جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

محاضرات مقياس:

**مناهج وتقنيات البحث في علوم الإعلام والاتصال**

السنة الثانية علوم الإعلام والاتصال

الأستاذة: أمال رحماني

السنة الجامعية: 2019/2020

**المحاضرة الأولى: منهج المسح**

إذا أردنا تعريف المنهج نجد أن موريس أنجرس يعرفه بأنه "مجموع الخطوات والإجراءات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"

أما الباحث محمد زيان عمر فعرف المنهج بأنه "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الأخرون".

**01- تعريف منهج المسح:**

 هو التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال جرد المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية، وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية.

ويعتبر منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية والاستكشافية للأسباب التالية:

**\*** النقص الواضح في البيانات والمعلومات التفصيلية الشاملة عن العوامل والمتغيرات والمكونات الأساسية للإعلام كالجمهور، الوسائل الإعلامية، الرأي العام، فعالية المواد الإعلامية....

**\*** أهمية إجراء مثل هذه الدراسات المسحية بصفة مستمرة نظرا للتغيرات السريعة التي تحدث في مجال الإعلام والاتصال، والتي تتطلب ضرورة ملاحقتها وتسجيلها باستمرار، وعدم الاستناد إلى بيانات ومعلومات وصفية مضت عليها فترة طويلة نسبيا.

**\*** الحداثة النسبية للدراسات الإعلامية مما يقتضي ضرورة التركيز في المرحلة الحالية على الدراسات المسحية التي تتيح للباحثين الإعلاميين كمية ونوعية شاملة من البيانات والمعلومات اللازمة التي تعينهم على إجراء المزيد من الدراسات والبحوث المتقدمة، مما يؤدي إلى انتقال الدراسات الإعلامية من مرحلة الاستكشاف والوصف إلى مرحلة اختبار الفروض السببية.

**\*** تعدد الجماهير المستهدف الوصول إليها وتنوعها، مما يقتضي ضرورة دراستها دراسة وصفية كاملة مع الأخذ في الاعتبار تعدد الأهداف الإعلامية في الداخل والخارج.

**\*** اتساع النطاقات الجغرافية التي تشملها الخدمة الإعلامية وعدم اقتصارها على الحدود الوطنية فحسب، وإنما تمتد لتشمل نطاقات دولية.

**\*** تأثر الإعلام بالظروف السياسية المتغيرة والمواقف الدولية مما يقتضي ضرورة التعرف المستمر على هذه السياسات والمواقف ودراسة مدى تأثيرها على الإعلام والدور الذي يجب أن يقوم به في مواجهتها.

**\*** ازدياد حدة المنافسة الإعلامية التي يواجهها الإعلام العربي وتنوع أساليبها مما يتطلب ضرورة دراستها شكلا ومضمونا دراسة متكاملة، ووضع الخطط والسياسات الإعلامية على أساس هذه الدراسة مما يؤدي إلى زيادة قدرتها وفعاليتها وتأثيرها.

**02- تصنيفات منهج المسح:**

يذهب العديد من الباحثين إلى وضع مجموعة من التصنيفات الفرعية لمنهج المسح، وعليه فإن التصنيفات الفرعية لمنهج المسح في الدراسات الإعلامية تتمثل فيما يلي:

- **مسح الرأي العام:** التعرف على اتجاهات الجماهير وآرائها وأفكارها ومعتقداتها حول قضية معينة.

**- مسح جمهور وسائل الإعلام**: التعرف على طبيعة الجمهور والتقسيمات المختلفة لهذا الجمهور.

**- مسح وسائل الإعلام:** التعرف على شخصية الوسيلة الإعلامية ومدى انتشارها والعوامل الفنية والتكنولوجية الخاصة بها.

**- مسح أساليب الممارسة الإعلامية:** التعرف على طريقة ممارسة العمل الإعلامي من قوانين ومصادر المعلومات...

**- تحليل المضمون: دراسة** المواد الإعلامية وما تتضمنه من مفاهيم وقيم والأشكال والقوالب التي تقدم بها هذه المضامين.

**المحاضرة الثانية: مجتمع البحث والعينة**

**01- تعريف مجتمع البحث:**

لا شك أن أول عنصر مرجعي بعد تحديد إشكالية الدراسة في ذهن الباحث هو تحديد المجال البشري الذي ستتم عليه الدراسة، ويسمى عند الباحثين بمجتمع البحث الذي يعرفه الباحثون بأنه: "مجموع محدود أو غير محدود من المفردات (العناصر، الوحدات) المحددة مسبقا حيث تنصب الملاحظات".

