

**القسم الثاني**

**الجوانب المنهجية**

**في قياس الرأي العام ودراسته**



# ٦

## بعض التعريفات الأساسية بالجوانب المنهجية فى دراسة الرأى العام

قبل أن نتعرض تفصيلا للجوانب المنهجية فى قياس الرأى العام ، نعرض لبعض التعريفات والمفاهيم المرتبطة ببحوث الرأى العام والموضحة للمصطلحات الأساسية فى هذا المجال وذلك على النحو التالى :

أولا : انواع البحوث

فى مجال البحث العلمى - وبعوث الرأى العام بصفة عامة - تنقسم البحوث إلى ثلاثة أنواع أساسية هى\* (١) :

• بحوث استطلاعية أو بحثية أو تمهيدية أو صياغية .

وهى التى تركز على اكتشاف الظواهر أو الوصول إلى استبصارات بشأنها بالتالى ، كما أنها تستخدم فى المراحل التمهيدية للبحث.

\* هذا الجزء المنهجى مستخلص من الكتابين اللذين أصدرهما المؤلف بعنوان بحوث الاعلام ، وتحليل المضمون ، والحصول على مادة علمية تفصيلية فى الجوانب المنهجية فى قياس الرأى العام وبعوثه يمكن الرجوع إليهما طبقا للبيانات البيبليوجرافية التالية :

١ - د. سمير حسين ، بحوث الاعلام ، الطبعة الثانية (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٥).

٢ - د. سمير حسين ، تحليل المضمون (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٣).

• بحوث وصفية أو تشخيصية .

وهى التى تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو جماعة أو فرد معين ، وتكرارات حدوث الظواهر المختلفة.

• بحوث اختبار العلاقات السببية بين المتغيرات أو الفروض .

وهى التى تركز على اختبار الفروض السببية بين متغير أو مجموعة من المتغيرات المؤثرة فى حدوث الظاهرة التى يجرى دراستها ، وبالتالي فهى تستخدم فى كل من المرحلة المتقدمة ومرحلة النضوج العلمى من مراحل نمو المعرفة العلمية.

ثانيا : المناهج المستخدمة فى بحوث الرأى العام :

يمكن تطبيق المناهج المتعددة فى بحوث الرأى العام ومن أهمها (٢) :

- منهج الدراسات المسحية.
- منهج دراسات العلاقات المتبادلة .
- منهج الدراسات التتبعية أو التطورية.
- المنهج التجريبي.
- المنهج التاريخى.
- المنهج المقارن.

ثالثا : مجالات البحوث

هناك مجالات متعددة يمكن أن تجرى فيها بحوث الرأى العام :

- المجال الميدانى (بحوث ميدانية).
- المجال المكتبى أو الوثائقى. (بحوث مكتبية أو وثائقية).
- المجال العلمى البيئى أو الاجتماعى . (بحوث ودراسات تجريبية معملية أو بيئية).

رابعاً : مسح الرأى العام وبحوثه :

يستهدف مسح الرأى العام التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعات معينة من الجماهير تبعاً للهدف من اجراء المسح (٣) .

ويتحدد حجم ونوعية الجمهور الذى تجرى عليه الدراسة المسحية وفقاً لمجموعة المعايير التالية (٤) :

- معيار النطاق الجغرافى للجمهور ، الذى يمكن بمقتضاه تقسيم المسح الى مسح عام يشمل الجماهير فى مختلف المحافظات المصرية مثلاً أو فى الدول العربية أو الافريقية ، أو مسح محلى يشمل الجماهير فى محافظة أو مدينة أو قرية معينة.

- معيار نوعية الجمهور الذى تجرى عليه الدراسة ، ويمكن بمقتضاه تقسيم المسح إلى مسح عام أى يشمل مختلف فئات الجماهير ، ومسح خاص أى يشمل فئة معينة كالأطباء أو المهندسين أو العمال مثلاً ، ويتداخل معيار النطاق الجغرافى مع معيار نوعية الجمهور بحيث يمكن اجراء مسح عام للجمهور العام أو مسح عام للجمهور المحلى ، كما يمكن اجراء مسح عام - أى على نطاق المحافظات المصرية مثلاً - لفئة خاصة من الجمهور، ومسح محلى لفئة خاصة من الجمهور.

- معيار الأسلوب الاحصائى المستخدم فى تحديد مجتمع الدراسة، والذى يمكن بمقتضاه تقسيم المسح إلى مسح شامل أى أن تجرى الدراسة فيه على كافة مفردات المجتمع ، ومسح بالعينة أى باختيار عينة ممثلة من مفردات المجتمع لاجراء الدراسة عليها ، ويتداخل هذا المعيار أيضاً مع المعيارين السابقين حيث

يمكن مثلا اجراء مسح عام للجمهور العام باستخدام العينة أو مسح محلي خاص شامل أو باستخدام العينة وهكذا .

كما تختلف مناهج المسح أيضا من حيث أسلوب العرض الذي يمكن بمقتضاه تقسيمها إلى نوعيتين هما المسح الوصفي الذي يكتفى فيه الباحث بتوصيف الظاهرة أو الظاهرات موضوع الدراسة دون الدخول في أسبابها، والمسح التفسيري الذي يشتمل - إلى جانب الوصف - على عرض للأسباب التي أدت إلى ما هو حادث فعلا ، وما يمكن عمله لتغييره في الاتجاه الصحيح .

وتمثل النتائج التي تسفر عنها الدراسات المسحية للرأى العام ذخيرة أساسية من المعلومات التي تفيد في ترشيد السياسات الاعلامية ورسم الخطط الاعلامية على أساس سليم ، وتوجيه الحملات الاعلامية المركزة على نوعيات معينة من المواد الاعلامية بقصد ترشيد الرأى العام ، وتصحيح المعلومات والانطباعات الخاطئة لديه ، والتأكيد على القيم والمفاهيم والمعتقدات الايجابية لديه، وتكوين الرأى العام المستنير .

ويمكن تقسيم بحوث الرأى العام إلى ٣ أنواع رئيسية - مع التأكيد على أهمية كل نوع منها وتكامله مع الأنواع الأخرى - وهو نوع التقسيم الوظيفي لبحوث الرأى العام ، وذلك على النحو التالي (٥) :

#### ١ - استطلاع الرأى العام

وهو النوع الأول من البحوث والذي يستهدف التعرف السريع والغورى للرأى العام حول قضية أو قضايا معينة في مجال أو عدة مجالات (سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية) وذلك لمعرفة مدى الموافقة أو القبول أو الرفض لهذه

القضية لدى القطاعات المختلفة الممثلة للرأى العام طبقا لنوعية القضية أو الموضوع ونوعية الجمهور أو الفئات المطلوب التركيز عليها لمعرفة رأيها ، ويعطى هذا النوع من الاستطلاعات نتيجة سريعة توضح النسبة المئوية للموافقة أو الرفض لدى هذه الفئات ، ويتسم هذا النوع بالسرعة والحالية لمواجهة متطلبات فورية، لكنه لا يعطى نتائج متعمقة عن اتجاهات الرأى العام.

## ٢ - قياس اتجاهات الرأى العام

وهو النوع الثانى من البحوث الذى يتلافى عيوب النوع الأول ، ويعتبر استكمالا وامتدادا له ، حيث يسعى إلى قياس شدة الرأى العام وعمقه إزاء القضية أو القضايا التى تم استطلاع الرأى العام فى النوع الأول بشأنها، بحيث يتعدى الأمر مسألة الاستطلاع الفورى السريع الى مرحلة سبر غور أفراد العينة للتعرف على شدة الاتجاه لديهم نحو القضية أو القضايا التى يقاس رأيهم بشأنها، وهكذا يركز النوع الأول على الاجابة بنعم أو لا أو أقبل أو أرفض ، بينما يركز النوع الثانى على مدى الموافقة أو الرفض ولأية درجة ولدى أية نوعيات من الجمهور.

ويتميز هذا النوع من البحوث بالبطء النسبى فى اجرائه، وفى استخراج نتائجه وتحليلها ، كما يختلف عن النوع الأول فى استخدام أساليب وطرق قياس مختلفة فنيا - ومن حيث التصميم والمعالجة - عن الأساليب والطرق البسيطة المختصرة التى يمكن أن تستخدم فى النوع الأول.

كما أن نتائج هذا النوع من البحوث تعطى أبعادا أكثر عمقا، وتحليلا شاملا ومتعمقا لاتجاهات الرأى العام من حيث قوتها وشدتها وكثافتها لدى كل نوعية وكل فئة من نوعيات وفئات الجمهور .

وهو النوع الثالث من البحوث الذى يفيد فى توفير نوع المعلومات والبيانات اللازمة لتحليل نتائج استطلاعات الرأى العام وقياس اتجاهاته على أسس موضوعية ومعرفية سليمة وواضحة ومستنيرة ، ذلك أن تحليل هذه النتائج لا بد أن يستند على معلومات متكاملة عن مدى ملكية وسائل الاعلام المختلفة، ودرجة التعرض لها ، ومدى التأثير الذى تحدثه كل منها فى المعلومات والمدرجات والآراء والاتجاهات والسلوك ، وفعالية وسائل الاتصال والاعلام المختلفة ، ودور قادة الرأى فى المجتمعات المختلفة فى التأثير فى آراء الجماهير ، والعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتربوية والثقافية المحيطة بالرأى العام والمؤثرة فيه ، كذلك الدراسات الخاصة بطبيعة الفئات المختلفة فى المجتمع والوزن النسبى والأهمية النسبية لكل منها فى إطار المجتمع ككل وبالنسبة لكل قضية أو موضوع على حدة.

كما يتضمن هذا النوع من البحوث أيضا اجراء دراسات تحليل مضمون لما ينشر أو يعرض أو يذاع من خلال الوسائل الاعلامية المختلفة فى الخارج لمعرفة الآراء والاتجاهات السائدة بالنسبة لكافة القضايا المثارة بالنسبة للرأى العام الدولى.

ويمكن اجراء نفس هذه الدراسات التحليلية على المواد الاعلامية المنشورة أو المعروضة أو المذاعة بوسائل الاعلام الداخلية للتعرف على الموضوعات والقضايا والآراء والاتجاهات المتضمنة فيها ، وأساليب المعالجة ، ومدى التركيز على كل قضية أو موضوع.

وهكذا يجب التفرقة بوضوح بين أنواع بحوث الرأى العام، ومناهجها، ومجالاتها ، وأنواع المعلومات، وأساليب جمعها، وعدم الخلط بينها ، مع التأكيد على أهمية استخدام أكثر من منهج وأكثر من مجال فى البحث، وأكثر من أداة أو طريقة فى جمع المعلومات الخاصة ببحوث الرأى العام .

## مراجع الفصل السادس وهوامشه

١ - انظر المرجعين التاليين :

- د. سمير حسين، بحوث الاعلام ، الطبعة الثانية (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٥) ص ١٢٢ - ١٢٣ .

- Claire Seltiz, Marie Jahoda, Morton Deutseh & Stuart W. Cook, **Research Methods in Social Relations**, (New York : Holt, Rinehart & Winston, Inc., 1959), p. 51.

٢ - انظر المراجع التالية :

- د. سمير حسين ، بحوث الاعلام ، مرجع سابق ، ص ١٤٥ - ١٤٦ .

- F.L. Whitney, **The Elements of Research**, (New York, n.p., 1964) pp. 155 - 339.

- Carter V. Good & Douglas E. Scates, **Methods of Research : Educational, Psychological, Sociological**, (New York : Appelton - Century - Crofts, Inc., 1954), p. 255.

٣ - للاستزادة فى موضوع بحوث الراى العام يمكن الرجوع إلى عدة مراجع من أهمها :

- محمد عبد القادر حاتم، الراى العام ، مرجع سابق .

- Bernard Berelson & Morris Janowitz (eds.), **Reader in Public Opinion & Communication** . 2nd ed. (New York : The Free Press, 1967).

- Daniel Katz et al (eds.) **op. cit.**

- Ralph O. Nafziger & David M. White (eds.) **Introduction to Mass Communication Research** (Louisiana : Louisiana State University Press, 1972).

٤ - د. سمير حسين ، بحوث الاعلام ، مرجع سابق، ص ١٥١ - ١٥٢ .

٥ - انظر المرجعين التاليين :

- د. سمير حسين ، الاعلام والاتصال بال جماهير والرأى العام ، مرجع سابق ، ص ٣٤٩ - ٣٥٢ .

- دانييل ، كاتز (محرر) الاعلام والرأى العام ، ترجمة محمود كامل الحامى : تصدير : د. سمير محمد حسين (القاهرة : دار نهضة مصر للطبع والنشر بالاشتراك مع الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية ، ١٩٨٢) ص ٨ - ٩ .

# ٧

## أنواع البيانات والمعلومات

## وطرق جمعها فى بحوث الرأى العام

### تقديم

يؤدى التحديد الواضح لمشكلة البحث ونوعه إلى تحديد نوع البيانات المطلوبة والمصادر التى يمكن استقاء هذه البيانات والمعلومات منها .

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

Secondary Data

- بيانات ثانوية أو مرجعية

Primary Data

- بيانات أولية

ويقصد بالبيانات الثانوية مجموعة البيانات والمعلومات الاساسية السابق تجميعها وتسجيلها والمتعلقة بموضوع معين أو بظاهرة معينة يقوم الباحث بدراستها، وتتوافر هذه المجموعة أما فى الكتب أو النوريات أو المجلات العلمية،

أو لدى بعض الجهات صاحبة البيانات، أو الجهات الخارجية المتخصصة في جمع البيانات والمعلومات وتسجيلها كالمؤسسات العلمية ووزارات التخطيط ومصلحة الاحصاء والجهات صاحبة البيانات، أو خارجية متوافرة لدى الجهات المركزية التي تقوم بتجميع البيانات والمعلومات وتنظيمها .

وتفيد هذه البيانات في امداد الباحث بحصيلة تاريخية متكاملة من البيانات التي تلقى أضواء كبيرة على المشكلة موضع الدراسة، كما تستخدم في استكشاف الظاهرة البحثية، وتحديد المشكلة وتكوين الفروض ، كما يمكن استخدامها أيضا 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.

أما البيانات الأولية أو المباشرة فهي التي يقوم الباحث بجمعها مباشرة ولأول مرة وللأغراض المباشرة للبحث الذي يقوم به ، نظرا لصعوبة أن تفي البيانات الثانوية بجميع الاحتياجات التي 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 الذي يتناوله . وهو ما نطلق عليه البيانات الأولية ، والتي يتم جمعها - مكتبيا أو ميدانيا أو تجريبيا - لأول مرة وباستخدام طريقة أو أكثر من الطرق المتمثلة في الملاحظة العلمية، والمقابلة العلمية ، والاستقصاء ، وتحليل المضمون ، والتجربة العلمية ، وسنتناول في مجموعة المباحث التالية أدوات جمع المعلومات ، وكيفية استخدامها بكفاءة للحصول على المعلومات المطلوبة .

