأفراد إما عن طريق البريد ، أو عن طريق المقابلة والمواجهة . والفارق بين البريد والمواجهة يحتم على الباحث اختيار صياغة معينة لأسئلته .

ويرى جالوب Gallop أن هناك خمس أنواع من المعلومات يحتاج الباحث في مجال قياس الرأي العام إلى الحصول عليها ، يصاغ لكل منها نوع خاص من الأسئلة يطلق عليها المناحي الخمسة Quintamensional Approach وتتضمن هذه المناحي خمسة أشكال من الأسئلة هي^(١٦) :

- ١ - أسئلة المعلومات Information أو أسئلة التصفية Filter .
- ٢ - الأسئلة ذات النهايات المفتوحة Open ended .
- ٣ - الأسئلة ذات البعدين المحددين Dichotomous أو أسئلة الاختيار من متعدد Multi Choice .
- ٤ - أسئلة السببية : Quaslity .
- ٥ - أسئلة الشدة : Intensity .

ومن شأن هذا المنحى الخماسي إتاحة الفرصة للاستفادة من فئات خمس من الأسئلة وتحت أية فئة من هذا الفئات يمكن إدراج أى عدد من الأسئلة اعتماداً على القضية المطروحة وعلى الظروف التى يجرى فيها الاستطلاع .

أولاً: أشكال الاستبيان:

- يمكن تقسيم الاستبيانات من حيث طبيعة الأسئلة إلى ثلاثة أنواع :

- ١ - الاستبيانات المقيدة : وتكون الأسئلة محددة . وتكون الإجابة إما بنعم أو لا أو أوافق - لا أوافق .

من مزايا هذا النوع أنه لا يستدعى جهداً من المبحوث ولا يتطلب وقتاً طويلاً للإجابة عليه . كما أنه يتميز بالسهولة فى تفريغ بياناته . أما أهم عيوبه فتتمثل فى أن

المبحوث لا يتمكن من إبداء رأيه فى الموضوع بطريقته الخاصة . كما أنها غالباً ما تخفق فى كشف دوافع المبحوث . كما أن الإجابات المحددة قد تلزم المبحوثين باتخاذ موقف من قضية لم يكن قد تبلور رأيهم فيها بعد .

٢ - الاستبيانات المفتوحة : ويتيح طريقة الإجابة فيه الحرية للمبحوث للتعبير عن رأيه فى الموضوع المطروح . مما يكشف عن ميوله واتجاهاته ودوافعه . ولكن من صعوبة هذا النوع عمله تفريغ البيانات ، حيث تكون الإجابات متنوعة ومتعددة . كما يتطلب هذا النوع أن يكون المبحوثين على درجة عالية من التعليم .

٣ - الاستبيانات المقيدة المفتوحة : وهى التى تجمع بين النوعين السابقين حيث يشمل الاستبيان على أسئلة يختار المبحوث إجابة أو أكثر تكون موجودة بجانب السؤال . كما يشمل على أسئلة تتطلب من المبحوث أن يكتب إجابته بنفسه وبطريقته الخاصة التى تعبر عن رأيه .

كما يمكن تقسيم الاستبيانات من حيث شكل الأسئلة إلى :

١ - الاستبيانات اللغوية : وهى التى تستخدم اللغة فى صياغة أسئلتها وتشمل الثلاثة أشكال السابقة ، المقيدة ، المفتوحة ، المقيدة المفتوحة .

٢ - الاستبيانات المصورة : وهى تستخدم صوراً أو رسوماً بدلاً من الكلمات أو العبارات . ويصلح هذا النوع للأطفال خاصة أطفال ما قبل المدرسة . والصفوف الأولى من التعليم الابتدائى . كما تصلح للراشدين الذى لا يقرأون ولا يكتبون أو محدودى القدرة على القراءة والكتابة . ومن مزايا هذا النوع من الاستبيانات أنها توضح مواقف قد يصعب التعبير اللفظى توضيحها ، كما أن الصور والرسوم تجذب انتباه واهتمام المبحوث أكثر من الكلمات المكتوبة ، ولكن من عيوب تلك الاستبيانات صعوبة تقنيها خاصة عندما تعبر الصور عن أشخاص أو بشر . كما أنها تتطلب من الرسام أو المصور تضمين المواقف لخصائص بصرية مفهومة ومميزة .

كما يمكن تقسيم الاستبيانات من حيث طريقة استيفاء الاستمارة إلى :

١ - الاستبيان البريدى : وهو الذى يقوم الباحث بإرساله إلى المبحوث عن طريق البريد أو يقوم بنشره على صفحات الجرائد والمجلات ويطلب من المبحوثين استيفائها وإعادتها إلى الباحث . وعادة ما يقوم الباحث بوضع استمارة الاستبيان فى مظروف

ومعها طابع بريد ومظروف آخر مكتوب عليه عنوان الباحث أو الهيئة المشرفة على البحث حتى لا يكلف المبحوث قيمة إرسال الاستمارة وإعادتها إلى الباحث . وتعتبر هذه الطريقة آلية . ولذا عليه أن يختار عينة كبيرة نسبياً كما أن المبحوث قد لا يجيب بنفسه على أسئلة الاستبيان .

٢ - الاستبيان بالتليفون : حيث يقوم الباحث بالاتصال بالمبحوث تليفونيا ويملى عليه أسئلة الاستبيان سؤالاً سؤال ويسجل إجابات المبحوث وتتميز تلك الطريقة بسرعة الحصول على البيانات كما تتيح للباحث توضيح وشرح بعض الأسئلة التي يصعب على المبحوث فهمها . ومن عيوبها التحيز في اختيار العينة ، حيث يستبعد الباحث من عينته من ليس لديه جهاز تليفون . كما أن هناك موضوعات حساسة قد يصعب على البعض الإدلاء بآرائهم فيها عن طريق التليفون . بالإضافة إلى أن هذه الطريقة مكلفة أيضاً .

٣ - الاستبيان بالمواجهة : ويتولى الباحث فيه توزيع استمارات الاستبيان على المبحوثين إما فرادى أو في مجموعات ثم يقوم بجمع الاستمارات بعد ملئها من المبحوثين . ويتميز بقلّة تكاليفه كما أنه يضمن للباحث أن الجيب على الأسئلة هو المبحوث نفسه وليس شخص آخر . كما أن المبحوث يهتم أكثر بالأسئلة نتيجة وجود الباحث الذي يؤكد للمبحوث سرية البيانات وعدم استخدامها في أغراض غير أغراض البحث العلمي . كما أن وجود الباحث مع المبحوث يزيل الغموض الذي يكتنف بعض الأسئلة مما يضمن صدق ودقة الإجابات .

ثانياً: خطوات تصميم الاستمارة الاستبيان :

ليس هناك اتفاق على خطوات محددة لتصميم استمارة الاستبيان فقد حدد «كورنهاوزر Kornhauser» ست خطوات لتصميم الاستمارة هي^(١٧) :

- ١ - تحديد البيانات المطلوب جمعها .
- ٢ - تحديد نوع الاستمارة التي سيستخدم .
- ٣ - إعداد الاستمارة في صورتها المبدئية .
- ٤ - إعادة دراسة الأسئلة ومراجعتها فنياً .
- ٥ - اختبار الاستمارة .
- ٦ - إعداد الاستمارة في صورتها النهائية ووضع الإجراءات اللازمة لاستخدامها .

فى حين ىشر عبد الباسط أحسن إلى أن هناك أربع خطوات لإعداد استثمار :
الاستبيان هى (١٨) :

- ١ - تحديد البيانات المطلوب جمعها تحديداً واضحاً .
 - ٢ - وضع مبدئى لاستمارة البحث .
 - ٣ - تجربة واختيار استمارة البحث .
 - ٤ - إجراء التعديلات اللازمة على الاستمارة ، ووضعها فى شكلها النهائى .
 - ٥ - إرسال الاستمارة - بوسيلة تحدد مقدماً - للأفراد موضوع الدراسة .
- ومع اختلاف التقسيمات إلا أن معظم الخطوات متشابهة . ولا يخرج تصميم
الاستمارة عن الخطوات التالية :

١ - التحديد الدقيق لنوعية المعلومات المطلوب جمعها :

هل هى حقائق محددة كالمعلومات والبيانات الشخصية والاجتماعية ، أم آراء
واتجاهات نحو قضية معينة أو موضوع محدد . أم تشمل النوعين معاً ؟ ويدخل فى هذه
الخطوة تقسيم الباحث نوع المعلومات - المطلوب الحصول عليها إلى مجموعة من
الميادين والنقاط التى يمكن أن يضمها كل ميدان .

وهناك طريقة لتحديد نوع البيانات المطلوبة ، وهى طريقة الجداول التخيلية أو
الصماء Dummy Tables . وفيها يتخيل الباحث النتائج التى يمكن الحصول عليها عند
طرحه لسؤال معين . ولنضرب مثل بذلك : ففى بحث عن نشرات الأخبار فى
التلفزيون . أراد الباحث أن يتعرف على معدل مشاهدة أفراد العينة للتلفزيون وكان
عدد أفراد العينة ٤٠٠ طفل . فقام بوضع جدول تخيلى ، حدد له صيغة السؤال
وحصر احتمالات الإجابة فى ثلاثة احتمالات .

العدد	مشاهدة التلفزيون
	لا يشاهد
	يشاهد أحياناً
	يشاهد دائماً
٤٠٠	المجموع

٢ - تحديد نوع الاستبيان وشكل الأسئلة :

هل سيتم إرساله بالبريد أم سيتم استيفائه بالمواجهة . هل الأسئلة ستكون قصيرة أم مفتوحة . حيث إن لكل نوع صياغة خاصة بأسئلته .

