

أدوات جمع البيانات: المقابلة

1. تعريف المقابلة

يعرّف إيرل باببي (Earl Babbie) المقابلة النوعية (Qualitative interview) على أنها تفاعل بين المُقابل (الباحث) والمستجوب (المبحوث)، يمتلك فيها المُقابل (الباحث) خطة عامة للتقصي. ويشتمل ذلك التقصي على المواضيع التي يجب تغطيتها، ولكن بدون وجود مجموعة من الأسئلة المحددة التي يجب طرحها بكلمات وترتيب معينين. كما يتوجب على الباحث الذي يجري المقابلة النوعية في نفس الوقت، أن يكون على دراية كاملة بالأسئلة التي يجب طرحها مما يسمح بمرور المقابلة بسلاسة وبشكل طبيعي.

ويعرّفها موريس أنجرس بأنها تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد الذين تم سحبهم بكيفية منعزلة، غير أنها تستعمل في بعض الحالات إزاء المجموعات من أجل استجوابهم بطريقة نصف موجهة والقيام بسحب عينة كيفية بهدف التعرف بعمق على المستجوبين. وهي أفضل التقنيات لكل من يريد استكشاف الحوافز العميقة للأفراد واكتشاف الأسباب المشتركة لسلوكهم من خلال خصوصية كل حالة.

ويميّز روجر ويمر وجوزيف دومينيك بين المقابلة الشخصية والمقابلة المكثفة، فالمقابلة الشخصية هي تلك المقابلة التي تكون وجها لوجه وتتضمن دعوة المبحوث إلى موقع خدمة ميدانية أو مكتب بحوث. وقد تجرى أحيانا في مكان عمل المبحوث أو منزله. وهناك نوعان أساسيان من المقابلات الشخصية: المقابلات المحكمة البناء والمقابلات غير محكمة البناء. أما بالنسبة للمقابلة المكثفة أو المعقدة فهي هجين من نهج المقابلات وجها لوجه، وهي فريدة للأسباب التالية:

- تستخدم بشكل عام عينات أصغر.
- توفر خلفية مفصلة عن الأسباب التي يقدمها المستجوبون لإجابات محددة، ويمكن الحصول على بيانات تفصيلية فيما يتعلق بأراء المشاركين/المستجوبين، وقيمهم، ودوافعهم، واستكاراتهم، وتجاربهم، ومشاعرهم.
- تسمح بملاحظة مطولة لإجابات المشاركين غير اللفظية.

- طويلة في العادة. وعلى خلاف المقابلات الشخصية المستخدمة في البحوث المسحية التي قد تستغرق بضع دقائق فقط، فالمقابلة المكثفة قد تستغرق عدة ساعات، وقد تتطلب أكثر من جلسة واحدة.
- يمكن تفصيلها لكل من المشاركين فرديا. ففي المقابلة الشخصية يتم عادة توجيه الأسئلة نفسها إلى كل المشاركين. وتسمح المقابلة المكثفة للباحثين بتشكيل أسئلتهم اعتمادا على إجابات كل مشارك.
- قد تتأثر بمناخ المقابلة. ونجاح المقابلة المكثفة يعتمد على الألفة التي تنشأ بين الباحث والمبحوث إلى درجة أكبر من المقابلة الشخصية.

يعرّف محمد عبد الحميد المقابلة على أنها تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث أو المبحوثين لتحقيق هدف معين. ومن خلال هذا التعريف يحدد عبد الحميد خصائص المقابلة في الدراسات الإعلامية (الاتصالية) كالتالي:

- إنها عبارة عن تفاعل لفظي، يسمح للمبحوث بتخطي حدود الإجابة المجردة على أسئلة الباحث، إلى الحرية الكاملة في الإجابة على الأسئلة بالطريقة التي يراها، والتعبير على آرائه وأفكاره ومعتقداته.
- إنها عبارة عن أسلوب منظم، يقوم على مجموعة من الخطوات والإجراءات العملية والمنهجية، التي تنظم اللقاء وتدير الحوار، في إطار الأهداف البحثية لتنظيم المقابلة.
- إنها ليست مجرد حديث أو حوار عادي بين طرفين، ولكنها تهدف إلى تحقيق هدف معين، يرتبط بطبيعة المشكلة أو الظاهرة محل الدراسة، أو طبيعة البيانات، أو خصائص الأفراد المبحوثين.