## المبحث الأول

### الملاحظة أو المشاهدة العلمية

أولاً : مفهوم الملاحظة العلمية وخصائصها

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

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

- ١ - استعانة الباحث بالأجهزة والأدوات والأساليب فى التسجيل .
- ٢ - التدخل الإيجابى الذى يتمثل فى الجهد العقلى 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 .
- ٤ - وضوح الغاية التى تسعى إليها والتى قد تتمثل فى الكشف عن الخواص الرئيسية للظاهرة المدروسة ، أو معرفة الظروف التى أوجبت وجودها، توصلنا إلى كسب معرفة جديدة وتحقيق هدف علمى محدد (١) .
- ٥ - وتعتمد الملاحظة العلمية على نظريات دعمتها حقائق بهدف اكتشاف عوامل ومتغيرات جديدة ، أو التفسير العلمى الصحيح للملاحظات .

٦ - الملاحظة العلمية يجب أن تكون موضوعية ومجردة من كل طابع أو تقدير شخصى .

ثانيا : طرق الملاحظة العلمية

يمكن استخدام طريقتين فى الملاحظة هما :

١ - 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 الآلية ، أى التى لا يستخدم فيها العنصر البشرى وإنما تعتمد على استخدام بعض آلات التصوير أو العد .

ثالثا : انواع الملاحظة العلمية

يذهب الخبراء إلى تقسيم الملاحظة العلمية طبقا لمجموعة متنوعة من المعايير على النحو التالى : (٢)

١ - الملاحظة العملية :

ويطلق عليها أحيانا مصطلح الملاحظة فى مواقف تجريبية مقننة حيث يتيح التقنين العالى لمجتمع الملاحظة تحكما كاملا فى سلوك المبحوثين ، 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 المبحوثين<sup>(٣)</sup> .

## ٢- الملاحظة الميدانية المقننة (أو المنظمة)

تختلف الملاحظة الميدانية المقننة عن الملاحظة العملية في أن مجتمع الملاحظة غير محصور في معمل أو في إطار بينى 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 المبحوث من التصرف بحرية وتلقائية دون أن يعلم أنه تحت الملاحظة ، كما أن سلوك المبحوث ليس محددًا من قبل الباحث بل يتم بشكل طبيعي ، ويقتصر دور الملاحظ على مجرد تدوين المعلومات .<sup>(٤)</sup>

## 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 .

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

كما يتميز بأن المعلومات التي يتم جمعها من خلاله ذات موثوقية عالية لعدم تأثير الباحث في 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 والمبجوثين فى البيئة الطبيعية التى يعيشون فيها . حيث يتم خلال تلك الفترة تجميع المعلومات المطلوبة من داخل موقع الحدث بشكل منظم وغير تلقائى (٥).

ويتميز أسلوب الملاحظة بالمشاركة بعدة مميزات من أهمها أنه يجعل موقف الملاحظة طبيعيا ، ويسر للباحث الحصول على معلومات مباشرة ، والتعمق فى فهم مختلف المؤثرات التى يتعرض لها أفراد المجتمع والطرق التى يستجيبون بها لهذه المؤثرات (٦).

رابعا : أهم مزايا الملاحظة العلمية وأهم عيوبها

يمكن القول بصفة عامة بأن طريقة الملاحظة أو المشاهدة تتميز - فى حالة استخدامها بطريقة صحيحة ومناسبة - بعدة مميزات من أهمها :

- ١ - امكانية تسجيل الظواهر فور حدوثها .
- ٢ - التقليل من مخاطر الحصول على اجابات متحيزة من المبحوث ، نظرا لأن الباحث فى هذه الحالة سيقوم بالمشاهدة والتسجيل بنفسه ، مما يؤدى إلى توافر الدقة والموضوعية فى البيانات والنتائج المستخلصة .
- ٣ - تعتبر الملاحظة من أكثر الوسائل المباشرة لدراسة مدى واسع من الظواهر .
- ٤ - تسمح بتجميع البيانات فى المواقف السلوكية المثالية .
- ٥ - تساعد الباحث فى رصد سلوك المبحوثين وتفاعلاتهم ، وعلاقاتهم الظاهرة والخفية . وتطلع على انماط معيشتهم ، وأساليبها ، وتساعد على فهم المشكلات التى يتعرضون لها .
- ٦ - تبقى على مجتمع الملاحظة يتصرف بشكل طبيعى بأكبر قدر ممكن .

ولكن بالرغم من أهمية الملاحظة بين ادوات جمع المعلومات فى بحوث الرأى العام والدرجة الكبيرة من الموثوقية فى نتائجها ، إلا أنه تكتنفها بعض الصعوبات والعيوب من أهمها : (٧)

- 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 المبحوثين فيخفى نتائج أو معلومات ذات أهمية للبحث .
- ٤ - كما قد يؤدي عدم العناية بتدوين الملاحظات وتسجيلها فوراً ، والتنبؤ بوقوع الأحداث، إلى محوودية النتائج وعدم دقتها وموثوقيتها .
- ٥ - قد يكتشف المبحوث بأنه تحت الملاحظة فيتصرف بطريقة غير طبيعية حيث يعتمد كثير من المبحوثين عن قصد - عند معرفة أنهم تحت الملاحظة - إلى إظهار انطباعات مصطنعة للقائم بالملاحظة.
- ٦ - وجود بعض المواقف التى لاتفيد فيها الملاحظة لانها غير ممكنة بالنسبة لحياة الناس الخاصة.
- ٧ - عجز الملاحظة عن التأليف بين العناصر المختلفة على نحو يتيح ايجاد بعض الظواهر الأخرى التى لم تكن موجودة بالفعل .
- ٨ - احتمالات عدم الدقة والموضوعية فى الاعتماد على الملاحظة فقط ، نظراً لما قد تنطوى عليه من تغليب الطابع الشخصى للباحث على نتائج الملاحظة ، فضلاً عن اختلاف من يقومون بالملاحظة سواء من حيث قدرتهم - كما وكيفاً - على الملاحظة وادراك الظواهر وفهمها وتفسيرها .

خامسا : بعض الاعتبارات الأساسية في استخدام أسلوب الملاحظة فى بحوث الرأى العام :

من جماع خصائص الملاحظة وأساليبها ومزاياها وعيوبها يمكن أن نستخلص مجموعة من الاعتبارات الأساسية التى تحكم أسلوب الملاحظة أو المشاهدة العلمية - خاصة عند استخدامها فى بحوث الرأى العام - من أهمها :

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

٢ - التنبه إلى احتمالات تحيز القائمين بالملاحظة فى تفسير وتسجيل مايشاهدونه أو يلاحظونه، مما قد يؤدى إلى احتمالات الحصول على نتائج متحيزة أو غير دقيقة.

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

٤ - ضرورة تدريب الباحثين الذين سيقومون بعملية الملاحظة.

٥ - ضرورة توفير الطريقة التى تسمح بتسجيل الظواهرات بسرعة ودقة.

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

## المبحث الثاني المقابلة العلمية

تختلف المقابلات الشخصية فيما بينها من حيث وظائفها وأساليبها وجمهورها ومداهما، وفي ضوء التصنيفات المختلفة التي أوردها الخبراء للمقابلات يمكن أن نعرض بطريقة تفصيلية لبعض أنواع المقابلات أخذين في الاعتبار الجانب الوظيفي للمقابلة وطبيعتها خاصة في بحوث الرأي العام<sup>(٨)</sup>.

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

وتنقسم هذه المقابلات إلى نوعين هما :

( أ ) مقابلات تستهدف التعرف على جوانب جديدة في مشكلة البحث .

وهي التي تفيد بصفة أساسية ومباشرة في حالة استطلاعات الرأي العام Polling والتي لايتوافر فيها لدى الباحث معلومات كافية عن موضوع البحث مما يدفعه إلى اجراء عدة مقابلات مع بعض المبحوثين أو المسئولين أو الخبراء نوى 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 والتي قد يخفى معظمها على الباحث .

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

كما تفيد المقابلات الشخصية أيضا في امكان تعرف الباحث على مجموعة الفروض الخاصة بمشكلة البحث مما يؤدي إلى تاكده من الفروض السابقة التي

حددها وإضافة فروض جديدة قد تكون خافية عليه ، بالإضافة إلى أهمية المقابلات غير المقتنة في حصر جميع الاستجابات البديلة للاستئلة التي يفكر الباحث في تضمينها صحيفة الاستقصاء الخاصة بدراسة الرأى العام، مما يوفر له الدقة الكاملة لأدوات وأساليب جمع البيانات ، هذا فضلا عن الحالات التي يستهدف الباحث فيها الحصول على معلومات وتفسيرات دقيقة ومحددة لبعض الظاهرات.

### ٢ - المقابلات البؤرية Focused Interviews

وهى التى يقوم فيها الباحث بدراسة خبرة معينة مر بها مجموعة من الباحثين في موقف معين، ويقوم الباحث فى هذه الحالة بتحليل الموقف ودراسة جوانبه المختلفة واعداد دليل للمقابلة يتضمن أهم الجوانب والفروض الرئيسية التى ستخضع للدراسة .

ويتميز هذا النوع عن غيره من المقابلات بعدة خصائص من أهمها (٩) :

- 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 واستجاباته بالنسبة لموقف معين تحت الدراسة.

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

لما كانت معظم وسائل جمع البيانات تستهدف الوصول إلى تقديرات كمية أو رقمية أو وصفية للظواهر المختلفة المرتبطة بالبحث . ولما كان من الضروري بالنسبة لبحوث الرأى العام بأنواعها المختلفة أن يتعرف الباحث على الاتجاهات والدوافع التى أدت إلى سلوك المبحوثين سلوكا معيناً فى اتجاهات معينة ، لذلك كان من الضروري أن تستخدم وسائل فعالة فى التعرف على هذه الاتجاهات والدوافع بطريقة صحيحة وملائمة.

وعلى هذا الأساس فإن المقابلات التعميقية تستخدم كوسيلة للكشف عن هذه الاتجاهات والدوافع 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 مايدور بذهن المبحوث ونوع وكمية المشاعر والعوامل النفسية لديه والمقترنة 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 أى تعارض بين استجابات الفرد أثناء الحديث وآرائه واتجاهاته التى يعلن عنها .

وفى مثل هذه المقابلات تترك الحرية للباحث فى طرح أية اسئلة وفى الاسترسال والتتبع والتعمق فى تفصيلات سؤال معين ، وفى تكرار مجموعة من الأسئلة بصيغ متعددة ، وفى عرض الأسئلة بالأسلوب الذى يراه ملائماً 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 التي تؤدي في النهاية الى التعرف الدقيق على الدوافع النفسية والحاجات الانسانية .

وتتميز المقابلة كوسيلة لجمع البيانات الأولية بمجموعة من المزايا من أهمها درجة المرونة العالية التي تتيحها للباحث والتي تمكنه من شرح الأسئلة وتوضيح معانيها، وامكانية التعمق في دراسة الظاهرة والكشف عن الدوافع والمشاعر والحاجات الانسانية لدى المبحوثين ، وتوجيه الأسئلة بتتابع وترتيب معين - بعكس صحيفة الاستقصاء التي يطلع المبحوث على جميع أسئلتها قبل الاجابة - وامكانية الحصول على الاجابات على جميع الأسئلة - بعكس صحيفة الاستقصاء أيضا التي قد لايجيب المبحوث على بعض أسئلتها - فضلا عن امكانية تغطية جميع مفردات عينة البحث (١٠).

كما تتيح المقابلة للباحث امكانية تشكيل الجو الاجتماعي 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 ودوافعهم ، 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.

## المبحث الثالث

### الاستقصاء

أولاً : مفهوم الاستقصاء وأنواعه وخصائصه :

يعتبر الاستقصاء 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، وينقسم الاستقصاء - من حيث تكوينه وهيكله العام - إلى نوعين هما (١١):

#### ١- الإستقصاء المقتنن Structured

وهو الذى يتضمن مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً قبل تطبيق الاستقصاء .

#### ٢- الاستقصاء غير المقتنن Unstructured

وهو الذى يتضمن مجموعة من الأسئلة العامة التى تنور حول الموضوعات الرئيسية لمشكلة البحث بحيث تعتبر بمثابة مرشد للباحث فى جمع البيانات المطلوبة، والتى تتم عن طريق المقابلة الشخصية للباحث مع مجموعة المبحوثين ، ويطلق على هذا النوع « صحائف الاستبصار » Interviewing Schedule تمييزاً له عن « صحائف الاستقصاء المقتنن » ، نظراً 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 والنوافع .

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

#### ١ - الاستقصاء البريدي Mailed Questionnaire

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

#### 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 - الاستجبار Interviewing Schedule

وهو الذى يتم جمع بياناته عن طريق المقابلة الشخصية بين الباحثين والمبحوثين.

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 باجرائها 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 (١٢) :

١ - احتمال عدم تعاون بعض المبحوثين مما يقلل من دقة النتائج المطلوبة ، فضلا عن أن بعض المبحوثين لا يعطون الاستقصاء اهتماما جديا .

٢ - احتمال نقص استجابات المبحوثين ، خاصة فى حالة «الاستقصاء البريدى» .

٣ - احتمال التحريف فى بعض الاجابات من قبل المبحوثين .

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 ولا تمثل 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 .

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

ثانيا : خطوات اعداد صحيفة الاستقصاء :

يمر إعداد صحيفة الاستقصاء فى بحوث الرأى العام بمجموعة الخطوات

التالية :

١ - تحديد كمية ونوعية المعلومات المطلوبة :

وذلك عن طريق قيام الباحث بالمراجعة الدقيقة لمشكلة البحث وفروضه وتساؤلاته ومايسعى إلى الحصول عليه من معلومات واجابات واستفسارات معينة .

## ٢ - تحديد الهيكل العام لصحيفة الاستقصاء :

ويتم ذلك من خلال تقسيم المعلومات المطلوبة وتصنيفها وتبويبها وترتيبها بطريقة منطقية بحيث تبدو الصورة النهائية لصحيفة الاستقصاء عبارة عن مجموعة من الوحدات المتتابعة التي تتضمن كل وحدة منها نقطة أو قضية معينة بتفصيلاتها المختلفة.

## ٣ - اعداد صحيفة الاستقصاء فى صورتها الاولى :

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

وتنقسم الأسئلة إلى نوعين رئيسيين هما :

### ( أ ) الأسئلة المفتوحة Open - end Questions

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

ويتيح مثل هذا النوع من الأسئلة المفتوحة للمبحوث حرية التعبير عن آرائه دون التقيد باجابات محددة ، 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 بالقضية المطروحة أو بنقطة أو قضية معينة بها لدى الباحث ، ولذلك فهي تستخدم بصفة أساسية فى استطلاعات الرأى العام.