ويعرف أيضا بأنه: "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث".

هذا المصطلح له معنى واسع، إذ يمكن أن تكون وحدات هذا المجتمع أفراد أو كتابات في الصحافة، خطابات، وثائق سمعية بصرية، برامج، أفلام...، ولضبط المجموعة المراد الوصول إليها لابد من طرح سؤالين اثنين:

**أ- ما هي خصائص مجتمع البحث المستهدف؟**

تحديد الخصائص الرئيسية لمجتمع البحث المستهدف حتى يتم تشخيصه بوضوح والتحقق من إمكانية بلوغه في الوقت المناسب (تجنب انغلاق الوسط)

**ب- ما هي الفترة المطلوب ملاحظتها؟**

ينبغي أن نحدد بدقة فترة حياة الأفراد التي نريد دراستها، أما إذا كانت الدراسة تجرى على وثائق فلابد من دراسة تاريخها وضبط الفترة المراد دراستها.

**02- أهمية تحديد مجتمع البحث:**

يعد حصر مجتمع البحث خطوة مهمة في البحث العلمي للأسباب التالية:

\* يسهل ذلك على الباحث القيام بدراسته بشكل سهل ويسير دون التخبط في اختياره أفراد أو جماعات لا تخضع لمواصفات البحث المطروح.

\* إن عدم تحديد مجتمع البحث بشكل يقترب إلى الدقة يؤدي إلى فشل الدراسة.

\* إن عدم تحديد عناصر مجتمع البحث ومواصفاته يصعب على الباحث تحديد العينة التي تمثله.

**03- عينة الدراسة:**

تعرف بأنها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع".

وتعرف أيضا على أنها: "جزء من المجتمع الكلي المراد تحدد سماته ممثلة بنسبة مئوية يتم احتسابها طبقا للمعايير الإحصائية وطبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته".

**04- إطار العينة:**

وهو جميع وحدات المعاينة التي يعتبرها الباحث في متناول يده، أي الوحدات المتاحة التي يمكن حصرها وتطبيق الدراسة عليها، نظرا لصعوبة وجود جميع وحدات المجتمع في بعض الحالات.

وهو القائمة الكبيرة التي تضم جميع وحدات مجتمع البحث المعني بالظاهرة المدروسة.

**05- تحديد حجم العينة:**

إن القاعدة الأساسية في تحديد حجم العينة ترجع إلى عاملين أساسيين هما:

- تجانس أو عدم تجانس مجتمع البحث، إذ كلما كان مجتمع البحث متجانسا أدى ذلك إلى اختيار عينة صغيرة الحجم والعكس في حالات عدم تجانس هذا المجتمع.

– كبر أو صغر حجم مجتمع البحث.

**المحاضرة الثالثة: العينات القصدية واستخداماتها**

تعرف العينات القصدية تحت أسماء متعددة مثل: العينة غير الاحتمالية، المقيدة، التحكمية. وهي الوحدات المختارة من مجتمع البحث بطريقة مقصورة ومتعمدة، أي بطريقة لا تعطى فيها جميع وحدات مجتمع البحث فرصة متساوية للاختيار، فالباحث يختار هذه الوحدات التي يرى أنها تحقق أهداف دراسته والتي تتوفر فيهم شروطا معينة غير متوفرة لدي جميع الناس، مع العلم أنه لا يملك قائمة كاملة لهؤلاء، بل يبحث عنهم عن طريق السؤال أثناء احتكاكه بالميدان.

