

المحاضرة السادسة قائمة الاستقصاء

تعتبر نماذج جمع البيانات أحد المكونات الرئيسية لمعظم البحوث، كما أن وسائل الاتصال الثلاث (المقابلة الشخصية والاتصال البريدي والهاتفي) تعتمد على قائمة الاستقصاء وطالما أن الدراسات التي تعتمد على قوائم الاستقصاء تفوق الدراسات التي تعتمد على الملاحظة.

اولا : أهمية قائمة الاستقصاء

قائمة الاستقصاء عبارة عن جدول هيكلى لجمع البيانات من المستقصى منه وتتمثل وظيفة قائمة الاستقصاء في قدرتها على القياس ويمكن استخدام قوائم الاستقصاء لقياس التصرفات السابقة والاتجاهات وخصائص المستقصى منه.

إن قياس الاتجاهات قد زادت أهمية، ولهذا أصبح هناك عدد من أساليب قياس الاتجاهات، وهذه

الأساليب يتم استخدامها بالفعل في إعداد قائمة الاستقصاء وتتعلق الموضوعات التي تتضمنها قائمة

الاستقصاء بشكل مباشرة إعداد وإدارة أساليب القياس الخاصة بالاتجاهات ويعتبر خطأ القياس من

المشاكل الخطيرة عند إعداد قائمة الاستقصاء فعلى سبيل المثال نجد أن مركز البحوث والدراسات التابع

لجامعة ميتشيغن سال نصف العينة من مايو عام 1977 السؤال التالي والمتعلق باتجاهاتهم نحو زيادة

أسعار البنزين: "هل توافق على الضريبة المقترحة على البنزين، والتي تبدأ من 5 سنتات وترتفع إلى 50

سنتا، والتي سيتم فرضها إذا لم تحقق اهداف توفير الطاقة"، وقد أظهرت النتائج أن 27% من العينة

وافقوا على فرض ضرائب إضافية، في حين أن 65% من العينة عارضوا فرض ضريبة إضافية على

البنزين. وقد تم سؤال النصف الآخر من العينة السؤال التالي: "إذا اضطرت الولايات المتحدة الأمريكية

بالاختيار بين أن تصبح معتمدة على إمدادات أجنبية بالبتترول غير المؤكدة أو تخفيض استهلاك البترول

عن طريق زيادة الضرائب، فأى البدائل تفضل" وعلى النقيض من إجابة النصف الأول نجد أن 71% من

النصف الثاني من العينة فضلوا البديل التالي والمتعلق بزيادة الضرائب، في حين أن 13% فقط فضلوا

الاعتماد على مصادر بترول أجنبية غير مؤكدة ولكن ما هو السبب في هذا الفرق بين الإجابات، إن

الإجابة على ذلك تكمن في صياغة السؤال نفسه. فالسؤال الأول لا يطرح بديلا صريحا للمستهلك، وبدلا

من ذلك اقترح على المستهلك بديلا ضمينا متمثلا في أسعار مرتفعة للبنزين مقابل اسعار منخفضة

للبنزين وليس من الصعب أن نرى أن المستهلكون سيفضلون الأسعار المنخفضة أما السؤال الثاني فيطرح

البديل للأسعار المرتفعة الآن مقابل الاعتماد بشكل اكبر على إمدادات البترول الخارجية غير المؤكدة أن

الدرس الذي يجب على الباحث أن يتعلمه من هذا المثال هو انه عندما يتم سؤال المستقصى منه سؤالا

تفضيليا دون إعطائه بديلا مناسباً، فانه قد يحصل على نتائج بدون معنى ويوضح هذا المثال أهمية التحكم في خطأ القياس عند إعداد قائمة الاستقصاء، ونادرا ما يكون خطأ المعاينة مساويا في حجمه للأخطاء الموجودة في المثال السابق وهذه النقطة عبر عنها أحد رواد البحوث بقوله "أن الخطأ أو التحيز الناشئ من كل من المعاينة أو من طرق جمع البيانات كان أهل نسبيا عند مقارنته بالأنواع الأخرى من الأخطاء، وخاصة الخطأ الثلاثين من الطرق المختلفة لصياغة الأسئلة وبناءا على ذلك فإن الباحث الماهر يحتاج لتصميم قائمة الاستقصاء بحيث تفي الأسئلة بقياس الخاصية التي صممت لقياسها.

