

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الأنبار- كلية الآداب/ قسم الاعلام

البحث الإعلامي والتطبيقات الإحصائية

أ.د. حافظ ياسين الهيتي

الكورس الأول

أولاً: مصادر المعلومات في البحث العلمي

يعد البحث العلمي أحد الوسائل التي يعتمدها الباحث العلمي من أجل عرض كل الحقائق التي توصل إليها وذلك بعد الاطلاع والاستعانة بالعديد من المراجع والمصادر ذات الصلة بموضوع البحث الذي تطرق إليه الباحث في البحث العلمي خاصته، علاوة على ذلك يعد البحث العلمي المتميز أحد المصادر الذي يعتمد عليها طلاب آخرون من أجل الحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع أوراقتهم العلمية، ولا شك أن الباحث العلمي الجيد يعتمد في صحة المحتوى الذي يتضمنه البحث العلمي الخاص به على صحة المصادر الذي تطرق إليها من أجل كتابة المحتوى العلمي الخاص بالبحث.

لا شك أن عملية كتابة البحث العلمي حول موضوع معين تتطلب من الباحث العلمي الرجوع للعديد من المصادر المختلفة من أجل الحصول على معلومات وبيانات صحيحة ودقيقة وواضحة حول المشكلة البحثية الذي يتمحور حولها الباحث العلمي، ويبرز السؤال هنا حول ما المقصود بالمصادر؟ وما أنواع المصادر؟ وما أهمية المصادر؟

ماهي مصادر البحث العلمي:

إن المصادر هي المراجع والأبحاث العلمية والدراسات السابقة بأنواعها كافة، والتي يلجأ إليها الباحث العلمي من أجل الاستعانة بالمعلومات التي تحتويها وذلك لأنها مراجع أصيلة ودقيقة، حيث أن الباحث العلمي يقوم بكتابة بحث علمي قائم على مصادر ومراجع علمية واضحة وأصيلة المحتوى.

وتتنوع المصادر ما بين الكتب الذي يلجأ إليها الباحث وهي الكتب الورقية التي تتناول معلومات عن موضوع البحث وعن متغيرات عنوان البحث، وكذلك عن الكتب الإلكترونية وهي الكتب المتوفرة على الانترنت، فقد يقوم الباحث العلمي بالبحث عنها وقراءتها من أجل كتابة ما يحلو له منها والاستعانة بمعلوماتها.

كما وتشمل المصادر الدراسات السابقة التي يلجأ إليها الباحث على اعتبار أنها أبحاث علمية ورسائل ماجستير ودكتوراه حول الموضوع الذي يكتب عنه الباحث، علاوة على ذلك، تتمثل المصادر في المقابلات التي يلجأ إليها العديد من الطلاب والباحثين من أجل الحصول على المعلومات المختلفة والأجوبة حول أسئلتهم المتعلقة بموضوع الدراسة من السنة أصحابها، حيث يتجه الباحث العلمي إلى كتابة المعلومات والاجابات التي يحصل عليها من ذوي الاختصاص الذين يُجري المقابلات العلمية معهم.

وهناك أهمية كبرى لوجود المصادر المتنوعة في البحث، إذ تشكل المصادر العلمية بأنواعها المختلفة العمود الذي يستند عليه الباحث في كتابة بحثه العلمي.

وتشكل كتابة المصادر في البحث العلمي المرحلة الأخيرة من خطوات كتابة خطة البحث، إذ يتم جمع كل مصادر المعلومات التي اعتمد عليها الباحث في الحصول على المعلومات الخاصة بالبحث والتي ساعدت الباحث في الحصول على النتائج التي يسعى إليها، مثل الكتب، والمجلات، والمواقع الإلكترونية.

أسباب لجوء الباحث العلمي لتنويع المصادر العلمية في البحث العلمي الخاص به:

1. للحصول على المعلومات والبيانات الموثوقة التي لا بد للباحث العلمي من الاستعانة بها من أجل كتابة بحثه.
2. لضمان كسب ثقة القراء والباحثين الآخرين إذ يتجه القراء للاطلاع على البحوث العلمية التي تمتاز بصحة المعلومات، ولا شك أن صحة المعلومات في البحث العلمي تعتمد على مدى احتواءه على عدد كبير من المصادر العلمية.

3. من أجل حصول الباحث على درجة علمية متميزة بشأن كتابة البحث العلمي خاصته، ولا شك أن هذا يعتمد على ملاحظة المشرف الأكاديمي على مدى استخدام الباحث للمصادر العلمية بمختلف أنواعها، سواء كانت أمهات الكتب، أو المجلات العلمية، أو البحوث العلمية السابقة، أو الصحف الإلكترونية وغيرها.
 4. من أجل التأكد من صحة المعلومات المكتوبة، حيث يلجأ الباحث العلمي لمصدر آخر من أجل التحقق من صحة معلومة ما أو احصائية ما وجدها في مصدر من المصادر.
- أمور يجب على الباحث العلمي اتباعها عند الاستعانة بالمصادر العلمية:**
1. عند الاستعانة بمصادر البحث العلمي لا بد للباحث من أن يرجع لأستاذه المشرف على بحثه للاستفسار حول مدى أهلية تلك المصادر للاستعانة بها من أجل كتابة المحتوى العلمي المطلوب للبحث.
 2. لا بد للباحث العلمي عند الاستعانة بالمصادر أن يستعين بمصادر البحث العلمي التي تتعلق بالمجال العلمي الذي ينتمي إليه الباحث.
 3. لا بد للباحث العلمي أن يستعين بمصادر البحث العلمي ذات الصلة بمتغير واحد على الأقل من متغيرات عنوان بحثه الذي يقوم بإعداده.
 4. لا بد للباحث العلمي أن يستعين بالمصادر المتعلقة بالظاهرة التي يتناولها الباحث في بحثه العلمي.
 5. لا بد على الباحث العلمي أن يستعين بمصادر البحث العلمي الموثوقة، أي المصادر العلمية المنسوبة لمؤلفيها والجهات الكاتبة والناشرة لها.
 6. لا بد على الباحث العلمي بأن يتنوع في المصادر العلمية التي تم الاستعانة بها وذلك من أجل الحصول على المعلومات بدقة وصحة أكبر.

طريقة توثيق المراجع APA:-

طريقة توثيق المراجع APA للجمعية الأمريكية السيكولوجية (American psychological Association) هي طريقة تستخدم لتوثيق مراجع البحث العلمي، حيث تُعد الأبحاث العلمية التي تكون قد استوفت جميع شروطها وجود مراجع بالبحث العلمي لكي يستوفي البحث حقه في كونه بحثاً علمياً خالصاً، ويجب أن يكون مستوفي للدراسات السابقة، والتوصيات والمقترحات، والاقتراسات.

فالبحث الجيد هو البحث الذي يحتوي على جميع العناصر الأساسية واللازم توافرها في البحث العلمي، ومن هذه العناصر توثيق المراجع إذ يُعد التوثيق الجيد والصحيح ركن أساسي من أركان الأمانة العلمية، وتختلف طرق التوثيق حسب معايير معينة لذلك يجب أن يتبع الباحث طريقة معينة لتوثيق المراجع كافة التي تمت الاستعانة بها، ويجب الأخذ بعين الاعتبار الترتيب للمراجع ومراعاة وجود علامات الترقيم من فاصلة ونقطة وغيرها من علامات الترقيم المختلفة، فبعض المراجع تعتمد الفاصلة في التوثيق وبعضها تعتمد النقطة.

إن التوثيق هو عملية حفظ وترتيب وتقدير لمجهود الآخرين والإشارة لمصدر المعلومات، ومن أهم مميزات هذه الطريقة أنها تساعد على زيادة ثقة بالنتائج التي يتوصل إليها الباحث، وزيادة المعرفة، وتعزيز أمانة الباحث العلمية، ومن الضروري في عملية التوثيق جمع معلومات كاملة وصحيحة عن المصدر لضمان الأمانة العلمية والأخلاقية للبحث.

في توثيق مراجع الكتب يجب الأخذ بعين الاعتبار أن تتم طريقة التوثيق بحساب عدد المؤلفين، فطريقة التوثيق لمؤلف واحد، تختلف عن طريقة التوثيق لعدة مؤلفين، إذ يتم كتابة اسم عائلة المؤلف، والحرف الأول من اسم المؤلف، واسم الكتاب، ودار النشر، ومكان النشر.

أما طريقة التوثيق MLA وهي طريقة التوثيق الحديثة تختلف فيها طريقة التوثيق من كتاب لكتاب آخر، حيث يتم كتابة اسم عائلة المؤلف، و الحرف الأول من اسمه، ودار النشر ومكان النشر، واسم الكتاب أيضاً.

طريقة توثيق المراجع APA وفقاً لأسلوب الجمعية الأمريكية السيكولوجية (APA) الأسلوب التوثيقي ل APA له خصوصية وفقاً لمحددات عديدة، وقبل أن نبدأ بعرض هذه المحددات لابد أن ندرك أن هذه المحددات تنطبق تماماً على جزئي التوثيق في APA، وجزئي التوثيق في APA نقصد بهما (التوثيق الداخلي، والتوثيق في قائمة المراجع) بمعنى أن الآلية نفسها التي سنوردها تنطبق في الجزئيين، ونبدأ كما يأتي:

أولاً: أسلوب التوثيق APA وفقاً للمصدر:

تختلف المصادر التي يتم اقتباس المعلومات منها، فالباحث يقتبس معلوماته من الكتب ومن رسائل الماجستير والدكتوراه والأبحاث المختلفة، وكذلك الباحث يقتبس المعلومات من المواقع الإلكترونية وأيضاً من المصادر المترجمة، ولكل واحد من هذه المحددات خصوصية في التوثيق ضمن طريقة APA .

أ- إذا كان المصدر كتاباً: يتم توثيق الكتب في طريقة APA كالاتي:

- إذا كان المؤلف منفرداً:

اسم المؤلف (الاسم العائلة، ثم الاسم الأول للمؤلف ثم اسم والده)، عنوان الكتاب كاملاً، رقم الصفحة التي تم الاقتباس منها، دار نشر الكتاب، سنة صدور الكتاب.

وهنا لاحظ وجود فاصلة بين كل معلومة من معلومات التوثيق، وكذلك لا تنسى أن نظام APA فيه فاصلة بين اسم العائلة وباقي الاسم للمؤلف، على سبيل المثال:

الهيتي، حافظ ياسين، مناهج البحث الإعلامي، ص20، دار المثقف للنشر، 2020م.

- إذا كان هناك مؤلفين اثنين للكتاب نفسه:

فبنفس الطريقة نكتب التوثيق ولكن مع ذكر اسم المؤلفين في البداية كل مؤلف يذكر اسمه عائلته ثم اسمه الشخصي واسم والده، وبين الاسمين نضع (حرف واو)، على سبيل المثال:

الختاتنة، سامي محسن و ابو سعد، احمد عبد اللطيف، علم النفس الإعلامي، ص17، دار المسيرة للنشر، 2010م.

- وفي حالة كان هناك ثلاثة مؤلفين أو أكثر:

هنا نكتب اسم المؤلف الأول ومن ثم نكتب كلمة وآخرون على سبيل المثال:

العباسي، اميرة وآخرون، اعداد الصحفي بين التدريب والتعليم، ص67، دار العربي للنشر، 2005م.

ب- إذا كان المصدر رسالة ماجستير أو دكتوراه:

في هذه الحالة تتم عملية توثيق رسائل الماجستير أو الدكتوراه في طريقة APA، وفقاً لما يلي:

اسم الباحث (العائلة ثم فاصلة ثم الاسم الشخصي واسم الأب)، عنوان الرسالة، رقم الصفحة، عبارة (رسالة ماجستير/ او اطروحة دكتوراه مقدمة لجامعة كذا)، سنة الصدور.

على سبيل المثال:

الهيتي، حافظ ياسين، المسؤولية الاجتماعية للإعلان التلفزيوني، ص30، اطروحة دكتوراه مقدمة لجامعة بغداد، كلية الإعلام، 2005م.

ت- إذا كان المصدر موقعاً إلكترونياً:

إذا كانت المعلومات المقتبسة من موقع إلكتروني، فإن طريقة توثيق المواقع الإلكترونية بطريقة APA هي: اسم كاتب الموضوع، ثم عنوان الموضوع، ثم عبارة (مقال أو تقرير أو بحث... الخ، منشور على موقع كذا بتاريخ كذا)، ومن ثم يتم وضع الرابط الإلكتروني الموجود عليه المادة المقتبس منها المعلومات. على سبيل المثال: الدليمي، عبدالرزاق محمد، ادمان الأنترنت، مقال منشور على موقع الحوار المتمدن بتاريخ

www.alhewaralmotamaden.com 2018/3/11

ث- إذا كان المصدر كتاب أو رسالة أو مقال مترجم:

في هذه الحالة تأتي لطبيعة المادة هل هي كتاب أم رسالة أو موقع إلكتروني، ومن ثم نلتزم بنفس الطريقة التي أوردناها في التوثيق الخاصة بحيث نلتزم بالتوثيق بالنسبة للكتاب وفقاً لمحددات توثيق الكتاب وبالنسبة لرسالة الماجستير أو أطروحة الدكتوراه وفقاً لمحددات رسالة الماجستير والدكتوراه، وبالنسبة للمواقع الإلكترونية أيضاً الشيء نفسه، ولكن في عملية توثيق المصادر المترجمة في APA لابد من إضافة اسم المترجم بعد اسم المؤلف. على سبيل المثال نريد توثيق كتاب مترجم وفقاً لطريقة APA فنكتب:

Awad EL ALjaafary، Online Press، ترجمة النجار، عبير علي، الدار العربية للعلوم، 2019م.

وهنا ننسب لكتابة دار النشر التي نشرت النسخة المترجمة لا النسخة الأصلية، وكذلك كتابة سنة صدور النسخة المترجمة لا النسخة الأصلية.

ثانياً: أسلوب التوثيق APA وفقاً لترتيب المراجع

بداية نقول أن ترتيب المراجع في أسلوب APA هو خاص فقط بقائمة المراجع أي الجزء الثاني من عملية التوثيق وفقاً ل APA، لأن التوثيق الداخلي (في متن البحث) وهو الجزء الأول يقضي بأن المراجع يتم توثيقه في الصفحة نفسها الموجود فيها الاقتباس الخاص به، فلا ترتيب محدد هنا، أما بالنسبة لترتيب التوثيق في قائمة المراجع ففي APA هكذا تتم:

1. يتم تقسيم قائمة المراجع نفسها إلى فقرات محددة، كل فقرة تكون وفقاً لطبيعة المصدر المأخوذ منه المعلومات.
 2. تبدأ قائمة المراجع بتوثيق الكتب، حيث يذكر فيها الباحث الكتب العربية التي اقتبس منها.
 3. بعد الكتب يتم توثيق رسائل الماجستير والدكتوراه والأبحاث الأخرى.
 4. ومن ثم يأتي دور المراجع المترجمة والمتعلقة بالكتب والرسائل فقط، بمعنى أنها تكون كتب ورسائل مترجمة.
 5. وأخيراً المواقع الإلكترونية.
- هذا هو التوثيق العام والمعتمد بالنسبة لترتيب المراجع في قائمة المراجع في نظام APA.

أمثلة كاملة لتوثيق قائمة المراجع بحسب نظام APA

- توثيق الكتاب:
- الهيتي، حافظ ياسين، وسائل الإعلام والرأي العام، دار العين للنشر والتوزيع، 2020.
- توثيق رسالة دكتوراه:
- عباس، زينب ليث، الأساليب الفنية للإعلانات في شبكة المعلومات العالمية، رسالة ماجستير مقدمة لجامعة بغداد، 2005م.
- توثيق موقع إلكتروني:
- الدليمي، عبدالرزاق محمد، ادمان الأنترنت، مقال منشور على موقع الحوار المتمدن على الرابط www.alhewaralmotamaden.com
- توثيق مصدر مترجم:
- Online Press، Awad EL ALjaafary، ترجمة النجار، عبير علي، الدار العربية للعلوم، 2019م.
- توثيق مصدر لمؤلفين اثنين:

- الختاتنة، سامي محسن و ابو سعد، احمد عبد اللطيف، علم النفس الإعلامي، دار المسيرة للنشر، 2010م.
- توثيق لثلاثة مؤلفين فأكثر:

العباسي، اميرة وآخرون، اعداد الصحفي بين التدريب والتعليم، دار العربي للنشر، 2005م.

ملاحظات هامة جداً:

هذه الملاحظات استكمالاً للمعلومات السابقة، اذ أن كل نقطة من النقاط التالية هي بمثابة معلومة مكتملة لشيء تطبيقي في التوثيق بنظام APA:

1. في حالة تم تكرار نفس المرجع فإنه لا يشترط كتابة اسم المؤلف كاملاً، بل نكتفي بكتابة اسم العائلة فقط.
2. إذا كان المرجع نفسه مكرر (ونقصد هنا بمكرر أنه تم الاقتباس منه أكثر من مرة)، فيتم ذكر عائلة المؤلف فقط وكتابة (مرجع سابق) بدل من كتابة عنوان المرجع، ثم رقم الصفحة.
3. في حال تم تكرار المرجع بشكل مباشر دون وجود أي مرجع آخر يفصل بين التكرارات، فيكتب في المرة الأولى التوثيق كاملاً، وفي المرات المتتالية نكتفي فقط بكتابة (مرجع سابق)، ورقم الصفحة فقط.
4. في قائمة المراجع يتم توثيق المرجع مرة واحد فقط، وإذا تكرر اسم المؤلف في أكثر من مرجع فيلزم كتابة اسم المؤلف كاملاً (الشخصي والعائلة) في كل مرجع من المراجع العائدة له.
5. يمكن كتابة المصدر المترجم بمعنى كتابة اسم المؤلف و عنوان الكتاب باللغة العربية وفقاً للترجمة.

ثانياً: الاستبانة

تُعرف الاستبانة أو (استمارة الاستبيان) بأنه عبارة عن استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة المترابطة والمتسلسلة التي يُطلب الإجابة عليها وتعبئتها من قبل المبحوث لجمع المعلومات والبيانات حول الظاهرة أو مشكلة البحث، والاستبانة عبارة عن أسئلة مكتوبة يجري الإجابة عنها كتابة حسب التعليمات والإرشادات المرفقة مع الاستبانة، وهي تختلف عن المقابلة التي تكون الأسئلة فيها شفوية وتدون الإجابات من قبل الباحث وليس المبحوث.