وإلى جانب وجود المقابلة النوعية، هنالك أيضا المقابلة الكمية ويمكن تعريفها على أنها أداة أساسية في بحوث الاتصال والإعلام، وهي تستخدم لجمع البيانات الكمية التي يمكن تحليلها باستخدام الإحصاء والتحليل الإحصائي. تهدف المقابلة الكمية إلى جمع البيانات الرقمية المنظمة، وتعتمد على توزيع الأسئلة بطريقة قياسية على عينة معينة من المشاركين.

ومن بين الفروق الرئيسية بين المقابلة النوعية والمقابلة الكمية:

- 1- الغرض: تستخدم المقابلة النوعية لفهم الظواهر الاجتماعية وللتعمق في الرؤى والتفاصيل، في حين تستخدم المقابلة الكمية لجمع البيانات الكمية وتحليلها وتفسيرها.

2- المدة: تستمر المقابلة النوعية لمدة زمنية أطول بشكل عام، بينما تكون المقابلة الكمية أقصر في المدة، وذلك لأن المقابلة النوعية تتضمن تفاصيل أكثر ومناقشات أكثر شمولية.

3- الطريقة: يتم في المقابلة النوعية استخدام أسلوب غير مباشر ومرن في الأسئلة والمناقشات، بينما تتميز المقابلة الكمية بأسلوب مباشر وقياسي في الأسئلة والمناقشات.

4- العينة: يتم استخدام عينة صغيرة من الأفراد في المقابلة النوعية، في حين يتم استخدام عينة أكبر وأكثر تمثيلية في المقابلة الكمية.

5- التحليل: يتم في المقابلة النوعية التحليل النوعي للبيانات، بينما يتم في المقابلة الكمية استخدام التحليل الإحصائي للبيانات.

2. أهمية المقابلة في بحوث الإعلام والاتصال

أداة المقابلة هي أداة أساسية في بحوث الإعلام والاتصال ولها أهمية كبيرة في الكشف عن الآراء والتوجهات والسلوكيات والممارسات المرتبطة ببحوث الإعلام والاتصال. ومن بين الأهمية الرئيسية لأداة المقابلة في بحوث الإعلام والاتصال:

1- جمع المعلومات: تساعد أداة المقابلة في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، والتي يمكن استخدامها في تحليل النتائج واستنتاج الإجماليات والعلاقات بين المتغيرات.

2- فهم المعلومات النوعية: تسمح أداة المقابلة بجمع المعلومات النوعية من المشاركين في الدراسة، والتي يمكن استخدامها في فهم الأنماط الثقافية والاجتماعية والنفسية للأفراد والمجتمعات المختلفة.

3- التعمق في موضوع الدراسة: تسمح أداة المقابلة بالتعمق في موضوع الدراسة من خلال استخدام التقنيات المناسبة لجمع المعلومات وتحليلها، وبالتالي تحقيق أهداف الدراسة بشكل أكثر دقة وشمولية.

4- تحديد التوجهات والسلوكيات: تسمح أداة المقابلة بتحديد التوجهات والسلوكيات المرتبطة بالإعلام والاتصال وموضوعاتهم، والتي يمكن استخدامها في تصميم السياسات والإجراءات المتعلقة بهذا المجال.

5- الاكتشاف والابتكار: تساعد أداة المقابلة في الاكتشاف والابتكار من خلال جمع المعلومات والأفكار والتجارب الجديدة والمبتكرة التي يمكن استخدامها في تطوير الإعلام والاتصال وموضوعاتهم.