\* 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<sup>(١٣)</sup> :

- ضرورة توافر قدرة عالية لدى الباحث فى تسجيل كافة آراء المبحوث وتعليقاته .
- احتمال استطراد المبحوث فى سرد آراء وأفكار ومعلومات قد تخرج عن نطاق البحث .
- احتمال اختلاف درجة فهم المبحوثين للسؤال مما قد يؤدي إلى اختلاف اجاباتهم حسب فهمهم للسؤال .
- صعوبة تبويب وتصنيف الاستجابات التى يمكن الحصول عليها عن طريق هذه الأسئلة .

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

**النوع الاول :** أسئلة مغلقة تنحصر استجاباتها فى بديلين فقط ، ويطلب من المبحوث اختيار بديل واحد منها <sup>(١٤)</sup> Dichotomous Choice

وتتمثل 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.

**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 تخطيط 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 تفريغ البيانات وجدولتها .

**المثال الثانى :** 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 في الحصول على نتائج أكثر دقة وأكثر تحديدا وذلك على نحو السؤال التالي :

- الرجا ترتيب الوسائل الاعلامية التالية حسب أهميتها من واقع خبرتك العملية في التأثير على الرأي العام لدى الفئات المذكورة. معطيا رقم (١) لأكثرها أهمية ، ورقم (٢) لدرجة الأهمية التالية وهكذا..

الوسائل	الأميين	نوى التعليم المحدود	نوى التعليم المتوسط	نوى التعليم الجامعى
الجرائد	-	-	-	-
المجلات	-	-	-	-
الراديو	-	-	-	-
التليفزيون	-	-	-	-
السينما	-	-	-	-
المطبوعات	-	-	-	-

ويلاحظ هنا أن الباحث استهدف التعرف على درجة الأهمية النسبية لكل فئة جماهيرية حسب مستواها التعليمى على حدة باعتبار أن كل وسيلة اعلامية ليست على نفس المستوى من الأهمية بالنسبة لمختلف الفئات الجماهيرية ذات المستويات التعليمية المتباينة.

النوع الخامس : ولما كانت الألفاظ تختلف من حيث دلالاتها من شخص إلى آخر فقد اتجه الباحثون إلى استخدام مقياس جديد يتيح للمبحوث التعبير عن رأيه أو شعوره أو تقديره باكبر قدر من المرونة ، وذلك على أساس أن توضع في مكان الاجابة على السؤال كلمتان عكسيتان وبينهما عدة مسافات ويطلب من المبحوث أن يضع علامة عند المسافة التي يرى أنها تعبر عن رأيه أو تصف تقديره، ومن المقاييس الهامة المستخدمة في هذا المجال « مقياس الخطوات السبع، أو مقياس الاختلافات الدلالية للألفاظ (١٥) » ، حيث يقوم الباحث بوضع سبع مسافات بين كلمتين عكسيتين ويترك للمبحوث حرية وضع علامة عند المسافة التي يرى أنها تعبر عن رأيه وذلك على النحو التالي :

( ممتاز — — — — — ردي )

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

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

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

### بعض الاعتبارات الأساسية فى صياغة أسئلة الاستقصاء :

مهما اختلفت نوعية أسئلة الاستقصاء سواء المفتوحة أو المغلقة أو نصف المغلقة فان هناك بعض الاعتبارات الأساسية التى 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 للمبحوثين ، وترتيب الأسئلة ، وطول صحيفة الاستقصاء <sup>(١٦)</sup> » ، 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 المبحوث حرجا فى الأدلاء بها، أما السؤال غير المباشر فهو الذى يصاغ بطريقة اسقاطية أو مقنعة للحصول على اجابات قد يجد المبحوث حرجا فى الأدلاء بها لو وجه إليه السؤال بطريقة مباشرة ، كما أنها تكشف الدوافع الحقيقية لدى المبحوث فلذا منه انه يصف بها دوافع الغير.
- يجب أن يراعى فى صياغة الأسئلة أن تكون ذات مفردات لغوية بسيطة وسهلة وواضحة ومباشرة مع تجنب الاصطلاحات الفنية الا إذا كان الاستقصاء

موجها إلى مجموعة من المتخصصين الذين يفهمون هذه المصطلحات بنفس المعنى.

- البعد عن الطريقة الإيحائية في الأسئلة أى الطريقة التى يحس منها المبحوث أن الباحث يريد أن يحصل على اجابات معينة.
- أن يتضمن السؤال فكرة واحدة أو نقطة قائمة بذاتها حتى تكون الاجابة مرتبطة فعلا بهذه الفكرة .
- 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 التعبيري للمبحوث (١٨) » .
- ضرورة تحديد التعريفات المستخدمة فى الأسئلة والوحدات أو المقاييس المطلوبة تحديدا بيقا وواضحا .
- 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 .
- تنويع 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 نكر رأيه فى بعض الأسئلة تجنبنا لدفعه إلى الكذب أو التحريف أو التخمين ، وذلك عن طريق تضمين الاجابات عبارات "لا أذكر" ، " لا أعرف" ، " لا استطيع ابداء الرأى " .

• مراعاة المنطق فى ترتيب الأسئلة وتسلسلها بحيث يكون هناك ترابط وتناسق بين كل سؤال وما يليه من أسئلة ، مع عدم القفز بسرعة من قضية أو فكرة إلى قضية أو فكرة أخرى حتى لا يؤدي ذلك إلى ارتباك المبحوث وفقدانه القدرة على مواصلة الاجابة على الأسئلة .

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 .

#### 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 منطقيا وتجريبيا عن طريق عرض صحيفة الاستقصاء على مجموعة من الأساتذة والخبراء فى موضوع البحث وفى مناهج البحث العلمى ، بهدف اجراء الصحة الموضوعية والمنطقية والمنهجية للاستقصاء ، والقيام بدراسة أولية (استكشافية) Pilot Study على عينة محدودة مماثلة 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 :

بعد تعديل صحيفة الاستقصاء ، تتم طباعتها بطريقة دقيقة ، مع مراعاة الجوانب الجمالية فى الشكل والطباعة والاخراج، وعلى الأخص فى الجوانب 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 ، والمبجوثين الذين سيطبق عليهم الاستقصاء وطريقة الحصول على البيانات، والاشارة إلى أن البيانات سوف تستخدم فى اغراض البحث العلمى.
- اضافة صفحة أو أكثر بعد المقدمة تتضمن تعريفات محددة لبعض الألفاظ والمفاهيم الواردة بالاستقصاء لتحقيق الفهم المشترك بين جميع المبحوثين .
- تضاف بعد ذلك صفحة أخرى تدون فيها بعض البيانات الأساسية عن المبحوث أو الجهة التى يجرى عليها البحث .
- بعد ذلك تأتى مجموعة الأسئلة مقسمة ومبوبة ومرتبة، 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 لتكوين الاجابات ، والاهتمام الكافى بطريقة الطباعة والتغليف.

## البحث الرابع

### تحليل المضمون

تعتبر استمارة تحليل المضمون احدى أدوات جمع المعلومات والبيانات الأساسية فى بحوث الرأى العام.

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<sup>(١٩)</sup>.

ويقوم تحليل المضمون 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 لا يستطيع اخفاها مهما كان بارعا أو ذكيا ، فان سلوكه اللغوى لا يمكن 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 التعبيرى بوجه عام وأخضعنا هذه العينة لتحليل علمى منهجى ، فاننا نستطيع أن نتوصل بسهولة إلى معرفة اتجاهاته السياسية أو العقائدية<sup>(٢٠)</sup> .

ويتميز أسلوب تحليل المضمون بمجموعة الخصائص التالية :

- 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 المعاني 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 ، وانما يشمل الجوانب الشكلية أيضا .
- ٤ - يجب أن يتميز تحليل المضمون بالموضوعية ، ويخضع للمتطلبات المنهجية .
- ٥ - ينبغى أن يكون تحليل المضمون منتظما .
- ٦ - يعتمد تحليل المضمون أساسا على الأسلوب الكمي فى عمليات التحليل ، بهدف القيام بالتحليل الكيفى على أسس موضوعية.
- ٧ - يجب أن تكون نتائج تحليل المضمون مطابقة فى حالة اعادة الدراسة التحليلية.
- ٨ - تدمج نتائج تحليل المضمون مع بقية النتائج الأخرى للبحث لدراستها فى اطار أعم وأشمل ، وتحليل المعلومات تحليلا متكاملأ فى سياقها العام وظروفها الموضوعية المحيطة بها .

وقد قمنا بوضع تعريف حديث شامل لتحليل المضمون وذلك على النحو

التالى : (٦)

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 العلنى للقائمين بالاتصال ، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التى تتبع 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 الكمى بصفة أساسية.

ويرتبط استخدام تحليل المضمون فى بحوث الرأى العام بمجموعة أساسية من المحددات التى تضع للباحث الاطار الموضوعى لهذا الاستخدام، والتى تتمثل فى المجموعة التالية :

#### ١ - الموضوعية أو النهجية ، Objectivity

يعنى توافر شرط الموضوعية فى التحليل ضرورة أن يتم بناء كل خطوة بحثية على أساس قواعد واجراءات واضحة ودقيقة، ويتم قياس مدى توافر الموضوعية أو المنهجية باستخدام عدة مقاييس من أهمها قدرة باحثين آخرين على التوصل إلى نفس النتائج التى توصل إليها الباحث باستخدام نفس الأساليب والاجراءات البحثية لنفس المادة (٢٢) .

#### ٢ - الحياد ، Neutrality

يقتضى توافر شرط الحياد عدم تدخل الباحث بأفكاره وتصوراته واجتهاداته وافتراضاته الذاتية المسبقة فى الدراسة ، بمعنى أن الباحث لا يجب أن يتحایل لاستخدام تحليل المضمون فى اثبات شئ أو فكرة معينة مسبقة لديه .

يعنى الانتظام أن تتم خطوة اختيار أو استبعاد النصوص والمواد التي سيتم تحليلها ، وفصائل التحليل وفئاته وفقا لقواعد تطبيقية متسقة (٢٣) .

يعنى شرط العمومية ضرورة ارتباط نتائج تحليل المضمون بالاطار النظرى للدراسة (٢٤) .

يرتبط تحليل المضمون أساسا بالاتجاه الكمي ، لدرجة أن بعض الباحثين يذهبون إلى أن الحاجة إلى تحليل المضمون - كأسلوب وأداة - تنتفى 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 .

ولايعتبر التحليل الكمي أو استخدام الأساليب الرياضية والاحصائية هدفا في حد ذاته ، وإنما هو وسيلة تستخدم لزيادة كفاءة التحليل وبقته وشموله وتعبيره تعبيرا صحيحا عن المضمون ، وابتعاده عن التخمينات والانطباعات 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 ثراء ، فالتحليل الكمي ضرورة لازمة للتحليل الكيفي ، كما أن التحليل الكمي يوفر المادة التي يمكن استخدامها بعد ذلك في التحليل الكيفي (٢٥) .

## ٦ - تحليل المضمون الظاهر مقابل كشف النوايا الخفية للمضمون ،

### The Manifest - Latent Issue

لايسعى القائم بتحليل المضمون فى بحوث الرأى العام إلى مجرد القيام بعملية التحليل والوصف الظاهرى طبقا لفئات أو وحدات ويكتفى بهذه الخطوة ، وإنما يسعى - من خلال ماتوصل اليه من معلومات تحليلية - إلى ربط هذه المعلومات بمجموعة أخرى من البيانات والمعلومات المرتبطة بالمشكلة البحثية التى يقوم بدراستها، بهدف الوصول إلى استنتاجات واستدلالات تتعدى النطاق الضيق المحدود لتحليل المضمون الصريح إلى النطاق الواسع الشامل الذى يكشف عن الأهداف التى يسعى المضمون - موضع التحليل - إلى تحقيقها مثل أهداف القائم بالاتصال ، والخلفيات العامة التى تتبع منها الرسالة الاعلامية أو الدعائية ، والمقارنة 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 ، والاستجابات التى يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها من خلال المضمون ، والتنبؤ 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 .

## 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

التي استخدمت في تقديم المضمون والتي تساعد في كشف جانب من النوايا الخفية للمضمون ، مثل مقاطع الكلمات ، وتعبيرات الوجه ، والصمت ، والحركات التمثيلية ، والتركيز على كلمات معينة ، والعناوين ، والصور ، والألوان ، ومن أبرز الأمثلة التي تؤكد على هذا الجانب في دراسات الرأي العام ماتنبا به جورج هرتزوج - من خلال تحليل المضمون - من قرب نهاية هتلر السياسية ، فقد اعتمد في تحليله « على دراسة طبقات الصوت والوقفات ونغم الأداء الخطابي 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 (٢٦) .

رابعا : الاستخدامات الأساسية لتحليل المضمون :

استنادا 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 الرأي العام والاعلام ، وذلك على النحو التالي :

**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 ينطوي عليها المضمون الاعلامي .

يؤكد الباحثون على أن أفضل استخدامات تحليل المضمون وأكثرها فائدة هي التي تركز على ملاحظة ودراسة الاتجاهات التي ينطوي عليها المضمون الاعلامي والتغييرات التي تطرأ عليها (٢٧) .

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

أ - التحليل الزمني 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 في مواقف مختلفة، لدراسة تأثير الظروف المتغيرة على خصائص الاتصال.

ج - أما النوع الثالث من التحليل فيرتبط بالفرض الذي أخضع للدراسة في 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 .

٢ - كشف الاختلافات المولية في المضمون الاعلامي .

يؤدي التحليل المنتظم للمواد الاعلامية المتاحة في 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 الأقاليم التي تنتجها الدول المختلفة.

٣ - ربط الخصائص المعروفة للمصدر بالرسائل التي يقدمها .

يستهدف هذا النوع من التحليل مقارنة الرسائل الاعلامية أو الدعائية التي

ينتجها أكثر من مصدر، والتفرقة بينهما ، تبعا لخصائص هذا المصدر ومايعكسه عليها من سمات معينة.

#### ٤ - كشف الأساليب الدعائية والافصائية .

يستخدم 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 .

ولايجب 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 للحملة الدعائية من حيث مدى التركيز فى استخدام هذه المصطلحات . (٢٩)

المجموعة الثانية : وصف القائمين بالعمليات الاعلامية وكشف مقاصدهم ونواياهم :

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

٥ - كشف نوايا ومقاصد القائمين بالعمليات الاعلامية وخصائصهم وسماتهم ،

يمثل هذا الهدف أبرز الاستخدامات الاساسية فى تحليل المضمون، وينبنى على افتراض منطقي معين يتمثل فى أنه طالما أن للمضمون خصائص معينة ، فإن ذلك يستتبعه وجود مقاصد ونوايا معينة للقائمين بالعمليات الاعلامية، بمعنى أنه يمكن الاستدلال على أهداف صانعى المضمون ونواياهم ومقاصدهم من خلال خصائص وسمات معينة متوافرة فى هذا المضمون.