وتُعد الاستبانة أكثر أدوات البحث الكمي شيوعاً في الاستخدام في ميادين الدراسة المتعلقة بالعلوم الاقتصادية، والإدارية، والاجتماعية، والتربوية، والسياسية، والإعلامية، وكذلك في المجالات الأكاديمية والعلمية المتعلقة بالدراسات المسحية، واستطلاعات الرأي، وميول الأفراد واتجاهاتهم وقيمهم نحو موضوع معين، فضلاً عن المعتقدات، والدراسات الأسرية الاجتماعية، أو المتعلقة بالجوانب العاطفية والشخصية.

• خطوات بناء الاستبانة:-

قبل البدء بتصميم الاستبانة على الباحث أن يقوم بالآتي:-

أ- أن يحدد نوع المعلومات المطلوب جمعها، فالباحث يقوم بالعودة إلى مصادر ومراجع ووسائل متعددة، كما يكون قد قام بالحصول على معلومات وبيانات عن مشكلة البحث وفي هذه المرحلة يصل الباحث إلى وضع يستطيع أن يحدد حجم ونوع المعلومات المتبقية الضرورية والعامة والتي عليه أن يعد الاستبانة للإجابة عليها.

ب- على الباحث أن يجيب عن تساؤل يتعلق بالمقاييس Scales المستعملة في الاستبانة، هل هذه المقاييس توفر الصدق وموثوقية للمعلومات أم لا؟ هل يمكن استعمال بعض الأسئلة التي استعملت في استبانات أخرى مشابهة، على افتراض أن الباحث يستطيع أن يوظف حسنة الاستبانة السابقة في تصميم وبناء استبانة بحثه، فإذا توصل الباحث إلى قناعة وقرر استعمال الاستبانة فإنه في مثل هذه الحالة مسؤول عن عملية التصميم أو البناء الداخلي والتي يمكن تقسيمها إلى مراحل متسلسلة ومنطقية وفيها تتابع عملياتي وإجرائي Tran Sectional (operational) Sequence، كما سنرى لاحقاً.

ت-إن مشكلة البحث هي نقطة الانطلاق الأولى لتصميم الاستبانة لذلك على الباحث أن يقوم بتحليل المشكلة إلى عناصرها الأولية الأساسية، بوصفها متغيرات مستقلة (تجريبية) تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على وضع الظاهرة أو تشارك في تشكيل الظاهرة مشكلة البحث.
فمثلاً مشكلة البحث هي دور وسائل الإعلام في التوعية الصحية، تكون المشكلة على شكل سؤال هو:

ما دور وسائل الإعلام في التوعية الصحفية؟ فعلى الباحث أن يقوم بتحليل المتغير المستقل إلى عناصره الرئيسية كأن يقول:-

- دور التلفزيون في التوعية الصحية؟
- دور الإذاعة في التوعية الصحية؟
- دور الصحافة الأسبوعية في التوعية الصحية؟
- دور المجالات في التوعية الصحية؟ ... الخ.

فعلى الباحث عدم إغفال أي جانب مؤثر فيما يخص وسائل الإعلام، حتى يستطيع أن يحدد تمثيل كل نوع من الأنواع الرئيسية في المشكلة، ثم يقوم بتحليل العناصر الرئيسية إلى عناصر فرعية لكل متغير، وتكون هذه المتغيرات الفرعية بمثابة تحليل للمتغير الرئيسي والتي ستكون على شكل أسئلة، وليس مهماً في هذه المرحلة نمط الأسئلة ونمط الإجابة وإنما يجب التركيز على المتغيرات والعناصر الرئيسية والفرعية، إلا إن هذا التحليل سيكون مؤشراً أولاً للطريقة التي سيجري فيها صياغة الأسئلة وأيضاً لطريقة الإجابة، ونوع الاستبانة التي سيجري استعمالها.

● شروط أسئلة الاستبانة

إن صياغة الأسئلة تهدف إلى جمع المعلومات عن العناصر الفرعية المتفرعة من عناصر المشكلة، والباحث عليه أن لا يشعر بالخل أو الإحراج في أن يستشير ذوي الاختصاص إذا ما وجد صعوبة ما في صياغة الأسئلة، أو الرجوع إلى أسلوب الصياغة في استبانات مشابهة، لذلك فأن هناك مجموعة من الاعتبارات الهامة يجب أخذها بالحسبان عن صياغة الأسئلة وأهمها:-

- أن تكون الأسئلة متسلسلة و مترابطة، تبدأ من السهل إلى الصعب، ومن العام إلى الخاص.
- أن يكون لكل سؤال هدف محدد مرتبط بمشكلة البحث.
- أن تكون صياغة الأسئلة بعبارات واضحة وكلمات سهلة.
- أن لا تصاغ الأسئلة بطريقة فيها تحيز.
- أن لا تصاغ الأسئلة بطريقة تدفع المبحوث إلى نوع معين من الإجابة.
- أن تكون الأسئلة قصيرة وتؤدي المعنى المطلوب.
- أن لا تكون الأسئلة محرجة.
- أن لا تتطرق الأسئلة إلى مواضيع تتعارض مع القيم الدينية والاجتماعية.
- أن لا تتطرق الأسئلة إلى مواضيع حساسة، أمنية، أو دينية، وغيرها إلا في حالات الضرورة الملزمة.
- إن لا تصاغ الأسئلة بطريقة استفزازية تثير المبحوث.
- تجنب وضع أسئلة غير ضرورية وغير هامة وليس لها أية قيمة معلوماتية.
- تجنب طرح أسئلة شخصية.
- تجنب الكلمات ذات المعاني المتعددة.
- تجنب الأسئلة الإيحائية وهي التي توحى للمبحوثين بإجابة معينة.

- تجنب بدائل الإجابة المتضمنة البديل المتضمن هو بديل لم يُذكر ولكن يفهمه المبحوث.
- تجنب التعميمات في صياغة الأسئلة، يجب أن تكون صياغة الأسئلة محددة وليست عامة.
- تجنب الأسئلة المزدوجة وهي التي تستثير إجابتين وهذا يؤدي إلى تشويش المبحوث.

• خطوات اعداد الاستبانة

عندما نقوم بتصميم الاستبانة علينا القيام بالآتي:

1. تحديد نوع السؤال سواء كان مفتوحاً أم مغلقاً والذي سيمدك بالمعلومات التي تحتاجها.
2. اعتمد الأسئلة المقننة ما أمكن، ومحاولة أن تكون جميع الأسئلة مغلقة ما أمكن لتقليل جهود الإجابة على المبحوث، ولتقليل جهد التفريغ على الباحثين خاصة في البحوث الوصفية والتفسيرية التي يسهل فيها وضع أسئلة مغلقة، حيث تفيد المعلومات المتوافرة لدى الباحثين في وضع بدائل إجابات لمعظم الأسئلة على عكس البحوث الاستكشافية التي قد يضطر الباحث لترك كثير من الأسئلة مفتوحة.
3. في أسئلة قياس المعلومات يُفضل وضع بديل (لا أعرف) حتى لا يضطر الباحث إلى تخمين الإجابة، وكذلك في أسئلة الرأي لا بد من وضع بديل (لا رأي لي) حتى لا يُجبر المبحوث على اتخاذ موقف ربما لا يعبر عنه فعلياً.
4. ينبغي عند صياغة البدائل أن تكون شاملة، بحيث لا يكون هناك تداخل بين بديل وآخر، وأن تشمل البدائل جميع الإجابات الممكنة، وإذا لم يكن في الإمكان ذكر كل الإجابات الممكنة يوضع بديل (أخرى تذكر) وتترك مساحة خالية للمبحوث ليضيف الإجابة التي يريد ذكرها ولم يضعها الباحث ضمن البدائل، وهي ما نسميه السؤال نصف المغلق، كما ينبغي أن يحدد للمبحوث إذا كان المطلوب منه ترتيب البدائل وفق معيار معين مثل معيار الأفضلية، أو اختيار بديل معين.
5. إذا كان ترتيب البدائل يؤثر في الإجابة التي يختارها المبحوث فيجب عمل أكثر من نموذج للاستمارة يختلف فيها ترتيب البدائل.
6. عدم المبالغة في عدد أسئلة الاستبانة مما يجعلها عرضة للإهمال وعدم تجاوب المبحوثين في ملئها.
7. يجب البدء بالأسئلة البسيطة والجزابة لتشجيع المبحوثين على الإجابة، ففي معظم الدراسات الإعلامية يبدأ الباحثون بأسئلة عن حجم التعرض للوسائل الإعلامية وهو عادة ما يكون المتغير المستقل في هذا الدراسات، وتعد هذه الأسئلة التي لا يمانع المبحوثين في الإجابة عنها بداية جيدة في أية استبانة لأنها: تكسر الحاجز بين الباحث والمبحوثين، وتشجع المبحوثين على الإجابة عن بقية الأسئلة، فالهدف الأساسي من ترتيب الأسئلة هو تسهيل عمل المبحوث، والعمل على تشجيعه على المشاركة في المسح؟

مثال:-

- أ- هل تشاهد التلفزيون؟
 - ب- ما القنوات التي تفضل مشاهدتها؟
 - ت- ما البرامج التي تحرص على متابعتها على هذه القنوات؟
- فلا يمكن في المثال السابق أن نسال عن البرامج التي يتابعها الفرد ثم نسأله إذا كان يشاهد التلفزيون أولاً.
8. ترك الأسئلة الصعبة أو الممرجة إلى نهاية الاستمارة حتى تكون هناك ألفة بين الباحث والمبحوث.
 9. إتباع الترتيب الزمني إذا كانت الأسئلة تتعلق بمعلومات تاريخية فنبدأ بالأسئلة عن المواضيع الأقدم زمنياً ثم الأقرب فالأقرب.

10. استعمل أسلوب القمع **Funnel Technique** الذي يبدأ بالأسئلة العامة ثم ينتقل منها إلى الأسئلة المتخصصة أو الدقيقة.
11. لا تنتقل إلى موضوع جديد قبل أن تنتهي من جميع الأسئلة الخاصة بموضوع معين تماماً.
12. إعداد خريطة توضيحية **Flow chart** إذا كان هناك أسئلة تصفية **Filter Question** في الاستمارة.
13. توجيه أسئلة التصفية قبل الأسئلة التفصيلية.
14. اترك الأسئلة الخاصة بالبيانات الديمغرافية إلى نهاية الاستمارة حتى إذا رفض المبحوث الإجابة عنها تكون لدينا اجاباته عن اسئلة الاستمارة.

● تحديد شكل الاستمارة:-

- لتحديد شكل الاستمارة يجب مراعاة ما يلي:-
- استعمل نوعية جيدة من الورق والطباعة، ولا تعتمد على تصوير الاستمارة حتى تكون الكتابة واضحة.
- جعل الاستمارة قصيرة بقدر المستطاع مع تجنب ازدحامها بالكلام والأسئلة ليسهل الإجابة عليها.
- يفضل طباعة الاستمارة في شكل كتيب صغير لتجنب ضياع بعض الصفحات.
- ذكر اسم الجهة التابع لها البحث في صفحة الغلاف.
- كتابة (أذهب إلى سؤال رقم) بنمط مختلف.
- تحديد الطريقة التي يجيب بها المبحوث، هل المطلوب منه وضع دائرة، أم علامة (صح) أم إشارة اكس (x) أم غيرها.

● مراجعة الاستبانة وعرضها على الخبراء:

بعد قيام الباحث بأعداد مسودة الاستبانة فهي غير نهائية إذ أنها قابلة للتعديل أو التغيير، فعلى الباحث التأكد من الأسئلة من حيث اللغة، والأخطاء الإملائية، وصيغة الأسئلة، ومقارنتها مع أهداف البحث أيضاً، وهذا يتطلب من الباحث بعض الخطوات المنهجية عن طريق عرض الاستبانة على ذوي الاختصاص أو الخبراء، أو على مراكز الدراسات المتخصصة، وحسب أهمية الدراسة ومجالها حتى لا تكون عرضة للوقوع في أخطاء قد تكون مكلفة، ولذلك يجب على الباحث أن يأخذ بنصائح هؤلاء وتوجيهاتهم وآرائهم.

● إجراء الاختبار القبلي وتعديل الاستمارة عند الضرورة

بعد عرض الاستبانة على الخبراء والأخذ ببعض ملاحظاتهم المهمة، تأتي الخطوات اللاحقة الآتية:-

1. القيام بإجراء اختبار قبلي على عدد من أفراد عينة البحث للتأكد من وضوح الأسئلة وصلاحيه الاستبانة.
2. القيام بتصحيح ملاحظات مساعدي الباحث القائمين بأجراء المقابلات، والمبجوثين لتحديد المشكلات الموجودة بالاستمارة وتعديلها.
3. القيام بترميز الاستمارة وعمل جدولة لإجابات المبحوثين.
4. القيام بحذف الأسئلة التي تسبب مشكلات أو التي لا تمدنا بمعلومات كافية، أو التي لا تكون واضحة تماماً.

الإخراج النهائي للاستبانة.

- أ- التأكد من أن الاستبانة جرى تصحيحها بطريقة سليمة وتؤدي الغرض المطلوب منها بعد فحصها ومراجعتها، ثم يجري طباعتها طباعة نهائية بعد إجازتها من قبل الباحث والخبراء.
- ب- القيام بسحب عدد النسخ المطلوبة مضافاً لها نسبة 25% وهي النسبة المعتمدة في حالة إرسال الاستبانة بالبريد لاحتمال عدم إعادتها إلى الباحث، وقد تقل هذه النسبة وتزيد بحسب قناعة وتقدير الباحث، وفي

هذه المرحلة تصبح الاستبانة جاهزة للتوزيع بحسب العناوين التي يفترض أن تكون موجودة مسبقاً وجاهزة.

ت- قيام الباحث باطلاع الفريق الذي يشرف على التوزيع على الاستبانة وشرح فقراتها وتعليماتها فقرة - فقرة، ليتأكدوا من الإجابة عن أي استفسار، وفي الوقت نفسه فإن على الباحث التأكيد على الفريق بعدم الاسترسال في الشرح مما يعطي أي اتجاه نحو إجابة محددة، وفي حالة أخرى قد يجد الباحث نفسه بحاجة إلى تعريف محدد لبعض الكلمات المكتوبة بحيث يمنع نفسه من التحدث في أي موضوع يتعلق بأسئلة الاستبانة ما عدا التعليمات والإرشادات ولغاية علمية بحتة، إذ أن الاستبانة من المفروض في الأصل ومنذ البداية مصممة بكلمات سهلة، وجمل قصيرة وواضحة، وجرى تجربتها عند عرضها على المبحوثين في الاختبار القبلي، لذلك لم يعد هنالك أي مبرر لأي توضيح أو تفسير خدمة للأهداف العلمية التي تسعى الاستبانة إلى تحقيقها.

● عيوب الاستبانة:-

- في بعض الأحيان لا تُعاد الاستبانة، وكما بينا يجب أن تكون النسبة المضافة من الاستمارات بين 20-25% من العدد الإجمالي.
- لا يمكن استعمال الاستبانة في مجتمع أمي، في حين مشكلة البحث قد تتطلب الحصول على إجابات من هذه الفئة، لذلك يضطر الباحث إلى زيادة عدد الفريق ويجري قراءة كل سؤال في الاستبانة لكل فرد ويدون الفريق الإجابة، وهذا يؤدي إلى الحاجة لجهود كثيرة، ووقت طويل، ومعاناة في طرح السؤال وتكرار طرحه، وتدوين الإجابة.
- قد يقوم المبحوث بإعطاء أجوبة غير صحيحة أما بسبب انشغاله، أو لا يوجد لديه وقت كاف لقراءة الاستبانة، أو بسبب عدم معرفة المقصود من بعض الأسئلة، أو يقوم بالإجابة حسب تفسيراته الخاطئة.
- عدم قيام المبحوثين بالإجابة عن عدد من الأسئلة أما لعدم فهم الأسئلة، أو نسيانها، أو تعمد عدم الإجابة.

الاستبانة الالكترونية

1- المسوحات الالكترونية (الاستبانة عبر البريد الالكتروني وعبر الانترنت)

في السنوات الأخيرة ازداد استعمال الاستبانة الالكترونية بسبب سهولتها وتعدد مزاياها، وتوجد أساليب عدة لتطبيق الاستبانة الالكترونية منها الآتي:-

- أ- **البريد الالكتروني Email:** إذ يتلقى المبحوثين رسالة تتضمن الاستبانة، أو توجيه المبحوث لموقع معين، وبعد ملأ الاستبانة يرسلها المبحوث للباحث عن طريق الضغط على زر **Submit**، ويمكن الحصول على عناوين البريد الالكتروني بطرق مختلفة.
- ب- **قواعد البريد الالكتروني Database Email:** بعض المبحوثين يوافقون على وضع أسمائهم في قواعد بيانات بعض الشركات، بحيث يمكن إرسال دعوات الكترونية لهم تدعوهم لمواقع معينة للمشاركة في بعض الأبحاث.
- ت- **الومضة Pop up:** هي عبارة عن دعوة للمشاركة في بحث توضع في مربع صغير يظهر ويختفي بشكل متكرر على شاشة المستخدم للإنترنت عند زيارته لموقع معين، وللمشاركة يضغط المبحوث على ذلك المربع فتظهر الاستبانة ليقوم بملئها.

مزايا الاستبانة الالكترونية:-

1. سهولة تطبيقها حيث لا يستغرق تصميمها ووضعها على الانترنت سوى وقت قليل، وتصبح متاحة لعدد كبير من المبحوثين في أي مكان في العالم.