**أساليب اختيار العينات القصدية:**

**01- العينات العرضية أو العارضة:**

 يتجه الباحث في هذا النوع من العينات إلى اختيار الحالات التي تصادفه، ومن أمثلة ذلك أن يسأل الباحث المائة شخص الذين يقابلهم قبل غيرهم في الطريق في توقيت ومكان معينين، وذلك دون التقيد بمحددات علمية لتوصيف العينة.

**02- العينة الحصصية:**

وتعتبر من نوع العينات غير الاحتمالية وتتميز بالمرونة والسرعة، وتستخدم بنسبة عالية في بحوث القراء أو المستمعين أو المشاهدين وبحوث الرأي العام نظرا لاتساع حجم مجتمع البحث.

يقسم الباحث مجتمع البحث في هذه العينة إلى فئات بالنسبة لخصائص معينة، ويعمل على تمثيل كل فئة من فئات العينة بنسبة وجودها في المجتمع مع حرية اختيار مفردات الحصة، بشرط ان يلتزم بالحدود العددية والنوعية للعينة، مما يخشى معه عدم تمثيل العينة للمجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا. إذ إن عدم تقيد الباحث بنسب عددية للضوابط التي اختيرت على أساسها العينة مجتمعة قد يترتب عليه اختيار عينة الإناث مثلا من بين الشابات فقط أو من بين المسنات فحسب، أو من طبقة اجتماعية معينة دون أن يكون ذلك متماشيا مع النسب الحقيقية في المجتمع الأصلي.

**03- عينة المتطوعين:**

الباحث لا يختار الأفراد إحصائيا، وإنما هم الذين يرغبون في المشاركة، إذ يختلف هؤلاء كثيرا عن الأفراد غير المتطوعين، وقد ينتج عن ذلك نتائج بحثية خاطئة، لأن المتطوعين للدراسة يميلون إلى إظهار مستويات تعليمية أعلى وحاجة أعظم للموافقة وذكاء أعلى وتكلف أكبر... وهو ما يؤدي إلى انحياز النتائج ونقص دقتها، ورغم ذلك فإننا قد نحتاج إلى هذه العينة التي لا يمكن تعميم نتائجها في اختبارات المقارنة للمنتجات أو الخدمات مثلا، أو اختبارات سلوكية معينة.

**المحاضرة الرابعة: العينات العشوائية واستخداماتها**

هي عبارة عن عينات لا يتدخل الباحث في اختيار وحداتها، وإنما هو مزود بقائمة تضم جميع أسماء مجتمع البحث الذين تتوفر فيهم جميع الخصائص والشروط المطلوبة للبحث، يتم اختيارها عشوائيا مع إعطاء فرصة متساوية لجميع الوحدات قصد الظهور في العينة، نتائجها دقيقة يمكن تعميمها على جميع مجتمع البحث بدرجات عالية من الثقة.

**أساليب سحب العينات العشوائية:**

**01- العينة العشوائية البسيطة:**

تستخدم على مستوى المجتمعات المتجانسة المعروفة المفردات والقليلة العدد، يسجلها الباحث على قصاصات صغيرة متشابهة متطابقة في تسلسلها العددي مع ترقيم القائمة الأصلية، ثم طيها بطريقة لا تظهر فيها أرقامها ووضعها داخل علبة وخلطها ليتم سحب العدد المطلوب منها، هذا العدد يكون صغيرا كون مجتمع البحث متجانسا، وكون أننا نصل إلى النتائج نفسها في حالة سحب عدد أكبر.

**02- العينة العشوائية المنتظمة:**

تحتاج هذه الطريقة إلى قائمة كاملة مفصلة تضم جميع أسماء مجتمع البحث مرقمة ترقيما تسلسليا. فلو كان حجم مجتمع البحث 20000 يتم ترقيمهم من 01 إلى 20000 والباحث يريد دراسة عينة تتكون من 500 وحدة، فإن الاختيار يبدأ بمعرفة مسافة الاختيار أولا، ثم الرقم العشوائي الذي يبدأ منه، وليكم أي رقم مهما كان في القائمة.

