تقنيات قياس الجمهور و
أهمية المقابلة و الملاحظة

باية سي يوسف
أستاذة بقسم علوم الإعلام والإتصال

مقدمة :

تقنيات قياس الجمهور هي مختلف الطرق العلمية و الأدوات المنهجية المعتمدة من أجل معرفة مواقف و آراء عينة من الجمهور بخصوص موضوع معين، في مجال من المجالات، فإذا أردنا معرفة آراء الناس إزاء إحدي القضايا الإجتماعية أو السياسية أو الإقتصادية ، فإنّنا نتّجه إلى سؤالهم بشأن أرائهم في تلك القضية، والغاية من وراء ذلك هي قياس الرأي العام .

و إذا كانت قياسات الرأي العام الكمية كالإستبيان تهدف إلى قياس الإتجاهات الظاهرة لعينة ممثّلة للجمهور ، حيث تتحدّد نسبة توزيع الإتجاهات المختلفة بين هذا الجمهور، وما تحققه هذه القياسات في الاتساع الكمي ، تفقده في الكيفية والشّدة ، والعمق . لذا فإن الطرق الكيفية تستخدم للكشف عن مدى قوة اتّجاهات الرأي العام ، فتستخدم طريقة المسح مثلاً للتعرف على الإتجاهات الظاهرة والكامنة، نظراً لأن طريقة المسح تشمل وسيلتي المقابلة و الملاحظة ... أي مقابلة الناس ومحادثتهم، وملاحظة سلوكهم بصفة مباشرة على اختلاف أشكال هذا السلوك و وسيلة التعبير . كما تتضمن الطرق الكيفية أيضًا طريقة تحليل المضمون أي تحليل ما يصدر عن مجتمع معيّن من وسائل النشر والدعاية و الإعلام، التي يمكن اعتبارها كذلك معبّرة إلى حدّ كبير عن اتجاهات المجتمع.

و تعتبر هذه الأساليب الكمية و الكيفية بمثابة أسس علمية لقياس الرأي العام ، إلى جانب أدوات أخرى معتمدة، والمتمثلة في الهاتف Le Téléphone ، مقياس المتابعة l'audimètre ، دفتر الإستماع Le Carnet d'écoute ... و غيرها . ولعلّ الهاجس الذي يشغل بال العديد من الباحثين هو :

ما هي المراحل و الإجراءات المنهجية التي يجب أن يتبعها الباحث في إعداد و تنظيم المقابلة و الملاحظة من أجل قياس الجمهور و الرأي العام ؟

خلفية تاريخية :

تحتل عملية قياس الرأي العام أهمية متزايدة في العصر الحاضر، إذ تعتبر هذه العملية في نظر الكثيرين، خطوة أساسية في العملية الديمقراطية، وقد كانت هناك في المجتمعات القديمة طرق بسيطة ينقصها الضبط و التقييم، ويلجأ إليها الحاكمون للتعرف على أحوال الناس، أمّا في الصورة الحديثة ، فقد حلت الأدوات والمناهج الأكثر دقة محل الطرق القديمة، و إن كانت الطرق القديمة لا تزال بعد تهذيبهَا تمثل جانبًا لا يمكن الإستغناء عنه، كما سنرى في أدوات الملاحظة والمقابلة، وقد كانتا في الواقع أقدم الطرق المستخدمة للتعرف على آراء الناس، وهمَا حتى الآن أنجح الطرق الكيفية للتأكد من قوة الإتجاهات ومصدرهَا وسبر أغوار الرأي العام إزاء بعض القضايا التي تعنيه [1].

إن الإهتمام بقياس الرأي العام يعود إلى أوائل القرن التاسع عشر (حوالي عام 1864) حين كانت بعض الصحف وغيرها من المؤسسات التي تهتم بالتجارة و التسويق خصوصًا في الولايات المتحدة الأمريكية تحاول التعرف على الرأي العام عن طريق عمل مقابلات واستفتاءات فيما كان يسمّى بالإقتراع الأولى، و لكن الطرق المتبعة في ذلك الوقت كانت طرق ينقصها التقنين و الدقة .