وأياً كان نوع الأسئلة فيراعى فيها البساطة والسهولة وأن تكون مناسبة لمستوى ثقافة المبحوثين ومدى ادراكهم للأسئلة . فالأسئلة التى توجه إلى أطفال فى التاسعة من العمر ، تختلف من حيث اللغة والأسلوب عن تلك التى توجه لأطفال فى الرابعة عشرة أو الخامسة عشرة من العمر ، وهكذا .

وقد يستخدم الباحث اللغة الفصحى أو اللغة العامية أو اللغة الفصحى العامية تبعاً لمستوى ثقافة وتعليم المبحوث .

ويجب على الباحث عند صياغة أسئلته أن يتعد عن الأسئلة ذات الطابع الإيحائى ، أى التى توحى للمبحوث بإجابة معينة . كما يجب أن يتعد الباحث بأسئلته عن الحياة الشخصية التى قد تسبب إحراجاً للمبحوث - إلا إذا كان ذلك من أهداف البحث - وهنا يجب طمئنة المبحوث إلى سرية البيانات - التى سيدلى بها . كما يجب أن تكون صيغة السؤال واضحة ومحددة لاتقبل التأويل ولاتشتمل على أكثر من فكرة.

ويجب أن يسأل الباحث نفسه وهو يضع أسئلة استمارته^(٢٠) :

- هل كل سؤال ضرورى ؟
- هل رسم كل سؤال بدقة بحيث يستدعى الاستجابات المطلوبة ؟
- هل تغطى الأسئلة الصفات المميزة للبيانات المطلوبة تغطية كافية ؟
- هل توجه أية أسئلة ليس لدى المستفتين المعلومات اللازمة عنها ؟
- هل يتطلب الأمر أن توجد أسئلة أكثر تحديداً للحصول على وصف دقيق لسلوك المستفتى ؟
- هل يجب أن يسأل أنواع من الأسئلة العامة لكى تستثير اتجاهات أو حقائق عامة ؟
- هل الأسئلة ملونة بتحيزات شخصية من جانب الباحث ، أو الجهة المشرفة على البحث أو الممولة له ، أو مركزة فى اتجاه واحد ، أو موجهة فى وقت غير مناسب ؟
- هل يقدم كل سؤال عدداً كافياً من الاختيارات كى يتيح للمستفتى أن يعبر عن

نفسه تعبيراً صحيحاً ودقيقاً ؟ .

٣ - الإعداد المبدئي لشكل ومضمون الاستمارة :

بعد تحديد نوعية البيانات المطلوبة ، وتقسيم مجالات الاستمارة إلى عدة ميادين يشمل كل ميدان عدد من الأسئلة يراعى في صياغتها وأسلوبها المبادئ السابق ذكرها . يقوم الباحث بالصياغة الفعلية للأسئلة مراعيًا تسلسل الأسئلة .

ثم يقوم الباحث بتجربة الاستمارة على عينة استطلاعية ليتخبر مدى فهم المبحوثين لأسئلة الاستمارة وتحديد طول الاستمارة والزمن الذى يستغرقه الإجابة عليها . كما تفيد التجربة الاستطلاعية فى التعرف على درجة استجابة المبحوثين :

وإذا قام الباحث بهذه التجربة ، فإن هناك دلائل تدل على اشتمال الأسئلة على نواح تحتاج إلى تعديل . وأهم هذه الدلائل ما يأتى^(٢١) :

- عدم انتظام توزيع الإجابات على الأسئلة ، فالإجابات التى لايمكن تجميعها فى رتب ومجموعات والتى لاتتبع نظاماً معقولاً عادة ما تكون نتيجة لعب أو عيوب فى نظام الأسئلة .

- قد يحصل الباحث على استجابة واحدة لاتتغير من جميع أفراد العينة رداً على سؤال من أسئلة الاستمارة . ومثل هذه الأسئلة يجب إسقاطها أو تعديلها .

- إذا كثرت الاستجابات المحايدة أو من نوع «غير متأكد» أو «لا أعرف» دل ذلك على أن السؤال المستخدم يحتاج إلى تعديل أو حذف . وقد يكون سبب ذلك أنه يمس مشكلة صعبة الحل ، أو أن السؤال غامض غير محدد ، أو أنه يمس ناحية لايرغب الأفراد فى الإفصاح عنها .

- إذا امتنع كثيرون عن الأجابة فقد يكون ذلك نتيجة لطريقة صياغة الأسئلة ، وعلى الباحث أن يعد لها ويجربها من جديد .

- قد يكون هناك تعليقات كثيرة على الاستمارة فى الوقت الذى تكون فيه الأسئلة من النوع المقيد .

- إذا اختلفت النتائج التى يحصل عليها الباحث بتغيير ترتيب الإجابات المعطاه دل ذلك على أن الأسئلة تحتاج إلى تعديل .

وقد يقوم الباحث - بالإضافة إلى التجربة الاستطلاعية - بعرض الاستمارة على المجموعة من المحكمين والخبراء الذين لديهم صلة بالموضوع ، ويأخذ نسبة الاتفاق بين المحكمين ، فإذا كانت عالية دل ذلك على صلاحية الاستمارة . ويشترط أن يكون المحكمين فئة نفس مجال تخصص الباحث . فالباحث الذى يقوم بإعداد استمارة عن التلفزيون والطفل من الممكن الإستعانة بأساتذة الإعلام المتخصصين فى التلفزيون ، وبعض أساتذة الطفولة . بالإضافة إلى بعض أساتذة مناهج البحث . وقد يستعين بمحكمين من العاملين بالتلفزيون ممن لديهم خبرة فى مجال البحث .

٤ - صدق وثبات الاستمارة :

الصدق هو أن تقيس الاستمارة الشيء الذى وضعت لقياسه . وهناك عدة طرق للتأكد من صدق الاستمارة يمكن للباحث إجراء نوع أو أكثر فيها فهناك الصدق الظاهر ، الصدق التنبؤى ، الصدق التلازمى ، الصدق التجريبي . أما الثبات فيعنى ثبات الاستمارة إذا طبقت أكثر من مرة . بمعنى أنها ستعطي نفس البيانات أو النتائج تقريباً إذا طبقت على نفس العينة . ويمكن التأكد من ثبات الاستمارة بأكثر من طريقة مثل : طريقة إعادة الاختبار ، طريقة الصور المتكافئة ، طريقة القسمة إلى نصفين .

٥ - أعداد الاستمارة فى صورتها النهائية :

بعد تجربة الاستمارة وعرضها على المحكمين وتعديلها . ثم إجراء الصدق والثبات تصبح الاستمارة فى صورتها النهائية صالحة للتطبيق . وهنا يقوم الباحث بطباعتها وتنسيقها بطريقة جذابة مراعيًا عدة عوامل فى التنسيق منها : الحجم وعدد الصفحات ونوعية الورق المستخدم . ووضع عناوين جانبية لكل مجموعة من الأسئلة . وترقيم الأسئلة . وتحديد المصطلحات التى قد يختلف عليها الباحثون .

ثالثاً: ما بعد الإعداد :

بعد إعداد تصميم استمارة الاستبيان فى شكلها النهائى ، وقبل تطبيقها على عينة الدراسة ، هناك عاملان أساسيان يجب على الباحث أن يأخذهما بعين الاعتبار وهما :

١ - وضع تعليمات للإجابة :

وهذه التعليمات من الأمور الضرورية ، لإرشاد المبحوث عن كيفية الإجابة عن الأسئلة ، خاصة فى استبيان البريد والصحف والإذاعة والتلفزيون . فالمبحوث ها

لا يجد الباحث أمامه ليستفسر منه عما قد يصعب عليه فهمه من الأسئلة . ويجب أن تصاغ التعليمات بطريقة واضحة ، وألا تكون مطولة حتى لا يمل منها المبحوث ، وتكون عاملاً لتركه الاستمارة بدلاً من تشجيعه على ملئها. وتكون التعليمات عادة مكتوبة بينط أكبر من بنط الأسئلة أو أن يوضع تحتها خط أو توضع فى برواز .

٢ - موافقات الجهات الرسمية :

لا يستطيع الباحث أن يطبق استمارته إلا بعد أخذ موافقة الجهات الرسمية على هذا التطبيق . وأول هذه الجهات هى الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء وللحصول على تلك الموافقة تقوم الجهة التابع لها الباحث بمخاطبة الجهاز بطلب للسماح للطلاب بإجراء الاستبيان موضحاً به عدد مفردات العينة ومكان اختيارها ، ومرفقاً بالطلب ثلاث صور من الاستبيان ، مذيلة بخاتم الجهة الطالبة وموقع عليها من المشرفين على البحث . وبعد موافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء بخطاب رسمى وتطبيق الباحث للاستمارة يوافق الجهاز بصورة من نتائج الاستبيان .

وبالإضافة إلى الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، هناك العديد من الجهات التى تطلب موافقتها على إجراء الاستبيان . فإذا طبق الباحث استمارته على مدارس فعليه أخذ موافقة مديرية التربية والتعليم التى تقع المدرسة فى نطاقها ، والتى تحول الطلب إلى الإدارة التعليمية التابع لها المدرسة والتى تعطى الباحث خطاباً إلى مدير أو ناظر المدرسة بعد أخذ موافقة الأمن يسمح للباحث بالتزدد على المدرسة - لفترة محددة - لإجراء استبيان .

وإذا كان الباحث سيطبق استمارته على قطاع من العاملين بالراديو أو التلفزيون ، فهناك موافقة مسبقة على دخول المبنى وإجراء الاستبيان من أمن التلفزيون ، وبشكل الحصول على تلك الموافقة عائقاً وعدم تفهم لطبيعة البحث العلمى ، وأن بعض نتائجه تعود على التلفزيون والراديو .