ويمكن بمقتضى هذا الاستخدام أيضا كشف العلاقة بين فريقين أو أكثر من القائمين بالعمليات الاعلامية ، وذلك عن طريق تحليل التوافق والتشابه فى المضمون مما يدعم الاستدلال على وجود تشابه فى النوايا والمقاصد بين الفريقين (٣٠).

٦ - اكتشاف النوايا الدعائية لدى القائم بالاتصال ،

تختلف أغراض تحليل المضمون بهدف كشف أساليب الدعاية عن أغراض تحليل المضمون التى 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 (٣١) :

- 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 والاهداف الدعائية المعلنة من جانب من جوانب الصراع نحو موضوع يثير خلافا . Consistency
- طريقة عرض الموضوعات . ومدى التوازن في تناول الرموز المؤيدة والمعارضة . Presentation
- مدى الاعتماد على مصدر واحد من مصادر الخلاف في 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 في العبارات في موضوع شائع لتأييد جانب معين من جوانب الخلاف . Distortion

٧ - 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 ردود الفعل لدى مواطنى الدول المتحاربة ازاء العمليات الدعائية الموجهة اليهم ، وعلى روحهم المعنوية ، وتوقعات التحركات العسكرية التالية ، وتقييم الوضع العسكرى للحلفاء.

#### ٨ - تعديد الحالة النفسية للقائمين بالاتصال .

من القواعد المسلم بها بين علماء الاجتماع والانسانيات أن السلوك الرمضى للفرد يمكن أن يمد الباحث بمعلومات سيكولوجية عن شخصية القائم بالاتصال، والقيم التى يدين بها ، ومعتقداته ، ونواياه ، ومقاصده، وسائر خصائصه الأخرى.

#### ٩ - التعرف على المؤلف .

يفيد هذا الاستخدام فى امكان التعرف على المؤلف الحقيقى للمادة الاعلامية أو الدعائية فى حالة عدم وجود أسم المؤلف أو مصدر المعلومة ، وينطبق ذلك على الاذاعات السرية ، والنشرات ، والمطبوعات ، والرسائل ، والخطابات مجهولة المصدر، ويفيد فى التعرف على الهوية الفكرية والعقائدية والسياسية للمطبوعات مجهولة المصدر.

#### المجموعة الثالثة : وصف جمهور المتلقين للمواد الاعلامية :

يرتبط هذا الاستخدام الأساسى بجمهور المتلقين للمواد الاعلامية باعتبارهم العنصر الرئيسى الثالث فى عملية الاتصال والاعلام الجماهيرى، ويتضمن هذا الاستخدام الرئيسى مجموعة من الاستخدامات الفرعية من أهمها:

١٠ - تعديد اتجاهات الجماعات واهتماماتها ،  
والقيم والأنماط 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 فى فحص ودراسة وتحليل طبيعة المواد الاعلامية العامة خلال هذه الفترة ، وهى ذات الطريقة التى يمكن استخدامها للتعرف على القيم والانماط الثقافية السائدة خلال فترة ما .

١١- ربط الفصائص المعروفة لفئات الجمهور  
بالوسائل الاعلامية الموجهة اليهم .

يستهدف هذا الاستخدام اختبار صحة الافتراض الخاص بأن القائمين بالاتصال يعملون 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 (٣٢) .

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 :

من أبرز تأثيرات وسائل الاعلام فى المجتمعات الحديثة توسيع نطاق الاهتمامات لدى الجماهير ، وزيادة انتباه الفرد واهتمامه بما يدور فى العالم ، وعلى هذا الأساس ، بدأ الباحثون فى استخدام تحليل المضمون لوصف مدى تركيز اهتمامات جماعات معينة على موضوعات متنوعة ، مفترضين أن كل دراسة مضمون هى تحليل لما يهتم به الجمهور. (٣٣)

### ١٣ - 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 : (٣٤)

أ - تحليل مضمون المواد الاعلامية التى تمثل تعبيراً 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.

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

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

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

**المجموعة الخامسة : المساعدة فى اجراء البحوث ورصد التغييرات الفكرية والثقافية :**

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

١٤ - 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 : (٣٥)

- 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، 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.

#### ١٥ - رصد حركة التغيير الثقافى والفكرى والعصرى .

يعنى الباحثون فى المجالات الاعلامية والاجتماعية والثقافية بدراسة تطور الظواهر 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.

#### خاصة : تحديد وحدات تحليل المضمون :

لما كان تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفا كميًا، 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 ، وتوجد خمس وحدات رئيسية فى تحليل المضمون هى :

#### 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.

#### ٢ - وحدة الموضوع أو الفكرة :

تمثل هذه الوحدة أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون وأكثرها إفادة، وتعتبر

احدي الدعامات الأساسية فى تحليل المواد الاعلامية ، والدعائية ، والاتجاهات ، والقيم ، والمعتقدات (٣٥) .

وهذه الوحدة عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التى يدور حولها موضوع التحليل، وتكون عادة جملة مختصرة محددة تتضمن مجموعة الأفكار التى 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 التى يقوم الباحث بدراستها .

ويفيد تحليل الموضوعات والأفكار فى 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 .

### ٣ - وحدة الشخصية :

يلجأ الباحث إلى استخدام هذه الوحدة فى تحليل القصص والدراما والأفلام ، والتمثيلات والمسلسلات الاذاعية والتلفزيونية ، والكتابات التى تتناول تاريخ بعض الشخصيات أو الأفراد ، بحيث تصبح هذه الشخصيات من أسهل الوحدات التى يركز عليها التحليل.

### 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 التلفزيونى ، العمود ، المسلسلات ، المسرحيات ، الرسوم المتحركة.

## ٥ - مقياس المساحة والزمن :

وهى المقياس المادية التى يلجأ إليها الباحث للتعرف على المساحة التى شغلته 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 .

## سادسا : اعداد فئات تحليل المضمون :

الفئات 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 والتي تقوم بتصنيفه وفقا لموضوعاته ، وتجيب على التساؤل الأساسى الخاص بالموضوع أو مجموعة الموضوعات التى تدور حولها المادة الاعلامية، والذي 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 .

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 (٣٧) .

٣ - فئة المحتويات ، 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 (٣٨) .

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

٦ - فئة السمات Traits : ويطلق عليها أحيانا فئة القدرات ، وهي التي تصف الخصائص الشخصية ، وأهم السمات السيكولوجية ، وبعض الأساليب الوصفية الأخرى التي تسعى الى وصف سمات الأفراد المتضمنين في الاتصال وخصائصهم ، كما يمكن أن تستخدم أيضا في وصف بعض المنشئات وبعض السياسات.

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

٨ - فئة مصدر المعلومة Authority : وهي الفئة الخاصة بالكشف عن الشخص أو المجموعة أو الجهة مصدر المعلومة ، ويتمثل أهم هذه المصادر في الأشخاص ، والصحف ، والمحطات الإذاعية 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 فى اعطاء أبعاد أكثر شمولا فى عملية التحليل، لأنها تكشف للباحث جوانب قد تجيب على تساؤلات مثارة لديه بشأن اتجاه المعلومة ، ومدى صدقها ، وامكانية تعميمها ، كما تكشف أيضا عن التوزيع الجغرافى للاهتمامات ونقاط التركيز كما يشير اليها المضمون الاعلامى موضع التحليل.

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

**المجموعة الثانية : التقسيمات الفرعية لفئة الشكل الذى قدمت به المادة الاعلامية  
ككيف قيل، .**

يتضمن هذا الجزء عدة فئات فرعية من أهمها :

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

٢ - فئة شكل العبارة Form of Statement وهى الفئة الخاصة بالقواعد اللغوية المتبعة فى 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 ضده الاتجاه Intensity ويطلق عليها بعض الباحثين (٣٩) اصطلاح «عاطفية الاتجاه» Emotionalism or Sentimentalization اشارة إلى عنصر القوة أو الاثارة الذى عولجت به المادة الاعلامية.

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 .

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 :

ا - 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 القارئ 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 الاهمية ، 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 .

و - المعالجة الفنية : وهى الفئة المرتبطة باستخدام بعض الجوانب الفنية فى المادة المذاعة أو المعروضة بالراديو أو التليفزيون كالمؤثرات الصوتية ، والمنظرية ، ومازجات الصور وغيرها .

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

## البحث الخامس

### التجربة

يلجأ الباحثون فى بعض بحوث الرأى العام إلى استخدام التجربة كأداة رئيسية فى جمع المعلومات، وتنقسم التصميمات التجريبية الى نوعين هما :

١ - تصميمات تجريبية عملية .

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

٢ - تصميمات تجريبية بنية أو غير عملية .

وهى التى لايمكن فيها التحكم فى جميع المتغيرات المؤثرة فى الظاهرة موضع الدراسة وإنما فى عدد محدود منها ، فضلاً 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 الرأى العام والاعلام من نوع التصميمات التجريبية البنية .

وتوجد عدة تصميمات تجريبية يدخل فى تكوينها المتغيران الرئيسيان

التاليان :

١ - المتغير الخاص بتوقيت القياس ويشمل :

- قياس بعد التجربة فقط.

- قياس قبل وبعد التجربة.

٢ - المتغير الخاص بعدد المجموعات التى تشملها التجربة وهى :

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

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

أولاً : القياس البعدي فقط :

يستخدم فى هذا النوع من القياس مجموعتان تسمى إحداهما « المجموعة التجريبية » أى التى تجرى عليها التجربة ، وتسمى الأخرى «المجموعة الضابطة» أى التى لاتجرى التجربة ، وانما تستخدم لقياس فروق الأثر التجريبى .

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

ولما كان من المفترض أساسا أن اختيار أفراد المجموعتين قد تم بطريقة روعى 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 ) .

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 التي 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 يتبع 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 يؤدي فى العادة الى حساسية أكبر فى قياس دلالة الفروق (٤٠) » .

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

تستخدم فى هذا القياس مجموعتان يتم انقضاء 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 البعدي للمجموعة التجريبية بالنسبة للمتغير التابع (ص) هو الدليل على تأثير المتغير التجريبي (س).

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

ويوجه الى هذا التصميم العيوب السابق ذكرها من حيث إغفال تأثير العوامل العارضة الأخرى ، وعدم إتاحة الفرصة لاستخدام الأساليب الاحصائية التي تقيس درجة التغير في المجموعة الواحدة ، الا أن ذلك يزيل خطأ احتمال التأثير في 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 باختبار مجموعتين متماثلتين تماما ، ويقاس 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 في 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) في 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 ، إلا 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 - تلاخذا لآثر 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 وبعدها دون ادخال المتغير التجريبي عليها .

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

ويدخل الباحث في 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) في المجموعة التجريبية ، ويكون الفرق بين القياسين القبلي والبعدي للمتغير (ص) في هذه المجموعة شاملا لهذه المؤثرات الثلاثة (ف١)

\* حساب تأثير القياس قبل التجربة فقط 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 (ف٢) .

\* حساب تأثير المتغير التجريبي (س) وحده على المتغير التابع (ص) في المجموعة الضابطة الثانية التي 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 البعدي للمتغير التابع (س) في هذه المجموعة ممثلا لأثر قياس المتغير التجريبي وحده (ف٣) .

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

\* حساب تأثير المتغير التجريبي وحده وذلك بطرح قيمتى (تأثير التفاعل الذى حصل عليه فى الخطوة السابقة + تأثير القياس قبل التجربة فقط « ف٣ » ، الذى حصل عليه فى الخطوة « ف٢ » من قيمة ف١ التى حصل عليها فى الخطوة الأولى ، أى أن :

$$- \text{تأثير التفاعل} = \text{ف١} - (\text{ف٣} + \text{ف٢})$$

$$- \text{تأثير المتغير التجريبي وحده} = \text{ف١} - (\text{تأثير التفاعل} + \text{ف٣})$$

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

#### ٥ - استخدام مجموعة تجريبية وثلاث مجموعات ضابطة :

يلجأ الباحث فى هذا النوع - تلافياً لأثر التفاعل وتأثير العوامل العارضة - إلى اضافة مجموعة ضابطة ثالثة الى المجموعة التجريبية والمجموعتين الضابطين على نحو التصميم السابق ، ويقاس المتغير التابع (ص) لديها بعد اجراء التجربة نون أن يقيسه قبل التجربة وبنون تعريضها للمتغير التجريبي (س).

ويفترض الباحث - كما فى التصميم السابق - تماثل المجموعات تماماً، ومن ثم يمكنه الاستدلال على قيمة القياس القبلى للمجموعتين الضابطين الثانية والثالثة بأخذ متوسط لنتيجة القياس القبلى الذى تم فعلاً بالنسبة للمجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة الأولى .

ويدخل الباحث فى هذه التصميم تقدير أثر التفاعل بين القياس أولا والمتغير التجريبي من ناحية ، وتقدير تأثير العوامل العارضة المتداخلة فى الموقف الذى 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) فى المجموعة التجريبية، ويكون الفرق بين القياسين القبلى والبعدى للمتغير (س) فى هذه المجموعة شاملا لتأثير هذه العوامل الأبعة . (ف١)

\* حساب تأثير القياس قبل التجربة + تأثير العوامل العارضة على المتغير التابع (ص) فى المجموعة الضابطة الأولى التى لايدخل فيها المتغير التجريبي (س) ويكون الفرق بين القياسين القبلى والبعدى للمتغير (ص) فى هذه المجموعة ممثلا لأثر القياس قبل التجربة وتأثير العوامل العارضة معا . (ف٢)

\* حساب تأثير المتغير التجريبي (س) + تأثير العوامل العارضة على المتغير التابع (ص) فى المجموعة الضابطة الثانية ، ويكون الفرق بين القياسين القبلى (التقديري) والبعدى (الفعلى) للمتغير (ص) فى هذه المجموعة ممثلا لأثر المتغير التجريبي والعوامل العارضة معا . (ف٣)

\* حساب تأثير العوامل العارضة فقط على المتغير التابع (ص) فى المجموعة الضابطة الثالثة ويكون الفرق بين القياسين القبلى (التقديري) والبعدى (الفعلى) للمتغير(ص) فى هذه المجموعة ممثلا لأثر العوامل العارضة فقط .(ف٤)

ويكون حساب التأثيرات المختلفة على النحو التالي :

- حساب تأثير العوامل العارضة فقط =  $F_4$  .
- حساب تأثير القياس قبل التجربة =  $F_3 - F_4$  .
- حساب تأثير المتغير التجريبي فقط =  $F_3 - F_4$  .
- حساب تأثير التفاعل =  $(F_1 + F_2) - (F_3 + F_4)$  .