تستخرج مسافة الاختيار بتقسيم عدد وحدات مجتمع البحث على عدد وحدات العينة فنجد: 20000/500= 40

وفي حالة اختيار الباحث الرقم 4 كرقم عشوائي، فإن الاختيار يبدأ من الرقم 4 كالتالي: 04، 44، 84، 124، ... وهكذا حتى يختار 500 وحدة عينة من مجموع 20000.

في حالة تعذر مقابلة أحد وحدات العينة، فإن الباحث يستطيع مقابلة الاسم الذي يليه أو الذي قبله في القائمة بعد أن يحدد ويقرر ذلك منذ البداية حتى لا يقع في فخ القصد.

**03- العينة العشوائية الطبقية:**

يعتمد الباحث فيها على تقسيم مجتمع البحث إلى فئات أو طبقات متجانسة من حيث طبيعة المعلومات والبيانات المدروسة.

مثلا لو قمنا بدراسة أثر برنامج تلفزيوني على طلبة قسم معين نقوم بتقسيم الطلبة إلى فئة ذكور وإناث أو إلى فئة سنة أولى والثانية... وبالتالي شروط اعتماد هذه العينة:

\* توفر مجتمع بحث كبير نسبيا إلى كبير مع تميزه بدرجة لا بأس بها من عدم التجانس.

\* إمكانية تقسيم الإطار الكلي للمجتمع إلى إطارات فرعية كل إطار يمثل مجموعة أو طبقة متجانسة وتختلف كل مجموعة عن الأخرى من حيث خصائصها المراد دراستها.

\* معرفة حجم كل مجموعة أو طبقة معرفة جيدة ودقيقة، إذ إن حجمها يدخل في تقدير حجم العينة التي تسحب من كل طبقة حنى نكون ممثلة إحصائيا لمجتمع البحث.

بعد تقسيم الباحث المجتمع الأصلي إلى الفئات أو الطبقات المطلوبة في الدراسة ثم يقوم بإجراء عملية السحب على مستوى كل فئة أو طبقة باستخدام الأسلوب العشوائي البسيط أو الأسلوب المنتظم.

لكن النقطة الواجب الانتباه إليها على هذا المستوى تتمثل في أن طبقات المجتمع الأصلي في أغلب الأحيان هي متباينة الأحجام فيما بينها. مثلا فئة الطلبة تضم 1500 طالب وفئة الطالبات تضم 500 طالبة، هنا كيف نتصرف في تحديد الحصص الخاصة بكل فئة على مستوى العينة؟ الأمر بسيط ويتمثل في اتباع ثلاث طرق وفق ما ذكره الباحثون:

**- طريقة الحصص المتساوية:** يقوم الباحث بتطبيق الحصص المتساوية في سحب العينة الطبقية بأخذ حصص متساوية من كل فئة على مستوى المجتمع الأصلي. مثلا إذا كان لدينا مجتمع بحث يتكون من 1500 طالب ومن 500 طالبة، أي من 2000 طالب. وأراد الباحث سحب عينة تمثل نسبة 10 بالمائة من مفردات المجتمع المبحوث أي ما يساوي 200 مفردة، ثم يوزع بالتساوي مفردات هذه العينة البالغة 200 مفردة على فئتي الطلبة والطالبات، أي يسحب 100 مفردة من فئة الطلبة البالغ عددهم 1500 طالب، و100 مفردة من فئة الطالبات البالغ عددهم 500 طالبة، وهذا بتطبيق الأسلوب العشوائي أو الأسلوب المنتظم.

**- طريقة الحصص المتناسبة:** تقوم هذه الطريقة على مبدأ تحديد حصص التعيين الخاصة بكل فئة على مستوى المجتمع الأصلي تحديدا يتناسب مع حجم ما تتضمنه هذه الأخيرة من مفردات. مثلا إذا كان لدينا دائما نفس مجتمع البحث السابق المتكون من 1500 طالب و500 طالبة، أي من مجموع 2000 طالب، وأردنا اختيار عينة تمثل نسبة 10 بالمائة منه، أي سحب 200 وحدة، فإن توزيع حصص المفردات يرتبط بالعدد الكلي لمفردات كل فئة من خلال نسبة 10 بالمائة من كل فئة، فنجد 150 طالب بالنسبة لفئة الطلبة، و50 طالبة بالنسبة لفئة الطالبات.