وعلى الباحث أن يكون صبوراً ، وألا يصاب بالإحباط فى الحصول على موافقات الجهات الرسمية . وأن يعد لتلك الموافقات فى وقت كافٍ قبل تطبيق الاستبيان .

رابعاً: مزايا وعيوب الاستبيان :

من مزايا الاستبيان :

١ - قلة التكاليف والجهد الذى يتطلبه . فهو من أقل وسائل جمع البيانات تكلفة .

كما أنه لا يحتاج إلى فريق من الباحثين . فالباحث يقوم به بنفسه حيث يوزع الاستمارات على المبحوثين أو يرسلها إليهم وهم يتولون الإجابة على الاستبيان بأنفسهم .

٢ - يصلح مع العينات كبيرة الحجم والمتنشرة في أكثر من مكان .

٣ - يتوفر للاستبيان ظروف تقنين عالية أكثر من أى وسيلة أخرى من خلال صياغة الأسئلة وترتيبها وتسجيل الإجابات .

٤ - تتيح للباحث جمع معلومات قد يجد المبحوث إحراجاً في الإفصاح عنها إذا استخدمت أدوات أخرى مثل المقابلة .

٥ - تعطى للمبحوث فرصة للتفكير فى الأسئلة قبل إجابته عليها .

من عيوب الاستبيان :

١ - لا يصلح إلا مع مبحوثين على درجة من الثقافة أو التعليم ، حيث أنه يعتمد على القدرة اللفظية . ويتم تدارك ذلك بالاستبيان المصورة .

٢ - إدراك الأفراد للمعاني التى تحملها الكلمات يختلف من فرد لآخر ، وكثير من الكلمات والمصطلحات تحتمل أكثر من معنى . مما يحد من قيمة الاستمارة وفعاليتها في القياس . ويتم تدارك ذلك بتعريف المصطلحات تعريفاً إجرائياً ووضع إرشادات للمبحوثين .

٣ - فى الاستبيان البريدى يفقد الباحث اتصاله الشخصى بأفراد العينة . فلا يستطيع قياس رد فعلهم أو توضيح ما قد يغمض عليهم من أسئلة . كما أن كثير من الاستمارات المرسلة بالبريد لا ترد إلى الباحث .

٤ - قد لاتعكس أجابات المبحوث رأيه الشخصى مما يصعب معه معرفة اتجاهه الحقيقى نحو الموضوع .

٥ - غالباً ما تؤدى طول الأسئلة إلى ملل المبحوث ونفوره من الاستبيان .

خامساً: الاستبيان والصور الساكنة:

لعل أهم نقد يمكن أن يوجه للاستبيان هو أنه يعطى صوراً ساكنه لفترات زمنية محددة . فالصدق والثبات هنا تتحدد قيمتهما بالفترة الزمنية التى يطبق فيها الاستبيان

فقط لأن الإنسان نفسه يتغير بمرور الزمن . فالحياة التى انقضت لايمكن أن تعاش مرة أخرى .

ومن المهم أن نتذكر أننا لانستطيع أن نعيش الماضى مرة أخرى ، ولا أن نستبق المستقبل . وربما صنع هذا التناقض الظاهرى بطريقة لطيفة فى عبارة ظهرت وقت أن أمكن لأولفى إعادة العرض الفورى للأحداث الرياضية على شاشة التليفزيون حيث قال : لقد انتهى العالم أمس ، وأنت تشاهد الآن إعادة لما حدث . وقد فهم الفيلسوف «هيراقليطس» هذه النقطة تماماً فى القرن الخامس بعد الميلاد وأوجزها فى القول المأثور المنطوى على تناقض ظاهرى «لايمكن لإنسان أن يخطو فى نفس النهر مرتين» .. حيث إنه لايمكن لنفس الرجل أن يقفز فى النهر للمرة الثانية ، لأن الزمن يفصله عن الرجل الذى قفز أولاً . والمياه التى قفز فيها ليست هى نفس مياه المرة الأولى .

وعلى ذلك لايمكن إجراء استطلاع رأى مرتين حتى لو إستخدمت نفس استمارة الاستبيان وسئل نفس الأشخاص . ذلك لأن بعض الناس يغيرون آرائهم بالقطع خلال الفترة الفاصلة .

وما كان يمكن تكرار استطلاع رأى إلا عن طريق سؤال عينات من جماعات مختلفة فى نفس الوقت ، وبحيث تماثل هذه المجموعات إلى أقصى حد فى تكوينها فيما يخص طبقاتها الاجتماعية وغيرها^(٢٢) .

سادساً: الاستبيان فى بحوث إعلام وثقافة الطفل :

يعتبر الاستبيان من أفضل الوسائل لجمع البيانات فى البحوث التى تدرس الجمهور وأيضاً لدراسة القوائم بالاتصال ، بشرط إعداده بعناية وتطبيقه بكفاءة وحصر العينة حصراً دقيقاً .

والاستبيان يستخدم على نطاق واسع فى بحوث إعلام وثقافة الطفل ، بهدف الحصول على معلومات وحقائق عن ظروف قائمة بالفعل . وبهدف التعرف على الاتجاهات والآراء ، إلا أن استخدام الاستبيان فى بحوث إعلام وثقافة الطفل يمثل صعوبة للباحث تتطلب منه مهارة خاصة ، وإلمام بالجوانب المختلفة لعينته وهى هنا - فى معظم الأبحاث - الأطفال من فئات عمرية مختلفة .

فدراسة الباحث لنواحي النمو الجسمية والعقلية والانفعالية والاجتماعية تتيح له

إعداد أسئلته بطريقة تتناسب وهذه النواحي . فالاستبيان الموجه إلى أطفال مرحلة الطفولة الوسطى يختلف عن الاستبيان الموجه إلى المراهقين وهكذا .

وإذا كانت دراسات القائم بالاتصال مازالت فى مراحلها الأولى فى مصر ومازال تواجه بالعديد من الصعوبات ، فإن دراسة القائم بالاتصال فى إعلام وثقافة الطفل ينظر إليها على أنها من الدراسات الثانوية ، وما زال الكثير من الباحثين يحجم عن التعرض لها . وإذا تعرض لها يكون التعرض سطحياً يسيء إلى تلك الدراسات أكثر مما يفيدها . ويمكن القول إن دراسة القائم بالاتصال فى إعلام وثقافة الطفل من الدراسات المهمة رغم أهميتها لنهوض وتطور واكتمال بحوث إعلام وثقافة الطفل .

لذا يجب التعمق فى دراسة القائم بالاتصال فى إعلام وثقافة الطفل للتعرف على اتجاهاتهم وآرائهم ونظرتهم إلى ثقافة الطفل خاصة أنهم يتحكمون - كحراس للبوابة الإعلامية - فى مضمون وشكل ما يقدم لأطفالنا فى وسائل الإعلام ووسائط الثقافة . واستمارة الاستبيان من الأدوات الأساسية التى تتيح جمع الحقائق والمعلومات عن القائم بالاتصال .

المقابلة

أولاً : تعريف المقابلة .

ثانياً : أنواع المقابلة .

ثالثاً : كيفية إجراء المقابلة .

رابعاً : أخطاء يقع فيها القائم بالمقابلة .

خامساً : صدق وثبات المقابلة .

سادساً : مزايا وعيوب المقابلة .

المقابلة Interview

تعتبر المقابلة من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعاً . خاصة فى الأبحاث التى تستخدم طريقة دراسة الحالة Case Study ، والأبحاث التى تتطلب نوعاً من العلاقة والتفاعل بين الباحث والمبحوث . كما تعتبر وسيلة مجدية عند دراسة جمهور أميل إلى تقديم البيانات والحقائق والمعلومات شفاهية وليس كتابة كما فى الاستفتاء وعند دراسة جمهور لا يقرأ ولا يكتب .

ويطلق البعض على المقابلة «الاستبار» حيث يردون الكلمة إلى أصلها اللغوى . فالاستبار من سبر وأسير واستبر الجرح أو البثر أو الماء . أى أمتحن غوره ليعرف مقداره ، واستبر الأمر جربه واختبره .

والمقابلة المتعمقة هى التى تمكن الباحث من أن يسير أغوار مشاعر فرد معين تجاه ظاهرة اجتماعية معينة وجوانب تعريفه بها ، وكيفية ربطه لها بمجالات أخرى من حياته الاجتماعية . فسوف يكشف المبحوثون فى الغالب عن أحكامهم بشأن اتجاهات الآخرين ، وكيف تؤثر هذه الاتجاهات على اتجاهاتهم الخاصة وسلوكهم الخاص . ويمكن عن طريق المقابلة المتعمقة التعرف على الذكريات المتعلقة بالحوادث الماضية والتى تسمى من الناحية الفنية البيانات الاسترجاعية الممتدة عبر الزمن خاصة إذا ما أعطى المبحوثون وقتاً كافياً لاسترجاع الحوادث الماضية ووضعها فى سياق معقول .

أولاً: تعريف المقابلة :

- يعرف «والتر بنجهام Bingham» المقابلة بأنها المحادثة الجادة الموجهة نحو هدف محدد وليس مجرد الرغبة فى المحاولة لذاتها^(٢٤) .

- يعرف « ماکوبى و ماکوبى Maccoby & N. Maccoby » المقابلة بأنها : تفاعل لفظى يحدث بين فردين فى موقف مواجهى ، حيث يحاول أحدهما أن يستثير بعض المعلومات أو التعبيرات لدى الآخر ، والتى تدور حول آرائه ومعتقداته^(٢٥) .

- تعريف «بولين يونج» المقابلة بأنها : طريقة منظمة يتمكن الفرد من خلالها أن يسير غور حياة فرد آخر غير معروف له نسبياً .