و ينبغي لنا أن نشير إلى أن محاولة التنبؤ بما ستفعله الكثرة عن طريق ما تقوله القلة ، أو حتى إعطاء حكم عام على طبيعة المشاعر السائدة بناء على إجابات أفراد قلائل هذه المحاولة شيء وأن نكون واثقين من نتائج التنبؤ ونتائج الحكم العام التي نصل إليها شيء آخر .

وإذا كانت الطرق التي اتبعتها الصحف قديمًا في التعرف على الرأي العام طرقا ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح، وبالتالي كانت النتائج لا تدعو للثقة، فإنه مع محاولة الحصول على عينات ممثلة لمجتمعاتها، استطعنا الإنتقال من مرحلة التكهّن إلى مرحلة العلم في مجال قياسات الرأي العام .

و لقد بدأت هذه القياسات بالعينة الحصصية نظرًا لأنها أقل تكلفة من وجهة نظر أهل التجارة و التسويق، وعلى سبيل المثال فقد عمد مراسلوا الصحف إلى استخدام العينة الحصصية في مقابلاتهم التي يجرونها مع رواد أقرب مقهى ثم يكتبون عن رأي المجتمع في القضايا العامة بناءً على هذه الإتصالات العارضة، و لكن هذه العينة الحصصية أفضل من أسلوب المعاينة غيرالدقيق، والذي يعتمد على عينات مأخوذة من قوائم أصحاب السيارات ودفاتر التلفون، أي أن العينة كانت غير ممثلة للمجتمع بل كانت عينة متحيزة لذوي الدخول العالية نسبيا .

بينما اتّبع جورج جالوب [2] و غيره من المهتمين بقياسات الرأي العام مثل روبر ROPER و كروزلي CROSSLEY طرق المعاينة الصحيحة، وأثبتت هذه الأساليب الفنية تفوّقها في قياس الرأي العام، فكان التنبؤ الناجح و الدقيق للإنتخابات الرئاسية عام 1940 و 1944 في أمريكا، و لكن هذه الثقة المفرطة بل وغرور مراكز قياسات الرأي العام بما أحرزته من نجاح، ربّما أدى بها إلى

الإهمال وعدم أخذ العوامل المختلفة في الإعتبار، فتنبأت هذه المراكز في وقت مبكر جدًا بفوز (ديوي) للرئاسة الأمريكية على منافسه (ترومان) عام 1948 فوزًا ساحقًا، و قد فشلت جميع هذه التنبؤات فشلاً ذريعاً، وقد تعرضت عملية قياس الرأي العام على إثر ذلك لهجوم عنيف من معارضيها، وتنبّأ جورج جالوب وزملاؤه عام 1960 بنتائج الإنتخابات بين (كيندي) و(نيكسون) تنبأً صحيحًا ودقيقًا،وهذا النجاح لا ينبغي أن يدعو المهتمين بقياسات الرأي العام إلى فرط الثقة، بل ينبغي أن يدعوهم إلى مزيد من البحوث والدراسة، ذلك لأن قياس الرأي العام يدخل فيه عوامل متعددة كالآلة والبشر، و الأسلوب الفني للقياسات يمكن التحكم فيه وتطويره، أما الجمهور Public فهو بطبيعته متقلب لا يثبت على حال، ولا يمكن التوقع الدقيق لآرائه و اتجاهاته .

وعلى الرغم من الأساليب الفنية المتطورة التي تتبعها مراكز قياسات الرأي العام في مختلف أنحاء العالم ، فإنها لم تستطع في انجلترا أن تتنبأ تنبؤًا صحيحاً بنتائج الإنتخابات عام 1970 بين (ولسن) و (هيث) ... إذ فاز هيث (حزب المحافظين) على ولسن (حزب العمال) رغم توقعات معظم مراكز قياس الرأي العام بنجاح ولسن ، إنّ الفضل في ذلك يعود إلى بحوث التسويق في تطوير أساليب قياس الرأي العام .

وعلى العموم، فإن بحوث الرأي العام تميل دائما إلى التبسيط من حيث الإجراءات والخطوات المتبعة، فليس المهم هو معرفة التفاصيل الفنية الدقيقة في عملية الإستفتاء، ولكن المهم بالدرجة الأولى هو فهم المبادئ الأساسية لعمليات المسح والإستفتاء حتى يتمكن الباحث تقييم و نقد النتائج [3] .