**- طريقة الحصص المثالية:** إن الأساس الذي يقوم عليه تقدير حصص العينة في كل فئة أو طبقة على مستوى مجتمع البحث يتمثل في الطريقة المثالية. أي ربط هذا التقدير للحصص بالطبيعة التكوينية لكل طبقة من حيث تباين أو تجانس مفرداتها بالنسبة للمعلومات والبيانات المستهدفة في الدراسة. ووفق ذلك ففي حالة الفئات المتجانسة للمفردات يمكن تخفيض حصة العينة على مستواها، لأن مفرداتها تحمل المعلومات والبيانات نفسها، وبالتالي فإن أي جزء منها مهما كان حجمه يعطي النتيجة نفسها. أما في حالة الفئات المتباينة المفردات فإن الوضع يختلف عن حالة تجانسها، لأن الباحث هنا يضطر إلى توسيع حجم حصة العينة في الفئة أو الطبقة، حتى يوفر مجالا أوسع لحصر كل تبايناتها الداخلية قصد تمثيل كل الاختلافات.

**المحاضرة الخامسة: استمارة الاستبيان وتقنياتها**

**01- مفهوم الاستبيان:**

الاستبيان كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر أي أوضحه وعرفه، بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر.

هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعة لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة.

يعرف الاستبيان تحت أسماء عديدة مثل الاستقصاء، الاستفتاء، الاستبار وكلها تفيد الترجمة لكلمة Questionnaire أو Sondage

يفرق بعض الباحثين بين الاستبيان والاستبار، إذ نجد موريس أنجرس قد حددها في النقاط التالية:

|  |  |
| --- | --- |
| الاستبيان | الاستبار |
| * يستخدم في بحث الظواهر الاجتماعية والإنسانية في مجالاتها المختلفة دون حصر هذا الاستخدام في نوع معين من الأبحاث.
* يستخدم على مستوى مجتمعات بحث غير واسعة، لا تتعدى مفرداتها بعض المئات من خلال استعمال عشرات الأسئلة.
 | * يستخدم في قياسات الرأي العام ذات العلاقة بالانتخابات السياسية.
* يستخدم على مستوى مجتمعات بحث واسعة.
 |

وعليه فقد حصر موريس أنجرس الفرق بينهما في ثلاث نقاط هي: موضوع الأسئلة، الجمهور المستهدف، عدد أسئلة الاستمارة.

**02- أنواع الاستبيان:** للاستبيان نوعان هما:

|  |  |
| --- | --- |
| الاستبيان غير المقنن | الاستبيان المقنن |
| - يتضمن مجموعة من الأسئلة العامة في شكل عناوين رئيسية لأهم القضايا المبحوثة. - يستخدم في البحوث الاستكشافية والأبحاث التي تدرس آراء المبحوثين واتجاهاتهم ودوافعهم تجاه قضايا معينة. - يعتمد على مهارة الباحث في إدارة الحوار الخاص بطرح الأسئلة. | - يتضمن مجموعة من الأسئلة الدقيقة توضع بعناية. - عادة ما يستخدم الباحث الأسئلة المغلقة. - استخدامه يتم عادة في جمع المعلومات الكمية ذات العلاقة بقياس درجات الاهتمام بموضوع ما، أو مدى سيطرة فكرة معينة.  |

**03- خطوات إعداد استمارة الاستبيان:**

**أ- تحديد كمية ونوعية المعلومات المطلوبة:** يقوم الباحث في هذه الخطوة بتحديد ماهي المعلومات التي يحتاجها وكم يحتاج منها للإجابة على إشكالية الدراسة التي يقوم بها، ويكون ذلك بناء على تساؤلاته وأهداف الدراسة التي يجريها.