ثانيا : مكونات قائمة الاستقصاء

تتكون قائمة الاستقصاء عادة من خمسة أجزاء هي:

- أ- **البيانات التعريفية:** وهذه البيانات تحتل بشكل نمطي الجزء الأول من قائمة الاستقصاء. وتتضمن هذه البيانات أسم المستقصى منه، عنوانه، ورقم تليفونه، وتتضمن البيانات الإضافية بنود مثل وقت وتاريخ المقابلة ، بالإضافة إلى اسم المقابل أو رقمه الكودي.
- ب- **طلب التعاون من المستقصى منه:** وهذا الطلب يكون في شكل جملة افتتاحية تصاع بحيث تحتل المستقصى منه على التعاون مع المقابل. وهذه الجملة تعرف في البداية المقابل أو المنظمة(الجهة) التي تجري البحث، يلي ذلك شرح أهداف البحث، والوقت المطلوب لإكمال قائمة الاستقصاء.
- ج- **التعليمات:** وهذه التعليمات قد تكون للمقابل أو المستقصى منه وكلها تتعلق بكيفية استخدام قائمة الاستقصاء، وهذه التعليمات تظهر مباشرة على قائمة الاستقصاء عند استخدام المقابلة البريدية، أما بالنسبة لاستخدام المقابلة الشخصية والتليفونية، فيتم وضع هذه التعليمات من ورقة منفصلة تكون بعنوان تعليمات للمقابل، وفيها يتم شرح الغرض من الدراسة، وخطة المعاينة، ونواحي أخرى تتعلق بجمع البيانات، وبالإضافة لما سبق قد تحتوي قائمة الاستقصاء على تعليمات خاصة تتعلق بكيفية الإجابة على أسئلة معينة،
- د- **المعلومات المطلوبة:** يمثل هذا الجزء جانبا رئيسيا في قائمة الاستقصاء، وسترکز ما تبقى من هذا المبحث على تصميم هذا الجزء من قائمة الاستقصاء.
- هـ- **البيانات الشخصية:** تتعلق هذه البيانات بخصائص المستقصى منه وتعطى للمستقصى منه مباشرة، في حالة استخدام الاتصال البريدي. أما في حالة، استخدام المقابلة الشخصية أو الاتصال التليفوني فهذه البيانات يتم جمعها بواسطة المقابل من المستقصى منه، أو بعض الأحوال قد يقوم المقابل بتقدير بعض

بيانات الأسئلة الحساسة من خلال ملاحظته، مثل الدخل، ولا معظم الأحيان يتم جمع هذه البيانات في نهاية المقابلة ومع

ذلك قد تتضمن بعض طرق المعاينة جمع هذه البيانات في بداية المقابلة الحدي ما إذا كان المستقصى منه مؤهل للإجابة على قائمة الاستقصاء أم لا.

ثالثا : أنواع اسئلة الاستبيان

تنقسم الأسئلة إلى عدة أنواع، ويتوقف تحديد الأنواع المستخدمة على طبيعة المعلومات والبيانات المطلوبة وخصائص المستقصى منهم، والفترة الزمنية وغير ذلك من العوامل الأخرى، وبصفة عامة تنقسم أنواع الأسئلة إلى ما يلي:

1- الأسئلة المفتوحة:

يتلخص مفهوم هذا النوع من الأسئلة في أن السؤال يطرح في الاستبيان ويترك له فراغ كاف لعتاء الفرصة للمجيب كي يبدي رأيه بإجابة مفصلة أو غير مفصلة. وأحيانا بشار لمثل هذه الأسئلة بالأسئلة ذات الإجابة الحرة، ولكن إذا تم جمع البيانات عن طريق المقابلة الشخصية أو الاتصال الهاتفي فان المستقصى منه يجيب شفاهة عن الأسئلة التي يوجهها إليه المقابل، ويقوم بتسجيل الإجابات في مكانها المحدد.

- مزايا وعيوب الأسئلة المفتوحة:

* المزايا:

- * عدم تأثر المستقصى منه بالإجابات التي توجد في حالة استخدام الأسئلة المغلقة. للمستقصى منه حرية و التعبير، ومن ثم يعطي معلومات أكثر تفصيلا.
- * تعتبر هذه الأسئلة جيدة في حال القيام ببحوث استطلاعية.

* العيوب:

- * تصعب عملية تفرغها وتحليلها إحصائيا.
- * تكون هذه الأسئلة محلا لنوعين من الأخطاء..
- أ- الأسئلة قد تقيس قدرة الفرد على التعبير والصيغة بدلا من موضوع السؤال ذاته.
- ب- إذا قام الباحث بكتابة الإجابة فإنها سوف تتأثر بقدرته على الصياغة وفهم إجابة الفرد موضع الدراسة.

2- الأسئلة المغلقة:

في الأسئلة المغلقة يكون أمام المجيب مجموعة من الإجابات التي يحددها الباحث مسبقاً. وعلى المستقصى منه أن يختار جواباً أو أكثر من جواب من الإجابات البديلة وتتخذ هذه الأسئلة أشكالاً متعددة في الإجابة والتي تكون:

اختيار واحد: ويكمن بسط السؤال متبوعاً بمجموعة من الخيارات، وكل الذي يقوم به المجيب هو الإشارة إلى الخيار المناسب.