بهذا، نصل إلى حقيقة مفادهَا، أن قياسات الرأي العام تعد أداة هامة من أدوات البحث، فكثيرًا ما يتوق الأشخاص الذين يسعون للمناصب العامة إلى التعرف على فرص ترشيحهم ونجاحهم للوصول إلى هذه المناصب، و يعمد هؤلاء الأشخاص إلى القيام بعملية قياس الرأي العام من أجل التعرف على المسائل العامة و ردود فعل الناخبين لحملاتهم الإنتخابية و غيرها من الأمور [4] .

كما تهتم كثير من المصالح الحكومية بقياس الرأي العام، وما الإحصاءات السكانية التي تقوم بها الهيئات الحكومية المختصة كل خمس أو عشر سنوات مثلاً إلاّ شكلاً من أشكال القياسات ، حيث يمكن عن طريقها التعرف على أعمار السكان و عدد الذكور و الإناث و الجنسيات المختلفة التي تعيش في البلد .

و لا بدّ من الإشارة هنا إلى أن الإحصاءات السكانية تختلف عن قياسات الرأي العام ، و نظرًا لأن هذه الإحصائيات تهتم بالحقائق لا الآراء، كما أن هذه الإحصاءات هي عدّ كامل و ليست عينة من عينات المسح كما هو متبع في قياسات الرأي العام .

أما بالنسبة للأهمية العملية لقياس الرأي العام، فيري كثير من الباحثين أن هذه القياسات لم تسهم إلاّ بالقليل في النظرية العملية للرأي العام، باعتبار أن هذه القياسات هي مجرّد أداة لخدمة أهداف عملية ومفيدة، كما أن العلوم السياسية تستقي من هذه القياسات كثيرًا من البيانات والمعلومات ذات الأهمية في تحديد الحقائق عن الناس، وفي قياس اتجاهاتهم بعد أن تكون مسألة معينة قد أنتجت رأيًا عامًا فعليًا .

كما تلجأ أيضًا ، بعض وسائل الإعلام و الإتصال إلى استخدام الوسائل الفنية لقياس الرأي العام للإحاطة أفضل برغبات الجمهور والتعرف على اتجاهاته [5].

وكملاحظة لما سبق، يمكن أن نقول أن قياس الرأي العام، والتعرف عليه يكون بطرق كمية وأخرى كيفية، وهذه الطرق تختلف فيما بينها من حيث دقتها واكتمالها وسهولتها وتكاليفها، والطريقة الكمية هي ما يعبّر عنها أحيانا بأسلوب الإستفتاء أو الإستبيان .

أما الطرق و الأساليب الكيفية ، فلها منهجان : المسح العام وتحليل المضمون، ويدخل في إطار المسح العام أساليب المقابلة والملاحظة والقياس التكراري و قياس الإتجاهات المتدرجة ، هذا بالإضافة إلى الأدوات المتعددة في قياس الرأي العام، والمتمثلة في الوسائل الآتية : الهاتف Le Téléphone، مقياس المتابعة L'audimètre ، دفتر الإستماع Le carnet d'écoute، التحقيق الطولاني Le Panel ، المقابلة المنزلية L'interview à domicile و المناقشة داخل الجماعة La discussion de groupe و غيرها من الطرق التي تختلف أشكالها و درجة شدتها وعمقها في قياس الرأي العام [6].

الأساليب الكيفية في قياس الرأي العام :

أسلوب المقابلة :