**ب- تحديد الهيكل العام لاستمارة الاستبيان:** ويكون ذلك بتقسيم المعلومات وتصنيفها وتبويبها في محاور.

**ت- إعداد استمارة الاستبيان في صورتها الأولية:** تحويل المحاور إلى مجموعة من الأسئلة، والتي يجب عند صياغتها وضع هذه الاعتبارات في الحسبان:

\* يمكن صياغتها بطريقة مباشرة (أي بطريقة عادية للحصول على إجابات لا يجد المبحوث حرجا في الإدلاء بها)، او بطريقة غير مباشرة (يصاغ بطريقة مقنعة للحصول على إجابات قد يجد المبحوث حرجا في الإدلاء بها).

\* يجب أن تكون اللغة المستخدمة ذات مفردات لغوية بسيطة وسهلة وواضحة ومباشرة مع تجنب استخدام اللهجات المحلية.

\* البعد عن الطريقة الإيحائية في الأسئلة، بل يجب أن تكون موضوعية.

\* أن يتضمن السؤال نقطة واحدة حتى تكون الإجابة مرتبطة فعلا بهذه الفكرة.

\* مراعاة الإطار المرجعي للمبحوث.

\* تجنب الأسئلة التافهة أو التي تؤدي الإجابة عنها إلى نتائج ذات أهمية.

\* مراعاة المنطق في ترتيب الأسئلة.

**ث- اختبار الاستبيان للتأكد من صلاحيته منطقيا وتجريبيا:** ويكون ذلك عبر خطوتين هما:

- عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة قصد تحكيمها.

- القيام بدراسة أولية استكشافية.

**ج- إعداد الاستمارة في صورتها النهائية:** تتم عبر خطوتين:

أولا: تعديل الاستمارة بعد أخذ رأي الأساتذة والخبراء والمحكمين.

ثانيا: تأتي بعد إجراء الدراسة القبلية على العينة المحدودة حيث تستكمل بعدها الاستمارة شكلها ومضمونها الشامل.

ونظرا لأهمية الشكل (التصميم الشكلي) للاستمارة، يمكن اتباع الخطوات التالية:

\* تصميم الغلاف بشكل جذاب ومتكامل من حيث البيانات التي تعطي للمبحوث فكرة عن البحث والقائم به.

\* وضع مقدمة تتضمن فكرة البحث وأهدافه والمبحوثين الذين سيطبق عليهم البحث.

\* يمكن إضافة صفحة تتضمن تعريفات محددة لبعض الألفاظ والمفاهيم.

\* وضع الأسئلة مقسمة ومبوبة ومرتبة بعد التأكد من صحتها.

\* يراعى إخراج الاستمارة بصورة جميلة وجذابة.

**المحاضرة السادسة: اختبار صدق وثبات البيانات في الاستمارة**

تسعى اختبارات الثبات إلى التأكد من اتساق أداة جمع المعلومات أو المقياس في قياس ما يسعى الباحث إلى قياسه، بينما تسعى اختبارات الصدق إلى التأكد من أن الأداة تقيس فعلا ما يسعى الباحث إلى قياسه، وكلا الاختبارين يكمل الآخر ولا غنى عنهما للتأكد من صلاحية الأداة وكفاءتها في جمع البيانات المطلوبة.

1. **اختبار الثبات:**

يقصد باختبار ثبات أداة جمع البيانات والمعلومات التأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات سواء من نفس المبحوثين أو من مبحوثين آخرين، وسواء استخدمها باحث واحد أو عدة باحثين في أوقات وظروف مختلفة. ومن المعروف أنه توجد عدة مقاييس للثبات تتمثل في:

* **أسلوب إعادة الاختبار:** أي إعادة تطبيق أداة البحث على نفس المبحوثين بعد فترة زمنية من إجراء التطبيق الأول، وحساب معامل الثبات بين الإجابتين للتأكد من قدرة الأداة على القياس أو جمع نفس المعلومات مهما تعددت الفترات الزمنية التي تستخدم فيها.
* **أسلوب إعادة الاختبار بأشكال بديلة:** حيث يقوم الباحث بإجراء عدة تغييرات في التصميم الشكلي أو الهيكلي للأداة، ثم يعيد استخدامها ويقارن بين الإجابتين، فإذا وجد أن معامل الارتباط بينهما عال، فمعنى ذلك أن درجة ثبات الأداة عالية.
* **أسلوب التجزئة النصفية للأداة:** حيث يقوم الباحث (بعد تطبيق الأداة على المبحوثين) بتقسيم أسئلة البحث إلى نصفين، ثم يستخرج معامل الارتباط بين درجاتهما، وينظر إلى النصفين هنا كما لو كانا صورا متبادلة من نفس الأداة، ويشير معامل الارتباط هنا إلى الاتساق الداخلي للأداة.
1. **اختبار الصدق:**

يقصد باختبار صدق أداة جمع المعلومات والبيانات مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلا، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية. أي أن اختبار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة البحث المستخدمة في الدراسة وصلاحيتها في جمع البيانات بدرجة عالية من الكفاءة والدقة. ومن المعروف أنه توجد عدة أنواع من الصدق تتمثل في:

* **الصدق الظاهري:** الذي يستهدف التأكد من أن العبارات والأسئلة المتضمنة في أداة جمع المعلومات يمكن أن تؤدي إلى جمعها بدقة وهو ما يتم عن طريق دراسة محتويات أداة جمع المعلومات وتقويمها.
* **صدق المضمون أو الصدق المنطقي:** الذي يستهدف التأكد من أن أداة جمع المعلومات تتضمن كافة الجوانب والمتغيرات والأبعاد الخاصة بالمشكلة البحثية ومدى شموليتها وتمثيلها لموضوع الدراسة والمواقف والجوانب التي تقيسها.
* **الصدق التركيبي أو صدق المفهوم:** وهو من أهم اختبارات الصدق وأصعبها في التصميم ويتطلب معرفة نظرية متكاملة بموضوع الدراسة، لأنه يربط بين كل جانب من الجوانب التي تشملها الأداة وبين المفاهيم التي تنطوي عليها بما يسمح بدقة التفسير وشمول التحليل، ويحدد المدى الذي يمكن لكل مكون من مكونات الأداة أن يقيس خصائص معينة أو تكوين معين.
* **المقارنة والارتباط بين نتائج الأسئلة التأكيدية في نفس الصحيفة:** حيث تتضمن الصحيفة مجموعة من الأسئلة التأكيدية التي تقيس نفس الشيء بأسلوبين مختلفين، ويفحص مدى اتساق الإجابة على السؤال الأول مع الإجابة على السؤال الآخر، وكلما تماثلت الإجابات على الأسئلة المتعادلة زادت الثقة في صدق الإجابات المعطاة.

**المحاضرة السابعة: تفريغ البيانات**

قبل تناول موضوع تبويب البيانات أو تفريغها، لابد أن نعرف ما القصد بكلمة بيانات؟

إن البيانات في البحث تفيد تلك المعلومات والحقائق الخاصة بالموضوع محل الدراسة، وهي قسمان:

* **بيانات إحصائية كمية:** هي الوحدات الجزئية الأساسية التي يعتمدها الباحث في القياس الكمي لجوانب معينة من الظاهرة المدروسة، والتي يطلق عليها مصطلح المتغيرات الكمية، لأنها تتغير من مجال بحثي إلى آخر، ومن فترة زمنية إلى أخرى. كما تعرف أيضا تحت اسم المتغير المتصل للإشارة من خلاله إلى فترات زمنية معينة لتحديد فئات الأعمار، أو تحت اسم المتغير المشتق في حالات استخدامها في اشتقاق معامل حسابي معين: معامل متوسط الدخل الشهري أو السنوي...إلخ.
* **بيانات إحصائية وصفية:** هي البيانات غير القابلة للقياس الكمي كوحدات مادية، لكونها غير مجسدة في شكل مادي، بل الحالات الشخصية للأفراد إلى متزوج، أعزب، مطلق...إلخ.