الاختيار المتعدد: ويكمن في بسط السؤال وتحديد الإجابة بالعديد من الاحتمالات التي يتوقعها الباحث نفسه وهي ممكنة.

- **مزايا وعيوب الأسئلة المغلقة:**

*** المزايا:**

- أسهل للفرد عند الإجابة عليها، وأسهل للباحث في الحصول على الإجابة.
- تقلل من خطأ تحيز الباحث عند كتابة الإجابة.
- تسهل عملية تفرغها وتحليلها إحصائياً.

*** عيوبها:**

- * يزداد مجهود الباحث حتى يحصر الإجابات السليمة والكافية.
- * قد تؤثر على إجابات المستقصى منهم.
- * إذا كانت الإجابات البديلة غير كافية فإن الباحث يفقد بعض المعلومات.
- * المجيب يميل عادة إلى اختيار الإجابات التي توجد في المنتصف.

رابعا : تصميم الاستبيان

إن نجاح المسح يعتمد بدرجة كبيرة على تصميم الاستبيان وأسلوب عرضه ومن المبادئ الأساسية التي يحتاج إليها هذا العمل:

- مقدمة قوية تنقل المجيب إلى موضع الدراسة.
- يجب أن يشير إلى سبب طرح الأسئلة.
- يحتاج إلى أسئلة مثيرة إلى الاهتمام وسهلة الإجابة من البداية لاكتساب انتباه المجيب وإقامة الرابطة.
- يجب أن يكون الاختتام محترماً وودياً ويعبر عن الشكر على وقت المجيب و جهده
- **أ- البداية:** يقوم العديد من المصممين ذوي الخبرة الواسعة بوضع خطة بالتقرير النهائي تفصل كيف سيعالجون المشاكل الأساسية في تحليل البيانات مما يحدد بالضبط أي المعلومات ستكون مطلوبة وتؤدي

إلى بناء خطة تحليل بيانات وقد يكون من المستحسن أيضا وضع أسئلة مفتوحة يستعمل فيها الأشخاص عباراتهم الخاصة حيث قد يكشف هذا الأسلوب، عما إذا تم فهم الأسئلة الأخرى.

ب- إطار الأسئلة : تؤثر وسيلة جمع البيانات بشكل مباشر على كيفية بناء الأسئلة وخيارات الأجوبة وبالرغم من ذلك يجب معاينة بعض الاعتبارات مثل إجمالي طول الاستبيان درجة تعقيد الأسئلة وحساسيتها.

ج- البنية الجيدة للأسئلة: لتصميم سؤال جيد من الهام أن تكون كل المفاهيم واضحة ومعبر عنها بسهولة وعلى المصمم أن يفكر كيف سيتم معالجة الجواب وإعداد التحليل بالإضافة إلى التسلسل المنطقي للأسئلة لضمان تركيز المجيب

د- التعبير عن الدقة المطلوبة: عندما يتم إعداد سؤال وخصوصا ذلك الذي يطلب معلومات عن درجة تكرار تصرف من الهام أن يتفق الباحثون مسبقا على مستوى الدقة المطلوبة من المجيب، فهناك أمور عديدة تجعل السؤال صعب الإجابة و يجب تجنبها مثلا

- الأسئلة التي ترهق ذاكرة المجيب.

- الأسئلة التي تطلب تفاصيل ربما لا تحفظ أبدا في الذاكرة.

هـ- مبدأ (Kiss) حافظ على البساطة أيها الإحصائي: إن أهم مبدأ في تصميم الاستبيان هو البساطة فالأفكار يجب نقلها بوضوح ويجب أن تكون الأسئلة سهلة الفهم والتحدي الأكبر الذي يواجه المصمم هو تناول مواضيع هامة وترجمتها إلى مفاهيم وسلوكيات وعبارات بسيطة ويجب أن لا يعرقل أسلوب الاستبيان سبيل المجيب في تقديم معلوماته وإلا تكون الاستبيانات غير كاملة ومضللة ومرهقة.

خلاصة:

أخذت تقنية السبر تتطور في العالم بشكل كبير، بحيث أصبحت كل الاقتصاديات المتطورة تعتمد على هذه التقنية لتحقيق الرفاهية هذا من خلال دراسة السوق ومعرفة الظواهر التي تحيط بالمجتمع بأسرع وقت ممكن.