2. إمكانية التعديل في أسئلة الاستبانة في أي وقت.
 3. انخفاض تكلفة ملء الاستبانة وتحليل البيانات.
 4. تتيح للمبحوث ملء الاستبانة وقت ما شاء ويمكن أن يقوم بذلك على عدة جلسات، أي إنه إذا شعر بالتعب يمكن أن يغلق الاستبانة ويقوم بحفظ الإجابات وعندما يعود إليها مرة أخرى يستأنف الإجابة عن بقية الأسئلة.
 5. تتيح للباحث رؤية إجابات المبحوثين بمجرد انتهائهم من الإجابة عنها.
 6. تتيح للباحث وضع أنواع مختلفة من الأسئلة، وتوظيف الصوت والصورة في الاستبانة فمثلاً: يمكن أن يضع إعلاناً تلفزيونياً ويسأل المبحوثين عنه، ويضع أغنية أو مقطوعة موسيقية، ويسأل المبحوثين عن رأيهم فيها.
 7. تتيح إمكانية الوصول الى نوعيات مختلفة من المبحوثين لا يمكن الوصول إليهم عبر التلفون، أو البريد العادي، مثل الأفراد ذوي المستويات الاقتصادية، والثقافية المرتفعة.
 8. يمكن إعادة تطبيق الاستبانة بسهولة، مما يسهل إجراء دراسات تتبعية.
 9. يمكن التطبيق على عينة كبيرة خاصة إذا كان الموضوع جذاباً للمبحوثين.
 10. أصبح مستخدمي الانترنت ينتمون لشرائح مجتمعية مختلفة نتيجة انخفاض التكلفة، ومع الوقت أصبحت عينات الانترنت أكثر تمثيلاً لفئات المجتمع كون هذه الوسيلة أصبحت الوسيلة الأكثر جماهيرية وشعبية وتعرض لها فئات الجمهور المختلفة.
- عيوب الاستبانة الالكترونية:-**

للاستبانة الالكترونية عيوب عدة تتعلق بالصدق والثبات ومن هذه المشكلات ما يأتي:

- 1- عدم القدرة على معرفة شخصية المبحوث، وهل تنطبق عليه مواصفات العينة أم لا.
- 2- يمكن للفرد الإجابة عن أكثر من استبانة.
- 3- برغم زيادة اعداد جمهور الانترنت إلا أنهم عادة أصغر سناً، وأعلى تعليماً، وأكثر اهتماماً بالتكنولوجيا مقارنة ببقية أفراد الجمهور، اي لا يمكن القول بأنهم يمثلون الجمهور الكلي بشكل مقبول، مما لا يمكن احيانا من تعميم نتائج البحث بشكل مقبول

ثالثاً: استطلاعات الجمهور (رأي الجمهور)

إن عملية استطلاع الجمهور هي طريقة فنية لجمع المعلومات التي تستخدم لمعرفة رأي مجموعة من الأفراد في مكان ووقت معين عن موضوع محدد.

يمثل استطلاع الجمهور والوقوف على مؤشرات مرتكزا أساسيا في توجيه صانعي القرار في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية في الاتجاه الصحيح.

ويضمن استطلاع الجمهور قياس توقعات الرأي العام وتقييم أداء الحكومات وإجراء الدراسات العلمية حول القضايا المحلية، ووضع هذه البيانات والنتائج في خدمة الباحثين وصناع القرار لتعزيز القدرة على اتخاذ القرار بمنهج علمي موضوعي.

لذا فقد أصبحت الاستطلاعات عامل مهم لقياس الرأي العام ومن الركائز الهامة لصانعي القرار في مختلف المجالات، و لا يخفى علينا أن من عوامل سر نجاح النظم يكمن في قياس رأي افراد المجتمع والمؤسسات، نتيجة الإلمام ومعرفة آرائهم مما يمثل التدفق الثنائي للمعلومة بين صانع القرار وأفراد المجتمع. كما تعمل استطلاعات الرأي على نشر الوعي لدى المعنيين وهو مؤشر ايجابي يساهم في اتخاذ القرار المناسب.

الاستطلاع بمفهومه المبسط مجموعة من الأسئلة تطرح على مجموعة مختارة من الناس باستخدام أسس علمية سواء أكان ذلك في اختيار الناس أو في كتابة الأسئلة.

أهمية واهداف استطلاعات الرأي:

تشير العديد من الدراسات الدولية إلى أهمية تطوير عمليات الاستطلاعات واستمراريتها لتحقيق قدر أكبر من المشاركة المجتمعية العامة أو النوعية في رسم السياسات العامة للدولة، وذلك بهدف إشراك الأفراد والجماعات والمؤسسات المختلفة في خلق التوجه وتنفيذه ورعايته بعد ذلك.

كما يحتل استطلاع الرأي مكانة مهمة في الدول الصناعية والمتقدمة، بل يعتبره البعض مؤشراً أساسياً على اتجاهات السياسات العامة في الدولة والمجتمع، واستطلاع الرأي العام ظاهرة يمكن دراستها وهي قابلة للتحقق، إذ يعبر المجتمع بمختلف فئاته عن رأيهم الصريح والحقيقي في الموضوع المحدد في الاستطلاع.

وتكمن أهمية واهداف الاستطلاع حول مدى وطنية الموضوع والإجراءات والنتائج المرجوة منها، وهو ما يجعل دراسة الواقع واستشراف إمكانات التحول فيه نحو تفاعل أكبر بين المجتمع والدولة من جهة، وبين استطلاعات الرأي العام من جهة أخرى لتحقيق أعلى قدر من الانسجام والتوافق الاجتماعي مما يعزز الاستقرار كشرط لازم للتنمية والتطوير والحداثة.

ومن الأهمية إدراك أهمية تحقيق المصادقية الأعلى لهذه الاستطلاعات والاهتمام الأكبر من قبل الدولة بها، والاستفادة منها في تحقيق الإصلاح والنمو الديمقراطي وتحفيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية لبناء الدولة الحديثة من جهة، ولتحقيق الحضور بين الدول المتقدمة من جهة أخرى.

مجالات استخدام استطلاعات الرأي:

يتم تنفيذ استطلاعات الرأي بالمنهجية العلمية وبتطبيق أفضل التقنيات الفنية في هذا المجال للحصول على معلومات دقيقة يمكن الاعتماد عليها في الأبحاث وفي توجيه السياسات اللازمة للتعرف على التغيرات التي تطرأ على الرأي العام في المجالات المطروحة،

وتتعدد أغراض المسوح الاستطلاعية لتشمل العديد من المجالات، حيث يوجد استطلاعات الرأي العام التي قد تدرس الآراء فيما يتعلق بالقضايا السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، وتستخدم أنواع أخرى من الاستطلاعات لأغراض علمية، مثل الدراسات الاستقصائية التي توفر معلومات هامة لجميع أنواع حقول البحث العلمي مثل أبحاث التسويق، وعلم النفس، وعلم الاجتماع والمجالات الصحية وغيرها.

وهناك نماذج عديدة في مجالات استخدام استطلاعات الرأي على سبيل المثال:

استطلاعات قادة الرأي العام: تُجرى هذه الاستطلاعات على كبار رجال الدولة مثل الوزراء الحاليين والسابقين، والمهندسين، والأطباء، والجيولوجيين، وأئمة المساجد، وكبار الفنانين، ورجال الأعمال، وكبار الصحفيين والإعلاميين، الخ، بحيث يتم جمع معلومات عن مواقف وآراء معينة حول قضية معينة وفي الغالب تؤخذ دليل المؤشرات الإحصائية.

أنواع الاستطلاعات:

1- استطلاعات سياسية: تجرى هذه الاستطلاعات لكبار رجال الدولة وفئات محددة من الناس، بحيث

يتم جمع معلومات حول المواقف السياسية لمجتمع معين، مثل المشاركة في الأحزاب السياسية

والانتخابات البرلمانية، ومشاركة المرأة في الحياة السياسية، وفي الغالب هذه الاستطلاعات تجرى للاستخدام الخاص.

2- استطلاعات اقتصادية واجتماعية: وهي تدرس الوضع الاقتصادي والاجتماعي لفئات المجتمع المختلفة والتوقعات المستقبلية للوضع الاقتصادي بالمقارنة مع فترة سابقة أو حالية.

3- استطلاعات تسويقية: تستخدم هذه الاستطلاعات في الترويج لسلعة معينة مثلاً يتم إجراء استطلاع معين عن سلعة معينة بحيث يتم عرض هذه السلعة على المستجيب وتكون هذه السلعة غير معروفة الاسم والمنتج، ومن الممكن أن يتذوقها المستجيب وبعد ذلك يتم طرح العديد من الأسئلة التي تخص هذه السلعة من حيث النكهة والطعم واللون والمكونات والغلاف ... الخ. ومن ثم يسأل الباحث المستجيب بأن يعطي اسم لهذه السلعة ويطلب منه أن يحدد ما هي الأمور التي يشعر بأنها غير جيدة.

والهدف من هذا النوع من الاستطلاع هو تسويق السلعة بالدرجة الأولى وتعريف الناس بها ل طرحها في السوق بشكل منافس، ثم الوقوف على أهم الأمور المعيبة في هذه السلعة، ثم هناك أهداف اقتصادية لتحديد سعر السلعة وأهداف أخرى تنافسية لتنافس سلع أخرى مشابهة مثل المشروبات الغازية، والعصائر، والتبوغ ... الخ.

4- استطلاعات التتبع: هذا النوع من الاستطلاعات يستخدمه السياسيون بشكل أساسي، ويشتمل على إجراء مقابلات مع عدد قليل من عينات مختارة، تتم خال فترة قصيرة من الوقت (يومان او ثلاثة) وتجمع نتائج عينة عن الرأي العام اثناء تلك الفترة، ويتم أخذ عينة إضافية في كل ليلة، ويجري اسقاط بيانات أقدم ليلة من الاستطلاع، ويتم اضافة نتائج الليلة الأخيرة وتستخرج النتائج، وتوفر هذه الاستطلاعات أداة لقياس تغير المواقف أكثر دقة من الاستطلاعات الأسبوعية المنتظمة، ويُعد هذا النوع من الاستطلاعات من الأدوات المفيدة لتتبع الرأي العام باستمرار ولمدة طويلة.

ومن سيئات هذا النوع صغر حجم العينة مما يعني الوقوع بأخطاء فضلا عن المشاكل المنهجية الخطيرة المحتملة. وبعض المؤسسات تستخدم هذا النوع من الاستطلاعات على أنها استطلاعات منتظمة، وهذه عملية مضللة خاصة إذا جرى الاستطلاع في ليلة واحدة فقط.

5- الاستطلاعات الزائفة: الاستطلاعات غير العلمية هي التي تولد المشاكل والضجة في استطلاعات الرأي العام، إن في هذا القول تضارباً كبيراً، حيث أن الاستطلاع هو علمي بطبيعته، وثمة أسماء عديدة لهذه الاستطلاعات الزائفة وربما كان Slops أفضلها وهي تعني "مسوحات الرأي العام المختارة ذاتياً والموجهة للمستمعين" Surveys opinion Public Oriented Listener selected-Self ، وليس لهذه الاستطلاعات أي قيمة على الإطلاق سوى اشباع فضول البعض، ويمكن أن تكون ممتعة للغاية إن لم تؤخذ على محمل الجد، ومن هذه الاستطلاعات استطلاع رأي الناس حول أفضل مغني على برنامج تلفزيوني قد تكون فيه متعه. وغالباً ما تعتبر استطلاعات Slops وكأنها حقيقية.

وتستخدم برامج الأخبار التلفزيونية المحلية هذا الأسلوب من الاستطلاعات عن طريق الاتصال بالهاتف بالإعلان عن رقم الاتصال للإعراب عن موقف معين خاص في قضية معينة، وإعطاء رقم آخر للإعراب عن موقف معارض، وتتم اذاعة النتائج في نشرة الأخبار الأخيرة وكأنه استطلاعاً حقيقياً تم إجراؤه. إن نتائج تلك المحاولات لقياس الرأي العام لا معنى لها لأنه لا سبيل لمعرفة من أجب، وما هي العينة، وهل هناك تحيز أم لا.

6- استطلاعات وسائل الإعلام: هناك العديد من استطلاعات الرأي العام التي تجريها وترعاها وسائل الإعلام المختلفة في هذه الأيام، مثل صحيفة نيويورك تايمز، News ABC و News CBS

وصحيفة والواشنطن بوست وغيرها من وسائل الإعلام في دول العالم المختلفة، والهدف من هذا النوع من الاستطلاعات هو إيجاد مواضيع اخبارية مشوقة، ودعم التقارير الإخبارية، فضلا عن المساعدة في توجيه قرارات التغطية الإخبارية داخل المؤسسة الإعلامية.

أساليب تنفيذ استطلاعات الرأي العام:

مما لا شك فيه أن غياب التخطيط في أي عمل يجعل نجاحه في حكم المستحيل، وإذا كنا بصدد إجراء استطلاع للرأي فإن عملية التخطيط تكتسب أهمية خاصة نظراً لتعدد الأنشطة وضخامة عدد المشاركين فيه ووجود ضغوط إنهاء الاستطلاع في أسرع وقت ممكن، وبعض الأنشطة يجب تنفيذها على التوالي بحيث تعد مخرجات أحد الأنشطة مدخلات لنشاط آخر.

فعلى سبيل المثال لا بد من الانتهاء من تصميم العينة قبل سحبها ولا بد من الانتهاء من سحب العينة قبل بدء عملية جمع البيانات ومن أهم المراحل أثناء عملية التخطيط هي:

1. **اختيار الموضوع:** طلب خدمة من جهات حكومية أو خاصة بتنفيذ استطلاع رأي مثل دائرة التنمية الاقتصادية، دراسة استطلاع الرأي لبعض الظواهر والمناسبات الاقتصادية والاجتماعية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، دراسة قضية أو موضوع أو مشكلة هامة وبارزة تمس الرأي العام وتهم كافة المواطنين.

2. **صياغة الهدف العام والأهداف التفصيلية:** يجب أن تصاغ أهداف الاستطلاع المقرر إجراؤه بشكل واضح ومفهوم. وعادة تتم هذه الصياغة من خلال هدف عام يحدد الهدف الرئيسي من إجراء الاستطلاع ومن ثم نقوم بوضع الأهداف التفصيلية التي تبلور الهدف العام بشكل أكثر تحديداً. وتكمن أهمية الصياغة الواضحة للأهداف في أنها تشكل المرجعية التي يلتزم بها القائمون على تنفيذ كل الأنشطة في الاستطلاع.

3. **تحديد نطاق الاستطلاع:** يتم تحديد نطاق الاستطلاع وحجمه في ضوء الموارد المالية والبشرية المتاحة. تعد هذه الخطوة بمثابة تصور أولي لعدد من البدائل التي تحدد سيناريوهات مختلفة لتحقيق أهداف الاستطلاع، هذه التصورات يتم بلورتها تمهيداً لعرضها على الجهة صاحبة الاستطلاع تمهيداً لترجيح أحد البدائل. وعند وضع البدائل يجب أن تكون مقرونة بتكلفة تقريبية وبمزايا كل بديل فيما يتعلق بقبالية النتائج للتعيم ومدى قدرة كل بديل على تجنب التحيز في النتائج مع توضيح أن هذه المزايا ليست من قبيل الترف العلمي وإنما هي حجر الزاوية في رسم سياسات ناجحة، وتصميم برامج فاعلة، وبالتالي يجب الأخذ بعين الاعتبار عند تحديد نطاق الاستطلاع أن يراعى حجم العينة ومستوى نشر البيانات.

4. **تحديد وجمع البيانات المطلوبة:** يتم في هذه المرحلة تحديد عدد المتغيرات التي تترجم فيما بعد الى أسئلة يتم تضمينها في استمارة الاستبيان، ومن الأهمية بمكان أن يلبى الاستطلاع احتياجات المؤسسات الأخرى من البيانات ذات العلاقة بالاستطلاع، مثل استطلاعات دائرة الشؤون البلدية.

5. **تصميم العينة:** وهنا يجب الاعتماد على إطار محدث وكامل لمفردات المجتمع المستهدف وذلك لضمان الحصول على نتائج دقيقة من الاستطلاع، وهذا يتطلب ما يلي:

- وجود حصر بأسماء وعناوين كافة مفردات المجتمع موزعة حسب المنطقة، التجمع والحي ومنطقة العد، ورقم المبنى والمسكن، ووجود خرائط تبين مواقع المباني والمسكن والشوارع وذلك بمقياس رسم مناسب.

- وجود أجهزة داعمة لنظام GPS وذلك لتسهيل الوصول الى الموقع الجغرافية ولربط كافة المواقع بالخرائط الرقمية.

- وجود قوائم محدثة بأسماء وهواتف قادة الرأي.

6. **وضع البرنامج الزمني لأنشطة الاستطلاع:** في هذه المرحلة يتم استخدام برامج محوسبة في وضع البرنامج الزمني لأنشطة الاستطلاع كافة مثل (Management Project Microsoft)

ونظام (SCAD SMART) المتبع في المركز، وفي هذه المرحلة يتم التمييز ما بين أنواع الأنشطة التالية:

- الأنشطة المتتابعة: وهي الأنشطة التي لا يمكن البدء بها إلا بعد الانتهاء من إنجاز الأنشطة الأخرى.
- الأنشطة المتداخلة: وهي التي يمكن البدء بها قبل نهاية الأنشطة الأخرى.
- الأنشطة المتوازية: وهي التي ترتبط بأي أنشطة أخرى ويمكن تنفيذها على التوازي.

7. تحديد الموارد المطلوبة: وفي هذه المرحلة يتم تحديد الاحتياجات مثل:

- البرمجيات: مثل برامج الإدخال باستخدام (SPSS IBM Author (collection data ونظام Survey123 أو أي برمجيات أخرى مناسبة.
- الأجهزة: مثل أجهزة iPad، ماكينات التصوير والطباعة والحاسب الآلي.
- تحديد الاحتياجات من الموارد البشرية: بناء على طبيعة الاستطلاع.

رابعاً: المقابلة العلمية:

يُعد أسلوب المقابلات أحد أساليب جمع البيانات الكمية، كما يُعد أحد الأساليب المتبعة في الحصول على البيانات في منهج المسح الذي يتضمن إجابة المبحوثين عن أسئلة يوجهها إليهم الباحثين عن طريق مقابلات، وتنقسم المقابلات إلى المقابلات الشخصية التي تجري وجهاً لوجه، والمقابلات التلفونية التي تُجرى عبر الهاتف، ولكل أسلوب مزاياه وعيوبه.

1- المقابلة الشخصية وجهاً لوجه:-

تعرف المقابلة بأنها: أداة من أدوات جمع المعلومات يقوم فيها الباحث بطرح التساؤلات عبر حوار لفظي وعلى شكل استبانة لفظية وقد يكون بين شخصين أو أكثر، أما وجهاً لوجه أو عبر وسائل الإعلام المرئية والبيث المباشر بالأقمار الصناعية، إذ أن التطور التكنولوجي قد انعكس على هذه الأدوات ويسر إجراء المقابلات عبر المحطات المرئية والمسموعة وقصر المسافة واختصر الزمن.

فالمقابلة عبارة عن حوار وتفاعل لفظي شفوي يتم بين الباحث والمبحوث أو المبحوثين في وقت واحد، لكن ليس بالضرورة في مكان واحد ويُستعان بالمقابلة في الدراسات المتعلقة بمسح الرأي، ويمكن إجراؤها على عينات بسيطة من الأفراد من مختلف المناطق وبأسلوب عرضي، ومثال ذلك مذيع التلفزيون حين يقوم بطرح سؤال أو أكثر على أشخاص عدة متواجدين في أماكن مختلفة ليحصل على إجابات تمثل توجهات الرأي العام تجاه قضية ما.