- يعرف «انجلش وانجلش» المقابلة بأنها : محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو أفراداً آخرين لاستغلالها فى بحث علمى ، أو الاستعانة بها على التوجيه والتشخيص والعلاج^(٢٦) .

- يعرف « عبد الحميد لطفى» المقابلة بأنها : طريقة التحقيق التى تتميز بالاتصال وجهاً لوجه ، وعلى ذلك فهى تتطلب محققاً ماهراً للحصول على بيانات يسأل عنها عدداً معيناً من الأفراد بطريقة مباشرة^(٢٧) .

- يعرف «مصطفى سويف» المقابلة بأنها : مجموعة من الأسئلة ، أو من وحدات الحديث يوجهها طرف إلى آخر فى مواقف مواجهة ، حسب خطة معينة ، للحصول على معلومات عن سلوك هذا الطرف الأخير أو سمات شخصية أو للتأكد من هذا السلوك^(٢٨) .

وهناك الكثير من التعريفات للمقابلة ، بالإضافة للتعريفات السابقة ، تتفق معظمها فى تحديد خصائص عامة للمقابلة أهمها :

١ - إنها محادثة لفظية بين شخص وشخص آخر أو شخص ومجموعة من الأشخاص .

٢ - إنها قد تستخدم بجانب الألفاظ الإيماءات وتعبيرات الوجه وغيرها من العوامل الثانوية التى تشجع المبحوث على إخراج ما عنده .

٣ - إنها تعتمد على المواجهة . فهى تحدث فى موقف مواجهى . أى أنها عملية اتصال مواجهى . فلا يمكن أن تتم المقابلة بالتليفون أو استخدام وسائل لا تحقق عنصر المواجهة .

٤ - إنها لها هدف محدد أو مجموعة أهداف محددة . وهذا ما يميزها عن المقابلات العامة غير العلمية التى يستخدمها الإنسان العادى فى موقف حياته المختلفة .

٥ - إن التفاعل بين الباحث والمبحوث عنصر أساسى فى إتمام المقابلة للوصول بها إلى الهدف المنشود .

ثانياً: أنواع المقابلة :

أ - من حيث الغرض أو الهدف :

١ - المقابلة المسحية (لجمع البيانات) : والتي تهدف إلى جمع بيانات سواء من الأفراد أو الجماعات . ويشيع استخدام هذا النوع في الدراسات الاستطلاعية والوصفية ، وفي قياس الرأي العام والاقتراع السياسى . وفى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام ومضونها . وبعامه تستخدم حينما تكون البيانات المطلوب الحصول عليها مرتبطة بمشاعر الأفراد وعقائدهم واتجاهاتهم ويصعب ملاحظتهم .

٢ - المقابلة التشخيصية : وتستخدم فى تشخيص حالات معنية من المرضى ، أو ذوى المشكلات ، بهدف التعرف على العوامل التى تسبب المشكلة وتؤدى إلى تفاعلها . وتحديد الأبعاد الأساسية للموقف المحيط بالمبحث .

٣ - المقابلة العلاجية : وتستخدم لرسم ووضع خطة لعلاج المبحث بهدف علاجه وتخفيف حدة التوتر الذى يشعر به .

٤ - المقابلة التوجيهية أو الإرشادية : وتهدف إلى إرشاد وتوجيه المبحث إلى فهم مشكلاته الشخصية والاجتماعية والمهنية على نحو أفضل ، وأن يقوم هو بوضع خطط سليمة لحل تلك المشكلات .

ب - من حيث عدد المبحوثين :

١ - المقابلة الفردية : وهى التى تتم بين الباحث وفرد واحد فقط من المبحوثين . وهى السائدة فى البحوث النفسية والاجتماعية نظراً لتعقيد الظواهر النفسية والاجتماعية وتشعبها مما يصعب دراستها بصورة جماعية .

وتتيح تلك الطريقة الفردية للمبحث الشعور بالحرية فى التعبير عن نفسه بطريقة صادقة .

٢ - المقابلة الجماعية : وهى التى تتم بين الباحث ومجموعة من الأفراد المبحوثين فى مكان واحد وتوقيت واحد . وتتيح توفير الوقت والجهد للباحث . كما أن اجتماع عدد كبير من أفراد العينة يتيح تناول الخبرات والخروج بمعلومات أوفر ، إلا

أنه يخشى سيطرة فرد من الباحثين على المجموعة والمناقشة مما لا يتيح الفرصة للآخرين للكشف عن وجهات نظرهم .

ويراعى القائم بتلك المقابلة التجانس بين أعضاء الجماعة . وألا يكون عدد الأعضاء كبيراً بدرجة يتعذر فيها على بعض الباحثين الاشتراك فى المناقشات وإبداء آرائهم ، وعليه تشجيع الأفراد الذين لا يشاركون ، وتتطلب منه مهارة فى القيادة والسيطرة على الموقف .

جـ - من حيث درجة المرونة فى المقابلة :

١ - المقابلة غير المقتنة : وتتسم بالمرونة التامة من حيث تعديل وتوجيه الأسئلة طبقاً للموقف الذى تتم فيه المقابلة . وفى بعض الحالات قد لا يكون المفحوص على دراية بأنه فى مقابلة شخصية ، فقد يتم الحصول على المعلومات بطريقة عرضية . وتشكل هذه المرونة عبئاً على الباحث فى تحليل نتائج المقابلة وإجراء المقارنة بينها .

ولا تصلح المقابلة غير المقتنة فى اختبار صحة الفروض فى الدراسات التجريبية ، ولكنها تصلح فى الدراسات الاستطلاعية والاستكشافية كأداة للتوصل إلى جوهر المشكلة ومؤشر لصياغة مقابلات مقننة .

ويطلق على هذا النوع من المقابلات ، المقابلة «غير الرسمية» وهناك أشكال متعددة لها منها :

- المقابلة البؤرية أو المركزة : وهى التى تركز الانتباه على خبرة محددة مر بها المفحوص لمشاهدة برنامج أو فيلم تليفزيونى أو سينمائى أو مسرحية بهدف معرفة الآثار المترتبة على هذه الخبرة . ويقوم الباحث بإعداد دليل للمقابلة بعد تحليله للمسرحية أو الفيلم أو البرنامج وتقتصر المناقشة أثناء المقابلة على الموضوع أو القضية محل الدراسة .

- المقابلة الإكلينيكية : وهى التى تهتم بمختلف الخبرات التى مر بها المفحوص ، ولا تقتصر على خبرة واحدة فقط . وتستخدم غالباً فى مجال التشخيص والعلاج النفسى . وهنا يهتم القائم بالمقابلة بملاحظة السلوك غير اللفظى للكشف عن الحالة الانفعالية للمفحوص .

٢ - المقابلة المقتنة : وهى المحددة تحديداً دقيقاً ، عن طريق تحديد الأسئلة تحديداً

دقيقاً ، وتصاغ مسبقاً وتوجه إلى المفحوصين بترتيب معين وبنفس الصياغة . وقد تكون الأسئلة مقيدة أو مفتوحة . وهذا المقابلة أكثر علمية من المقابلة غير المقننة ، حيث تسمح بإمكانية مقارنة البيانات . كما أنها أكثر ثباتاً ، حيث إنها تتيح نوعاً من الاتفاق بين الباحثين فى أسلوب التطبيق ، وكذلك اتفاق الأسلوب الذى يستخدمه الباحث نفسه أكثر من مرة .

ثالثاً: كيفية إجراء المقابلة:

ليس هناك خطوات ثابتة لإعداد المقابلة وإجراءها ، ولكنها تتوقف على طبيعة الموضوع ، وعلى خبرة ومهارة القائم بالمقابلة ، وظروف إجراء المقابلة ، ونوعية المفحوصين . ولكن هناك بعض القواعد المتفق عليها الواجب اتباعها حتى تؤدي المقابلة الهدف منها وهذه القواعد هى :

١ - تحديد أفراد المقابلة (المفحوصين) : الذين لديهم الاستعداد للإدلاء بالمعلومات المطلوبة ، والتأكد من أنهم بالفعل لديهم تلك المعلومات . والتأكد من أن أفراد العينة يمثلون المجتمع الأصلي حتى يمكن تعميم النتائج .

٢ - تحديد زمان ومكان المقابلة : بحيث يكون المكان والتوقيت مناسبين للمفحوص ، ويتيحاً للمفحوص الاستجابة للمقابلة .

٣ - تقديم الباحث نفسه للمفحوص : بعد تحديد أفراد العينة ، وتحديد الزمان والمكان ، يقوم الباحث بأول الخطوات العملية وهى تقديم نفسه للمفحوص ، وشرح الهدف من المقابلة وطريقة إتمامها ، وتأكيد طبيعة سرية البيانات ، وذلك حتى يقيم علاقة تسودها الألفة بينه وبين المفحوص ، مما يشجعه على الإدلاء بالبيانات واستشارة الدافع لديه للاستجابة .

٤ - توجيه الأسئلة : وعادة ما يبدأ بالأسئلة العامة ، ثم يدخل فى الأسئلة الأكثر تركيزاً ويراعى فى توجيه الأسئلة نغمة الصوت ونبراته ، وتعبيرات الوجه وتسلسل الأسئلة ، وتجنب أسلوب التحقيق . وفى المقابلات المقننة توجه الأسئلة بنفس الترتيب ونفس الأسلوب لجميع المفحوصين . أما فى المقابلات غير المقننة ، فتوجه الأسئلة بالطريقة التى يفهمها المبحوث ، وبالترتيب الذى تفرضه ظروف المقابلة .

٥ - تسجيل إجابات المبحوثين : يجب تسجيل إجابات المبحوثين بدقه أولاً بأول .