والسبر كما عرفناه هو تحقيق يتناول جزء من المجتمع، بهدف قياس ظاهرة معينة، ويعتمد السبر في مناهجه على أساليب الإحصاء، والإحصاء يعني الإلمام بكل المفردات التي يشملها المجتمع الذي نريد دراسته ومعرفة أوصاف كل مفردة فيه، معرفة دقيقة. وللحصول على هذه المعلومات بأكثر دقة وسهولة واختصارا للوقت استخدمت تقنية المعاينة التي تسهل الحصول على أفراد المجتمع المستهدفين من الدراسة، غير أن هذا مربوط ارتباط وثيق بإعداد استمارة الأسئلة التي تؤدي بدورها عاملا كبيرا بإعطاء نتائج حقيقية وفعلية.

قائمة المراجع

- * Jean Jacques droesboke, Bernard fichet, Philippe, Tassi editeurs le sondages.paris ,edition economica ,1987 .
- * Madeleine aslangul lexique des termes de presse paris, éditions du centre de formation et de perfectionnement des journalistes CFPJ ,1991 .
- * JJ.droespeke, B.fichet, P.tassi, op. cit.
- * Jean Jacques droesboke, Bernard fichet, Philippe, Tassi editeurs le sondages.paris ,edition economica ,1987.
- * Madeleine aslangul lexique des termes de presse paris, éditions du centre de formation et de perfectionnement des journalistes CFPJ ,1991.
- * JJ.droespeke, B.fichet, P.tassi, op. cit.
- * Elisabeth Noëlle.les sondage d'opinion traduit par Hildegard Urfer paris, les édition de minuit,1966.
- * Idem them.
- * بن رابع جازية، "أشكالها ممارسة تقنية سبر الآراء في الجزائر" وهذان النيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام بالاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام بجامعة الجزائر، 2002.
- * مدير المكتب المركزي للإحصاء المملكة النرويجية
- * André. Tremblay.sondages histoire.pratique et analyse,canada, edition Gaetan Morin,1991.
- * وكالة لقياس الرأي دستكندا.
- * Salem. Guerboudj, le Maghreb face aux autoroutes de l'information in Maghreb Magazine,N°37 juin 1995.
- * JJ.droespeke, B.fichet, P.tassi, op. cit.

* Hélène. Meynaud, Denis Ducloseles sondages d'opinion. paris, édition la découverte, 1989.

* بروفيسور و سوسيولوجي في جامعة السوربون بفرنسا.

*Trenblay, op .cit.

* نزار عيون السود العلى العقاد، علم الأنملة الإعلامي ومناهج البحث العام، دمشق، المطبعة الجديدة، 1986 .

* عبد الله وجلال، « الراي العام - مفهومه، لكونه، خصائصه، مظاهره واهمية قياسه، الحلة الجزائرية بالانسان ، العدد 5 ، شتاء 1991 .

*A.Tremblay,op.cit.

* سمير محمد حمين، أمام العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، القاهرة ومالم الكشه،1997.

* Alain Girard, Edmond Malinvaud, les scultes d'opinion et la recherche en sciences sociales, paris, editions de l'Harmattan, 1987.

* A, Tremblay ,op.cit .

* عبد الرزاق أمين ابو شقرة، العينات وتطبيقاتها في البحوث الاجتماعية، والادارة العامة للبحوث والرياض،1997.

* ويليام كوكران، تقنية المعاينة الإحصائية، ترجمة الدكتور أنيس كنجر، عمادة شؤون المكتبات، جامعة الملك سعود، الطبعة الثالثة.

* عبد الرحمن محمد أبو عمه، مقدمة المعاينة الإحصائية، جامعة الملك سعود، الرياض، 1995.

* Cochran. William , sampling techniques, John Wiley et sons, 1977.

* جلال مصطفى الصياد ومصطفى جلال، مقدمة ملف المعاينة الاحصائية، مكتبة الصباح، جدة والمملكة العربية السعودية، 1990.

* ثابت عبد الرحمن ادريس، بحوث التسويق المصالح القياس والتحليل واختيار الفرضيات، الدار الجامعية.

* أبي سعيد الديوهمجي بحوث التسويق، دار الحامد للنشر والتوزيع، الجبيهة، الأردن، الطبعة الأولى، 2000.

* توماس س. كنيير، جيمس ار تايلور، بحوث التسويق مدول نطقي، الجزء الثاني ادار المريخ للنشر،
1993.

* إسماعيل السيد، اساسات حديث الشريف يدخل منهجي ودادي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.
* WWW.aitrs.org/books/book3-pdf.zip. خالد زهدي خواجه الأخطاء غير العينية
والتعدادات والمسموع ومطرق معالجتها السيد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية بغداد 2000، تصفح
الموقع في 2006/04/10، على الساعة 12:320.