شروط إجراء المقابلات:-

- أ- : المهارات المطلوبة عند إجراء المقابلات
- الثقة بالنفس والتعامل بطريقة ودية.
- التصرف بطريقة طبيعية وحيادية وبعيدة عن التكلف.
- الربط والتحليل أثناء المقابلة للسيطرة على المقابلة وتوجيهها للاتجاه الصحيح.
- استعمال بطاقات للأسئلة وأخرى للإجابات.
- معرفة في استعمال آلات التسجيل والتصوير واستعمال الخرائط.
- المحافظة على سرية المقابلة والمعلومات.

ب- الأخطاء التي تؤدي إلى فشل المقابلة في الوصول لأهدافها والتي يجب تجنبها:

- تجنب الخوض في تفسير السبب في اختيار عينة المقابلة بهذا الشكل.
- تجنب إعطاء تفسيرات شخصية، إنما الالتزام بما ورد من إجابات وعدم محاولة فرض الرأي الخاص.
- تجنب الوقوع في تحليلات وتفسيرات طويلة.

- أ- لا تحاول الدفاع أو تبرير ما فعله.
- ب- عدم اقتراح إجابات على أسئلة المقابلة.
- ت- تجنب إعطاء تفسير لمعنى السؤال، فإذا لم يفهم المبحوث السؤال اطرحه مرة أخرى.
- ث- عدم حذف أو إضافة كلمات للأسئلة الموضوعية سلفاً والمدروسة.
- ج- عدم محاولة تغيير تسلسل الأسئلة أثناء المقابلة.
- ح- تجنب الأسئلة من الذاكرة.
- خ- لا تحاول تقديم اقتراح قد يوجه المبحوث إلى إجابات محددة.
- د- عدم الهيمنة على المقابلة، إي إعطاء المبحوث الفرصة للحديث.
- ذ- عدم توليد انطباع لدى المبحوث بأنك تقوم بشيء سري وكأنك رجل استخبارات.
- ر- عدم السماح للآخرين بمقاطعة الحديث، وإن لا تكون المقابلة في جو يسمح بذلك.
- ز- عدم القيام بحوارات غير مجدية.

2- المقابلات التلفونية Telephone Interviews

وهي أداة من أدوات جمع المعلومات الكمية عن طريق حوار عبر الهاتف، ويُجري المسوح الهاتفية أفراد مدربون يقومون بتوجيه الأسئلة لفظياً ويتلقون الإجابات ويسجلونها، ولا يستطيع المستجوبون الاطلاع على الاستبانة الحقيقية، إن المسوح الهاتفية تملأ فراغاً ما بين المسوح البريدية والمقابلات الشخصية، فهي تقدم سيطرة أكثر ومستوى استجابات أعلى من المسوح البريدية، ولكنها أقل تكلفة من المقابلات الشخصية ولعل هذا يُفسّر سبب نمو شعبيتها في بحوث وسائل الإعلام.

وهناك ضرورة لوجود المستجوبين في كلا البحوث الهاتفية والشخصية، ويجب أن يكون المستجوب كوسيط محايد إذ يقوم بتوصيل أجوبة المبحوثين إلى الباحثين، ويجب ألا يؤثر وجود المستجوب وطريقة كلامه على أجوبة المبحوثين بأية طريقة كانت بتدريبه وإعطاءه تعليمات ملائمة لتقليل تحيز المستجوب الذي يمكن تصنيفه في البيانات.

أهم عيوب المقابلات التلفونية:-

- أ- غياب المواجهة الشخصية يجعل المبحوث لا يرى أن الباحث ما زال يسجل نقطة سابقة في الإجابة وينطلق في تفصيل الإجابة أكثر، هذا لا يعطي فرصة للباحث لتسجيل بعض الإجابات، وقد يتوقف المبحوث للتفكير فيعتقد الباحث أنه انتهى من الإجابة فينتقل إلى السؤال التالي، ولذلك تزداد نسبة الأسئلة ذات الإجابات الناقصة، أو التي تُترك دون إجابة في المقابلات التلفونية.
- ب- قد يواجه الباحث بنسبة من المبحوثين لا يردون على المكالمات، وقد أدت كثرة استعمال أجهزة الرد الآلي فضلاً عن وجود خاصية إظهار الرقم إلى زيادة هذه النسبة.
- ت- في المجتمعات المغلقة قد يرفض البعض خاصة السيدات التحدث إلى غرباء فضلاً عن ضعف الوعي بأهداف البحث العلمي في المجتمعات النامية.

ث- عدم التعاون، وتزداد معدلات عدم التعاون في المقابلة التلفونية إذا كانت الاستمارة طويلة، إذ يؤدي ببعض المبحوثين إلى عدم استكمال المقابلة التلفونية للشعور بالضيق والملل، وكقاعدة عملية لا يفضل أن تزيد المقابلة على عشر دقائق.

خامساً: مجتمع البحث والعينة

أ- **مجتمع البحث:** وهو المجتمع الذي تُجرى عليه الدراسة وبعبارة أخرى هو الوسط الذي تؤخذ منه عينة البحث وفي كل بحث على الباحث تحديد المجتمع الكلي المعني بالدراسة **مثال(1).**

عندما يكون عنوان البحث **((تعرض الطلبة للقنوات الفضائية العربية))** فإن مجتمع البحث هم الطلبة ولكن علينا أن نحدد المجتمع المعني بالدراسة هل هم طلبة الابتدائية، أم طلبة المتوسطة، أم طلبة الثانوية، أم طلبة الجامعة، وان كان من المفضل أن نحدد مجتمع الدراسة في العنوان منذ البداية.

مثال(2): عندما يكون عنوان البحث **((تأثير التلفزيون على الأطفال))** فإن مجتمع بحثنا هم الأطفال ولكن علينا أن نحدد الفئة العمرية لهؤلاء الأطفال هل هم الأطفال ما قبل مرحلة الدراسة أم أطفال الدراسة الابتدائية، أم الأطفال بعمر محدد من (6 - 8) سنوات، أم من عمر (12 - 15)، وهكذا.

مثال(3): عندما يكون عنوان البحث **((استخدام الكاريكاتير في الصحافة العراقية))** فيكون مجتمع البحث هي الصحف العراقية، ولكن علينا أن نحدد مجتمع بحثنا بشكل أدق فنذكر أن مجتمع البحث هي الصحف العراقية المستقلة، أو الصحف العراقية الرسمية، أو الصحف العراقية الحزبية، أو الصحف العراقية الصادرة بعد الاحتلال في 2003/4/9، أو الصادرة قبل الاحتلال وهكذا.

مثال(4): عنوان البحث **(خصائص وسمات العاملين في المحطات الإذاعية المحلية)** فإن مجتمع بحثنا هم العاملون في المحطات الإذاعية المحلية.

مثال(5): عنوان البحث **(القيم المهنية لمحربي نشرات الأخبار في القنوات الرياضية العراقية)** فإن مجتمع بحثنا هم المحررون في نشرات الأخبار للقنوات الرياضية العراقية.

مثال(6): عنوان البحث **(الصعوبات التي يواجهها الصحفيون العراقيون)** فإن مجتمع البحث هم الصحفيون العراقيون.

مثال(7): عنوان البحث **(المقالات الافتتاحية في جريدة الصباح العراقية)** فإن مجتمع البحث هي المقالات الافتتاحية المنشورة في جريدة الصباح العراقية.

مثال(8): البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الإخبارية، مجتمع البحث هنا هي البرامج الحوارية وهكذا نرى أن مجتمع البحث قد يكون:

- المرسل: (الصحفيون، محرّروا الأخبار، المراسلون، رؤساء التحرير).
- الرسالة: (مقالات، أخبار، برامج).
- الوسيلة: (صحف، قنوات تلفزيونية، محطات إذاعية، انترنت).
- المستقبل: (جمهور الطلبة، جمهور الأطفال، جمهور النساء).

سادساً: أنواع العينات وطرق استخراجها

غالباً ما يكون من الصعب دراسة مجتمع البحث كله لاتساعه لذا يلجأ الباحث إلى اختيار مفردات أو وحدات أفراد من هذا المجتمع بطريقة علمية ومنظمة ومحددة بضوابط معينة يطلق عليها مصطلح **عينة البحث**. لقد أصبحت العينات مقبولة في العلم بفضل ذكاء وإصرار العالم الإحصائي النرويجي (أ. إن. كيار. **A. N.Gyar**) فقد أقرّ المعهد الدولي للإحصاء استعمال هذه الطريقة سنة 1901م، وقد أوضح كيار أن ملاحظة عدداً محدوداً من المفردات المنتقاة من مجتمع البحث يمكن أن تكون بديلاً عن دراسة كل مفردات مجتمع البحث، للكلفة العالية والجهد الشاق الذي تتطلبه دراسة مجتمع البحث بأجمعه، والعينة توفير في الجهد والمال وتعطي نتائج مشابهة لتلك النتائج التي تظهر لو جرت دراسة مجتمع البحث كله، ولا بد من توفير شرطين عند اختيار العينة هما:

- أن تكون العينة شاملة لجميع أنواع وفئات مجتمع البحث.

- أن تكون لوحدات مجتمع البحث فرصاً متساوية وفي الاختيار.

ويمكن أن نشاهد أمثلة للعينات في حياتنا اليومية فالأطباء يأخذون عينة صغيرة من دم المريض لمعرفة المرض عند الإنسان صاحب الدم، والفلاح يتأكد من صحة المحصول بفحص حبات معدودة منه وهكذا، ولكن أفراد البشر مختلفين وغير متشابهين وهنا تكمن الصعوبة في البحث الاجتماعي، ويتطلب ذلك دقة وتمعن في اختيار العينة لتكون ممثلة لمجتمع البحث قدر الامكان.

أنواع العينات:-

أغلب الباحثين اتفقوا على تقسيم العينات إلى قسمين رئيسيين:

1- العينات الاحتمالية. **Probability Samples**

2- العينات غير الاحتمالية. **Nonprobability Samples**

سنستعرض بشكل مركز ما المقصود بهذه العينات، وماهي انواعها الرئيسية، وطرق اختيار وانتقاء هذه العينات.

العينات الاحتمالية: **Probability Samples**

سميت بهذا الاسم لأن هناك احتمال لاختيار أي مفردة من مجتمع البحث الكلي ضمن العينة، فالفرص متساوية لكل افراد، او وحدات ومفردات البحث لأن تكون ضمن عينة البحث، وأهم أنواعها.

أ- العينة العشوائية البسيطة: **Simple Random Sample**

وهي عينة تعطي فرصاً متساوية في الاختيار لكل مفردة من مفردات مجتمع البحث، وتُستعمل فيها طريقة القرعة في اختيار مفردات العينة، وهناك طرق عدة في اختيار هذا النوع من العينات منها.

1- طريقة الاقتراع المباشر: **Direct Selection**

إذ تُعطى كل مفردة من مفردات المجتمع رقماً ويسجل على ورقة صغيرة ثم يُختار العدد المطلوب بطريقة القرعة بعد خلطها جميعاً، فمثلاً من قائمة أسماء طلاب المرحلة الثالثة (30 طالباً) نريد أن نختار 10% منهم عينة لإجراء دراسة ما نستخرج العينة المطلوبة بتطبيق المعادلة الآتية:-

$$\text{حجم مجتمع البحث} \times \text{نسبة العينة} = \frac{300}{100} = \frac{10 \times 30}{100} = 3$$

فنكتب الأرقام من 1 - 30 على أوراق صغيرة ونضعها في إناء ونخلطها ثم نسحب 3 ورقات و يكون اختيار العينة من الطلبة على أساس الأرقام في الأوراق والتي تشير إلى تسلسلهم في قائمة الأسماء لهذه المرحلة.

2- طريقة الجداول العشوائية: Random Scales

وهي جداول موجودة في معظم كتب الإحصاء، وطريقة العمل بهذه الجداول يتطلب أن نعطي أفراد مجتمع البحث أرقاماً معينة ثم نحدد العينة ونختار الأرقام من الجداول العشوائية، وهذه الأرقام لها ما يقابلها من الأسماء حتى تتجمع العينة المطلوبة.

ب- العينة العشوائية المنتظمة Systematic Random Sample

وهي طريقة أخرى من طرق الاختيار العشوائي إلا إنها تختلف عن الطريقة السابقة في أنها لا تعطي كل مفردات مجتمع البحث فرصاً متساوية في الاختيار.

فإذا كان مجتمع بحث تعداده 50 طالبا ونسبة العينة التي حددناها 10% فيكون حجم العينة هو:-

$$\text{حجم مجتمع البحث} \times \text{نسبة العينة} = 10 \times 50 = \frac{500}{100} = 5 \text{ مفردات}$$

ونستخرج ما يسمى بطول المسافة بالمعادلة الآتية:

$$\frac{\text{حجم مجتمع البحث}}{\text{حجم العينة}} = \frac{50}{5} = 10 \text{ طول المسافة}$$

نسحب أول مفردة من مفردات العينة عشوائياً باختيار رقم ما بين التسلسل 1 - 10 كأن نختار رقم 4 فنضيف لها 10 والتي تمثل (طول المسافة) فيكون التسلسل 14 هو المفردة الثانية، نضيف رقم 10 تصبح 24 فتكون المفردة الثالثة، ونضيف لها 10 تصبح 34 فتكون المفردة الرابعة، نضيف لها 10 تصبح 44 تكون المفردة الخامسة، وهكذا اكتمل سحب مفردات العينة الخمسة في مثالنا هذا.

ت- العينة العارضة: Accidental Sample

وهي التي يستعملها الباحث في اختيار الحالات التي تصادفه، فإذا أراد الباحث مثلاً أن يبحث عن مشكلات العمال في معمل ما فإنه يستوقف أي عامل يصادفه في ذلك المعمل، ويوجه له اسئلة عن المشكلات التي يعانون منها، وهذا النوع من العينات غالباً ما يستعمل في التحقيقات الصحفية.

ث- العينة الطبقيّة Stratified Sample

وتستعمل عندما يكون مجتمع البحث متألف من طبقات تختلف الواحدة عن الأخرى ببعض السمات مثل (العمر، أو الجنس، أو الشهادة .. الخ) إذ يتم فيها تمثيل مختلف طبقات مجتمع البحث بحيث يكون حجم العينة متناسباً مع حجم الطبقة في المجتمع الأصلي فمثلاً:

مجتمع مكون من 3 طبقات عددها (200، 300، 500 مفردة) ونريد اختيار عينة عددها 100 فالعينة ستكون 20 من الطبقة الأولى، و30 من الطبقة الثانية، و50 من الطبقة الثالثة .. وهكذا.

ج- العينة المساحية Aria Sample

وهي العينة التي يجري سحبها بحسب التقسيم الجغرافي نظراً لاتساع الرقعة الجغرافية المستهدفة بالبحث، فلو أردنا معرفة القنوات التلفزيونية الفضائية المفضلة لدى الشباب العراقي فمن الأفضل والأدق علمياً أن تشمل العينة جميع مناطق العراق الجغرافية لضمان تمثيل أوسع لعينة البحث، فنأخذ مفردات العينة من محافظات من المناطق الشمالية، والوسطى، والجنوبية، وأن تشمل العينة أيضاً مناطق حضرية، وريفية.

ومن الجدير بالذكر إنه مهما وضعنا من ضوابط وشروط لاختيار العينات فإنها لا ترتقي في الأهمية إلى مستوى خبرة الباحث، إذ أن خبرة الباحث مهمة في اختيار عينة البحث، ويذكر العالم بولي Bowly بأنه لا توجد قواعد ثابتة تستطيع أن تحل محل تقدير الباحث وخبرته في اختيار العينات.

العينات غير الاحتمالية Non Probability Sample

وهي نوع من العينات يتم فيها أخذ مفردات العينة بطريقة تحكمية لا تقوم على الأساس العشوائي ومن أشكالها:

أ- العينة العمدية: Purposive Sample

تُسحب هذه العينة من أوساط يختارها الباحث أي إن هناك تحيزاً في الاختيار، ويختار الباحث هذه العينة لكونه يعرف أنها تمثل المجتمع تمثيلاً سليماً بناءً على معلومات إحصائية سابقة، أو سمات مشتركة يحملها أفراد هذا المجتمع مثل طلبة الجامعة، أو أساتذة الجامعة، أو المحامون أو الأطباء... إلخ.

وعند اختيار عينة ضابطة إلى جانب العينة التجريبية في الدراسات التجريبية يجب اختيار العينتين على أسس واحدة فتكون من النوع نفسه، وأن يجري التمثيل بنسبة واحدة فيهما حتى نضمن ثبات المتغيرات التي نقوم بدراستها.

ب- العينة الحصصية: Quota Sample

وتؤخذ هذه العينة بعد تقسيم مجتمع البحث إلى طبقات على أساس بعض المعايير ذات العلاقة بالبحث، ثم يؤخذ من كل طبقة عدد من المفردات والوحدات بما يتناسب وحجم الطبقة في المجتمع المدروس فتكون عينة تجمع جميع الطبقات.

مثلاً نختار نسب معينة من كل مرحلة دراسية من طلبة كلية الآداب بجامعة الانبار، فإذا كانت أعدادهم كالاتي:-

المرحلة الأولى 800 طالب، المرحلة الثانية 600، المرحلة الثالثة 400، المرحلة الرابعة 400، وقررنا اختيار ما نسبته 10% نعتد المعادلة السابقة في استخراج العينة :

مجتمع البحث × نسبة العينة = فتكون مفردات العينة كالاتي:-

100

80 من المرحلة الأولى، 60 من المرحلة الثانية، 40 من المرحلة الثالثة، 40 من المرحلة الرابعة فتتكون لدينا عينة مجموعها (220) طالب يمثلون الكلية بمراحلها الأربعة تمثيلاً متوازناً آخذين في الحسبان حجم كل طبقة في مجتمع البحث.

- المرحلة الأولى	$\frac{80 \times 100}{800} = 10$
- المرحلة الثانية	$\frac{60 \times 100}{600} = 10$
- المرحلة الثالثة	$\frac{40 \times 100}{400} = 10$
- المرحلة الرابعة	$\frac{40 \times 100}{400} = 10$
مجموع العينة = 220 مفردة	

سابعاً: الاقتباس العلمي

للبحث العلمي شروطه الصارمة والكثيرة بخصوص اقتباس المعلومات وأخذ المذكرات من المصادر والمراجع المختلفة، ويطلق عليه أيضاً مصطلح **التقميش** في اللغة العربية، وكذلك له شروطه المتعلقة بكتابة الهوامش وتنشيط المصادر التي تؤخذ منها هذه المعلومات والبيانات.