**طرق اختيار المجموعات المتماثلة وتكوينها :**

لما كان من الضروري اختيار مجموعات متكافئة أو متماثلة قبل اجراء التجربة، فان هناك مجموعة من الطرق التى يستخدمها الباحث فى هذا الاختيار من أهمها (٤١) :

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

أ - طريقة الأزواج أو المضاهاة Matching 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 التى ينبغى اخضاعها للضبط العلمى الدقيق، وقياس هذه المتغيرات قياسا دقيقا .

ب - طريقة الأزواج بين المجموعات المستخدمة فى التجارب وذلك على أساس تماثل هذه المجموعات فى أهم المتغيرات مما يؤدى 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 الأزواج فى السن أولا

على أساس التوزيع التكرارى للسن في المجموعتين ثم نعود فنمائل بينهما من حيث مستوى المعيشة على أساس التوزيع التكرارى أيضا ، ثم درجة التعليم ... وهكذا .

ويجاب على هذه الطريقة احتمال عدم المزاوجة التامة بين أفراد المجموعتين واحتمال الاعتماد على معامل احصائي واحد كالمتوسط 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 .

٢ - طريقة تحليل التباين الاتزانى ، 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 أى باستخدام المنهج الاحصائى<sup>(١٢)</sup> - وليس المنهج التجريبيى - بتعديل درجات كل مجموعة بالنسبة للمتغير التابع بافتراض أن المجموعات متماثلة، أى أنه يحصل على تقدير للدرجات التى كانت ستحصل عليها المجموعات لو أنها كانت متماثلة أصلا.

### أهمية التجربة فى بحوث الرأى العام :

تتميز التجربة بالعديد من المميزات بالقياس إلى بقية أنواع وطرق جمع المعلومات والبيانات الأولية المباشرة ، ويمكن أن نرجع أهمية التجربة فى مجال بحوث الرأى العام والبحوث الاعلامية إلى عدة عوامل من أهمها :

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

فالباحث الذى يستخدم التجربة فى جمع المعلومات يقوم بمجموعة الخطوات التالية :

- \* تعديل الظاهرة وتغييرها بحيث تبدو فى أنسب وضع صالح لدراستها .
- \* التحكم فى المتغيرات العديدة التى قد تؤثر على الظاهرة موضوع البحث.
- \* تكرار التجربة وإعادتها تحت ظروف مختلفة للتأكد من فروض معينة.
- \* ملاحظة النتائج التى يحصل عليها فى 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 ليجاد ظروف جديدة ، أو لتحويل تركيب العناصر المكونة للظاهرة بعضها ببعض، أو لتعديل الظروف التى توجد فيها الظاهرات وإيجادها فى ظروف لاثققها الطبيعية 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 أدوات جمع المعلومات - الى تحليل الظاهرة الى عناصرها الأساسية ، وأبراز الأهمية النسبية لكل عنصر منها.

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

٤ - يقوم الباحث التجريبي - عامداً - من خلال التجربة بمعالجة عوامل معينة تحت شروط مضبوطة ضبطاً دقيقاً ، لكي يتحقق من كيفية حدوث ظاهرة أو حادثة أو شرط معين ، ويحدد أسباب حدوثه.

٥ - توافر اعتبارات الدقة والموضوعية باستخدام التجارب نظراً 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، فضلاً عن الدقة فى إجرائه .

## مراجع الفصل السابع وهوامشه

- (١) عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي ، الطبعة الثالثة (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧١).
- (2) Adams, Gerald and Schavaneveldt, R., **Understanding Research methods**. New York, : Longmas Inc., 1985. pp. 234 - 235.
- (٣) المرجع السابق ، ص ٢٤٤.
- (٤) المرجع السابق ، ص ٢٤٢.
- (5) Raj, Hans. **Theory and Practice in Social Research**. New Delhi, : Chahabra For Surjeat Publications.. 1984, p. 241
- (٦) د. لويس كامل مليكة(محرر) ، **سيكولوجية الجماعات والقيادة** ، (القاهرة : مكتبة القاهرة الحديثة، الجزء الثالث ، ١٩٦٤) ص ٦٦٦
- (7) **International Encyclopedia Of the Social Sciences**. New York, : The Macmillan Co. and the Free Press., 1968, p. 263.
- (8) Pauline V. Young, **Scientific Social Surveys & Research**, 4th ed. (NewJersey : Printice - Hall, Inc., 1966), p. 217.
- (٩) المرجع السابق، ص ٢١٧.
- (١٠) د. سمير حسين، **بحوث الاعلام** (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٥) ص ٢٠٤.
- (١١) المرجع رقم ٨، ص ١٩٠.
- (١٢) المرجع رقم (١٠) ص ٢٠٩.
- (١٣) المرجع السابق ، ص ٢١٢.
- (14) Charles H. Backstrom, & Gerald D. Hursh, (eds.), **Survey Research** (Minneapolis : Northwestern University Press, 1971), p. 75.
- (١٥) المرجع السابق، ص ٧٥.

(16) Seven - Step Rating DScale or Semantic Differential.

راجع :

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

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

(١٨) المرجع السابق، ص ١٩٣ .

(١٩) لمزيد من التفصيلات الخاصة بتحليل المضمون راجع كتابنا : د. سمير محمد حسين، تحليل المضمون (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٣).

(٢٠) دكتور ابراهيم امام ، بحوث تحليل المضمون وتطبيقاتها في الاعلام، العدد (٧٠) من مجلة الاذاعات العربية ، ابريل ١٩٧٧ ، ص ٦ .

(٢١) د. سمير محمد حسين ، تحليل المضمون ، مرجع سابق ، ص ٢٢ .

(22) Holsti, Ole, *Content Analysis for The Social Sciences and Humanities*. Addison - Wesley Publishing Company, Inc., 1969. p.3.

(٢٣) المرجع السابق ، ص ٤ .

(24) Lasswell,H., D. Lerner & I.De S. Pool. *The comparative Study of Symbols*. Stanford : Stanford University Press.

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

(٢٦) دكتور ابراهيم امام ، بحوث تحليل المضمون ، مرجع سابق، ص ١٣ ، ١٤ .

(27) Berelson, Bernard *Content Analysis in Communication Research*, New York : Hafner Publishing Company, 1971., pp. 26 -113.

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

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

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

(٣١) انظر المراجع التالية :

- Lasswell, H. et al., Language of politics. **op. cit.**, p. 77.

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

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

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

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

(٣٤) المرجع السابق ، ص ١٠٥ - ١٠٨ .

(٣٥) المرجع السابق، ص ٥٣ - ٥٧ .

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

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

(٣٨) قام بهذه الدراسة عام ١٩٤١ العالمان برسلون ، دييلز وهي بعنوان :

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

(39) Berlson, B. **op. cit.**, p. 166.

(٤٠) نجيب اسكندر ، لويس مليكة ، رشدى فام ، الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعى ، (القاهرة : مؤسسة المطبوعات الحديثة، ١٩٦١). ص ٢٢٢ .

(٤١) انظر المراجع التالية :

- المرجع السابق ، ص ٢٤٥ - ٢٥٧ .

- جمال زكى ، سيد يس ، أسس البحث الاجتماعى ، (القاهرة : دار الفكر العربى، ١٩٦٢)  
ص ١٢٧ - ١٣٤ .

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

- Clarie Seltiz, Marie Jahoda, Morton Deutsh & Stuart W. Cook, **Research Methods in Social Relations**, (New York : Holt, Rinehart & Winston, Inc., 1959), pp. 105 - 107.

(٤٢) للتعرف على الاستخدامات الخاصة بأسلوب تحليل التباين يمكن الرجوع الى بعض الكتب الاحصائية التى تعالج هذا الموضوع من وجهة النظر الكمية.



## أنواع العينات وأسس اختيارها فى بحوث الرأى العام

تعتبر دراسة العينات من الدراسات الاساسية فى بحوث الرأى العام، نظرا لأن الباحث يعتمد فى اجراء دراساته على اختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا ، على أساس أن من الصعب - أن لم يكن من المستحيل فى بعض الحالات - إجراء الدراسة على المجتمع الاصلى بأكمله ، فضلا عن أن الاختيار الاعلامى الدقيق للعينه يؤدي إلى الوصول الى نتائج متماثلة مع نتائج دراسة كل مفردات المجتمع الاصلى عن طريق الحصر الشامل بأخطاء عشوائية محسوبة حسابا دقيقا ، مما يؤدي إلى توفير الوقت والجهد والاقتصاد فى النفقات، والسرعة فى التوصل الى النتائج البحثية المطلوبة.

والباحث لابد أن يجيب على التساؤلات التالية المتعلقة بمجتمع البحث وامكانية اختيار عينة ممثلة له :

- ماهو حجم المجتمع المطلوب إجراء الدراسة عليه ؟
- ماهو الحجم الأمثل للعينة التى يمكن سحبها من هذا المجتمع ؟
- ماهو حجم العينة الذى يتيح إمكانية تعميم النتائج بحدود ثقة معينة ؟

وتتثير هذه الاسئلة وغيرها مشكلة العينة ، وحجمها ، ونوعها ، وأسلوب اختيارها ، ويتوقف ذلك كله - بالطبع - على الجوانب المنهجية التى عرضنا لها ومن أهمها :

- طبيعة المشكلة البحثية .
- طبيعة فروض الدراسة وكميتها .
- حجم ونوع التساؤلات البحثية المطروحة.
- درجة الدقة والتحديد المطلوبين للإجابة على هذه التساؤلات .
- طبيعة الجمهور المطلوب إجراء الدراسة عليه أو المادة موضع التحليل وكميتها .
- مدى التجانس أو التعدد بين وحدات مجتمع الدراسة (فئات جماهيرية، وسائل اعلامية، مواد إعلامية أو إعلانية، مؤسسات وهيئات وشركات).

وعلى هذا الأساس سنتناول فى هذا الفصل موضوع العينات، ومدى ارتباطه بالجوانب المنهجية فى بحوث الرأى العام (١) .

#### (١) التعريف ببعض المصطلحات المستخدمة فى اختيار العينات :

نعرض فيما يلى بعض التعريفات الخاصة ببعض المصطلحات المستخدمة فى اختيار العينات :

- **المجتمع** ، هو جميع الوحدات التى يرغب الباحث فى دراستها .
- **وحدات المعاينة** ، هى جميع الوحدات التى يتكون منها مجتمع البحث .

- الإطار ، هو جميع وحدات المعاينة التي يعتبرها الباحث في متناول يده ، أى الوحدات المتاحة التي يمكن حصرها وتطبيق الدراسة عليها ، نظرا لصعوبة وجود جميع وحدات المجتمع فى بعض الحالات .

- العينة ، هى مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية - أو الميدانية - ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع المجتمع الأصلي ، ويمكن تعميم نتائجها عليه .

## (٢) اخطاء المعاينة وغير المعاينة :

يلجأ الباحث الى احدى الحالتين التاليتين فى جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالبحث الذى يقوم به :

- القيام بالدراسة على جميع مفردات المجتمع ، وتسمى البحوث فى هذه الحالة بالبحوث الشاملة Complete كالتعدادات مثلا .

- القيام بالدراسة على عينة من مفردات المجتمع ، ثم استنتاج خصائص المجتمع باستخدام نتائج العينة ، وهى الدراسات الأكثر شيوعا فى بحوث الاعلام والرأى العام .

وفى كلتا الحالتين يحتمل أن تواجه الباحث مجموعة من الاخطاء التى يجب أن يتنبه اليها ويتعرف عليها تعرفا دقيقا حتى يتجنب حدوثها فيما يقوم به من دراسات بهدف ضمان الدقة العلمية للنتائج التى يتوصل اليها .

وتسمى الاخطاء فى حالة استخدام الحصر الشامل « اخطاء غير المعاينة او اخطاء التحيز » ، اما الاخطاء الناشئة عن استخدام عينة بدلا من المجتمع كله فتسمى « اخطاء المعاينة » ، ونعرض فيما يلى لهذين النوعين من الاخطاء :

## ( أ ) اخطاء المعاينة :

هى الأخطاء التى تنشأ نتيجة اختلاف نتائج العينة عن نتائج الحصر الشامل، ويلاحظ أن هذا النوع من الأخطاء يقل كلما زاد حجم العينة، حيث دلت الدراسات السابقة على أن النتائج التى تم التوصل إليها فى بعض البحوث باستخدام عينة كبيرة نسبيا كانت مختلفة الى حد ما عن النتائج التى تم التوصل إليها فى نفس البحوث باستخدام عينة محدودة ، فضلا عن اقتراب النتائج الأولى من الاوساط الحسابية للمجتمعات الاصلية ، ولكن يلاحظ فى هذه الحالة مايلى :

- عدم المبالغة فى تقدير حجم العينة وعدد مفرداتها ، والاقتصار على اختيار العينة الاقتصادية، أى العدد الحدى من وحدات المعاينة الذى يعطى أدق النتائج بأقل التكاليف ، ولا يترتب على زيادته أى تغيير فى النتائج النهائية للبحث.

- تتلاشى أخطاء العينة تماما اذا اصبح حجم العينة مساويا لحجم المجتمع.

## (ب) اخطاء غير المعاينة :

وهى الأخطاء التى يكتشفها الباحث من اختلاف نتائج البحث - وبالذات فى حالة اجراء الدراسة على جميع مفردات المجتمع عن طريق الحصر الشامل لهذا المجتمع - وقد تحدث هذه الأخطاء فى حالة استخدام عينة أو فى حالة استخدام جميع مفردات المجتمع . وقد تنشأ هذه الأخطاء نتيجة عدة عوامل مثل:

- الخطأ فى تحديد المشكلة تحديدا دقيقا .

- الخطأ فى إعداد الاستقصاء أو استمارة التحليل أو دليل الترميز.

- الخطأ فى تعريف المصطلحات المستخدمة أو الفئات والوحدات.

- الخطأ فى تعريف المجتمع أو تحديد الاطار.

- التحيز الذي يمكن أن ينتج عن عدم الاتساق بين الباحثين ، أو عدم الاتساق الزمني.

- التحيز الذي يمكن أن ينتج عن الجمع الخاطئ للبيانات نتيجة عدم الفهم الموحد للاستقصاء بين المبحوثين أو لاستمارة تحليل المضمون بين الباحثين.

- التحيز الذي يمكن أن ينشأ عن عدم موضوعية الباحث في جمع البيانات والمعلومات.

- الاخطاء فى التصنيف أو التوبيب أو الجولة أو الفرز.

وتعتبر أخطاء غير المعاينة أكثر خطورة على النتائج الموضوعية للبحث من

أخطاء المعاينة للسببين التاليين :

- عدم امكان تقدير أخطاء غير المعاينة تقديرا كليا أو موضوعيا .

- استحالة التحكم فى ضبط أخطاء غير المعاينة عن طريق تغيير حجم العينة بعكس الحال فى اخطاء المعاينة التى يمكن تغييرها بمجرد تغيير حجم العينة.