وقد يستخدم القائم بالمقابلة استمارة أو بطاقة مقننة أو أجهزة كاسيت لتسجيل كل مايقوله المبحوث . وقد يقوم المقابل بتسجيل ما يلاحظه من سلوك أو حالات لا تتفق مع إجابات المبحوث وتسجيل بعض المظاهر الانفعالية ذات الدلالة ، إذا كان ذلك بخدم موضوع البحث .

رابعاً: أخطاء يقع فيها القائم بالمقابلة :

هناك عدة أخطاء يتعرض لها القائم بالمقابلة أهمها (٢٩) :

١ - إغفال وقائع هامة أو التقليل من أهميتها . ويسمى ذلك خطأ التعرف Error of Recognition .

٢ - حذف بعض الحقائق أو التعبيرات أو الخبرات . ويسمى ذلك خطأ الحذف Error of Omission .

٣ - المبالغة في تقدير ما يصدر عن الفرد ويسمى ذلك خطأ الإضافة Error of Addition .

٤ - عدم تذكر ما قيل بالضبط وإبدال كلمات المفحوص بكلمات لها مضامين مختلفة . ويسمى ذلك خطأ الإبدال Error of Substitution .

٥ - عدم تذكر التسايع السليم للوقائع ، أو العلاقة السليمة بين الحقائق بعضها وبعض . ويسمى ذلك خطأ التغير Error of Transposition .

خامساً: صدق وثبات المقابلة :

من الأمور الهامة التأكد من صدق وثبات استمارة المقابلة . وللتأكد من صدق إجابات المبحوث يمكن للقائم بالمقابلة وضع بعض الأسئلة التي تكشف صدق الإجابة . فإذا كان هناك سؤال عن : هل تعرف شيئاً عن القضية الفلسطينية ؟ فيمكن إضافة سؤال آخر مثل : ماذا تعرف عن القضية الفلسطينية؟ كما يمكن للباحث إضافة بعض الأسئلة المتكررة .

وهناك أكثر من طريقة للتأكد من صدق المقابلة وثباتها في البحوث الاجتماعية منها (٣٠) :

١ - المقارنة بين أقوال المبحوث في المقابلة ، وبين الأدلة الموضوعية المتصلة بموضوع

المقابلة . كأن نقارن مثلاً بين أقوال المبحوث عن ممتلكاته وعن دخله وبين أدلة أخرى للتأكد من صدق أقواله فى المقابلة ، وذلك عن طريق المصادر المتنوعة مثل سجلات الضرائب والملكية وغيرها .

٢ - التنبؤ عن السلوك فى المستقبل على أساس تعبير المبحوث وتوقعاته ، غير أن استخدام تلك الطريقة تقابله بعض الصعوبات مثل تلك التى تتصل باختيار العينات . كما أن كثيراً من المبحوثين قد يغيرون من مواقفهم نتيجة لعدد من الأحداث والعوامل.

٣ - التناقض الداخلى : فإذا وجهنا السؤال عن نفس الموضوع فى صورتين مختلفتين وفى منطقتين مختلفتين فى المقابلة ، ووجدنا ارتباطاً مرتفعاً بين الإجابات عن السؤالين، أمكن أن نعتبر ذلك مقياساً يتسم بالثبات .

٤ - الارتباط بين بيانات المقابلة وبيانات أخرى يمكن التنبؤ عن ارتباطها بها : فمثلاً قد يتنبأ الباحث على أساس نظرى أو على أساس البحوث السابقة عن وجود علاقة بين أساليب الإشراف على جماعة العمال ، وبين مستوى إنتاجهم . فإذا أجريت مقابلات بقصد التعرف على الإشراف ، ووجدنا أنها تتميز بين الجماعات ذات المستوى الإنتاجى المرتفع ، والجماعات ذات المستوى الإنتاجى المنخفض ، وتكررت هذه النتيجة فى أكثر من موقف ، أمكن الاطمئنان نوعاً ما إلى أن المقابلة تقيس فعلاً أساليب الإشراف .

سادساً: مزايا وعيوب المقابلة:

من مزايا المقابلة :

١ - تصلح للتطبيق على الأفراد الأميين . فهى لا تتطلب إلمام المبحوث بالقراءة والكتابة . ولذلك فهى أداة مهمة فى مجتمعنا وفى المجتمعات التى تكون فيها درجة الأمية مرتفعة .

٢ - من أكثر الأدوات التى تتسم بالمرونة . فالباحث لديه فرصة فى تعديل الأسئلة، وأن يشرح للمبحوثين ما قد يغمض عليهم من أسئلة .

٣ - تتيح للباحث فهم الظاهرة وملاحظة سلوك المبحوث ، حيث تتيح المواجهة بين الباحث والمبحوث .

٤ - تضمن للباحث الحصول على إجابات لكل ما يوجهه من أسئلة بعكس الاستبيان .

٥ - تتيح للباحث فرصة للحصول على بيانات ومعلومات حساسة وحقائق تتصل بموضوعات وقضايا معقدة ومثيرة للانفعال .

٦ - لا يستطيع المبحوث معرفة كل الأسئلة دفعة واحدة كما فى الاستبيان ، فالباحث يوجه الأسئلة تباعاً وبالترتيب والتسلسل الذى يراه .

٧ - تصلح للاستخدام كأداة مساعدة للتأكد من وتوضيح النتائج التى نحصل عليها من استخدام أدوات أخرى .

من عيوب المقابلة:

١ - الأخطاء التى تتعرض لها نتائج المقابلة مثل : أخطاء التحيز ، والأخطاء التى ذكرناها سابقاً .

٢ - تحتاج إلى وقت طويل وتتطلب تكلفة كثيرة .

٣ - تحتاج إلى أكثر من فرد للقيام بها .

٤ - صعوبة جدولة النتائج وصياغتها بصورة كمية .

٥ - تأثر المبحوث باتجاه القائم بالمقابلة ، مما قد يدفعه إلى تزييف إجاباته بما يتفق مع اتجاه القائم بالمقابلة .

الملاحظة

- أولاً : أنواع الملاحظة .
- ثانياً : تسجيل الملاحظة .
- ثالثاً : مزايا وعيوب الملاحظة .
- رابعاً : الملاحظة فى بحوث إعلام وثقافة الطفل .

الملاحظة Observation

الملاحظة من الأدوات الأساسية والهامة لجمع البيانات خاصة فى العلوم الاجتماعية، خاصة وأن علماء الأنثروبولوجيا هم الذين لفتوا الأنظار إلى أهمية هذه الأداة ، عندما جمعوا عن طريق الملاحظات كثيرا من المعلومات والبيانات عن الشعوب البدائية . وهى وسيلة قديمة استخدمها الإنسان منذ القدم ، وإن لم تأخذ الصبغة العلمية إلا فى عصرنا الحديث .

وهى أداة أساسية فى معظم البحوث - حتى إذا لم يقصد الباحث استخدامها - فهى تدخل فى دراسة أية ظاهرة تقريباً .

والملاحظة لغةً : مراقبة شىء أو حال طبيعى أو غير طبيعى كما هو بالفعل ، وتسجيل ما يحدث بدقة ، وذلك لغرض علمى أو عملى .

والملاحظة وسيلة لمعرفة الظواهر الاجتماعية المتعلقة بحياة الأفراد فى تجمعاتهم المختلفة ، وما يجرى بينهم فيها من معاملات اجتماعية ، فى إطار نظم اجتماعية معينة تنظم علاقاتهم بعضهم ببعض . فمعرفة الحقائق عن التجمعات والنظم والعلاقات الاجتماعية والأعراف والتقاليد الاجتماعية ، لا تتيسر إلا بتوظيف الحواس فى التقاط هذه الحقائق وجمعها ، وتركز العقل فى إدراكها وفهمها وتفسيرها ، فى عملية منهجية ، وهى الملاحظة التى يستخدمها الباحث فى العلوم الاجتماعية ، لتبين جميع مظاهر الحياة بين البشر فى شتى أشكال تجمعاتهم^(٣١) .

وعلى ذلك ، فالملاحظة هى الأداة الفعالة لجمع البيانات فى البحوث التى تدرس سلوك الأفراد والمجتمعات الفعلية . كما أنها تستخدم حينما لا يجدى استخدام الإستفتاء أو المقابلة خاصة فى تلك البحوث التى يرفض المبحوثين الإجابة على أسئلة عن المواقف الحياتية وبعض الأمور ذات الحساسية .

أولاً: أنواع الملاحظة:

١ - الملاحظة البسيطة (غير الموجهة) Simple Observation وهى ملاحظة الظواهر كما تحدث تلقائياً دونما إخضاعها لأى أسلوب من أساليب الضبط العلمى .

فالباحث هنا لا يلجأ إلى استخدام أى أداة من أدوات القياس للتأكد من دقة وموضوعية ملاحظته ، وهى ملاحظة تتم بدون مشاركة الباحث فى الموقف نفسه . ولذلك يمكن أن نطلق عليها الملاحظة غير المشاركة .

ويستخدم هذا النوع من الملاحظة فى الدراسات الاستطلاعية التى تعنى بجمع بيانات أولية عن نشاط أو معيشة جماعة معينة من الأفراد تحت ظروف معينة وفى بيئة محدودة .

ويستخدم هذا الأسلوب أيضاً فى كثير من ميادين علم نفس الطفل ، وعلم نفس الشواذ . وفى علم نفس الطفل يقوم الباحث بملاحظة ألعاب الطفل فى فترات مختلفة ليتبين ما يعترى هذه الألعاب من تغيرات . كما يلاحظ نمو اللغة عند الطفل فى مراحل السن المختلفة لاضطراب الشخصية ، والظروف التى تساعد على انتشار الأمراض النفسية والعقلية تمهيداً لدراساتها دراسة أكثر تعمقاً وضبطاً (٣٢) .