**تبويب أو تفريغ البيانات الإحصائية:**

والتي تعرف تحت أسماء عديدة مثل: التصنيف والتفريغ، فالقصد منها هو القيام بصب (تفريغ) المعلومات التي تم جردها فوق استمارة الاستبيان في ورقة بيانية كبيرة جامعة لكل المعلومات في شكل خريطة مفصلة حسب تسلسل الجوانب المدروسة ووفق الفئات الأساسية والفرعية لهذه الجوانب، وهذا تمهيدا لوضع تلك المعلومات في جداول إحصائية مفصلة، وتنجز عملية التبويب أو التفريغ بطريقتين:

* **طريقة التبويب الآلي:** هي الطريقة التي يقوم فيها الباحث بإنجاز عملية تفريغ البيانات الكمية آليا باستخدام جهاز الحاسب الإلكتروني، وهذا في الحالات التي يتعذر فيها عليه القيام بذلك يدويا، مثل حالات ضخامة حجم العينة بتجاوز هذا الحجم مئات الوحدات، أو حالات تشعب محاور البيانات المدروسة وتعقدها، أو حالات عدم توفر الوقت الكافي أمام الباحث لإنجاز مهمة التفريغ يدويا.
* **طريقة التبويب اليدوي:** هي الطريقة التي يعتمد فيها الباحث على إمكانياته الفردية اليدوية في إنجاز عملية تفريغ البيانات الكمية. وهذا في حالات الأبحاث البسيطة من حيث حجم العينة المعتمدة والمحاور المدروسة والوقت المخصص.

تبدأ عملية تبويب البيانات عادة بمراجعة هذه الأخيرة في شكلها الأولي على استمارة الاستبيان للتأكد من أن تدوينها تم بطريقة صحيحة. بعد إتمام هذه المراجعة يصب الباحث هذه البيانات في الورقة البيانية العامة التي تشبه المخطط العام لكل البيانات المتعلقة بالبحث. فور انتهاء الباحث من هذه العملية يشرع في حساب مدى تكرار هذه البيانات ويسجل النتائج رقميا.

**المحاضرة الثامنة: الجداول الإحصائية البسيطة والمركبة**

إن الجدول الإحصائي هو ذلك المخطط الذي يوزعه الباحث إلى أعمدة وإلى حقول متقاطعة داخل الجدول، والتي تستخدم في عرض البيانات بعد ان يتم تفريغها وحسابها بالكيفية المذكورة سابقا، وهذا بهدف توضيح تكراراتها ومجاميعها والنسب المئوية الخاصة بها وهي نوعان:

1. **الجداول الإحصائية البسيطة:**

تتكون الجداول الإحصائية البسيطة من بيانات متعلقة بمتغير واحد، وهي تتكون من عمود التكرار وعمود النسب المئوية، ومن حقول حالات هذا المتغير إلى جانب الحقل الخاص بالمجموع في الأسفل.

مثلا: لو أخذنا المتغير الخاص بالمؤهل العلمي، فإن تصميم الجدول البسيط يكون كالتالي:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| المؤهل العلمي | التكرار | النسبة % |
| دكتوراه | 18 | 45% |
| ماجستير | 22 | 55% |
| المجموع | 40 | 100% |

1. **الجداول الإحصائية المركبة (المزدوجة):**

إن الجداول الإحصائية المركبة أو المزدوجة هي جداول متكونة بدورها من أعمدة وحقول، والتي تضم أكثر من متغير واحد يتم عرضها بطريقة تبيينية للعلاقات السائدة بينها.

مثلا: متغير المؤهل العلمي ومتغير البلد المحصل فيه على هذا المؤهل في جدول واحد:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  البلدالمؤهل | الجزائر | بريطانيا | مصر | العراق | المجموع |
| ت | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت | % |
| دكتوراه | 06 | 15 | 03 | 07.5 | 04 | 10 | 05 | 12.5 | 18 | 45 |
| ماجستير | 07 | 17.5 | 05 | 12.5 | 03 | 07.5 | 07 | 17.5 | 22 | 55 |
| المجموع | 13 | 32.5 | 08 | 20 | 07 | 17.5 | 12 | 30 | 40 | 100 |