3. مزايا المقابلة وعيوبها

1.3. المزايا:

- المرونة: يمكن تعديل المقابلة لتلائم سياقات متنوعة.
- المعدل العالي للاستجابة: تكون نسبة الاستجابة في المقابلة عالية نسبياً.
- سهولة التنفيذ: لا تتطلب المقابلة من المبحوث قدرة على القراءة، أو على التأمل مع وثائق معقدة أو استبيانات طويلة.
- تسمح المقابلة بملاحظة السلوك غير اللفظي: ولا تتوافر هذه الصفة في أساليب جمع البيانات الأخرى كالاستبيان مثلاً.
- لا تحتاج إلى وقت وجهد كبيرين كما في الأساليب الأخرى لجمع البيانات.
- التحكم بالبيئة: تسمح المقابلة للمقابل بالتحكم بأوضاع المقابلة التي تتم فيها الإجابة عن الأسئلة.
- إمكان تصحيح المبحوثين لحالات سوء الفهم: وهذه ميزة قيمة لا تتوافر في الأساليب الأخرى لجمع البيانات، مثل الاستبيانات.
- التحكم بترتيب طرح الأسئلة: لا يعرف المبحوث السؤال الذي سي طرح عليه لا حقا لأنَّ المقابل يستطيع أن يتحكم بترتيب طرح الأسئلة. فعندما يكون ترتيب الأسئلة ذا دلالة، تكون المقابلة أكثر فائدة من الاستبيان.
- إمكان تسجيل الاستجابات فوراً: لا يتوافر للمبحوث وقت كاف للإجابة كما الحال في الاستبيان، فعندما تكون التلقائية مهمة تصبح المقابلات أكثر فائدة من الاستبيانات.
- التحكم بهوية المبحوث: تكون هوية المبحوث معروفة عند استخدام المقابلات، على خلاف الأمر في الاستبيانات.
- التمام: يستطيع المقابل التأكد من اكتمال طرح الأسئلة كلها في المقابلة لأنه هو الذي يطرحها، بخلاف ما هو عليه الأمر في الاستبيانات.

- التحكم بوقت المقابلة وموعدها ومكانها.
- إمكان التعقيد: يمكن للمقابل استخدام أسئلة أكثر تعقيدا لأنه يستطيع أن يساعد المبحوث في الإجابة عنها.

2.3. العيوب:

- التكلفة: المقابلات أكثر تكلفة وتحتاج إلى وقت أطول من الأساليب الأخرى كالاستبيانات مثلا.
- التحيز: تتأثر المقابلة بالمقابل والتحيز الذي قد يبديه.
- عدم الارتياح: لا يشعر المبحوث بالارتياح في أثناء المقابلة كما يشعر في الإجابة عن الاستبيان مثلا.
- فقدان السرية وكشف الهوية: تكون درجة السرية وعدم كشف الأسماء أقل في المقابلات منها في الاستبيانات، لأن المقابل يعرف المبحوث ومكان إقامته ونوع بيته وأوضاع أسرته وتفضيلات شخصية أخرى.
- الحساسية: المقابلة أقل مواعمة من الأساليب الأخرى عند مناقشة أسئلة حساسة.

4. الخطوات المنهجية للمقابلة

تعتمد المقابلة على بناء مخطط أو دليل المقابلة التي يعرفها موريس أنجرس على أنها هي الأداة التي تركز عليها مقابلة البحث. وهي أداة لجمع البيانات تبنى من أجل أن نسأل بصفة معمقة شخص أو مجموعة صغيرة. ويتضمن كل الأسئلة التي يحتمل طرحها أثناء مقابلة الشخص المستجوب. إنه يحتوي أيضا على كل ما نريد معرفته تماشيا مع تحديد مشكلة البحث. يحضر مخطط أو دليل المقابلة من خلال أسئلة وأسئلة فرعية، مفتوحة وقائمة على أساس التحليل المفهومي الذي تم إجراؤه في المرحلة الأولى والمرتبة بشكل معين، ينبغي أن تظهر معلومات دقيقة في بداية المخطط أو الدليل. إضافة إلى ضرورة تحريرنا لنص تقديم المقابلة.

ويذكر ستينر كفيل (Steinar Kvale, 1996) سبع خطوات لإجراء المقابلة وهي:

- 1- تحديد موضوع المقابلة: ويتم فيها توضيح الغرض من المقابلات والمفاهيم التي يتوجب استكشافها.
- 2- تصميم المقابلة: وهنا يتم تحديد العملية التي من خلالها ستحقق هدف الدراسة.
- 3- إجراء المقابلة: القيام بإجراء المقابلة بشكل فعلي.