٢ - الملاحظة المنظمة (الموجهة) Systematic Observation وهى التى تخضع للضبط العلمى وتستخدم أساليب دقيقة للقياس ، فهى ملاحظة دقيقة وموضوعية ، مما يؤهلها للاستخدام فى الدراسات الوصفية وأيضاً الدراسات التحريية .

وغالباً ما تتم بمشاركة الباحث - ولذلك يطلق عليها البعض «الملاحظة بالمشاركة» إلا أنها قد تتم أيضاً بدون مشاركة الباحث - وتصلح لدراسة المجتمعات الكبيرة ، بالإضافة إلى الوحدات أو المجتمعات الصغيرة .

وتتطلب الملاحظة المنظمة إعداد وحدات وفئات للملاحظة قبل إجرائها ، وتحديد الموقف المطلوب ملاحظته مسبقاً . وعلى الباحث تسجيل الملاحظات المنظمة فى حينها ، حتى لاتعرض ملاحظاته للتحييز والخطأ .

وهناك العديد من الوسائل المستخدمة فى الملاحظة المنظمة ، والتى يستعين بها الباحث للوصول إلى أكبر قدر ممكن من الدقة العلمية وتساعد على قياس عناصر الملاحظات بصدق . ومن هذه الوسائل (٣٣) :

- المذكرات التفصيلية : والتى تشتمل على دقائق الموقف الاجتماعى . ويمكن الاستفادة منها فى مواقف الملاحظة المتشابهة .

- الصور الفوتوغرافية : وهى تجنب الباحث الخطأ الذى قد يحدث نتيجة لاختيار

العقل للوقائع التى تتمشى مع رغباته وحاجاته دون غيرها . كما أنه يسجل جميع التفاصيل المتعلقة بالظاهرة موضوع الدراسة ، والتى قد يغيب بعضها عن ذهن الملاحظ .

- الخرائط : توضح الخرائط بدقة العلاقة بين البيئة الجغرافية وبين التنظيمات الاجتماعية القائمة بالمجتمع موضوع الدراسة . كما تصور الكثير من الجوانب التى تهمل الباحث الاجتماعى لتوزيع السكان والمؤسسات الاجتماعية .

استمارة البحث : والتى تصمم بحيث تحتوى وحداتها على العناصر الرئيسية والفرعية التى تخضع للملاحظة ، فتهىء للقائمين بالملاحظة فرصة استيفاء البيانات المتعلقة بهذه العناصر دون غيرها بطريقة موحدة .

- نظام الفئات : والفئة عبارة تصف طبقة معينة من الظواهر التى يصنف السلوك وفقاً لها . وغالباً ما يشمل النظام فئتين أو أكثر . ويفيد نظام الفئات فى أنه يمد القائمين بالملاحظة بإطار مرجعى موحد كما يزيد من احتمال ملاحظة الجوانب الرئيسية فى السلوك ملاحظة تتسم بالثبات .

- مقاييس التقدير : والتى تستخدم فى تسجيل المواقف الاجتماعية بطريقة كمية . فإذا أراد القائم بالملاحظة أن يسجل درجة مساهمة كل عضو من أعضاء الجماعة فى المناقشة العامة ، فإنه يستطيع أن يستخدم مقياساً للتقدير يقسم إلى درجات أو رتب متدرجة من الصفر إلى أى درجة يحددها الباحث .

- المقاييس السوسيو مترية : وهى وسيلة توضح فى بساطة وبمساعدة الرسم التكوين الكامل للعلاقات الكائنة فى وقت محدود بين أفراد جماعة خاصة . وقد اقترح «مورينو Moreno» فى سنة ١٩٣٧ هذه الوسيلة فى قياس العلاقات الاجتماعية . ولتقدير مدى الجذب والتنافر داخل جماعة معينة .

ثانياً: تسجيل الملاحظة:

من الأمور الهامة فى الملاحظة تسجيلها . وفى حين يتفق معظم المشتغلين بمناهج البحث على أهمية وضرورة تسجيل الملاحظة وقت حدوثها أو بعد حدوثها مباشرة للتقليل من احتمالات تحيز الملاحظ واحتمالات نسيانه ، إلا أن البعض لا يجذب تسجيل الملاحظة فى وقتها ، وحجتهم فى هذا أن ذلك قد يثير شكوك الملاحظ ويضايقه .

كما أن التسجيل بهذه الطريقة قد يصرف الملاحظ عن أمور هامة كان يجب عليه ملاحظتها .

وأياً كانت طريقة التسجيل ، فعلى القائم بالملاحظة أن يحدد مسبقاً :

- الأمور والظواهر والمواقف والسلوكيات الواجب عليه ملاحظتها .

- كيفية تسجيل ملاحظته .

- الإجراءات الواجب عليه اتخاذها للتأكد من دقة ملاحظته .

- العلاقة التي قد تقوم بينه وبين الملاحظ ، ما نوعها ، وكيف يقيّمها .

وهناك طريقتان شائعتان في تسجيل الملاحظة ، الأولى هي : التسجيل الزمني وفيها تسجل الحوادث طبقاً لترتيب زمن حدوثها . والثانية هي : تنظيم المادة الملاحظة في ضوء نظام معين أو فئات معينة . وغالباً ما يلجأ القائم بالملاحظة إلى اتباع الطريقتين معاً .

ولضمان دقة التسجيل ينبغي مراعاة ما يلي^(٣٤) :

- عدم الخلط بين الحوادث الملاحظة وبين التفسيرات الشخصية حتى لا تختلط الحقائق الموضوعية بالجوانب الذاتية .

- يفضل أن يكون هناك أكثر من ملاحظ يستخدمون نفس النظام في التسجيل للمقارنة بني ماسجلوه من ملاحظات ، واستبعاد ما لا يتفق عليه من بيانات أو تفسيرات .

- الاهتمام بتسجيل جميع الملاحظات أولاً بأول . فقد يتبين للباحث أن ملاحظاته لا تغطي بجميع جوانب الموقف ، وفي هذه الحالة يمكنه أن يضيف فئات جديدة إلى الفئات التي سبق تحديدها ليجمع عنها بيانات قبل انتهاء الموقف الذي يخضع للملاحظة .

- عرض البيانات التي سجلها الباحث على أفراد يهتمهم موضوع الدراسة والاستفادة مما يبدونه من ملاحظات في تعديل مواقف الملاحظة أو حصرها في موضوعات رئيسية .

وتقتضى تلك الاعتبارات أن يكون القائم بالملاحظة مدرباً تدريباً كافياً على كيفية

الملاحظة العلمية . فلا جدوى لأى خطة منظمة ودقيقة للملاحظة إذا كان القائم بالملاحظة ليس على درجة عالية من المهارة فى استخدام هذه الخطة . فالملاحظ يجب أن يكون دقيقاً قادراً على التذكر للحوادث والأمور حتى البسيطة منها ، لبقاً ، لديه القدرة على التعامل مع الآخرين والتفاعل معهم .

وتبرز أهمية عامل التدريب فى التقليل من الفروق الفردية التى توجد عادة بين الملاحظين .

ويدرب الملاحظون عادة على معرفة المشترك أو الذين سيلاحظونهم معرفة سنهم وجنسهم ومكاناتهم الاجتماعية ودورهم فى الجماعة . وأيضاً التعرف على المكان الذى يحدث فيه الموقف الاجتماعى . وأيضاً الهدف من تجمع الأفراد فى مكان واحد . ثم التدريب على عرفة كيفية حدوث الموقف الاجتماعى ومدى تكراره . ومتى حدث وما المدة التى استغرقها .

ثالثاً: مزايا وعيوب الملاحظة:

من مزايا الملاحظة :

- ١ - تتيح تسجيل الموقف الملاحظ حال وقوعه . وتسجيل السلوك وقت حدوثه مما يقلل من أخطاء الاعتماد على الذاكرة .
- ٢ - إنها أداة فعالة فى الأحوال التى لا يرغب فيها المبحوثون الإجابة على أسئلة معينة ، ويدون نوعاً من المقاومة للباحث .
- ٣ - أنها تسجل السلوك الفعلى للأفراد وليس ما يعبرون عنه باللغة كما فى الاستبيان والمقابلة .

من عيوب الملاحظة :

- ١ - تحيز القائم بالملاحظة . فقد لا يلاحظ إلا الظواهر التى تنفق واهتماماته واتجاهاته.
- ٢ - اعتمادها على الحواس . والحواس كثيراً ما تخدع القائم بالملاحظ عن رؤية الأشياء كما حدثت بالفعل .
- ٣ - لا يمكن استخدامها فى بعض مظاهر السلوك مثل السلوك الجنسى والمشكلات

٤ - إنها مقيدة بفترة زمنية محددة هي فترة الملاحظة .

٥ - كثيراً ما تعتمد على «وصف» الموقف ، مما يشكل صعوبة فى تفريغ البيانات وإعدادها بصورة كمية .

٦ - إنها تحتاج إلى وقت طويل .

رابعاً: الملاحظة فى بحوث إعلام وثقافة الطفل :

تعتبر الملاحظة من الأدوات الهامة الى يمكن الاستعانة بها فى بحوث إعلام وثقافة الطفل . خاصة وأن سلوك الطفل المعلن يكون واضحاً وصريحاً . فالطفل لم يصل بعد إلى الدرجة التى تمكنه من التصرف بشىء يختلف عما فى جوهرة .

ويمكن استعمال الملاحظة فى دراسة سلوك الأطفال المشاهدين لنوعيات معينة من برامج التلفزيون والفيديو ، كالعنف ونشرات الأخبار والرسوم المتحركة . كما يمكن دراستهم أثناء علاقاتهم الاجتماعية مع بعضهم ومع الكبار ، وأنماط ألعابهم .