(٢) أنواع العينات فى بحوث الرأى العام :

تتأسس العينات على مبدأ « الاحتمالية أو العشوائية Randomization أى المبدأ الذى يتيح لجميع مفردات المجتمع فرصة احتمالية متكافئة للاختيار فى العينة ، نظرا لان اختيار كل مفردة يتم بطريقة مستقلة عن باقى المفردات ، وتستمد النوعيات المختلفة للعينة أساس تكوينها من قاعدة العشوائية والاحتمال المتكافئ Equal Propability ، ونعرض فيما يلى لأهم أنواع العينات وتطبيقاتها فى مجال بحوث الرأى العام . (٢)

## ( أ ) العينة العشوائية أو الاحتمالية البسيطة Simple Random

وهى أبسط أنواع العينات ، وتجعل احتمال ظهور أية وحدة معاينة مساويا لاحتمال ظهور أية وحدة أخرى، مما يساعد الباحث فى تقدير أخطاء المعاينة تقديرا دقيقا ومحسوبا، ويتم اختيار العينات العشوائية عن طريق حصر جميع مفردات مجتمع البحث ، وتحديد حجم العينة المطلوبة ، ثم سحب وحدات المعاينة بطريقة عشوائية ، ويتم هذا السحب عادة باستخدام جداول الأرقام العشوائية ، وتتميز هذه الطريقة بخلوها من التحيز ، كما تستخدم بصفة أساسية فى حالة تجانس مجتمع البحث.

## Systematic or Interval

## ( ب ) العينة المنتظمة

وهى إحدى طرق الاختيار العشوائى أو الاحتمالى، ولكنها تتميز بوجود فواصل متساوية بين وحدات المعاينة التى يتم اختيارها ، وتستخدم بصفة أساسية فى حالة تجانس مجتمع البحث.

وتوضيح الأسلوب الذى يستخدم فى اختيار هذا النوع من العينات نفترض أن الباحث لديه قائمة بأسماء المبحوثين الذين يمثلون المجتمع الذى يريد إجراء الدراسة عليه (طلاب ، شركات ، جهات حكومية ، عاملين فى جهة معينة، سكان منطقة معينة ... الخ) وكان عدد أفراد هذا المجتمع ١٠.٠٠٠ مفردة، وحجم العينة المطلوب ١٠٠٠ مفردة أى ١٠ ٪ من حجم المجتمع، أى شخص واحد من كل ١٠ أشخاص ، فى هذه الحالة يقوم الباحث باختيار رقم من الأرقام العشرة الأولى - بطريقة عشوائية - ثم يضيف إليه ١٠ لتحديد الرقم الثانى، ... وهكذا، فإذا كان الرقم الأول - المختار عشوائيا - هو رقم ٤ مثلا فى قائمة الأسماء التى تضم كل مفردات المجتمع فإن العينة ستكون على النحو التالى (٤، ١٤، ٢٤، ٣٤، ٤٤... وهكذا حتى تكتمل العينة عند رقم ٩٩٩٤) ويصبح عددها ألف مبحث.

وهى التى يتم فيها تقسيم المجتمع أو الاطار الى أقسام أو طبقات متجانسة فى داخلها ، ومختلفة فيما بينها ، ويتم سحب وحدات المعاينة بالنسبة لكل طبقة على حدة إما بطريقة عشوائية أو منتظمة ، ثم تستخدم هذه التقديرات المتعددة فى حساب تقدير متوسط للمجتمع بأكمله.

وتعتبر هذه الطريقة أكثر دقة من الطريقة العشوائية أو الاحتمالية البسيطة خاصة اذا ما اتسم المجتمع بالتشتت بين وحداته أو اقسامه أو طبقاته.

ويتم اختيار العينات فى هذا النوع على أساس أي مستوى من المستويات الثلاثة التالية :

\* **التوزيع المتساوى Equal** ، حيث يتم تقسيم عدد مفردات العينة على كافة طبقات المجتمع بالتساوى بغض النظر عن عدد المبحوثين داخل كل طبقة أو مجموعة، ويمثل هذا المستوى أدنى مستويات الدقة فى الاختيار.

\* **التوزيع المتناسب أو المتكافئ Proportional** حيث يتم تقسيم عدد مفردات العينة حسب إجمالى عدد المبحوثين فى كل طبقة أو مجموعة، ولتوضيح هذا الأسلوب نفترض أن إجمالى عدد مفردات المجتمع الاصلى ١٠.٠٠٠ شخص وحجم العينة ألف مفردة ، وأن المجتمع الاصلى تم تقسيمه الى ٥ طبقات أو مجموعات متجانسة فى داخلها بحيث أصبح عدد أفراد كل طبقة على النحو التالى :

- الطبقة الأولى ٤٠٠٠ مفردة بنسبة ٤٠٪.

- الطبقة الثانية ٢٥٠٠ مفردة بنسبة ٢٥٪.

- الطبقة الثالثة ٢٠٠٠ مفردة بنسبة ٢٠٪.

- الطبقة الرابعة ٩٠٠ مفردة بنسبة ٩٪.

- الطبقة الخامسة ٦٠٠ مفردة بنسبة ٦٪.

\* التوزيع الأمثل Optimum وهو الذى يعتمد فى اختيار العينة على درجة التجانس بين مفردات كل طبقة أو مجموعة مع الأخذ فى الاعتبار بحجم كل مجموعة (أى عدد مفردات العينة فى كل منها).

ويقوم الباحث فى هذه الحالة باستخراج الانحراف المعيارى لكل مجموعة كمقياس للتباين أى عدم التجانس بين مفرداتها ، ويزيد من عدد أفراد المجموعة التى تزيد درجة التباين بين أفرادها ، ويستخدم الباحث فى هذه الحالة المعادلة التالية (بافتراض أن لدينا أربعة مجموعات).

$$\text{حجم العينة} \times \frac{\text{عدد أفراد المجموعة} \times \text{الانحراف المعيارى لها}}{\text{(عدد أفراد المجموعة الأولى} \times \text{الانحراف المعيارى لها)} + \text{(عدد أفراد المجموعة الثانية} \times \text{الانحراف المعيارى لها)} + \text{(عدد أفراد المجموعة الثالثة} \times \text{الانحراف المعيارى لها)} + \text{(عدد أفراد المجموعة الرابعة} \times \text{الانحراف المعيارى لها)}}{}$$

#### ( هـ ) العينة العنقودية أو مينة المجموعات Cluster

وهى التى تتم على أكثر من مرحلة إستنادا الى تقسيم المجتمع إلى أكثر من مستوى واحد، وباستخدام هذه الطريقة يضمن الباحث أنه أخذ فى اعتباره جميع المستويات والتقسيمات المختلفة للمجتمع الاصلى للبحث، مما يؤدى الى تقليل الاخطاء العشوائية التى قد تنتج عن تشتت وحدات المعاينة وعدم تجانسها .

وتعتبر هذه الطريقة من أنسب طرق اختيار العينات فى مجال تحليل المضمون ، نظرا لان مجتمع البحث يتكون من أكثر من مستوى واحد ، وهى مستويات المصادر ، ثم التواريخ او الاعداد أو الطبقات ، ثم المضمون ، مع وجود مستويات فرعية جزئية داخل كل مستوى رئيسى من هذه المستويات.

## Multi Stage

## ( و ) العينة متعددة المراحل

وهى التى يتم اختيار مفرداتها على أكثر من مرحلة، ولتوضيح الأسلوب الذى يستخدم فى اختيار مفردات هذا النوع من العينات ، نفترض اننا نجري بحثا على طلبة وطالبات الجامعات ، فى هذه الحالة يمكن اختيار العينة طبقا للمراحل التالية :

\* المرحلة الأولى : يتم اختيار عينة الجامعات (إما بطريقة عشوائية أو طبقية أو منتظمة).

\* المرحلة الثانية : يتم اختيار عينة كليات داخل كل جامعة من الجامعات التى اختيرت فى العينة.

\* المرحلة الثالثة : يتم اختيار عينة الطلبة والطالبات من واقع الكشوف الخاصة بهم فى كل كلية من الكليات التى اختيرت فى العينة.

## Multi - Phase

## ( ز ) العينة متعددة الوجود

وتختلف عن العينة السابقة متعددة المراحل فى أن الدراسة تجرى على نفس المبحوثين الذين تم اختيارهم فى العينة ، حيث يمكن للباحث أن يختار عينة من أفراد العينة التى اختارها لى يجري عليها دراسة أكثر تفصيلا أو تعمقا .

ولتوضيح أسلوب اختيار هذه العينة نفترض أن الباحث يريد معرفة اتجاهات المشاهدين نحو برامج التلفزيون وتقييمهم لها الى جانب معرفة درجة المشاهدة وأنماطها وتفضيلات المشاهدين ، الأمر الذى لا يمكن بحثه إلا من خلال عينة تشاهد التلفزيون بكثافة عالية ، وفى هذه الحالة فان الباحث يقوم باجراء الدراسة واختيار العينات على النحو التالى :

- يقوم أولاً باختيار عينة تمثل مجتمع المشاهدين تمثيلاً صحيحاً ، ويجرى عليهم الدراسة الخاصة بدرجة المشاهدة وانماطها وتفضيلات المشاهدين.

- ينتقى من بين نفس أفراد هذه العينة عينة أصغر تتوافر في أفرادها خصائص المشاهدة العالية ، ويجرى عليهم الدراسة التفصيلية المتعمقة عن اتجاهاتهم نحو برامج التليفزيون وتقييمهم لها .

### ( ج ) العينة العمدية أو التحكيمية Arbitrary

وهي التي تتم عن طريق الاختيار العمدى أو التحكمى ، أى الاختيار المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة يرى الباحث - طبقاً لمعرفته التامة بمجتمع البحث - أنها تمثل المجتمع الأسمى تمثيلاً صحيحاً ، وذلك في حالة الاقتصار على العينة العمدية أو التحكيمية فقط.

ويلجأ الباحث الى استخدام هذا الاسلوب عادة فى حالة ما إذا كان البحث يقتضى أن تتضمن العينة الاجمالية هذا النوع من وحدات المعاينة ، وقد يكتفى الباحث فى بعض الحالات بالاختيار العمدى لاجمالي وحدات المعاينة - كما ذكرنا - أو قد يلجأ الى اختيار بعض وحدات المعاينة عن طريق العمد ، والباقى بالطريقة العشوائية أو المنتظمة مثلاً.

وتفيد هذه الطريقة فى دراسات تحليل المضمون حين يقوم الباحث بإجراء الدراسات التحليلية عن المعالجات الصحفية لبعض القضايا السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية خلال فترة زمنية معينة ، حيث يلجأ الى اختيار صحف معينة تتميز بطابع خاص فى معالجتها الاعلامية بطريقة عمدية خشية ألا تمثل تمثيلاً صحيحاً فى العينة العشوائية ، كما قد يختار أعداداً معينة صدرت فى أيام معينة اختياريًا عمدياً ، لان هذه الأعداد تناولت القضايا موضوع الدراسة التحليلية تناولاً متعمقاً مكثفاً بالمقارنة ببقية الفترة الزمنية ، وقد لا يتيح العينة

العشوائية أو المنتظمة ظهور هذه الاعداد بوزنها النسبي، ولهذا يختارها الباحث اختياراً عمدياً ، ويختار باقى المعاينة إختياراً عشوائياً أو منتظماً ، وينسحب ذلك أيضاً على اختيار نوعيات معينة من الأفلام ، أو الكتب ، أو البرامج الاذاعية أو التلفزيونية، أو الفترات أو الدورات الاذاعية ذات الطابع المميز المرتبط بموضوع البحث والمؤثر فى نتائجه.

#### ( ط ) العينة الحصصية Quota

وتعتبر من نوع العينات غير الاحتمالية وتتميز بالمرونة والسرعة ، وتستخدم بنسبة عالية فى بحوث القراء أو المستمعين أو المشاهدين وبحوث الرأى العام نظراً لاتساع حجم مجتمع الدراسة، وتمر عملية اختيار العينة الحصصية بالخطوات التالية :

- تحديد خصائص المجتمع المطلوب إجراء الدراسة عليه.
- تحديد حجم العينة المطلوبة لإجراء الدراسة وتقسيمها طبقاً لخصائص المجتمع.
- تحديد عينة المناطق التى ستجرى فيها الدراسة.
- توزيع أعداد العينة على الباحثين بحيث يكلف كل باحث باستيفاء صحائف الاستقصاء أو المقابلات مع المجموعة التى تم تحديدها له داخل منطقة معينة ، بشرط أن تشتمل العينة التى يقابلها على أشخاص لهم صفات معينة، كأن يطلب منه مثلاً أن يكون ٥٥ ٪ من العينة ذكور ، ٤٥ ٪ أناث ، وأن يكون ٣٥ ٪ من نوى التعليم الجامعى ، ٤٠ ٪ تعليم متوسط ، ١٥ ٪ أقل من المتوسط، ١٠ ٪ أميين ، وأن يكون العمر لدى ٣٥ ٪ منهم أكثر من ٤٠ سنة ، ولدى ٤٥ ٪ منهم من ٢٥ إلى ٤٠ سنة ، ولدى ١٥ ٪ أقل من ٢٥ سنة.

وفى جميع الانواع السابقة التى عرضناها للعينات يمكن للباحث أن يكتفى بسحب عينة واحدة أو عدة عينات وذلك على النحو التالى : (٣)

- العينة على مرحلة واحدة : أى اكتفاء الباحث بسحب عينة واحدة فقط من المجتمع ، والاعتماد على النتائج الخاصة بها .

- العينة المزدوجة : وهى التى يلجأ فيها الباحث إلى سحب عينتين للتأكد من صحة نتائج البحث الذى يقوم به .

- العينة المتتابعة : وهى التى يلجأ فيها الباحث الى سحب عدد كبير من العينات، ويرتبط هذا العدد بدرجة الدقة المطلوبة للبحث من جهة ، وبدرجة التشتت أو التجانس بين وحدات المجتمع الاصلى من جهة ثانية - حيث يؤدي التشتت الى اختيار عينات أكثر - ويمدى اكتفاء الباحث واقتناعه بصحة ماوصل اليه من نتائج من جهة ثالثة.

## مراجع الفصل الثامن وهوامشه :

(١) اعتمدنا فى هذا الفصل على المجموعة التالية من المراجع فى مجال الاحصاء :

- د. أحمد عبادة سرحان ، مقدمة فى الاحصاء الاجتماعى ، الجزء الأول ، الطبعة الأولى (القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر ، ١٩٦٣) ص ٢٣٦ - ٢٧٩ .

- د. عبد المجيد فراج ، الأسلوب الاحصائى ، الطبعة الثالثة (القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٧١) ص ٢١٧ - ٢٥٠ .

- John E. Freund, **Modern Elementary Statistics**, 3rd ed. (J.J.: Prentice - Hall, Inc., Englewood Oliffs, 1967), pp. 353 - 369.