إن اقتباس المعلومات من مراجعها الأصلية مسألة في غاية الأهمية ولذا يجب إتباع الطرق السليمة في استعمالها، فهي أحد المؤشرات المهمة على صدق الباحث وجديته وكفاءته العلمية.

ويُستحسن الابتعاد عن أخذ الاقتباسات الطويلة قدر الإمكان ويفضل أن يستعمل الباحث كلماته وتعابيرها الخاصة في التعبير عن أفكار المؤلفين التي نالت استحسانه لكي يَكُون له أسلوبه الخاص به في الكتابة.

أولاً: أصول الاقتباس وشروطه

و هنالك ثلاث طرق للاقتباس وهي:

- 1- طريقة النقل الحرفي من المصادر والمراجع، ويجب أن توضع المادة المأخوذة (المقتبسة) بين علامتي التنصيص " " .
 - 2- طريقة إعادة الصياغة لكلام المؤلف، يقرأ الباحث رأي المؤلف ويعيد صياغته بأسلوبه هو وتعابيرها مع المحافظة على المعنى خاصة عندما تكون الفكرة مطولة وفيها إسهاب.
 - 3- طريقة وجهة نظر القائم بالبحث، عندما يجد الباحث أن هنالك بعض وجهات النظر التي تخالف وجهة نظره وتحتاج إلى تعليق فيثبت الباحث وجهة نظره في الموضوع.
- 1- **الاقتباس النصي أو الحرفي:** يقوم الباحث بأخذ بعض الاقتباسات نصاً في الحالات الآتية:-
- أ- إذا كان الباحث متفقاً تماماً مع المؤلف ووجد فكرته معبرة تماماً عما يريد قوله.
 - ب- إذا كانت الفكرة معبراً عنها بلغة جيدة وذات نغمة موسيقية خاصة يصعب استبدالها، وإذا صيغت أو وضعت بأسلوب آخر فقدت معناها وجمالها.
 - ت- إذا كان الاقتباس يمثل فكرة عليها جدال أو نزاع، ولذا يجب وضعها كما هي.
- ويجب توخي الدقة فالأقتباسات تؤخذ كما هي بصورة دقيقة من ناحية التنقيط أو الترتيب والكتابة والوضع وغيرها.
- طريقة وضع الاقتباسات:** يمكن وضع النص المقتبس في المتن أو في الهامش ويختلف ترتيبه حسب طول أو قصر الاقتباس كما هو موضح في أدناه.
- أ- إذا كان الاقتباس جملة أو جملتين ولا تزيد على ثلاثة أسطر توضع بين علامة تنصيص هكذا " " وتستمر عملية الطبع بنفس الطريقة المتبعة دون تغيير.
 - ب- إذا كان الاقتباس بحدود أربعة أسطر أو أكثر فتكتب على شكل سطور متقاربة Single Space أو بحروف مميزة وترك مسافة بحدود 2سم من كل جهة من الورقة.
 - 3- **طريقة حذف كلمات أو عبارات من الاقتباس:** يجوز القيام بحذف بعض العبارات أو الكلمات الزائدة التي لا علاقة لها بالبحث على شرط أن لا تخل بالمعنى، وأن توضع 3 نقاط (...) في المكان المحذوف ، ومن الجائز أن يكون الحذف في أول الجملة ووسطها وآخرها.

ثانياً: أنواع الإسناد (الاقتباس والإشارة المرجعية)

في البحث والتأليف لا بد من الإشارة إلى المرجع أو المصدر الذي تؤخذ منه العبارة أو الفكرة، لتكون دليلاً للباحثين الآخرين إذا أرادوا الرجوع إلى المصدر للتوثق من المعلومة أو الاستفادة من المصدر في إنجاز المواضيع التي يُراد بحثها، وكذلك لتجنب ادعاء أفكار الآخرين ونسبها إلى الباحث.

والهدف من تثبيت الهوامش هو:-

- 1- الاعتراف بحقوق وفضل الآخرين بنسب المعلومات إلى أصحابها الأصليين.
- 2- تزويد القارئ بمعلومات كافية عن المصدر لتسهيل أمر الراغب بالحصول عليه وقراءته.

3- إعطاء صورة كافية عن قيمة ووزن الأفكار الواردة في البحث بالكشف عن أسماء أصحاب الأفكار الواردة فيه وأسماء أصحاب هذه المؤلفات. وتستعمل الهوامش في الحالات الآتية.

- أ- عند أخذ فكرة أو عبارة من مصدر ما.
- ب- عندما يريد الباحث أن يشير إلى مراجع أخرى تعالج الفكرة نفسها أو في حالة وجود تنبيه أو توجيه فتوضع نجمة في المكان الذي يتطلب التوجيه أو التنبيه.
- ت- إذا كانت هنالك فكرة يراد شرحها ولكن وضعها في متن البحث يعترض سير الأفكار المتسلسلة، فيفضل في هذه الحالة، وضع علامة نجمه فوق العبارة أو الكلمة ويوضع شرح لها في الهامش أسفل الصفحة نفسها مثل (أسماء الإعلام، والأماكن، وبعض المصطلحات العلمية، والفكرية، والسياسية: مثل التأثير السيكولوجي، أو البيولوجي، أو مرض الايدز، أو الأيديولوجيا، أو التكنوقراط .. الخ من الكلمات التي تحتاج توضيح لمعانيها ومدلولها.

ثالثاً: طريقة وضع علامة الهامش:-

الطريقة المتبعة في الإشارة للهوامش هي: إما وضع رقم في نهاية العبارة المقتبسة، أو وضع نجمه فوق كلمة أو عبارة ما.

1- وضع رقم في متن البحث في نهاية العبارة المقتبسة ويلاحظ أن يكون الرقم بعد النقطة.

2- إذا كانت العبارة منقولة نقلاً حرفياً، أي كما هي، فيوضع الرقم في النهاية فوق علامة التنصيص.

ثامناً: المشكلة العلمية وتحديدها (موضوع البحث)

إن الصعوبة الأساسية التي تواجه من يُقدم على كتابة بحث ما هي اختيار الموضوع الذي يجب أن يكون اختياراً موفقاً وواعياً لجوانب الموضوع وأبعاده ومستلزماته، ومن الأمور التي يجب مراعاتها عند اختيار أي موضوع هي:

1- حداثة الموضوع وأصالته:-

من الضروري أن يكون الموضوع جديداً، فجدة وحداثة الموضوع تجعل طابع الأصالة متوفراً في البحث أي أن هناك مساهمة حقيقية في البحث العلمي وإضافة متوقعة في حقل الاختصاص وهي غاية ما تنشده البحوث والرسائل الجامعية، وفي حالة اختيار موضوع فيه معالجات سابقة من المفروض أن يستهدف البحث عندئذ تقويماً جديداً، أو مساهمة جديدة لم تكن مطروقة في البحوث السابقة، وهنا يجب أن تُوضح النقاط الجديدة المستهدفة بكل دقة وموضوعية في مبررات اختيار البحث، وفي الهدف من الدراسة، وفي خطة البحث التي يعدها الطالب مشروعاً لموضوعه.

2- ارتباط الموضوع بالمشاكل الأكثر إلحاحاً:-

ومعنى ذلك أن يكون البحث هادفاً لمعالجة المشاكل الحالية التي لها أهمية في زمن كتابة البحث، وكلما وفق في هذه الناحية كلما كانت لبحثه قيمة علمية بالنسبة للمجتمع فضلاً عن قيمته الأكاديمية، ويُستحسن للباحث أن يتناول المشاكل الموجودة في بيئته الاجتماعية والجغرافية الأقرب.

3- الاهتمام والرغبة بالموضوع:-

أي أن يجد الطالب في نفسه ميل ورغبة واضحة للكتابة في مجال محدد، فكلما لقي موضوع معين هوى واهتماماً خاصاً لدى الطالب دون سواه من المواضيع الأخرى كلما كان دافعاً ومعزراً لقدراته العلمية، ودافعاً له للاستمرار في دراسته ومتابعتها والتغلب على الصعوبات التي تواجهه أثناء إعداد البحث وحتى إنجاز بصورته النهائية.

4- توفر المعلومات المطلوبة:-

على الباحث التأكد مقدماً إما بجهوده الشخصية، أو بالاستعانة بأساتذته وأصحاب الاختصاص من إمكانية الحصول على المعلومات المطلوبة في الوقت المناسب والشكل الذي يضمن استكمال البحث بمراحله المختلفة، فليس هناك جدوى من انتقاء موضوع معين ليس له مراجع أو بيانات كافية ممكن الحصول عليها في الوقت المناسب، لذلك على الطالب عمل مسح شامل عن الكتب المعلومات والبحوث في المجالات العلمية العربية والأجنبية وغير ذلك من مصادر المعلومات، ومتابعة ما يصدر من مطبوعات حديثة وأن يطلع قبل كل شيء على الرسائل العلمية التي كُتبت في الموضوع الذي يزمع الطالب التصدي له في بحثه.

الاختيار موفق للعنوان أمراً حاسماً في البحث العلمي لأنه يحدد كل الخطوط والمجالات التي سينتاولها البحث ويجب أن تتوفر صفات أساسية في العنوان الجيد وهي:

1- الوضوح: أي ان يكون عنوان البحث واضحاً في عباراته ومصطلحاته فمثلاً في العناوين الآتية:

مواقف الجمهور العراقي آزاء الثورات الشعبية في البلدان العربية

آراء الجمهور العراقي آزاء الثورات الشعبية في البلدان العربية

اتجاهات الجمهور العراقي آزاء الثورات الشعبية في البلدان العربية

فيجب أن تكون عبارات (مواقف) (آراء) (اتجاهات) واضحة ومفهومة وتدل على شيء محدد وبالإمكان قياسها ودراستها.

2- التحديد: أي أن يشمل عنوان البحث المجال المحدد والموضوع الدقيق الذي يدرسه الباحث والمجال الجغرافي الذي يخصه، وكذلك زمن إجراء البحث اذا تطلب الأمر ذلك مثال: لو أخذنا العنوان الآتي:

الإعلانات في القنوات التلفزيونية وهذا عنوان واسع غير محدد وغير دقيق ولا يشير إلى شيء محدد يمكن دراسته، فلو عدلنا العنوان ليصبح هكذا الأشكال الفنية للإعلانات التلفزيونية أصبح هنا تحديد، هنا صار لدينا تحديد للجانب الذي سندرسه من الإعلان وهو الإشكال الفنية للإعلان وليس شيء آخر، وللتحديد أكثر يكون العنوان كالاتي:

الأشكال الفنية للإعلانات التلفزيونية الفضائية، لأن هناك قنوات تلفزيونية أرضية، وقنوات تلفزيونية فضائية، فنحدد دراستنا هنا على القنوات الفضائية، هذه القنوات الفضائية أجنبية، وعربية، ومحلية (مصرية، عراقية، سورية، تونسية) فنحدد ذلك في العنوان ليكون كالاتي: الأشكال الفنية للإعلانات التلفزيونية المعروضة في القنوات الفضائية العراقية.

وبهذا حددنا جزئية الإعلانات التي سندرسها وجنسية القنوات الخاضعة للدراسة، ويمكننا وهو الأفضل تحديد الفترة الزمنية فنضيف إلى عنواننا الحالي ليكون كالاتي: الأشكال الفنية للإعلانات التلفزيونية المعروضة في القنوات الفضائية العراقية أثناء شهر رمضان، وهكذا يكون لدينا عنوان محدد وشامل

3- الدلالة:-

أي أن يعطي عنوان البحث دلالات محددة للموضوع الذي يجري بحثه، والابتعاد عن العموميات، أي أن يكون العنوان محدداً لموضوع البحث ودالاً عليه دلالة واضحة مثال.

- التغطية الصحفية لأحداث اليمن في الصحافة العراقية.

- التغطية الخبرية لأحداث اليمن في الصحافة العراقية.

فيجب أن نفهم ما الذي تدل عليه كلمة التغطية أولاً وما هو الفرق في الدلالة بين التغطية الصحفية والتغطية الخبرية فعندما نجري بحثاً في التغطية الصحفية فإننا يجب أن ندرس ونتناول كل فنون العمل الصحفي لأن التغطية الصحفية تشمل الأخبار، والمقالات الافتتاحية، والمقالات الصحفية، والأعمدة، والتحقيق الصحفي، والمقابلة الصحفية كل هذه الفنون يجب أن نتناولها في الإطار النظري والإطار العملي للبحث.

أما حين نجري بحثاً في التغطية الخبرية فإن عملنا سيقصر على الأخبار وعملية التغطية الخبرية التي تتمثل بـ الخبر، والتقرير الخبري، والقصة الخبرية وهكذا في البحث العلمي علينا أن نكون دقيقين ومحددتين عند اختيارنا للكلمات والمفردات وعلى دراية بالدلالة الكاملة للكلمات المستخدمة في العنوان.

- تحديد المشكلة البحثية

كلمة مشكلة في البحث العلمي تعني وجود صعوبة أو نقص ما، أو نقطة ضعف ما، أو عدم فهم في مجال من المجالات تتطلب التوقف عندها ومعالجتها، والمشكلة غالباً ما تكون عبارة عن سؤال له علاقة بقضية أو موضوع معين لا يتوفر له جواب جاهز، والباحث يحاول إيجاد الجواب لهذا السؤال.

تُعرّف المشكلة بأنها إما سؤال يحتاج إلى إجابة - ما اثر التدريس بالحاسوب في استيعاب طلبة قسم الإعلام،

أو موقف غامض يحتاج إلى تفسير - عزوف طلبة الاعلام عن التعرض للقنوات الفضائية،

أو حاجة لم تشبع أو توجد عقبات أمام إشباعها، البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية العراقية والاشباع المتحققة لجمهور الطلبة.

وعند عرض مشكلة البحث علينا ذكر كيف أحسنا بالمشكلة، وذكر سبب اختيارنا لهذه المشكلة من بين عشرات المشاكل التي نحس بها، وأخيراً ذكر المشكلة بكلمات محددة وواضحة كما أوردنا في الأمثلة أعلاه.

1- الإحساس بالمشكلة:- هناك طرق متعددة للإحساس بالمشكلة بالبحث:

أ- محيط العمل والخبرة الشخصية:

أثناء عمله يشعر الباحث بوجود مشكلة ما في المحيط الذي يعمل به ويرى أنه من الضروري التصدي لها ودراستها والتوصل إلى حلول أو إجابات بشأنها.

ب- القراءة المتواصلة والواسعة:

مثل القراءة الواسعة في مجال استخدامات الحاسوب في التعامل مع المعلومات تمكن الباحث من الكتابة عن إمكانية استخدام الحاسوب لمعالجة مشاكل قائمة في المؤسسات التعليمية.

ت- البحوث والدراسات السابقة:

عادة ما نجد في الدراسات السابقة من ضمن التوصيات توصية بضرورة إجراء بحوث أخرى في ذات الموضوع ويذكر الباحث عناوين لبحوث لاحقة مقترحة، أو إن الباحث عن طريق إطلاعه على الدراسات السابقة تتكون لديه فكرة عن بحث جديد.

ث- تكليف من جهة معينة:

أي أن يكلف الباحث من قبل الدوائر أو المؤسسات الإنتاجية، أو الجامعات والمؤسسات التعليمية لإجراء بحث معين في ميدان اختصاصه لمعالجة نقص ما، أو حل مشكلة معينة وتقديم الحل المناسب لها.

2- أسس اختيار المشكلة:-

هناك مجموعة من الاستفسارات تتطلب الإجابة عليها عند اختيار أي مشكلة بحثية ومن أهم هذه الأسئلة والاستفسارات الآتي:

أولاً: هل تستحوذ المشكلة على اهتمام الباحث وهل توافق رغباته؟ في دراسة هذا النوع من الموضوعات.

ثانياً: هل مشكلة البحث جديدة؟ وهل قام باحث آخر بدراستها؟ ان جودة البحث وقيمتها تتمثل بما يضيفه من معلومات الى المعرفة البشرية في مجال تخصص الباحث، فلا يجوز دراسة موضوع قام باحث آخر بدراسته، لأن في ذلك مضیعة للوقت والجهد والمال، إلا إذا كان الهدف التأكد أو التحقق من النتائج العلمية التي توصل إليها البحث الأول، أو عند اجراء البحث في مجال مكاني أو زماني مختلف.

ثالثاً: هل هناك إمكانية لتعميم النتائج التي سيحصل عليها الباحث؟ لان إمكانية تعميم نتائج البحث على مواضيع اكبر أو مجتمعات أكبر هو غاية البحث العلمي.

رابعاً: هل هناك إمكانية لدراسة مشكلة البحث والسيطرة على المتغيرات وقياسها بدقة؟ لأن السيطرة على المتغيرات أمر ضروري ومهم جداً بالبحث العلمي للخروج بنتائج علمية دقيقة قابلة للتعميم.

خامساً: هل يستطيع الباحث القيام بالبحث؟ اذ يحتاج الباحث الى مهارات علمية وتقنية لأجراء البحث بشكل فاعل وعدم توفر هذه المهارات العلمية والتقنية تؤدي الى الفشل.

سادساً: هل تتوفر المعلومات اللازمة عن المشكلة؟ أي مدى توفر المصادر والمعلومات والبيانات التي تمكن الباحث من إجراء بحثه.

سابعاً: هل المشكلة مهمة ولها فائدتها العملية والاجتماعية؟ وان دراستها تحقق اضافة علمية فعلية.

ثامناً: هل توجد تسهيلات إدارية ووظيفية لبحث المشكلة؟ سواء من قبل دائرة الباحث أو الدوائر الأخرى التي يحتاج الباحث تعاونها في انجاز بحثه.

تاسعاً: هل للمشكلة علاقة بمؤسسة ما أو دائرة ما؟ ويحل المشكلة التي تعاني منها.

تاسعاً: هيكلية البحث على وفق المشكلة (خطة البحث)

تعنى خطة البحث هذا التصور المستقبلي المسبق للخطوط العريضة وخطوات طريقة إجراء البحث وتشبهه بالبوصله التي يُدرك بها السائر إلى أين يسير، ويسترشد بها في مسيرته هي تشبه مخطط البناء الذي يرسمه المهندس على الورق قبل تشييده.

والخطة: هي المعيار الوحيد الذي يمكن بواسطته الحكم على جدوى البحث وجدارة الباحث ذلك لأن البحث قبل التنفيذ يعتبر في عالم المجهول.