- 4- كتابة المقابلة: وهنا يتم إنشاء نص المقابلة بشكل مكتوب (أسئلة المقابلة).
- 5- القيام بالتحليل: تحديد معنى البيانات التي جمعها فيما يتعلق بالغرض من الدراسة.
- 6- إجراءات التحقق: وهنا يتم التحقق من مدى صحة وثبات البيانات.
- 7- إعداد تقرير المقابلة.

ويلخص رجاى أبو علام الخطوات الرئيسية للمقابلة كالتالي:

- 1- تحديد المبررات.
 - 2- تحديد الأهداف.
 - 3- إعداد المقابلة: ويتم فيها صياغة الأسئلة وتسجيل الإجابات.
 - 4- الاختبار القبلي.
- أما الخطوات الرئيسية للمقابلة كما يقترحها سوتيريوس سارانناكوس فهي:

- 1- العثور على المبحوثين.
- 2- إجراء المقابلة.
- 3- إنهاء المقابلة.
- 4- الإشراف الميداني والمراقبة.

ويفصل روجر ويمر وجوزيف دومينيك في الخطوات الخاصة بالمقابلة كالتالي:

- 1- اختيار العينة
- 2- إعداد الاستبانة
- 3- إعداد دليل تعليمات المستجوب
- 4- تدريب المستجوبين
- 5- جمع البيانات
- 6- العودة ثانية إلى المستجوبين إذا كان ذلك ضروريا
- 7- التحقق من النتائج

8- تبويب البيانات.

ويرى محمد عبد الحميد أن الخطوات الأساسية للمقابلة تتمثل في الآتي:

1- اختيار عينة المفردات (المبحوثين).

2- تصميم استمارة المقابلة.

3- اختيار القائمين بالمقابلة.

4- تدريب القائمين بالمقابلة.

5- إدارة المقابلة.

وهناك من يرى بأن إجراءات المقابلة هي:

1- تحديد الهدف من المقابلة وتحديد المشاركين: يجب تحديد الهدف العام للمقابلة والأهداف الخاصة المرتبطة بها، وتحديد المشاركين المناسبين للمقابلة ومن يمكن أن يساعدوا في تحقيق الأهداف المحددة.

2- تحضير أدوات المقابلة: يجب تحضير الأدوات المناسبة للمقابلة مثل الأسئلة المناسبة والموضوعات المراد مناقشتها، وتحضير المواد المساعدة مثل الأوراق والملاحظات والأدوات الأخرى التي قد تكون مفيدة في العملية.

3- اختيار مكان مناسب للمقابلة: يجب اختيار مكان مناسب للمقابلة يتميز بالهدوء والراحة والخصوصية للحصول على نتائج دقيقة.

4- تحديد طريقة الإجراء: يجب تحديد الطريقة المناسبة للإجراء والتي تعتمد على طبيعة البحث والمشاركين، ويجب مراعاة الاحتياجات والرغبات والظروف الخاصة للمشاركين.

5- إجراء المقابلة: يجب الالتزام بإجراء المقابلة وفقاً للأدوات المحضرة والإجراءات المحددة، والاستماع جيداً للردود والملاحظات والتحليلات التي تقدمها المشاركين.

6- تسجيل البيانات يشمل تسجيل الأسئلة والإجابات بالإضافة إلى الملاحظات الأخرى التي قد تكون مفيدة في التحليل فيما بعد.

7- التحليل والتفسير: يجب تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالمقابلة بعناية، ويمكن استخدام تقنيات مختلفة لتحليل البيانات مثل التحليل النصي والإحصائيات.

8- الرجوع إلى المشاركين: يجب العودة إلى المشاركين بالنتائج وتفسيرها لهم وتبيان كيفية استخدام النتائج في البحث.

9- الحفاظ على الصحة العلمية: يجب الالتزام بالصحة العلمية في إجراء المقابلات، مثل تحديد مصدر البيانات والتأكد من دقة وموثوقية البيانات المجمعة والتحليلية وتجنب الانحياز أو التأثير على الإجابات.

10- الحفاظ على خصوصية المشاركين: يجب الالتزام بالحفاظ على خصوصية المشاركين في المقابلة وعدم الكشف عن أي معلومات شخصية دون موافقتهم الصريحة.