- Hohn I. Griffin, **Statistics : Methods and Applications** (New York; Holt, Rinehart and Winston), 1962, pp. 240 - 285.

- Taro Yamane, **Statistics : An Introductory Analysis**, 2nd ed. (New York : harper & Row, Publishers, 1967), pp. 341 - 472.

(٢) انظر مجموعة المراجع التالية :

- د. أحمد عباده سرحان ، مرجع سابق ، ص ٢٠٧ - ٢٢٠ .

- د. عبد المجيد فراج ، مرجع سابق ، ص ١٩٦ - ٢١٠ .

- John I Griffin, *op. cit.*, pp. 203 - 227.

- Berelson, B. **Content Analysis in Communcation Research** (New York : Hafner Publishing Company, 1971). p. 182.

- Budd, R. et al, **Content Analysis of Communications** (New York : The Macmillan Company, 1967). p. 21.

(٣) د. سمير حسين ، تحليل المضمون ، مرجع سابق ، ص ١٢٥ .



# ٩

## الثبات والصدق وتطبيقاتهما فى تصميم صحيفة الاستقصاء واستمارة تحليل المضمون فى بحوث الرأى العام

تعتمد البحوث الامبيريقية على القياس Measurement بمعنى الربط بين المفاهيم والنظريات من جانب وبين النتائج الفعلية والمؤثرات التطبيقية من جانب آخر، ولذلك فان أهم ما يميز أدوات القياس توافر خاصيتى الثبات Reliability والصدق Validity فيها <sup>(١)</sup> حتى يمكن جمع البيانات وقياس الظاهرات والمتغيرات بطريقة دقيقة وبمستوى عال من الكفاءة .

وتسعى اختبارات الثبات الى التأكد من اتساق أداة جمع المعلومات أو المقياس فى قياس ما يسعى الباحث الى قياسه ، بينما تسعى اختبارات الصدق الى التأكد من أن الاداة تقيس فعلا ما يسعى الباحث إلى قياسه <sup>(٢)</sup> ، وكلا الاختبارين يكمل الاختبار الآخر ، ولاغنى عنهما للتأكد من صلاحية الاداة وكفافتها فى جمع البيانات المطلوبة، ونعرض فيما يلى للانواع الخاصة بكل من

اختبارى الثبات والصدق وتطبيقاتهما فى اعداد صحيفة الاستبيان ، واستمارة تحليل المضمون :

اولا : اختبار الثبات :

يقصد باختبار ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات التأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما نقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة ، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة فى جمع نفس المعلومات أو فى قياس نفس الظاهرات أو المتغيرات (٣)، سواء من نفس الباحثين أو من باحثين آخرين ، وسواء استخدمها باحث واحد أو عدة باحثين فى أوقات وظروف مختلفة.

ومن المعروف انه توجد عدة مقاييس للثبات تتمثل فى (٤) :

(١) أسلوب اعادة الاختبار ، Test - Retest

أى اعادة تطبيق أداة البحث على نفس الباحثين بعد فترة زمنية من إجراء التطبيق الأول ، وحساب معامل الثبات بين الاجابتين للتأكد من قدرة الاداة على القياس أو جمع نفس المعلومات مهما تعددت الفترات الزمنية التى تستخدم فيها .

(٢) أسلوب اعادة الاختبار بأحكال بديلة ، Alternative Form

حيث يقوم الباحث باجراء عدة تغييرات فى التصميم الشكلى أو الهيكلى للاداة ، ثم يعيد استخدامها ، ويقارن بين الاجابتين ، فاذا وجد أن معامل الارتباط بينهما عال ، فمعنى ذلك أن درجة ثبات الاداة عالية.

(٣) أسلوب التجزئة النصية للأداة أو القياس ، Split-Half

حيث يقوم الباحث - بعد تطبيق الاداة على الباحثين - بتقسيم بنود

المقياس أو استئلة البحث الى نصفين ، ثم يستخرج معامل الارتباط بين درجاتهما، وينظر الى النصفين هنا كما لو كانا صورا متبادلة من نفس الاداة ، ويشير معامل الارتباط هنا الى الاتساق الداخلى للاداة Internal consistency .

وهناك عدة أساليب أخرى لقياس الثبات مثل أسلوب تحليل الثبات والاتساق الداخلى ، والمقاييس المتكافئة .

والى جانب هذه المقاييس من الضرورى أن تتوافر عدة خصائص فى صحيفة الاستبيان تزيد من تحقيق عنصر الثبات والاتساق فيها وهى الوضوح التام للاستئلة الواردة بها ، والتحديد الدقيق للمعلومات المطلوبة بالنسبة لكل سؤال (٥) ، وذكر الاجابات البديلة بهدف مساعدة المبحوثين فى تقديم الاجابة الصحيحة.

أما بالنسبة لاعداد استمارة تحليل المضمون ، فان مايعكسه اصطلاح "تحليل المضمون أو الموضوع" من دلالة موضوعية ، نجد أن الموضوعية Objectivity يجب أن تكون السمة الاساسية لعملية التحليل شأنها شأن العمليات والخطوات البحثية الأخرى، وأن من الضرورى التحكم فى الجوانب الذاتية للقائم بعملية التحليل لتحقيق الموضوعية ، وهو مايقود إلى ظهور مشكلة الثبات والتي تعنى فى مجال استخدام تحليل المضمون انه مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية فمن الضرورى الحصول على نفس المعلومات فى حالة إعادة البحث، مهما اختلف القائمون بالتحليل أو تغير التوقيت الذى تتم فيه عملية اعادة البحث.

وعلى هذا الاساس تسعى عملية « الثبات » فى تحليل المضمون الى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بالنسبة للبعدين التاليين :

\* الاتساق بين الباحثين القائمين بالتحليل : بمعنى ضرورة توصل كل منهم الى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون.

\* الاتساق الزمني : بمعنى ضرورة توصل الباحثين الى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون، اذا أُجري التحليل فى أوقات مختلفة.

وكما حقق تحليل المضمون درجة عالية من الاتساق على هذين البعدين ازدادت درجة اعتماديته كأداة علمية .

وللتأكد من ثبات استمارة تحليل المضمون - فى حالة تعدد القائمين بالتحليل - تتبع مجموعة الاجراءات العلمية التالية :

١ - بعد دراسة المشكلة البحثية دراسة متكاملة وتحديد أهداف البحث تحديدا دقيقا ، يتم اختيار فئات التحليل ووحداته .

٢ - مراجعة الفئات والوحدات مراجعة دقيقة ، والتأكد من صحتها وملاءمتها لتحقيق أهداف البحث ، ومطابقتها لاغراض التحليل على أساسها.

٣ - تعريف فئات التحليل ووحداته تعريفا لايشير أى نوع من التضارب أو اللبس لدى الباحثين.

٤ - تحديد خطوات التحليل واجراءاته ، والتعليمات الخاصة به ، وتدريب الباحثين على القيام به.

٥ - اجراء اختبارات الثبات عن طريق اختيار عينة من المواد موضع التحليل لاجراء دراسة تحليلية عليها بواسطة مجموعة من الباحثين.

٦ - مقارنة النتائج التي توصل اليها الباحثون بالنتائج التي توصل اليها الباحث أو هيئة البحث المسئولة ، وكذلك مقارنة نتائج كل باحث بنتائج الباحثين الآخرين.

٧ - القياس الاحصائي للارتباط بين النتائج ، فاذا اتضح أن درجة الارتباط إيجابية عالية دل ذلك على وجود درجة اتساق عالية في استمارة التحليل ، أما في حالة انخفاض درجة الارتباط فيجب إعادة النظر في استمارة التحليل مرة أخرى للتعرف على أسباب انخفاض درجة الثبات التي قد ترجع الى عدم وضوح فئات التحليل ووحداته ، أو غموضها ، أو وجود أكثر من مفهوم لها ، أو تداخلها مع فئات أخرى.

٨ - التعديل المستمر في قائمة فئات التحليل ووحداته حتى يتم التوصل باختبارات الثبات الى تحقيق أعلى درجة ثبات ممكنة، وهو ما يعكس الدرجة العالية من الموضوعية لقائمة التحليل.

٩ - وفي بعض البحوث يتم اختبار الثبات أيضا عن طريق القيام بالاختبار ثم إعادة الاختبار ، ومقارنة نتائج الاختبار بنتائج الاعادة للتعرف على درجة الاستقرار والثبات.

ومن خلال الدراسات المتنوعة في تحليل المضمون امكن التوصل الى مجموعة من المؤشرات المتعلقة بمشكلة الثبات من أهمها :

١ - تحقق قائمة الرموز أو الكلمات المطلوب إحصاؤها عدديا درجة ثبات أعلى مما تحققه قائمة جمل أو عبارات مطلوب تحليلها لغويا .

٢ - اتضح إمكان تحقيق درجة ثبات عالية في الحالات التالية :

- \* بساطة الوحدات والفئات المستخدمة .
- \* الخبرة والتدريب العاليين للباحثين.
- \* توافر تعليمات دقيقة ومحددة لعملية التحليل.

٣ - كما اتضح أن انخفاض درجة الثبات يتأثر بمجموعة عوامل من أهمها :

- \* ازدياد وحدات التحليل وفئاته وضخامتها وتفرعها.
- \* التعمق فى التحليل وعدم الاقتصار على الجوانب الشكلية المحدودة فقط.
- \* غموض فئات التحليل أو عدم ملاءمتها للمادة موضع التحليل.

ثانيا : اختبار الصدق : Validity

يقصد باختبار صدق أداة جمع المعلومات والبيانات مدى قدرتها على أن تقيس ماتسعى الدراسة الى قياسه فعلا ، بحيث تتطابق المعلومات التى يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية ، وبحيث تعكس المعنى الحقيقى والفعلى للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية ، أى أن اختبار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة البحث أو المقياس المستخدم فى الدراسة وصلاحيته - سواء فى جمع البيانات أو قياس المتغيرات - بدرجة عالية من الكفاءة والدقة (٦) .

ومن المعروف أنه توجد عدة أنواع من « الصدق » تتمثل فى :

(٦) الصدق الظاهرى ، Face Validity

الذى يستهدف التأكد من أن العبارات والاسئلة المتضمنة فى أداة جمع المعلومات يمكن أن تؤدي الى جمعها بدقة أو قياس المتغيرات قياسا صحيحا، وهو ما يتم عن طريق دراسة محتويات أداة جمع المعلومات أو القياس وتقويمها (٧).

### (٣) صدق المحتوى Content Validity أو الصدق المنطقي Logical :

الذي يستهدف التأكد من أن أداة جمع المعلومات تتضمن كافة الجوانب والمتغيرات والأبعاد الخاصة بالمشكلة البحثية (٨) ومدى شمولها وتمثيلها Representativeness لموضوع الدراسة والمواقف والجوانب التي تقيسها (٩) .

### (٤) الصدق المتعلق بالمعيار ، Criterion-related Validity

وهو الذي يقيس العلاقة الارتباطية بين المعلومات التي يتم جمعها باستخدام الاداة أو التي يحققها المقياس المستخدم ، والمعلومات أو الدرجات التي يجمعها أو يقيسها متغير خارجي مستقل (معيار) ثبتت صلاحيته ودقته في جمع المعلومات أو قياس الخصائص أو المتغيرات (١٠) .

ويفرق الخبراء بين نوعين من أنواع هذا الصدق وهما : الصدق التنبؤي Predictive أى قدرة الاداة على التقويم والتنبؤ - بطرق منتظمة - بالمتغيرات الخارجية عنها (١١) ، أى تقويم القيمة التنبؤية للاداة ومعرفة مدى صحتها (١٢) ، أما النوع الآخر فهو الصدق التلازمى أو المميز Concurrent أى قدرة الاداة على التمييز بين المبحوثين الذين يدرك الباحث سلفا أنهم مختلفون ، ويتم بالمقارنة بين درجاتهم باستخدام الأداة أو المقياس ودرجاتهم باستخدام مقياس موضوعي آخر، وحساب معامل الارتباط بينهما (١٣) .

### (٥) الصدق الترميزي أو صدق المفهوم ، Construct

وهو من أهم اختبارات الصدق وأصعبها في التصميم ويتطلب معرفة نظرية متكاملة بموضوع الدراسة (١٤) ، لأنه يربط بين كل جانب من الجوانب التي تشملها الاداة أو المقياس وبين المفاهيم التي تنطوى عليها بما يسمح بدقة التفسير وشمول التحليل ، ويحدد المدى الذي يمكن لكل مكون من مكونات الاداة أو المقياس أن يقيس خصائص معينة أو تكوين معين (١٥) .

وهناك أسلوب رابع يشيع استخدامه في اختبارات الصدق بالنسبة لصحائف الاستبيان ، وهو أسلوب المقارنة والارتباط بين نتائج الاسئلة التأكيدية في نفس الصحيفة ، حيث تتضمن الصحيفة مجموعة من الاسئلة التأكيدية التي تقيس نفس الشيء بأسلوبين مختلفين ، ويفحص مدى اتساق الاجابة على السؤال الأول مع الاجابة على السؤال الآخر، وكلما تماثلت الاجابات على الاسئلة المتعادلة زادت الثقة في صدق الاجابات المعطاة (١٦) .

أما في مجال تحليل المضمون ففي الوقت الذي تعاني فيه الدراسات الأخرى من مشكلة الصدق ، فان تحليل المضمون لايعانى منها الا في بعض الحالات المحدودة ، فالباحث الذي يريد القيام بحصر تكرارات ورود كلمات أو عبارات أو رموز معينة في مجموعة مواد اعلامية ، وقام باعداد قائمة الفئات والوحدات وتعريفها بطريقة دقيقة لن يواجه مشكلة الصدق ، ويمكنه أن يحقق أعلى درجة صدق وصحة للمعلومات التي يقوم بتحليلها .

ولكن مشكلة الصدق في تحليل المضمون تنشأ في حالة عدم وجود اتفاق جماعى أو تعريف عام لمصطلح معين وارد ضمن مصطلحات التحليل، وهو ما يؤدي الى حدوث درجة من التداخل بين المفاهيم تؤدي الى تناقص درجة الصدق والصحة في التحليل إذا لم يستطع الباحث معالجتها قبل البدء في البحث.

ولتحقيق درجة الصدق والصحة لتحليل المضمون يمكن اتباع كل أو بعض الخطوات التالية :

١ - التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحدات ، وتعريف كل فئة وكل وحدة تعريفا دقيقا واضحا شاملا متفقا عليه بين الباحثين.

٢ - دراسة آراء ومعلومات واتجاهات بعض الأفراد للتعرف على المفهوم السائد لديهم بشأن المصطلح أو مجموعة المصطلحات المزمع استخدامها في التحليل ، للتوصل الى اقرب المفاهيم وأدقها وأشملها وأكثرها تعبيراً .