ثانياً: أهمية إعداد خطة البحث

1. تعين الباحث على تحديد الهدف من دراسته بالدقة المطلوبة، لأن الباحث بدون الجهود التي تسبق إعداد الخطة الجيدة لا تتوفر لديه -في العادة - صورة متعمقة عن موضوع البحث وتفرعاته وحدوده، فيلتزم بما لا يتفق مع المدة الزمنية المحددة له، والإمكانات المتاحة له.
2. تعين الباحث على تحديد أيسر طريق يؤدي به إلى الهدف المحدد بسهولة.
3. تساعد الخطة الباحث في تصور العقبات التي قد تعترضه عند تنفيذ البحث، فيصرف النظر عن الموضوع إذا كانت مشكلة الدراسة فوق إمكانياته الزمنية أو المادية، أو قد يستعد لتلك العقبات قبل البدء في تنفيذ البحث، وبهذا يجنب نفسه الوقوع في مأزق يجعله يندم فيما بعد

على اختيار الموضوع أو على عدم الاستعداد الكافي له. كما تضمن الخطة للباحث توفير الوقت والجهد والمال فلا يضطر إلى تغيير موضوعه وقد سار فيه خطوات، أو إلى العودة مرات متكررة إلى مصادر المادة العلمية، ولاسيما إذا كانت تستوجب سفراً مكلفاً أو تستوجب اجتياز صعوبات يتسبب عنها ضياع وقت وجهد.

4. تساعد الخطة الباحث واللجنة المجزية لها في تقويم البحث حتى قبل تنفيذه، وذلك من حيث أهميته، وتقدير حجم الجهد الذي يتطلبه البحث، وقدرة الباحث ووضوح منهجه.
5. وتوفر الخطة للمشرف على الباحث أساساً لتقويم مشروع البحث، كما تساعد على متابعة الإشراف عليه خلال فترة تنفيذ البحث.
6. وتوفر الخطة المكتوبة للباحث مرجعاً ومرشداً له أثناء إجراءاته للبحث فيسهل عليه الرجوع إليها عند نسيانه بعض العناصر أو في حالة حدوث طارئ ما، ولهذا فإن وجود خطة مكتوبة يساعد الباحث على تقويم موقفه من الخطوات المتبقية من البحث.

أما الهدف الرئيس من إعداد خطة البحث فهو أن يقنع الطالب الأساتذة وأعضاء هيئة مناقشة الخطط (السيمنار) بما يلي:

1. أن البحث يسد حاجة مهمة نظرياً وعملياً في مجال التخصص.
2. أن الطالب يفهم تماماً مشكلته البحثية، ولديه إلمام بالمعارف والمهارات اللازمة للقيام بالبحث، وأنه قد حدد بحثه تحديداً واضحاً يساعد على أن يبدأ العمل فيه فور تسجيل الموضوع، ومن ثم يصلح لأن يشرف عليه أحد الأساتذة المتخصصين في القسم.

رابعاً: عناصر خطة البحث

1. **عنوان البحث:** يجب ان يتميز بالوضوح وسهولة اللغة، والعبارات القصيرة المختصرة والدقة في التعبير، بحيث يبلور مشكلة، ويحدد ابعادها وجوانبها الجوهرية.
2. **المقدمة:** يوضح فيها الباحث مجال مشكلة البحث وأهميته، ومدى النقص في مجال البحث والجمهور السابقة له، وأسباب اختيار الباحث للمشكلة، والجهات المستفيدة من البحث.
3. **تحديد مشكلة البحث:** وتكون بعبارات واضحة ومفهومة تعبر عن مضمون المشكلة ومجالها.
4. **أسئلة البحث:** عبارة عن أسئلة جزئية مستمدة من السؤال الأساسي (مشكلة البحث).
5. **فرضيات البحث:** حلول مؤقتة مقترحة للسؤال الأساسي تتوقع العلاقة بين متغيرات الدراسة.
6. **أهداف البحث:** وتحدد بعبارات مختصرة، الغاية من إجراء البحث والدراسة، وترتبط بالمشكلة الأسئلة.
7. **اهمية البحث:** وتمثل ما يرمي اليه البحث إلى تحقيقه أو المساهمة التي سوف يقدمها للمعرفة الإنسانية أو العلمية من الناحية التطبيقية العلمية.
8. **منهج البحث:** المنهج المتبع في إجراء الدراسة هل هو وصفي أم تجريبي أو شبه تجريبي أم دراسة حالة الخ.
9. **الدراسات السابقة:** وفيها تستعرض باختصار الدراسات التي تتشابه بقوة مع موضوعك وتتقاطع معه بصورة ملحوظة، لكن التفصيل في الدراسات السابقة يجري لاحقاً في الاطار

النظري، ويجب أن تدرس جوانب النقص والثغرات في هذه الدراسات أو طول الفترة الزمنية التي تفصل بين هذه الدراسات ودراستك والتي تبرر إعادة دراسة الموضوع.

10. حدود البحث: التي يجري ضمنها موضوعياً وزمانياً ومكانياً.

11. تبويب البحث وهيكلته: وهو تصور مسبق لعناوين أبواب وفصول البحث، والنقاط الأساسية التي ستدرسها في كل فصل.

12. قائمة بالمراجع والمصادر الأولية التي وجدتتها.

رابعاً: علامات الخطة الجيدة:

1. أن يكون مفصلاً دقيقاً واضحاً، بحيث يستطيع باحث آخر أن يقوم بإجراء البحث دون الرجوع إلى الطالب.

2. أن يشعر القارئ أن الطالب قرأ ما فيه الكفاية وأنه بات بعلم بدقة ما يجب أن يقوم به.

3. ألا يكون اطلاعه على الدراسات السابقة كافياً وافياً يعبر عن كيفية تحليلها ونقدها وليس فقط عن الكمية التي قرأها.

4. الوضوح التام لجزئية جمع المادة العلمية بحيث لا تترك مجالاً كبيراً للتساؤلات حول أنواع مصادر البحث، والمتوفر منها وغير المتوفر، وأماكن وجودها وطريقة الوصول إليها.

5. أن يكون حجم المراجع كافياً ونوعيتها مناسبة.

ملاحظات: إعداد المقترح يكون بإشراف الاستاذ المشرف: على الطالب الاستفادة من ملاحظات

الاستاذة في حلقة المدارس (السيمنار) وتعديل المقترح، ويجب الالتزام بالمقترح قدر المستطاع ولا سيما بالعنوان والمشكلة، ويمكن تعديل بقية الفقرات المنهجية أن ظهرت ضرورة لذلك.

عاشراً: محددات الإطار المنهجي

بعد أن يستقر الطالب على موضوع البحث الذي اختاره يبدأ بالعمل على استيفاء مستلزماته المختلفة مبتدأ بإعداد خطة مشروع البحث وهي المرحلة التي تسبق البدء بكتابة البحث، وتقديمه للأستاذ المشرف.

1- خطة البحث: عبارة عن تقرير منظم ومبوب، يعطي فكرة واضحة عن الطريق الذي يريد الباحث أن يسلكه،

لذا على الباحث أن لا يألو جهداً في طلب المشورة العلمية من أصحاب الاختصاص والخبراء تضعه في جو غني من المعلومات والآراء العلمية، وغالباً ما تعقد حلقة نقاش **Seminar** لمناقشة خطة البحث مع الباحث خصوصاً أطروحة الدكتوراه **Dessertations**، أو رسالة الماجستير **(Thesis)** وكثيراً ما يقوم الباحث بإجراء بعض التعديلات على الخطة على أثر هذا النقاش، وأحياناً تُرفض الخطة نهائياً، وفي حالة إقرار الخطة على الباحث الالتزام بها تماماً لأنها تمثل عقداً أو التزام بين الباحث والجهة التي سيقدم لها الباحث.

ويتطلب هذا قيام الباحث بإجراء مسح عام وقراءة أولية لما كُتب في هذا الموضوع والاطلاع على مجالاته وجوانبه المختلفة، وبعد أن يستقر الطالب الباحث على الموضوع الذي يريد البحث فيه، ويتأكد من فائدته، وحدائته، وإمكانية إكماله، يبدأ بكتابة مشروع البحث.

وللتحقق من صلاحية الأهداف (والتي غالباً ما تكون على شكل اسئلة) تتمثل بقدرة الباحث في التوصل الى نتائج تجيب عن هذه الأسئلة التي وضعها الباحث لبحثه، وعلى الباحث ان يجرء مشكلة البحث ويجعلها على شكل محاور

كل محور يغطي جزءاً من المشكلة أو التساؤل الرئيسي، فمثلاً لو كان عنوان بحثنا (خصائص صحف بغداد بعد الإحتلال الأمريكي سنة 2003) فالهدف الرئيس هنا هو (معرفة خصائص الصحف الصادرة في بغداد بعد الإحتلال الأمريكي) وللإجابة عن هذا التساؤل نقسم السؤال الى محاور مثل (محور الخصائص المهنية، ومحور الخصائص الجغرافية، ومحور الخصائص الموضوعية... الخ) فكل محور من هذه المحاور يغطي جانباً من جوانب التساؤل الرئيس اعلاه، وإذا استطاع الباحث الإجابة عن هذه التساؤلات تكون الاهداف التي وضعها لبحثه صالحة وسليمة.

منهجية البحث: خطة البحث تشبه التصميم أو الخارطة التي يخططها المهندس لبناء دار أو بناية معينة تكون قابلة للتعديل والتحويل قبل الشروع بالتنفيذ، ومن المعلوم أن البحث الجيد هو نتاج خطة معدة إعداداً جيداً، وخطة البحث تشمل الآتي:

2- **عنوان البحث:** يُكتب عنوان البحث على رأس الصفحة، ويجب ملاحظة منتهى الدقة في صياغة العنوان، لأن كل كلمة توضع فيه لها معنى في هيكل البحث، ولذلك يجب أن تكون كلمات عنوان البحث محددة ودقيقة.

3- **مقدمة البحث:** تمثل المقدمة مدخل عام إلى المجال الموضوعي للبحث ويجب ان تشتمل على الآتي:-

- توضيح الميدان العام لمشكلة البحث

فإذا اختار الباحث مثلاً موضوع (التعلم لدى طلبة الجامعة باستعمال برامج الحاسوب) فعليه أن يستعرض الدور الذي يلعبه الحاسوب في تطوير العملية التعليمية وإمكانياته الواسعة في هذا الميدان، أو اختار الباحث مثلاً موضوع (التعرض لأفلام العنف وأثرها على سلوك الشباب) فعليه أن يتحدث عن تأثيرات مشاهدة العنف بأشكاله المختلفة على نفسية الإنسان وبالتالي على سلوكه وخصوصاً الشباب في عمر معين.

- استعراض عام لأهمية الموضوع، وأهمية وصول الباحث إلى نتائج بشأنه توضح مثلاً كما في مثالنا السابق أفضل الطرق في استخدام الحاسوب.

- توضيح أسباب اختيار الباحث لهذه المشكلة وهذا الموضوع بالذات من بين عشرات المشاكل، وهل كان لمجال عمله دور في ذلك، أم هناك أسباب أخرى لاختياره.

- تحديد الجهات التي ستستفيد من نتائج هذا البحث مثل المؤسسة التعليمية أو المخططين للسياسة الإعلامية والبرامجية، أو حراس البوابة الإعلامية.

- توضيح مدى النقص الذي يمكن أن ينتج عند عدم القيام بمثل هذا البحث، وما هي إسهامات هذا البحث في معالجة النقص الموجود في موضوع التعلم باستخدام الحاسوب، يمكن أن يشير الباحث إلى إن عدم توظيف الحاسوب في التعليم الجامعي يقلل من كفاءة المتعلمين ويحرمهم من مواكبة التطور المعرفي الذي يشهده العالم، ويضيق عليهم فرص التطور.

- عرض عام للمحاولات والجهود السابقة التي قام بها الباحثون الآخرون في هذا المجال، وجوانب القصور في هذه الجهود والمحاولات.

4- **مشكلة البحث:** على الباحث صياغة مشكلة البحث التي يريد بحثها بكلمات واضحة وعبارات محددة ودقيقة مع عرض مركز لخلفية المشكلة.

5- **أهمية البحث:** في أهمية البحث على الباحث توضيح نقطتين أساسيتين هما:

- ما هي الأهمية النظرية للبحث؟ وماذا سيضيف من حقائق ومعلومات جديدة إلى المعرفة في حقل الاختصاص.
- ما هي الأهمية التطبيقية للبحث؟ أين يمكن الاستفادة من نتائجه في الحياة العملية.
- 6- **هدف البحث:** في هذه الفقرة يجري توضيح: ما الهدف من هذا البحث؟ وما الذي تريد أن تحققه؟ وما النقص المعرفي الذي تريد أن تغطيه؟
- 7- **فرضيات البحث:** أحياناً تكون للبحث فرضية شاملة لكل جوانب الموضوع، وأحياناً تستدعي الحاجة وضع أكثر من فرضية للإجابة على تساؤلات البحث، ومثانة الفرضية تستند على الأمور الآتية:
 - هل جرى في الفرضية توضيح العلاقة بين المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة بشكل سليم؟
 - هل افصحت الكلمات التي صيغت بها الفرضية عن المتغيرات بعبارات واضحة، ومحددة، بحيث لا تدع مجالاً للشك في العوامل التي ستخضع للاختبار؟
 - هل تقدم الفرضيات تفسيرات مقترحة كافية لمشكلة البحث أكثر من أي فرضيات أخرى مناظرة؟
 - هل يمكن إخضاع الفرضية للتحقق والاختبار؟
- وبشكل عام الفروض علاقات سببية فمثلاً (التعرض لأفلام الأكشن وأثره في جنوح الأحداث) هنا نحن نفترض وجود علاقة سببية بين التعرض لأفلام الأكشن والجنوح عند الأحداث.

8- الدراسات السابقة:

- وهي الدراسات التي تناولت الموضوع، أو الموضوعات القريبة منه، وعلى الباحث مراجعتها والاطلاع عليها وعلى الباحث القيام بالآتي:
 - عرض وافي للدراسات التي تناولت الموضوع والتي لها علاقة مباشرة، أو شبه مباشرة بمشكلة البحث، وفي هذا العرض يجري ذكر الآتي:
 - أ- عنوان الدراسة كاملاً.
 - ب- مشكلة الدراسة وتساؤلها الرئيسي.
 - ت- هدف الدراسة الرئيس
 - ث- حدود الدراسة الموضوعي والزمني والمكاني.
 - ج- المنهج المستخدم في الدراسة.
 - ح- عدد مفردات العينة التي أجريت عليها الدراسة.
 - خ- الأساليب والأدوات المستخدمة في جمع معلومات وبيانات الدراسة
- بعد عرض الدراسات السابقة يقوم الباحث بالآتي:-

- تقديم تقييم للدراسات السابقة عن مدى كفاية العينة، وسلامة المنهج، وأهمية النتائج التي خرجت بها الدراسة، وتوضيح النقص في هذه الدراسات.
- يقدم الباحث توضيحاً بأن نتائج الدراسات السابقة لم تتناول مشكلة بحثه وأن بحثه سيسد هذا النقص وهذه الثغرة.
- على الباحث أن يعتمد معياراً معيناً في ترتيب عرض هذه الدراسات أما على أساس تسلسلها الزمني من الأقدم إلى الأحدث زمنياً، أو على أساس أداة البحث المعتمدة، أو على أساس المنهج المستخدم، وغالباً ما يعتمد التسلسل الزمني في عرضها.

ومن الجدير بالذكر ان عنوان البحث غالباً ما يحدد الباحث باستخدام منهج معين واداة معينة، فمثلاً لو كان عنوان بحثنا (آراء المثقفين في برامج قناة العراقية الفضائية) هذا العنوان يُلزمنا باختيار منهج المسح مستعينين باستمارة الاستبيان لمعرفة آراء المثقفين ببرامج قناة العراقية الفضائية، اما اذا كان عنوان بحثنا (مضمون البرامج الثقافية في قناة العراقية الفضائية) فإننا سنلجأ الى اسلوب تحليل المضمون لمعرفة مضمون البرامج الثقافية في قناة العراقية الفضائية. اما اذا كان عنوان بحثنا (تأثير افلام الكارتون على سلوك اطفال الروضة) هنا المنهج الأنسب هو المنهج التجريبي، ويتم بأخذ عينة من اطفال الروضة بعدد معين كأن يكون 100 طفل ثم نقسمهم الى مجموعتين (مجموعة ضابطة ومجموعة تجريبية) كل مجموعة 50 طفل ونعرض المجموعة الأولى لمجموعة من افلام الكارتون (وهي هنا ستكون المجموعة التجريبية) اما المجموعة الثانية فلا تعرضها لهذه الأفلام (وهي هنا ستكون المجموعة الضابطة) ثم تقوم بعد انتهاء التجربة بقياس او ملاحظة الفرق بين سلوك المجموعتين لمعرفة مدى التأثير الحاصل في سلوك المجموعة التجريبية من التعرض لأفلام الكارتون.

9- حدود البحث العلمي

في البحث العلمي الأصل يتم كتابة حدود البحث العلمي، وهي الحواجز والحدود التي ألزمت الباحث بشكل إجباري بالوقوف عندها، حيث يتم كتابتها، وهناك حدود يجب على الباحث الوقوف عندها وعدم تخطيها، و يوجد نوع من الحدود تكون فيه الحدود إجبارية: وهي الحدود التي لا يستطيع ولا يمكن للباحث أن يتجاوزها.

ونطاق هذه الحدود يكون مفروض عليه من الدراسة نفسها، حيث تفرضه طبيعة الدراسة والباحث الذي يقوم بكتابة هذا الموضوع، فيجب على الباحث قبل أن يتطرق في كتابة موضوع معين سواء كان في أي نوع وحقل من حقول المعرفة، لا بد أن يعرف حدوده ويقوم بتكوين حدود هذه الدراسة التي لا يستطيع الباحث تجاوزها، وفي بعض الحالات يقوم الباحث بتجاوز هذه الحدود ولكنه لا يجوز له تجاوزها، وإن تجاوزها فهو يخرج عن موضوع بحثه و الدراسة التي يقوم الباحث بكتابتها، حتى لو كان الباحث ينوي بتوسيع دراسته وتكبير حجمها، ويريد تناول الموضوع من جميع جوانبه فإنه لن يستطيع ولن يتمكن من تجاوز هذه الحدود.