والواقع أن الدراسات التى استخدمت الملاحظة فى إعلام وثقافة الطفل قليلة وتعد على أصابع اليد الواحدة . وقد يرجع ذلك إلى صعوبة استخدام تلك الأداة وتخوف الباحثين من تحقيق الدقة والضبط العلمى لها . وقد يرجع ذلك إلى أنها تصلح أكثر للاستخدام مع البحوث التجريبية وهى مازالت نادرة إلا أننا فى أمس الحاجة إلى دراسات تستخدم هذه الأداة ، والتى لاشك ستعطى - إذا ما أحس إعدادها - نتائج مفيدة فى مجال إعلام وثقافة الطفل .

الاختبارات والمقاييس

النفسية والاجتماعية

- المقاييس السوسيومترية .
- مقاييس الاتجاه .
- مقاييس الرأى العام .
- اختبارات الشخصية .
- اختبارات الذكاء .
- اختبارات الاستعداد والتحصيل والقدرة العقلية .
- اختبارات التوافق .
- مقاييس القيم .
- مقاييس المستوى الاجتماعى الاقتصادى .

الاختبارات والمقاييس النفسية والاجتماعية

كثيراً ما يلجأ الباحث فى إعلام وثقافة الطفل إلى استخدام الاختبارات والمقاييس سواء النفسية منها أو الاجتماعية ، بهدف الكشف عن خصائص نفسية أو اجتماعية للأطفال تفيد فى التعرف على خصائص عينته ، وتعطيه فرصة للمقارنة بين النتائج التى يحصل عليها . كما أنه قد يستعد بعض العوامل من الدخول فى متغيرات دراسته فىقوم بتثبيتها . فقد يختار عينته من أطفال ذوى مستوى ذكاء محدد وهنا يستخدم مقاييس للذكاء لقياس نسبة ذكاء أفراد العينة لاستبعاد من لايدخل فى مستوى الذكاء الذى حدده لأفراد العينة . وقد يختار عينته من بيئة اجتماعية وثقافية معينة فيستخدم مقياساً للمستوى الاجتماعى الاقتصادى حتى يضمن تجانس أفراد العينة ، وهكذا .

وعلى الباحث فى إعلام وثقافة الطفل أن يدرك أن هذه المقاييس - فى معظمها - ثانوية بالنسبة لمجال دراسته ، إلا فى قليل من الدراسات التى تحدد العلاقة بين الإعلام وبعض جوانب الشخصية للأفراد ، أو اتجاهاتهم .

ولذا ، فعليه أن يكون ملماً بأسماء الاختبارات والمقاييس الموجودة والمقننة والتى تصلح لتطبيق على المجتمع المصرى . فليس مطلوباً منه بناء أو إعداد مقياس لتطبيقه . كما عليه أن يدرب نفسه - فى دراسات استطلاعية على الأقل - على استخدام أشهر تلك الاختبارات والمقاييس .

وعلى ذلك فلن نستعرض خطوات بناء تلك المقاييس ، ولكننا نشير إلى أن إعداد أو بناء المقياس يمر بعدة مراحل رئيسية ذكرها كل من «هوارد وفلايتز» وهى (٣٥) :

- ١ - تحديد موضوع القياس بدقة .
- ٢ - التأكد من صدق المقياس .
- ٣ - التأكد من ثبات المقياس .
- ٤ - اختبار انسجام تجانس المقياس (الاتساق الداخلى للمقياس) .

وأهم المقاييس التي قد يتعرض الباحث في إعلام وثقافة الطفل إلى استخدامها :

١ - المقاييس السوسيومترية Sociometry : والتي تقيس العلاقات الاجتماعية داخل جماعة محدودة خلال فترة زمنية محددة . والتي تكشف عما يحدث داخل تلك الجماعة من جذب وتنافر وانحلال وتماسك ، وعن المكانات الاجتماعية للأفراد . ويمكن استخدامها في البحوث الخاصة بالتعرف على قادة الرأي ودورهم في عملية الاتصال والتأثير في الجمهور . كما يمكن استخدامها في دراسة تأثير وسائل الإعلام على التفاعل والعلاقات الاجتماعية لجماعة معينة .

٢ - مقاييس الاتجاه Attitude : وهي إما مقاييس لفظية تتكون من عدد من العبارات التي تختلف من حيث الشدة والمدى . وإما مقاييس إسقاطية قائمة على أساس «ميكانيزم الإسقاط» في نظرية التحليل النفسي مثل اختبار فهم الموضوع أو التداعي الحر أو بقع الحبر . وتعتبر من أصعب المقاييس في تطبيقها وتحتاج إلى أخصائي ماهر .

٣ - مقاييس الرأي العام : الرأي العام في تعريفه هو «اتجاه» . ورغم ذلك فإن طرق قياسه تختلف عن طرق قياس الاتجاهات الأخرى . فمقاييس الرأي العام لا تركز أساساً على الفرد بقدر تركيزها على المجموع . وفي حين تحتوي مقاييس الاتجاه على عدد كبير من الفئات المتدرجة ، عادة ما تحتوي مقاييس الرأي العام على عدد أقل من الفئات .

وقد بدأ الاهتمام بقياس الرأي العام - من منظور يختلف عن مقاييس الاتجاه - مع بدايات القرن العشرين . ويعد معهد «جالوب» أول مؤسسة تستخدم الإمكانات العلمية في مقاييس الرأي العام . فقد تنبأ في عام ١٩٣٦ بفوز الرئيس الأمريكي «روزفلت» على منافسه . وتعد ألمانيا وفرنسا واليابان مع الولايات المتحدة الأمريكية من أكثر الدول استخداماً لمقاييس الرأي العام .

أما في عالمنا العربي فمراكز ومعاهد الرأي العام نادرة جداً . ويرجع ذلك إلى صعوبة وجود رأي عام في الدول العربية ، ونتيجة للبنين السياسي لمعظم الدول العربية وضعف «الديمقراطية» في أغلب تلك الدول والتي تعد أهم عوامل وجود الرأي العام . كما أن هناك نقص في مصادر المعلومات للجماهير العربية وكذلك ضعف المشاركة الشعبية والسياسية لتلك الجماهير .

وفى مصر يوجد جهاز لقياس الرأى العام تابعاً للمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية والذى أنشئ فى نوفمبر ١٩٧٦ ، إلا أنه حتى الآن لم يأخذ دوره المرجو فى قياس الرأى العام المصرى، والتنبؤ بالأمر والأحداث الهامة التى تهتم المواطن المصرى .

وفيد التعرف على الرأى العام الباحث فى التنبؤ بنتائج معينة ، وتحليل الظواهر موضع الدراسة إلى عناصرها الأساسية . ويمكن أن يستفيد الباحث فى إعلام وثقافة الطفل من نتائج تلك الاستطلاعات بما يخدم مجال بحثه ، كالعرف على آراء الجمهور فى برامج الراديو والتلفزيون ووسائل الإعلام ورؤيتهم لتأثير تلك الوسائل وغير ذلك .

إلا أننا حينما نأخذ بنتائج تلك الاستطلاعات يجب علينا أن نخطأ خاصة وأن هناك العديد من الاعتراضات التى توجه إلى طرق قياس الرأى العام أهمها : أن تلك الاستطلاعات لا تكشف عن آراء الأفراد الحقيقية ، وإنما تعكس الرأى العام الظاهر فقط . كما أن العينات الخاصة ببحوث الرأى العام لا تمثل المجتمع الأسمى تمثيلاً دقيقاً . كما أن تلك الاستطلاعات تتجه إلى الأفراد فرادى ، ولذلك فهى تقيس أساساً الرأى الشخصى ، فرأى الفرد الذى يدلى به فى جماعة قد يختلف عن رأيه عند سؤاله على حده .

٤ - اختبارات الشخصية : مثل اختبار «برنر ويزر» الذى أعده للعربية محمد عثمان نجأتى واختبار الشخصية المتعدد الأوجه ، اختبار الشخصية السوية والذى أعده للعربية عطيه محمود هنا محمد سامى هنا عن اختبار كاليفورنيا للشخصية من إعداد : هاريسون ج. جاف . واختبار الشخصية للشباب ، واقتبسه أيضاً عطيه هنا ومحمد سامى عن The jesness Inventory . واختبار الشخصية للأطفال وأعده للعربية عطيه هنا عن اختبار كاليفورنيا للشخصية من إعداد تيجر وكلاارك وثورب .

اختبار روجرز لدراسة شخصية الأطفال الذكور ، اقتباس مصطفى فهمى . اختبار الشخصية للأطفال والمراهقين إعداد محمود عبد القادر . قائمة ايزنك للشخصية . قائمة الشخصية لجوردون التى اقتبسها إلى العربية فؤاد أبو حطب وجابر عبد الحميد ، والذين اقتبسا أيضاً البروفيل الشخصى لجوردون . ومقياس القلق الذى اقتبسه مصطفى فهمى ومحمد أحمد غالى عن مقياس Personality Scal of Manifest Anxiety والذى أعدته Janet A. Taylor . اختبار الشخصية السوية اقتبسه سيد غنيم ومحمد عصمت عن اختبار اريخ متن اكرا وفالتر تومان . واختبارات يلفورد ، وغيرها .