٣ - دراسة فائدة المصطلح وانتاجيته ، بمعنى التعرف على مدى قدرته على إيجاد علاقات مع العناصر البحثية الأخرى ، ويشير أحد الباحثين في هذا الصدد الى أنه « كلما ازدادت الارتباطات التي يحققها أسلوب تحليل المضمون ازدادت احتمالات الحصول على استجابات صحيحة ذات دلالة ، وهو مايزيد من درجة صدق التحليل وصحته (١٧) .

٤ - استخدام مجموعة من المحكمين أو المحلفين للحكم على مدى صلاحية القوائم في علمية التحليل ، ولا مداد هيئة البحث بالمعلومات المساعدة في عملية التعريف الاجرائي للمصطلحات المستخدمة .

٥ - استخدام أكثر من مقياس تحليلي لقياس نفس الموضوع .

ويمكن القول بصفة عامة أن مشكلة الصدق والصحة في تحليل المضمون ليست من المشكلات الضخمة ، ولا تظهر إلا في حالة استخدام النتائج في تحليل مشكلة أكبر للاستدلال على نتائج عامة وهو ما يقتضى المراجعة الدقيقة للتأكد من توافر عنصر الصدق .

## هوامش الفصل التاسع ومراجعته :

(1) Donald A., Lucy J. & Asghar R., **Introduction to Research in Education**,

3rd. ed. (N.Y. Holt Rinehart & Winston, 1985) p.

(٢) انظر مجموعة المراجع التالية :

- المرجع السابق ، ص ٢١٢ .

- الدكتور عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي ، الطبعة الثالثة (القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧١) ص ٥٤٥ .

- الدكتور محمد الجوهري ، والدكتور عبد الله الخريجي ، مناهج البحث العلمي ، الجزء الثاني : طرق البحث الاجتماعي (الطبعة الثانية ، جدة : دار الشروق ، ١٩٨٠) ، ص ١٠٨ - ١١٠ .

- John, bowers & Hohn Courtright, **Communication Research Method**, (N. Scott, Foresman & Company 1984), p. 119.

(٣) د. محمد الجوهري ، د. عبد الله الخريجي ، مرجع سابق ، ص ١١٠ .

(٤) د. عبد الباسط محمد حسن ، مرجع سابق ، ص ٥٤٣ - ٥٤٥ .

(6) Earl, Babbie, **The Practice of Social Research**, 3rd. ed., (California, Wadsworth Publishing Company Inc., 1983), p. 117.

(٧) انظر المرجعين التاليين :

- المرجع السابق ، ص ١١٧ .

- الدكتور محمد علي محمد وآخرون ، قراءات معاصرة في علم الاجتماع ، الطبعة الثانية (القاهرة : دارالكتاب للتوزيع ، ١٩٧٩) ، ص ٣٢٠ .

(8) John, Bowers & John Courtright, *op. cit.*, p. 121.

(٩) المرجع السابق، ص ١٢١ .

(10) Fred N. Kerlinger, **Foundations of Behavioral Research**, (New York; Holt, Rinehart & Winston, 1973), p. 458.

(11) Donald A., Lucy J. & Asghar R. *op. cit.*, p. 216.

(١٢) المرجع السابق ، ص ٢١٨ .

(13) John, Bowers & John Courtright, *op. cit.*, p. 120.

(14) Donald A. Lucy J. & Ashgar R., *op. cit.*, p. 218.

(15) John B. & John C., *op. cit.*, p. 120 - 121.

(16) Donald A., Lucy J. & Asghar R., *op. cit.*, p. 218.

(١٧) عبد المعز عبد الرحمن محروس ، مذكرات في مناهج البحث ، غير منشورة (القاهرة : كلية الاعلام جامعة القاهرة ، ١٩٨٥ ، ص ١٤٢ .

(18) Janis, Irving " The problems of validating content analysis". Chap. 4. p. 55 - 82, in Leites (eds). *op. cit.*, p. 72.



# المراجع

## أولاً : المراجع باللغة العربية :

- ١ - د. أحمد أبو زيد ، سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٦٨ .
- ٢ - د. أحمد بدر ، الرأي العام : طبيعته وتكوينه وقياسه وبعده فى السياسة العامة ، القاهرة : مكتبة غريب ، ١٩٧٧ .
- ٣ - د. أحمد سويلم العمرى ، الرأي العام والدعاية ، القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر ، بدون تاريخ .
- ٤ - د. أحمد عبادة سرحان ، مقدمة فى الاحصاء الاجتماعى ، الجزء الأول ، الطبعة الأولى ، القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر ، ١٩٦٣ .
- ٥ - د. ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨١ .
- ٦ - دكتور ابراهيم امام ، بحوث تحليل المضمون وتطبيقاتها فى الاعلام ، العدد (٧٠) من مجلة الاذاعات العربية ، ابريل ١٩٧٧ .
- ٧ - د. اسماعيل سعد ، الاتصال والرأى العام : مبحث فى القوة والأيدولوجية ، الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٧٩ .
- ٨ - د. بسيونى حمادة ، دور وسائل الاتصال فى صنع القرارات فى الوطن العربى ، بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٩٣ .
- ٩ - جمال زكى ، سيد يس ، أسس البحث الاجتماعى ، القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٦٢ .
- ١٠ - د. حامد زهران ، علم النفس الاجتماعى ، الطبعة الرابعة ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٧٧ .

١١- دانييل ، كاتز (محرر) الاعلام والرأى العام ، ترجمة محمود كامل المحاملى : تصدير : د. سمير محمد حسين ، القاهرة : دار نهضة مصر للطبع والنشر بالاشتراك مع الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية ، ١٩٨٢ .

١٢- د. سامية أحمد جابر ، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث : النظرية والتطبيق ، الاسكندرية: دار المعارف الجامعية ، ١٩٨٣ .

١٣- د. سمير محمد حسين ، تحليل المضمون ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٣ .

١٤- د. سمير محمد حسين ، العلاقات العامة ، الطبعة الأولى ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٥ .

١٥- د. سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٣ .

١٦- د. سمير محمد حسين ، مذكرات فى الرأى العام : تعريفه ومفاهيمه ، أنواعه وخصائصه ، مشكلات قيامه ، بحوثه ومناهجه ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٨٣ .

١٧- د. سمير حسين ، رؤية مستقبلية لاستطلاعات الرأى العام فى مصر عام ٢٠٠٠ ، دراسة مقدمة إلى مؤتمر الشرطة المصرية ، القاهرة - يناير ١٩٨٤ .

١٨- د. سمير حسين ، بحوث الاعلام ، الطبعة الثانية ، القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٥ .

١٩- د. شاهيناز طلعت ، الرأى العام ، القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٨٣ .

٢٠- د. عاطف العبد ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، القاهرة : دار الفكر العربي ١٩٩٤ .

٢١- د. عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعى ، الطبعة الثالثة ، القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧١ .

٢٢- د. عبد المجيد فراج ، الأسلوب الاحصائى ، الطبعة الثالثة ، القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٧١ .

٢٣- د. عبد المعز عبد الرحمن محروس ، مذكرات فى مناهج البحث ، غير منشورة ، القاهرة : كلية الاعلام جامعة القاهرة ، ١٩٨٥ .

٢٤- د. فوزية فهيم ، تحليل المضمون ، العدد (٨٥) من مجلة الاذاعات العربية، نوفمبر ١٩٧٦ .

- ٢٥- د. فاروق يوسف أحمد ، الرأى العام ، القاهرة : مكتبة عين شمس ، ١٩٨٧ .
- ٢٦- د. كمال المنوفى ، الرأى العام فى الدول النامية : بينته ومشاكل قياسه ، ورقة فنية غير منشورة ، ندوة قياس الرأى العام فى مصر ، القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مارس ١٩٨١ .
- ٢٧- د. لويس كامل مليكة(محرر) ، سيكولوجية الجماعات والقيادة ، القاهرة : مكتبة القاهرة الحديثة، الجزء الثالث ، ١٩٦٤ .
- ٢٨- د. مختار التهامى ، الرأى العام والحرب النفسية ، الجزء الأول ، الطبعة الثالثة ، القاهرة : دار المعارف ، ١٩٧٤ .
- ٢٩- د. محمد الجوهري ، ود. عبد الله الخريجي ، مناهج البحث العلمى ، الجزء الثانى : طرق البحث الاجتماعى ، الطبعة الثانية ، جدة : دار الشروق ، ١٩٨٠ .
- ٣٠- د. محمد عبد الله ، د. منحت راغب ، إدارة العلاقات العامة ، القاهرة : الشركة العربية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٢ .
- ٣١- د. محمد على محمد وآخرون ، قراءات معاصرة فى علم الاجتماع ، الطبعة الثانية، القاهرة : دارالكتاب للتوزيع ، ١٩٧٩ .
- ٣٢- د. محمد عبد القادر حاتم ، الرأى العام ، القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٧١ .
- ٣٣- د. محمد عبد القادر حاتم ، الرأى العام : كيف يقاس ، كيف يساس ، الطبعة الأولى، القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٢ .
- ٣٤- د. ناهد رمزى ، استخدام استطلاعات الرأى العام فى الدول النامية ، ورقة فنية غير منشورة، الحلقة الثانية للبحوث والدراسات الاعلامية : اسهامات العلوم الاجتماعية فى مجال بحوث الاعلام، القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، الهيئة العامة للاستعلامات ، مايو ١٩٨٠ .
- ٣٥- د. ناهد رمزى ، الرأى العام وسيكولوجيا السياسة ، القاهرة : مكتبة الانجلو ، ١٩٩١ .
- ٣٦- د. ناهد صالح ، امكانية قياس الرأى العام فى الدول النامية ، ورقة فنية غير منشورة ، ندوة قياس الرأى العام فى مصر، مارس ١٩٨١ .

٣٧- نجيب اسكندر ، لويس مليكة ، رشدى فام ، الدراسة العلمية للسلوك الاجتماعى ، القاهرة :  
مؤسسة المطبوعات الحديثة، ١٩٦١ .

٣٨- يحيى أبوبكر ، حاضر قياس الرأى العام ومستقبله فى مصر ، دراسة غير منشورة مقدمة إلى  
ندوة قياس الرأى العام فى مصر، مارس ١٩٨١ .

### ثانيا : المراجع باللغة الانجليزية :

- (1) Adams, Gerald and Schavaneveldt, R., **Understanding Research methods**. New York, : Longmas Inc., 1985.
- (2) Berkman, D. Advertising in Ebony and Life : Negro aspirations vs. reality. **Journalism Quart.** 40, 1963.
- (3) Berelson, Bernard **Content Analysis in Communication Research**. New York : Hafner Publishing Company, 1971.
- (4) Berlson, B. & de Grazia, Sebastian. Detecting Collaboration in Propaganda", **Public Opinion Quarterly.** 11, 1947.
- (5) Bernard Berelson & Morris Janowitz (eds.), **Reader in Public Opinion & Communication**\_. 2nd ed. , New York : The Free Press, 1967.
- (6) Budd, R. et al, **Content Analysis of Communications** , New York : The Macmillan Company, 1967.
- (7) Carter V. Good & Douglas E. Scates, **Methods of Research : Educational, Psychological, Sociological** , New York : Appelton - Centary - Crofts, Inc., 1954.

- (8) Claire Seltiz, Marie Jahoda, Morton Deutseh & Stuart W. Cook, **Research Methods in Social Relations**, New York : Holt, Rinehart & Winston, Inc., 1959.
- (9) Charles H. Backstrom, & Gerald D. Hursh, (eds.), **Survey Research** Minneapolis: Northwestern University Press, 1971.
- (10) Daniel Katz, Cartwright, S. Eldersveld and A. McClung, **Public Opinion and Propaganda**, N.Y., Holt - Rinehart - Winston, 1954.
- (11) Donald A., Lucy J. & Asghar R., **Introduction to Research in Education**, 3rd. ed. , N.Y. Holt Rinehart & Winston, 1985.
- (12) Earl, Babbie, **The Practice of Social Research**, 3rd. ed., California, Wadsworth Publishing Company Inc., 1983.
- (13) F.L. Whitney, **The Elements of Research**, New York, n.p., 1964.
- (14) Floyed Allport, " Towards a Science of Public Opinion " in **Public Opinion Quarterly**, vol. I, No., I, January, 1937.
- (15) Fred N. Kerlinger, **Foundations of Behavioral Research**, New York; Holt, Rinchart & Winston, 1973.
- (16) Hennessy, B.C., **Public Opinion** , Belmont, Cal. : Wadsworth Pub. Co., 1970.
- (17) Hohn I. Griffin, **Statistics : Methods and Applications**, New York; Holt, Rinehart and Winston, 1962.
- (18) Holsti, Ole, **Content Analysis for The Social Sciences and Humanities**, Addison - Wesley Publishing Company, Inc., 1969.
- (19) **International Encyclopedia Of the Social Sciences**. New York, : The Macmillan Co. and the Free Press., 1968.

- (20) John. bowers & Hohn Courtright. **Communication Research Method**, N. Scott, Foresman & Company 1984.
- (21) John E. Freund, **Modern Elementary Statistics**, 3rd ed., J.J.: Prentice - Hall, Inc., Englewood Oliffs, 1967.
- (22) 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.
- (23) Lasswell,H., D. Lerner & I.De S. Pool. **The comparative Study of Symbols**. Stanford : Stanford University Press.
- (24) Lasswell, H. D., **Propaganda Technique in the World War**. New York : Knopf, 1927.
- (25) Leonard Doob, **Public Opinion and Propaganda** , Hamden : Archon books, 1966.
- (26) Pauline V. Young, **Scientific Social Surveys & Research**, 4th ed., NewJersey: Printice - Hall, Inc., 1966.
- (27) Pool, I.D. **Public Opinion** , in I.D. Pool, et al., eds. **Hand book of Communications**. Chicago : Rand McNally College Pub. Co., 1979.
- (28) Raj, Hans. **Theory and Practice in Social Research**. New Delhi, : Chahabra For Surjeat Publications., 1984.
- (29) Ralph O. Nafziger & David M. White (Eds.) **Introduction to Mass Communication Research** , Louisiana : Louisiana State University Press, 1972.
- (30) S.M. Cutlip & A. H. Center, **Effective Public Relations**, revised 5<sup>th</sup> ed., N.J. Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1982.

- (31) Taro Yamane, **Statistics :An Introductory Analysis**, 2nd ed., New York : harper & Row, Publishers, 1967.
- (32) V.O.Key, **Public Opinion & American Demoracy** , New York : Alfred A. Knopf, Inc., 1961.
- (33) William, Albig **Modern Public Opinion** , New York : McGraw - Hill, 1956.
- (34) W.P. Davison, The Public Opinion Process, **Public Opinion Quartrly**, Vol. 22, Summer 1958.