وسيصل الباحث بالنهاية لهذه الحدود، ويمكن أن يفرض طرف آخر على الباحث الوقوف عند حدود معينة للبحث العلمي، حيث اذا كان الطالب ماجستير أو دكتوراه فإن المشرف الذي يقوم بالإشراف بفرض حدود معينة، ويلتزم الباحث بهذه الحدود، حتى ينجح الباحث بكتابة هذا موضوع البحث، ليحقق مصلحة الباحث والمشرف بالطريقة التي تم الاتفاق عليها، وهناك نوع من الحدود الاختيارية التي يقوم الباحث بفرضها ورسمها اختيارياً، ويلزم الباحث نفسه بالكتابة بها والوقوف عند هذه الحدود .

حيث أن حدود البحث العلمي لها أهمية كبيرة، فهي تساعد وتمنح الباحث إمكانية العزل الفكري والتجديد في موضوع البحث، ويتم حصر التفكير بها، ويقوم الباحث ببناء الفرضيات عليها، وبالتالي تسهيل موضوع البحث العلمي على

الباحث، ويقوم الباحث بإنجاز البحث بأقصر وقت ممكن، لذلك تعتبر حدود البحث عامل أساسي من عوامل نجاح البحث العلمي، لذلك لا بد لكل باحث القيام به، ولكن من الخطأ أن يتجاهل ويغفل عنها الباحث.

تقسم حدود البحث لثلاث أقسام:

1. **الحدود الموضوعية:** يتوفر هذا النوع من الحدود في أي بحث علمي، ويكون أول نوع من أنواع الحدود مثلاً (ما مشكلات معلم المراحل الابتدائية).

2. **الحدود الزمانية:** قد تتوفر في البحث العلمي أو لا تتوفر لذلك لا يتم ذكرها في الكثير من الأبحاث وهي النوع الثاني من أنواع الحدود.

3. **الحدود المكانية:** وهي تحديد مكان توفر البحث العلمي، ومثلها مثل الحدود الزمنية قد تتوفر أو لا، وهذا النوع من الحدود يعتبر الثالث من أنواع الحدود.

وبناء على ما سبق، يمكن القول بأن لكتابة الحدود بأنواعها في البحث العلمي أهمية كبيرة تتمثل في أنها تفتح المجال للباحث العلمي ليقوم بعملية تجريدية حول مكان وزمان البحث العلمي، كما أنها تساعد الباحث العلمي في حصر فكره وتوجيهه باتجاه معين، إذ أن الحدود المكانية والزمانية من شأنها أن تحصر الباحث في مكان محدد وكذلك وقت زمني معين.

علاوة على ذلك، تساهم الحدود في البحث العلمي في ترك الانطباع الجيد حول مدى حرص الباحث العلمي في إبراز الدقة في محتوى البحث العلمي الخاص به، كما أنها تساعد الباحث العلمي في وضع فروض البحث العلمي والتي بدورها تجعل عملية التعلم لدى الباحث العلمي أكثر سلاسة وسهولة. بالإضافة إلى ذلك، تساهم الحدود في مساعدة الباحث العلمي في تقديم البحث العلمي خاصته وهو خالي من أي أخطاء، فهو يحدد ماهية المكان الذي تم اتخاذه أثناء القيام بإجراءات البحث العلمي.

10- تحديد المصطلحات

هي أحد المعايير اللازمة والواجب توفرها في خطة البحث، وتأتي أهمية هذه الخطوة من أهمية التقاء الباحث مع القارئ على مدلول واحد لكل مصطلح على حدة من المتكررات في البحث والدراسة. فالباحث والقارئ هم بحاجة ماسة وكبيرة للاتفاق على المدلولات التي عناها الباحث للمصطلحات المذكورة والمهمة المتكررة في خطة البحث والتي تتكون منها مشكلة الدراسة حتى لا يفهمها القارئ ويفسرها بدالة مختلفة. وهناك أهمية لذكر المصطلحات وتعريفها إجرائياً في خطة البحث وذلك من كثرة المدلولات والتعريفات الإجرائية المحتملة للمصطلح الواحد وذلك نتيجة لعدم اتفاق المختصين على معنى ومدلول دون غيره.

المعايير التي على الباحث الانتباه إليها عند صياغة وكتابة مصطلحات البحث في خطة البحث:

- لا بد على الباحث أن يحدد ويجمع مفاهيم ومدلولات أهم المصطلحات التي ستتكرر في خطة البحث، وخاصة متغيرات الدراسة بالمدلولات الإجرائية التي يحددها، ويراعي في ذلك المدلول اللفظي الصحيح للمصطلح.
- يساعد عنصر تحديد المصطلحات في خطة البحث الباحث في وضع إطار مرجعي يرجع إليه الباحث عند التعامل مع مشكلة البحث.
- يجب ألا يكون التعريف الإجرائي واسعاً أو ضيقاً جداً.
- الكتابة بعبارات واضحة أو استخدام الكناية والاستعارات اللغوية.

- لابد أن يحدد التعريف الإجرائي الخصائص الأساسية للمصطلحات المراد تعريفها، وعليه يجب أن يفصل التعريف بين الخصائص الأولية والخصائص الثانوية للمصطلحات.
- وهنا ننوه أن بإمكان الباحث أن يتبنى تعريفاً إجرائياً لمصطلح معين في خطة البحث، بحيث يكون مؤلف أو باحث آخر قد عرّف المصطلح بصورة تتفق مع الباحث بشكل ما في إجراء بحثه.

حادي عشر: مفهوم وأهمية الفروض وأنواعها

الفرضية: جملة تعبر عن تخمين أو استنتاج ذكي يتوصل اليه الباحث ويتمسك به بشكل مؤقت، وهي أشبه برأي الباحث المبدئي في حل المشكلة وهي أيضاً:

حل محتمل لمشكلة البحث، أو تخمين ذكي لأسباب مشكلة البحث، أو تفسير مؤقت لمشكلة البحث.

فمثلاً: إذا كان عنوان البحث أفلام الحركة (الأكشن) وتأثيرها على الشباب تكون الفرضية:

- مشاهدة أفلام الحركة تزيد من السلوك العنيف عند الشباب.
 - مشاهدة أفلام الحركة لا تزيد من السلوك العنيف عند الشباب.
 - مشاهدة أفلام الحركة تولد روح المنافسة والانجاز عند الشباب.
- فهذه الفرضيات عبارة عن رأي الباحث الأولي قبل إجراء البحث، وعندما ينتهي من البحث فقد تؤيد النتائج ما توقعه الباحث وأحياناً كثيرة لا تؤيد النتائج ما توقعه الباحث، وفي الحالتين فإن ما خرج به الباحث في بحثه يمثل نتيجة علمية يعتد بها، وهكذا يتضح لنا أن الفرضية هي توقع أو تخمين ذكي لأسباب المشكلة، أو تفسير مؤقت لها، ونقول مؤقت لأن الباحث عندما يُنجز بحثه قد يخرج بنتائج لا تؤكد فرضيته فيصبح تفسيره ملغي، أو أن النتائج تؤيد فرضيته فيصبح تفسيره دائم.

والفرضية لا توضع بشكل عشوائي وإنما يجب أن تستند الى معلومات أولية أو ملاحظات علمية، وبشكل عام هناك **خصائص للفرضية** نوجزها بالآتي:

- 1- أن تكون معقولة: أي أن لا تكون مستحيلة أو خيالية أو متناقضة.
- 2- إمكانية التحقق منها: أي قابلة للقياس.
- 3- أن تكون واقعية: من حيث إمكانية التطبيق والتنفيذ، ومنسجمة مع الحقائق ونتائج البحوث.
- 4- أن تتسم بالبساطة: أي الوضوح واستخدام ألفاظ محددة ومعروفة.
- 5- أن تكون قادرة على تفسير الظاهرة المدروسة: أي تقديم تفسير شامل للموقف.
- 6- بعيدة عن تحيزات الباحث الشخصية:
- 7- أن تحدد بشكل واضح العلاقة بين متغيرات البحث المستقلة والتابعة.

مكونات الفرضية:-

تشتمل الفرضية على متغيرين Variables أساسيين:

- الأول يسمى المتغير المستقل Independent Variables
 - والثاني يسمى المتغير التابع Dependent Variables
- والمتغير التابع هو نتيجة للمتغير المستقل في حالة العلاقة السببية، علماً إن المتغير المستقل في بحث ما قد يكون متغير تابع في بحث آخر وهذا يعتمد على طبيعة البحث وهدفه فمثلاً:

- فرضية (1) كلما زادت مدة البرنامج التلفزيوني انخفضت نسبة مشاهدته، المتغير المستقل هنا هو زيادة مدة البرنامج (السبب)، والمتغير التابع هو انخفاض نسبة المشاهدة (النتيجة).

- قراءة الأخبار في الصحف تزداد باستخدام الصور التوضيحية، المتغير التابع هو قراءة الأخبار، إن زيادة أو انخفاض قراءة الأخبار في الصحف يتأثر باستخدام الصور التوضيحية فزيادة القراءة هنا هي نتيجة لاستخدام الصور.

ملاحظات عامة عند صياغة الفرضيات: هناك ملاحظات عدة على الباحث الانتباه لها عند صياغة الفرضية وهي:

- 1- يمكن ان تكون هناك فرضية واحدة للبحث، ويمكن أن يكون هناك أكثر من فرضية واحدة، والمهم ان تغطي الفرضيات كل جوانب البحث، وان تعطي التفسيرات الكافية لمشكلة البحث سواء أكانت فرضية واحدة أو فرضيات عدة.
 - 2- يمكن ان تصاغ الفرضية بالإثبات ويمكن أن تصاغ بالنفي مثال:
 - أ- توجد علاقة إيجابية بين قراءة الصحف واستخدام الصور والألوان فيها.
 - ب- لا توجد علاقة إيجابية بين قراءة الصحف واستخدام الصور والألوان فيها.
 ولكن لا يجوز وضع الصيغتان لنفس الفرضية، واحدة بالنفي والأخرى بالإثبات.
 - 3- يستحسن أن تكون الفرضية قصيرة وواضحة ويسهل التعرف على المتغير المستقل والمتغير التابع فيها.
 - 4- الفرضية ضرورية لأغلب أنواع البحوث التجريبية، والوصفية، وحتى البحوث التي تستخدم المنهج التاريخي (الوثائقي)، فلا تقتصر الفرضيات على البحوث التجريبية بل تتعداها إلى البحوث الوصفية والوثائقية التي قد تتطلب استقرار المصادر والوصول الى الاستنتاجات المطلوبة.
- فوائد الفرضيات وأهميتها:-

للفرضية في البحث العلمي فوائد عدة أهمها:

- 1- تعد دليلاً للباحث توجه خطاه وتحدد له نوع الإجراءات التي عليه القيام بها.
- 2- تساعد في تحديد أبعاد المشكلة تحديداً دقيقاً ومن ثم دراستها بعمق.
- 3- تساعد في عزل وربط كل المعلومات التي لها علاقة بموضوع البحث ومشكلته.
- 4- تمثل القاعدة الأساسية للبحث وتسهل اختيار الحقائق اللازمة لحل المشكلة وعدم التخبط والتوهان، وجمع كميات من المعلومات التي لا حاجة إليها في البحث.
- 5- توجه عمليات تحليل وتفسير النتائج بشكل علمي على أساس العلاقات المفترضة بين المتغيرات.
- 6- تسهم في توسيع نطاق المعرفة ويمكن عن طريقها الحصول على الحقائق العلمية.
- 7- تساعد في تحديد الأساليب المناسبة لاختبار العلاقات المحتملة بين متغيرات البحث عن طريق تقديمها تصورات نظرية للعلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة.

ثاني عشر: الشكل النهائي للبحث (كتابته)

إن الهدف الأساسي من كتابة بحث التخرج هو أن يكتسب الطالب تجربة منظمة في البحث تحت إشراف أستاذ معين يتعهده بالرعاية والتوجيه، وبهذه التجربة يُعد الطالب لمواصلة أبحاثه للمراحل التالية وقد اتسعت معارفه وتطورت تجاربه في أساليب البحث العلمي.

وعلى أساس ما تقدم على الطالب الذي يتحسس في نفسه المقدرة العلمية والرغبة الأكيدة في البحث العلمي وهو في مرحلته الأولى ويرغب بمتابعة جهده في سلم الدراسة الأكاديمية و قطع الشوط إلى آخره أن يهيئ نفسه من البداية لموضوعات ذات صلة ببعضها سواء في تقاريره أو أوراق العمل البحثية التي يُطالب بها أثناء دراسته إن كان في مرحلة البكالوريوس، أو الماجستير وحتى الدكتوراه، وبالتالي على الطالب أن يضع في حسابه وهو يختار موضوع بحثه الابتعاد عن الموضوعات الواسعة التي تتطلب خلفية واسعة من المعلومات غير المتوفرة لدى الطالب، وحتى في الدراسات العليا فإن مرحلة الماجستير تختلف عن مرحلة الدكتوراه فإذا كانت رسائل الماجستير من المفروض أن تضيف جديداً للمعرفة فالجديد الذي تضيفه أطراح الدكتوراه ينبغي أن يكون أوضح وأقوى وعلى مستوى أعلى، لذا على الطالب والأستاذ المشرف أن يُقدرا كل مرحلة دراسية وأن يعطوها حجمها المناسب الذي تستحقه، دون مبالغة حيناً أو تطفيف حيناً آخر.

أولاً: الإطار المنهجي

منهجية البحث أو خطة البحث تشبه التصميم أو الخارطة التي يعدها المهندس لبناء دار أو بناية معينة تكون قابلة للتعديل والتحويل قبل الشروع بالتنفيذ، ومن المعلوم أن البحث الجيد هو نتاج خطة معدة إعداداً جيداً، وخطة البحث تشمل الآتي:

- 1- **عنوان البحث:** يُكتب عنوان البحث على رأس الصفحة، ويجب ملاحظة منتهى الدقة في صياغة العنوان، لأن كل كلمة توضع فيه لها معنى في هيكل البحث، ولذلك يجب أن تكون كلمات عنوان البحث محددة ودقيقة.
- 2- **مقدمة البحث:** تمثل المقدمة مدخل عام إلى المجال الموضوعي للبحث ويجب ان تشتمل على الآتي:-

- توضيح الميدان العام لمشكلة البحث

فإذا اختار الباحث مثلاً موضوع (التعلم لدى طلبة الجامعة باستعمال برامج الحاسوب) فعليه أن يستعرض الدور الذي يلعبه الحاسوب في تطوير العملية التعليمية وإمكانياته الواسعة في هذا الميدان، أو اختار الباحث مثلاً موضوع (التعرض لأفلام العنف وأثرها على سلوك الشباب) فعليه أن يتحدث عن تأثيرات مشاهدة العنف بأشكاله المختلفة على نفسية الإنسان وبالتالي على سلوكه وخصوصاً الشباب في عمر معين.

- **استعراض عام لأهمية الموضوع، وأهمية وصول الباحث إلى نتائج بشأنه توضح مثلاً كما في مثالنا السابق أفضل الطرق في استخدام الحاسوب.**
- **توضيح أسباب اختيار الباحث لهذه المشكلة وهذا الموضوع بالذات من بين عشرات المشاكل، وهل كان لمجال عمله دور في ذلك، أم هناك أسباب أخرى لاختياره.**
- **تحديد الجهات التي ستستفيد من نتائج هذا البحث مثل المؤسسة التعليمية أو المخططين للسياسة الإعلامية والبرامجية، أو حراس البوابة الإعلامية.**
- **توضيح مدى النقص الذي يمكن أن ينتج عند عدم القيام بمثل هذا البحث، وما هي إسهامات هذا البحث في معالجة النقص الموجود في موضوع التعلم باستخدام الحاسوب، يمكن أن يشير الباحث إلى إن عدم توظيف الحاسوب في التعليم الجامعي يقلل من كفاءة المتعلمين ويحرمهم من مواكبة التطور المعرفي الذي يشهده العالم، ويضيق عليهم فرص التطور.**
- **عرض عام للمحاولات والجهود السابقة التي قام بها الباحثون الآخرون في هذا المجال، وجوانب القصور في هذه الجهود والمحاولات.**

3- **مشكلة البحث:** على الباحث صياغة مشكلة البحث التي يريد بحثها بكلمات واضحة وعبارات محددة ودقيقة مع عرض مركز لخلفية المشكلة.

4- **أهمية البحث:** في أهمية البحث على الباحث توضيح نقطتين أساسيتين هما:

- ما هي الأهمية النظرية للبحث؟ وماذا سيضيف من حقائق ومعلومات جديدة إلى المعرفة في حقل الاختصاص.

- ما هي الأهمية التطبيقية للبحث؟ أين يمكن الاستفادة من نتائجه في الحياة العملية.

5- **هدف البحث:** في هذه الفقرة يجري توضيح:

- ما هو الهدف من هذا البحث؟

- وما الذي تريد أن تحققه؟

- وما هو النقص المعرفي الذي تريد أن تغطيه؟

محددات البحث: البحث ليس بالضرورة أن يكون في كل مجالات المشكلة موضوع الدراسة إذا غالباً ما يجري تحديد لمجال البحث في الزمان، أو المكان، أو الموضوع، أو المجتمع، فلو كان لدينا بحثاً بعنوان (موقف الصحافة المصرية أزاء الاحتلال الأمريكي للعراق) فنأخذ مدة زمنية سنة، أو سنتين، أو أكثر بحسب طبيعة الموضوع واهدافه فنذكر الآتي:-

المجال أو الحد الزمني: من 2003/6/1 لغاية 2005/6/1

المجال أو الحد المكاني: العراق

وقد يتطلب الموضوع تحديداً موضوعياً (اي جزئية محددة من المشكلة او الموضوع الذي ندرسه) فنأخذ مثلاً: (موقف الصحافة المصرية من الانتهاكات الأمريكية لحقوق الإنسان في العراق) وهنا نرصد او ندرس فقط الانتهاكات الخاصة بالتعدي على حقوق المواطنين وموقف الصحافة المصرية منها.

ملاحظة/ قد تقتصر الدراسة الميدانية على مدة سنة واحدة ولكن عندما يتحدث الباحث يتحدث عن كل المدة فلو كان عنوان بحثنا (الدعوة للتطبيع مع إسرائيل في الصحافة الأردنية من 1976- 2003) واكتفينا في الجانب الميداني على دراسة الصحف الأردنية لمدة سنة واحدة فقط، هذا لا يعني أن مجال الدراسة سنة واحدة وإنما مجالها من 1976- 2003 لأن الباحث تطرق لكل هذه المدة في البحث النظري أو المكتبي.

6- **فرضيات البحث:** أحياناً تكون للبحث فرضية شاملة لكل جوانب الموضوع، وأحياناً تستدعي الحاجة وضع أكثر

من فرضية للإجابة على تساؤلات البحث، ومئات الفرضية تقوم عن طريق الأمور الآتية:

- هل جرى فيها توضيح العلاقة بين المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة بشكل سليم.