٥ - اختبارات الذكاء : مقياس ستانفورد بينيه للذكاء - مقياس وكسلر - بلفيو للذكاء . مقياس وكسلر لذكاء الأطفال ، وهو امتداد لمقياس وكسلر - بلفيو ويشترك معه فى كثير من الأسئلة ، وقام بإعداده للعربية عماد الدين إسماعيل ولويس مليكه . اختبار الذكاء المصور لأحمد زكى صالح - اختبار الذكاء إعداد عماد الدين سلطان وجابر عبد الحميد . اختبار الذكاء الإعدادى ، إعداد السيد محمد خيرى . اختبار الذكاء الثانوى إعداد إسماعيل القباني اختبار الذكاء العالى أعداد السيد محمد خيرى . اختبار رسم الرجل لجود انف هاريس - مقياس كاتل لذكاء الأطفال فى سننى المهد .

٦ - اختبارات الاستعداد والتحصيل والقدرة العقلية : مثل اختبار القدرات العقلية الأولية لأحمد زكى صالح ، الذى اقتبسه عن اختبارات ثرستون للقدرات الأولية - اختبار الاستعداد العقلى للمرحلة الثانوية والجامعات ، إعداد رمزية الغريب - البطارية العامة لاختبارات الاستعدادات التى أعدها مكتب التوظيف الأمريكى وترجمت إلى العديد من اللغات وقام محمود عبد القادر وسعد جلال باقنباس وتقنين سبعة اختبارات من هذه البطاريات من إجمالى ١٢ اختباراً - اختبار القدرات الكتابية لأحمد زكى صالح - اختبار المهن الكتابية لمحمد عماد الدين إسماعيل وسيد عبد الحميد مرسى - اختبار تصنيف الإعداد لمحمد عبد السلام أحمد - اختبار تصنيف الكلمات لمحمد عبد السلام أحمد - اختبار القدرات الموسيقية للأطفال إعداد آمال صادق - اختبار التفكير الناقد إعداد جابر عبد الحميد ويحيى هندام الذين اقتبساه عن جوردون واطسون وإدوارد جليسر - اختبار تورانس للتفكير الابتكارى ترجمة وإعداد عبد الله محمود سليمان وفؤاد أبو حطب .

٧ - اختبارات التوافق : مثل اختبار التوافق للطلبة (هيو . م . بل) الذى اقتبسه إلى العربية محمد عثمان نجأتى - اختبار التوافق الدراسى لطلبة الجامعات الذى أعده محمود الزياىدى مقتبساً بعض أسئلته من اختبار التوافق الدراسى لطلبة الجامعات الذى نقله إلى العربية السيد محمد خيرى عن هنرى بورو .

٨ - مقاييس القيم : هناك أكثر من طريقة لقياس القيم مثل : الملاحظة والمقابلة وتحليل المضمون ، فهذه الأدوات تساعد فى الكشف عن قيم الأفراد . بالإضافة إلى المقاييس الخاصة بالقيم مثل اختبار ألبورت وفيرنون ولندرزى لقياس القيم والذى ترجمه إلى العربية عطية هنا ويهدف إلى قياس مجموعة من القيم منها الاجتماعية

والسياسية والجمالية والاقتصادية والدينية - مقياس القيم الفارقة الذى أعده «برنس R. Prince» وترجمه إلى العربية جابر عبد الحميد ويقوم على أساس تصنيف القيم إلى نوعين : تقليدية وعصريه - مقياس القيم الشخصية الذى أعده «هوكس Hawkes» لقياس ١٢ قيمة مثل : الجمال ، الراحة ، الصداقة ، الحياة الأسرية ، السيطرة ، الحرية البدنية - مسح القيم لروكيش Rokeach Value Survey (R.V.s) ويتضمن جزئين الأول لقياس الغائية Terminal . والثانى لقياس الوسيلى instrumental .

٩ - مقاييس المستوى الاجتماعى الاقتصادى : ويجب أن يتعامل معها الباحث بحرص ، نظراً لتغير الظروف الاجتماعية والاقتصادية من فترة لأخرى . مما يجعل هذه المقاييس غير صالحة لقياس الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية . ويمكن للباحث إعداد استمارة لجمع بيانات عن الحالة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لعينته طبقاً لأهداف دراسته ومتغيراتها .

مراجع الفصل السادس :

(١) إبراهيم إمام . "الإعلام الإذاعي والتلفزيوني" ، ط ٢ ، دار الفكر العربي ، ١٩٨٥ ، ص ١٤ .

(٢) سمير حسين . "تحليل المضمون" ، عالم الكتب ، ١٩٨٣ ، ص ١٥ .

(٣) استخلص هذه التعريفات من عدة مراجع أجنبية لبيرنارد بيرلسون وريتشارد باد وهولستي وغيرهم : د. سمير محمد حسين ضمها في كتابه : تحليل المضمون .

(٤) سمير محمد حسين ، المرجع السابق ، ص ٢٢ .

(٥) محمد عبد الحميد . "بحوث الصحافة" ، عالم الكتب ، ١٩٩٢ ن ص ١٣٢ .

(٦) محمد عبد الحميد ، المرجع السابق ، ص ١٢٩ .

(٧) سمير محمد حسين ، "تحليل المضمون" ، مرجع سابق ، ص ٢٠ .

(٨) أحمد بدر . "الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية" ، الكويت : درا القلم ، ١٩٧٤ ، ص ٣٣ ، ٤٤ نقلاً عن :

Holsti , "Content Analysis for the Social Sciences and Humanities", Reading Addison - Wesley, 1959, PP 12 - 13 .

Berlson, Bernard, "Content Analysis in Communication Resesarches", N. y. (٩) Hafner publishing Company, 1971 PP. 20-113 .

Holsti ole, "Content Analysis for the Social Sciences and Humanities", (١٠) Addison - Wesley publishing company Inc, 1969, pp. 24-27.

(١١) سمير محمد حسين ، "تحليل المضمون" ، المرجع السابق ، ص ٣٩ - ٧٠ .

Badd, R.W, "Content Analysis of Communication", the Mac millan (١٢) company, 1967, PP. 6-7 .

(١٣) محمد عبد الحميد . "بحوث الصحافة" ، المرجع السابق ، ص ١٤٤ - ١٤٦ .

(١٤) سمير محمد حسين ، "تحليل المضمون" ، المرجع السابق ، ص ١١٩ - ١٢١ .

(١٥) سمير محمد حسين ، المرجع السابق ، ص ٩٨ .

(١٦) ناهد رمزي . "الرأي العام وسيكولوجيا السياسة" ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٩١ ، ص

- (١٧) جمال زكى والسيد يس . "أسس البحث الاجتماعى" ، دار الفكر، ١٩٦٢ ، ص ٣١ .
- (١٨) عبد الباسط محمد حسين . "أصول البحث الاجتماعى" . مكتبة وهبة ، ١٩٧٧ ، ص ٣٤٥ .
- (١٩) غريب محمد سيد أحمد . "تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعى" ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٣ .
- (٢٠) ديو بولذب فان والين . "مناهج البحث فى التربية وعلم النفس" ، ط ٤ ، الأنجلو المصرية ، ١٩٩٠ ، ص ٥٧٣ - ٥٧٤ .
- (٢١) عبد الباسط محمد حسن . "أصول البحث الاجتماعى" ، مرجع سابق ، ص ٣٥٥ - ٣٥٦ .
- (٢٢) جون ب. ديكسنون . "العلم والمشتغلون بالبحث العلمى فى المجتمع الحديث" ، الكويت : عالم المعرفة ، العدد ١١٢ ، إبريل ١٩٨٧ ، ص ٥٤ - ٥٥ .
- (٢٣) محمد الجوهري وعبد الله الخريجي . "مناهج البحث العلمى" ، ط ٢ ، جده دار الشرق ، ١٩٨٠ ، ص ١٥١ - ١٥٢ .
- (٢٤) والتر بنجهام وآخرون . "سيكولوجية المقابلة" ، ترجمة فاروق عبد القادر وعزت سيد إسماعيل ، دار النهضة العربية ، ١٩٦١ ، ص ٥ .
- (٢٥) Maccoby E, and Maccoby , N, "the Interview : Atool of Social Science", In (٢٥) Lindsey; Ahandbook of Social psychology, 1951 .
- (٢٦) جمال زكى والسيد يس . "أسس البحث الاجتماعى" ، مرجع سابق ، ص ٢٠٩ - ٢١٠ .
- (٢٧) عبد الحميد لطفى . "علم الاجتماع" . دار المعارف ، ١٩٧٩ ، ص ٣٥٣ .
- (٢٨) مصطفى سويف . "مقدمة فى علم النفس الاجتماعى" ، ط ٣ ، الأنجلو المصرية ، ١٩٧٠ .
- (٢٩) جابر عبد الحميد وأحمد خيرى كاظم . "مناهج البحث فى التربية وعلم النفس" . مرجع سابق ، ص ٢٧٢ .
- (٣٠) نجيب أسكندر وآخرون . "الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعى ، مؤسسة المطبوعات الحديثة، ١٩٦١ ، ص ٣٨٠ - ٣٨٦ .
- (٣١) حسن الساعاتى . "تصميم البحوث الاجتماعية ومناهجها وطرائفها وكتابتها" ، ط ٢ ،

مكتبة سعيد رأفت ، ١٩٩٢ ، ص ٣٢٣ - ٣٢٤ .

(٣٢) عبد الباسط محمد حسن . "أصول البحث الاجتماعي" ، مرجع سابق ، ص ٣٠٥ - ٣٠٦ .

(٣٣) عبد الباسط محمد حسن ، المرجع السابق ، ص ٣١٤ - ٣١٦ .

(٣٤) عبد الباسط محمد حسن ، المرجع السابق ، ص ٣١٢ - ٣١٣ .

(٣٥) Ting Howard and fin flaitz, "A scale to Maesure the Humanistic attitudes of social work Research students", In Social work Research and Abstracts, vol 18, No.4, N.y.Nasw, Inc, winter 1982, P.120 .