- هل افصحت الكلمات التي صيغت بها الفرضية عن المتغيرات بعبارات واضحة، ومحددة، بحيث لا تدع

مجالاً للشك في العوامل التي ستخضع للاختبار؟

- هل تقدم الفرضيات تفسيرات مقترحة كافية لمشكلة البحث أكثر من اي فرضيات أخرى مناظرة؟

- هل يمكن إخضاعها للتحقق والاختبار؟

وبشكل عام الفروض علاقات سببية فمثلاً (التعرض لأفلام الأكشن وأثره في جنوح الأحداث) هنا نحن نفترض وجود علاقة سببية بين التعرض لأفلام الأكشن والجنوح عند الأحداث.

ثانياً:- الإطار النظري

هناك طرق عدة لجمع المعلومات والبيانات الخاصة بالإطار النظري اذ على الباحث أن يقوم بعملية جرد لمعرفة الكتب والمراجع والبحوث التي تتناول موضوع البحث بشكل عام عن طريق قيام الباحث بزيارة، أو مخاطبة المكتبات ومراكز البحوث أينما وجدت وكذلك إجراء عمليات بحث شامله على شبكة الأنترنت لمعرفة كل ما كتب بخصوص المجال العلمي الذي تخصص به وبشكل أدق معرفة الكتب، والبحوث، والدراسات، القريبة من موضوع بحثه أو التي في صلب الموضوع.

بعد أن يقوم الطالب الباحث بهذا المسح الموسع للمراجع والمصادر الخاصة ببحثه ستتراكم لديه كمية كبيرة من العناوين، لذا عليه أن يتفحص هذه العناوين ويختار منها الأقرب إلى موضوع بحثه أو التي في صميم البحث، أي

يقوم بعملية تصفيه أولية للعناوين والمراجع التي توفرت لديه أثناء عملية المسح الموسع الأولي الذي قام بها على أن لا يمنعنا ذلك من تصفح ما يقع بأيدينا من مصادر قد لا توحى عناوينها بوجود ما نبحت عنه ولكن في كثير من الأحيان نجد بين ثناياها ما نريد.

بعدها تأتي مرحلة قيام الطالب الباحث بقراءة هذه الكتب والمصادر بهدف الاطلاع على معظم الجوانب المتعلقة بموضوع البحث الذي يتصدى له والذي سيكون تخصصه العلمي المستقبلي.

عندما يبدأ الباحث بقراءة المصادر من الضروري قيامه بتأشير المقاطع، أو الفقرات، أو حتى الصفحات الكاملة ووضعها بين حاصرتين بقلم الرصاص، أو تضليلها بلون معين (توجد في المكتبات أقلام ملونه تستخدم لهذا الغرض) وهكذا يستمر في عملية القراءة وتضليل أو تأشير المقاطع التي تقع ضمن دائرة من موضوع البحث الذي يُجرىه.

ابداً بقراءة الكتاب فإذا وجدت هناك فكرة تستفيد منها أشرّ المعلومات التي تريدها بلون معين أو بوضعها بين حاصرتين (...). وتستمر في دراسة الكتاب وكلما أعجبتك فكرة قم بتأشيرها إلى إن تنتهي من الكتاب، وأحياناً قد تتجمع عندهم أعداد كبيرة من الفقرات المؤشرة من هذا الكتاب أو ذاك فلا تقلق فالكثير منها مفيد، كما أنك بالاستمرار ستتعلم أن تأخذ فقط ما تحتاجه من الكتب والمصادر، استمر إلى أن تنتهي من جميع المراجع التي تريد الاطلاع عليها والتي تخص مبحث معين أو موضوع بحثك بشكل كامل.

ولذلك نقترح على الطالب الباحث التعود على استعمال الكارتات والتفنن في طريقة استعمالها، هذه الكارتات تباع في المكتبات وهي بألوان مختلفة لكي يسهل استعمالها كل لون لفصل، أو مبحث، أو موضوع معين، وهذا يسهل كثيراً عملية فرزها ووضع كل مجموعة متجانسة في مكانها المناسب، وهناك طريقة أرخص وأسهل يعتمدها البعض بدلاً للكارتات الملونة تتمثل باستعمال ورق الاستنساخ العادي A4 وشطرها إلى نصفين واستعمالها كبطاقات.

هذا الكارت يستعمل لكتابة النص كما مثبت في الكتاب أو لكتابة الأفكار التي تؤخذ من المصادر المختلفة، ومن الضروري أن تكتب في الكارت (البطاقة) فكرة واحدة فقط حتى يسهل عليك تصنيفها ووضعها بسهولة في المبحث أو الموضوع الذي تكتب فيه.

ومن الضروري أيضاً أن تكتب على رأس الكارت عنوان للمادة المقتبسة، وفي الظهر تُثبت معلومات المصدر أو المرجع كاملاً (اسم لمؤلف، اسم الكتاب، رقم الطبعة، بلد النشر، دار النشر، تاريخ النشر، ورقم الصفحة).

طريقة البطاقات هذه ستوفر لك الآتي:-

1- سهولة الحركة للكارتات وترتيب تسلسلها بالطريقة التي تعجبك، وبالتالي وضع الأفكار في المكان المناسب لها، واقترح ترقيم البطاقات بقلم الرصاص، لكي يسهل عليك تغيير ترتيبها وكمن ثم ترقيمها عند الحاجة لذلك.

2- معرفة مصدر كل فكرة بصورة دقيقة وهذا يمكنك من الرجوع الى هذه المصادر عند الضرورة.

3- إمكانية وضع وجهات نظر أخرى للفكرة التي تود تحليلها.

ثالثاً: الإطار الميداني

عند كتابة الإطار الميداني لا بد من استيفاء الإجراءات المنهجية الآتية:

أ- تحديد الأداة أو الأدوات البحثية المستعملة في جمع المعلومات هل كانت استمارة استبيان، أم استمارة تحليل مضمون، أم غيرها من الأدوات مع شرح للخطوات التي أتبعته في أعداد أدوات جمع البيانات في صورتها النهائية القابلة للتطبيق على مجتمع البحث، والتعديلات التي أدخلت عليها حتى أصبحت في صورتها النهائية، وطرق التأكد من مدى صدقها، وثباتها، وموضوعيتها.

ب- وصف شامل لما قام به الباحث من إجراءات لجمع المعلومات، ما هي المكتبات والأماكن التي قصدتها للحصول على المعلومات، ما هي المراكز البحثية أو الشخصيات التي قام بمراسلتها والاستفادة منها، ما هي الدول أو المدن التي سافر إليها بقصد الحصول على المعلومات الخاصة بالبحث، ما هي الأساليب العلمية التي اعتمد عليها في البحث هل هي (الملاحظة، أم المقابلة، أم الاستبيان، أم التجربة .. الخ)

ت- وصف الصعوبات التي واجهها الباحث في جمع المعلومات والبيانات اللازمة للبحث لتجنب الباحثين اللاحقين من مكابدة هذه المصاعب، أو على أقل تقدير وضعهم بالصورة الصحيحة التي تساعدهم على اتخاذ قرارات سليمة.

أسلوب معالجة البيانات (المعالجات الإحصائية):

تتضمن وصف أساليب معالجة البيانات من حيث المراجعة، والتصنيف، والتبويب، والجدولة، والعرض، ووصف خصائصها الأساسية وعرضها لاستعمال أساليب الإحصاء وأساليب الوصف المختلفة، ومن الضروري للباحث بعد الانتهاء من كتابة هذا الجزء أن يعيد قراءته للتأكد من أنه لم ينس شيئاً ينبغي أن يعرفه القارئ لمتابعة التقرير وفهمه وعلى الباحث أن يقوم بذكر الوسائل الإحصائية التي استعمالها في إيجاد الصدق والثبات، ومعالجة الجدولة لعينة البحث، وفيما إذا كان قد اعتمد مربع كاي سكوير Q^2 ، أم معامل ارتباط بيرسون، أم سبيرمان أم اختبار (T.test).

ثالث عشر: أساليب عرض النتائج وتحليلها

تأتي الخطوة الأخير من خطوات البحث وهي عرض نتائج الدراسة بشكل مؤشرات رقمية تتسم بالدقة العلمية، ومن ثم يجري مناقشتها وإيضاح مدى أهميتها وإمكانية الاستفادة منها.

يشمل هذا الجزء عرض النتائج التي توصل إليها الباحث وتحليلها، حيث يعد الجزء الأكبر من عرض النتائج عادة تقريراً فنياً لكيفية إجراء التحليلات الإحصائية ويترك تفسير النتائج وصياغتها إلى الجزء الخاص بمناقشة النتائج، إذ يقوم الباحث في هذه المرحلة بتفسير نتائج بضع أهداف الدراسة، وبالتالي يجب أن يتضمن هذا الجزء الإجابة عن سؤال الباحث بقبول أو عدم قبول فروض البحث، وقد يحتاج الباحث إلى مقارنة نتائج بنتائج أبحاث أخرى مشابهة، كما يمكن أن يستخدم الباحث أيضاً الأشكال، والرسوم، والصور، والجدول لتوضيح البيانات، ويمكن تحليل البيانات في فصل واحد، أو أكثر يخصص كل فصل منها لمناقشة قضية، أو جزء رئيسي من البحث، فالباحث يقسم النتائج وفقاً للخطوة التي يراها مناسبة لهذا التقسيم، ويعرض جميع النتائج التي توصل إليها سواء اتفقت مع الفروض الأساسية للبحث أم خالفها.

التقارير والأبحاث العلمية والهندسية غالباً ما تشتمل على جداول أو منحنيات أو رسومات تخطيطية أو صور فوتوغرافية والتي تهدف لعرض بيانات أو نتائج أو شرح موضوع ما من مواضيع التقرير. نناقش هنا أنواع هذه الأشكال والجدول والأمور التي يجب مراعاتها ويجب تجنبها عند إعداد هذه الأشكال التوضيحية.

أنواع الأشكال التوضيحية:

الجدول : الجداول تسمح بعرض بيانات أو خطوات عمل بشكل منظم يسهل تتبعه ويسهل الوصول إلى البيانات منه بسرعة ويسر. لا ينحصر استخدام الجداول في عرض الأرقام فقط وإنما يمكن استخدامها لعرض معلومات مكتوبة مثل أن تستخدم جدول لمقارنة تعريفات مختلفة لبعض المصطلحات أو لعرض أحداث حسب ترتيبها الزمني أو لتوضيح الأسئلة التي استخدمت في استقصاء لقياس متغيرات محددة

الرسومات البيانية : الرسومات البيانية تتميز بتيسير استنتاج معلومات من البيانات المعروضة مثل اتجاه الزيادة أو النقصان أو علاقة متغير بآخر عند استخدام الرسومات الخطية أو الوزن النسبي لكل عنصر من العناصر عند استخدام الرسومات القطاعية (الدائرية) أو الفرق بين نتائج مرحلة ومرحلة عند استخدام الرسومات على شكل

أعمدة. الرسومات البيانية ليست بديلاً عن الجداول في جميع الأحوال فيمكننا عرض كم كبير من البيانات في جدول واحد ولكن قد نجد صعوبة في توضيح تلك البيانات على رسم بياني واحد وكذلك فإننا أحياناً قد لا نهتم باتجاه تغير البيانات ولكن نهتم بمعرفة قيمتها

الرسومات التخطيطية: الرسومات التخطيطية تُستخدم لتوضيح جهاز أو كائن أو شيء ما مرتبط بموضوع التقرير. الرسومات التخطيطية تُعطينا الفرصة لتوضيح طريقة عمل الجهاز أو أجزاء الماكينة أو خطوات العملية الإنتاجية أو الإدارية بطريقة مُبسطة بحيث يحتوي الرسم التخطيطي على العناصر الأساسية فقط

الصور الرقمية أو الفوتوغرافية: الصور الرقمية أو الفوتوغرافية تستخدم لتوضيح الأمور التي لا يمكن توضيحها بالرسومات التخطيطية أو بالشرح، فالصور قد تستخدم لتوضيح حالة المريض قبل وبعد العلاج، أو شكل العينة قبل وبعد المعالجة، بالطبع يمكن أن تشرح حالة المريض بدون صورة ولكن الصورة توضح الأمر عند الحديث عن لون البشرة أو وجود حبوب على الوجه، كذلك فإن الصور يكون لها أهمية في عمليات الدعاية فأنت قد تشتري سيارة لإعجابك بصورة السيارة ولكن الرسم التخطيطي للسيارة قد يعطيك فكرة عن تصميمها ولكنه لا يُعني عن الصورة.

وهناك أمور مهمة يجب مراعاتها في الأشكال التوضيحية والجداول:

1. احرص على أن يحتوي الشكل على البيانات التي تُمكن من قراءته أو فهمه بدون الحاجة للرجوع إلى جزء من أجزاء التقرير، افترض أنك تقرأ تقريراً وبه رسم تخطيطي ولكي تفهم معنى الرموز المذكورة في الرسم تحتاج أن تبحث عنها في وسط الشرح في التقرير وقد تجد الشكل في صفحة والشرح في صفحة أخرى وبالتالي تنظر على الرسم ثم تَقَلب الصفحة لتقرأ الشرح ثم تعود مرة أخرى للشكل وهكذا، بالطبع هذا ليس الأسلوب الأمثل لذلك ينبغي أن يكون مُسمّى الشكل أو الجدول واضحاً ومكتوباً أعلى أو أدنى أو بجوار الشكل أو الجدول، وكذلك يجب أن تكون وحدات القياس موضحة في الجدول أو الشكل. في حالة الرسومات التخطيطية فلا بد من كتابة مفتاح الشكل أو الرسم مثل أن "أ" تعني كذا و"ب" تعني كذا و"ت" تعني كذا، وفي حالة استخدام مقياس رسم فيتم توضيحه في الرسم وفي حالة الرسومات البيانية لا بد من كتابة اسم المحاور.
2. شرح الجدول أو الشكل في التقرير يكون سابقاً للجدول أو الشكل حتى لا يتفاجأ القارئ بجدول أو لا علاقة له بالفقرة السابقة له في التقرير أو البحث، لاحظ أن شرح الجدول أو الشكل قد يوضح كيفية حساب أو قياس بعض البيانات في الجدول أو الرسم البياني وقد يوضح ما يمكن ان نستنتج من تلك الأرقام أو الرسومات وقد يوضح طريقة عمل الجهاز الموضح بالشكل أو ما يلاحظ في الصور الرقمية أو الفوتوغرافية. في جميع الأحوال ينبغي على كاتب التقرير أن يشرح الشكل أو الجدول أو الصورة حسب الغرض منها ولا يكتفي بملاحظة القارئ.
3. إذا كانت البيانات أو بعضها قد تم الحصول عليه من مصدر ما مثل تقارير دولية أو بحث سابق فيتم توضيح ذلك بجوار أو أسفل الشكل أو الجدول.
4. كن أميناً في عرض البيانات فلا تحاول استخدام رسومات بيانية تعرض البيانات بطريقة تُضلل القارئ ولا تحاول عرض بعض البيانات التي تدعم وجهة نظرك وتُخفي تلك التي تُضعف رأيك، ولا تعتمد تقريب الأرقام لإخفاء معلومات ما، ناهيك عن أن تُغير الأرقام نفسها فهذا يُعتبر إخلال بالأمانة.

رابع عشر: الاستنتاجات والتوصيات والملاحق

- 1- استنتاجات البحث: ويجري فيها إيضاح ما تمثله هذه النتائج من دلالات علمية ومدى تطابقها أو افتراقها مع نتائج البحوث السابقة للبحث أو القريبة منه.

2- **التوصيات:** وفي هذا الفقرة يقوم الباحث بتثبيت توصياته بخصوص الموضوع الذي تصدى لدراسته ووضع مقترحاته الخاصة به، على أن تكون التوصيات واقعية وقابلة للتطبيق، وليس كلاماً إنشائياً لا معنى له، أو مقترحات خيالية لا يمكن الاستفادة منها، وإنما مقترحات عملية مفيدة وفعالة وتمثل حلاً فعلياً وواقعياً للمشكلة التي تصدى لدراستها.

3- ملاحق البحث: تتكون الملاحق في الغالب من الآتي:-

1. نسخة من صحيفة الاستبيان.
2. البيانات والإحصائيات والنماذج الرياضية التفصيلية التي لم ترد في نص البحث وذلك لأن إيرادها ضمن البحث قد ينتج عنه قطع في انسيابية الأفكار، هذه البيانات والإحصائيات وغيرها تكون وثيقة الصلة بموضوع البحث، لكن لطولها ولتجنب تحويل نظر القارئ عن الموضوع الأساسي إلى مواضيع جانبية أثناء اطلاعه على البحث لذا يقوم بوضعها نهاية البحث.
3. وكذلك قد يضع الباحث نسخ مصورة للصفحات الأولى للصحف التي أخضعها للدراسة، أو أجزاء معينة من هذه الصحف لغرض توضيح شيء معين، وأيضاً صورة الكتب الرسمية والمراسلات بين الدوائر مثل كتب تسهيل المهمة وغيرها.
4. وقد تشمل الملاحق صورة من نتائج استمارات الاستقصاء وكشوف التفرغ الخاصة بها.
5. كما أنها قد تتضمن قائمة بالمصطلحات الفنية المتخصصة الواردة في البحث مع تفصيل معانيها، وفي بعض البحوث نجد أن الملاحق إذا كانت كثيرة قد تأخذ أرقاماً متسلسلة لتسهيل وصول القارئ إليها.
6. وقد تشتمل على البيانات والإحصاءات الأصلية للبحث قبل تحليلها.
7. أي بيانات أخرى استعملها الباحث ولم ترد في النص، لأن وضع هذه البيانات بالملاحق يقلل من حجم متن الرسالة ويسهل على القارئ الاستمرار في القراءة ومتابعة الأفكار الواردة بالبحث دون معوقات. وليست هناك قاعدة ثابتة لعدد صفحات البحث إذ يتوقف الأمر على طبيعة موضوع البحث، ان قيمة البحث أو الرسالة لا يرتبط بعدد الصفحات وإنما بالمحتوى، وتبويبها مسؤولية كل من المشرف والباحث، ولكن بعض الجامعات تضع سقفاً لعدد صفحات البحث كما هو الحال في جامعة بغداد إذ حددت عدد صفحات رسالة الماجستير بـ 195 صفحة، والدكتوراه بـ 240 صفحة، شاملاً متن البحث من بداية المقدمة إلى نهاية التوصيات.