يمثل أسلوب المقابلة التبادل اللفظي وجهًا لوجه بين المقابل والمستجوب، و ذلك للحصول على المعلومات أو الآراء التي تعبر عن الإتجاهات ووجهات النظر الخاصة بالمسائل التي تشغل بال الرأي العام، وهي التفاعل اللفظي المنتظم بين الباحث و المبحوث أو المبحوثين لتحقيق هدف معين، و هذا التفاعل اللفظي عبارة عن حوار قائم بين الباحث و المبحوث بحيث يخضع لشروط أساسية . ولقد عرّفها ' أنجلس ' : ' المقابلة هي محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو مع أفراد بهدف حصوله على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث علمي ، أو الإستعانة بها في عملية التوجيه و التشخيص والعلاج ' . ويمكن تعريفها كذلك بأنها ذلك النمط أو الأسلوب المتخصّص للإتصال الشخصي والتفاعل اللفظي الذي يجري لتحقيق غرض خاص [7] ويركز فيه على بيانات ومعلومات خاصة ويستبعد ما عداها من المعلومات القريبة أو الدخيلة و غير الجوهرية في الموضوع، هذا بالإضافة إلى أنها نوع من التفاعل الذي يكون فيه دور كل من المقابل والمجيب دورًا متحدّدًا يتوقف في خصائصه الخاصة على غرض المقابلة أو الطابع الغالب عليها .

ومن خلال هذه التعاريف، يمكن أن نحدّد خصائص المقابلة في قياس الجمهور و الرأي العام في الآتي :

خصائص المقابلة :

1. إنها عبارة عن تفاعل لفظي، يسمح للمبحوث بتخطي حدود الإجابة المجردة على أسئلة الباحث ، إلى الحرية الكاملة في الإجابة على الأسئلة بالطريقة التي يراها .

2. إنها عبارة عن أسلوب منظم يقوم على مجموعة من الخطوات والإجراءات العلمية و المنهجية التي تنظم اللقاء و تدير الحوار في إطار الأهداف البحثية لتنظيم المقابلة .

3. تسمح المقابلة للباحث بالتعمق في أغوار المبحوث ، لمعرفة أفكاره وآرائه من خلال الحوار و المناخ الودي الذي يعكسه نظام المقابلة . ولذلك يطلق عليها مصطلح الإستبار الذي يعني سبر أغوار المبحوث، أي إختبار وتجريب أعماقه، ولذلك تظهر أهميتها في الحصول على البيانات الخاصة بالإتجاهات والآراء والمشاعر أكثر من البيانات الخاصة بالحقائق .

4. قد لا يتوفر في بعض الدراسات القدر الكافي من البيانات التي تسمح بتحديد المشكلة أو الظاهرة تحديدًا دقيقا، ولذلك فإن المقابلة تسمح بالإقتراب من الظاهرة أو المشكلة والتعرف على أبعاد جديدة فيها، لا توفرها الأساليب الأخرى كالإستقصاء .

5. كذلك، فإن أسلوب المقابلة يوفر المرونة التي تسمح بالتغلب على الصعوبات العديدة التي تؤدي إلى التحريف في الإجابات، أو نقص استجابات المبحوثين التي تظهر في الإستقصاء حيث تسمح المقابلة للباحث بشرح الأسئلة الغامضة، و توضيح معاني الكلمات و الألفاظ، والعبارات المستخدمة، وبذلك ترتفع نسبة الإستجابات إلى الأسئلة و جمع البيانات المطلوبة . [8]

6.ضبط الإستجابات إلى المقابلة، ذلك أن المبحوث سيجيب على الأسئلة بنفسه، خلال وقت المقابلة أثناء الحديث مع الباحث، فيتأكد الباحث أن الإجابات تعبر عن رأي المبحوث الشخصي، حيث لم تترك له الفرصة لاستشارة غيره من الأقارب و الأصدقاء الذين قد يؤثرون في رأيه أو استجابته للأسئلة .

7.بذلك يمكن الثقة في النتائج بدرجة كبيرة، لأن الباحث يختار العينة التي سوف يقابلها اختيارًا دقيقا، يتفق مع أهداف الدراسة، و يضمن الحصول على البيانات المطلوبة دون تحريف فيها، إذا تم تنظيم و إدارة المقابلة بطريقة سليمة .

ومن جانب آخر، فإننا نجد أن المقابلة وجها لوجه تكّلف جهدًا ونفقات عالية، لحاجتها إلى أعداد كبيرة من الباحثين المدربين على إدارة المقابلة والحصول على البيانات والمعلومات، و لذلك نجد أن هذا يؤثر في حجم العينة المختارة من المبحوثين، حيث لا يمكن اختيار عدد كبير منهم .

و تحدد العيوب التي تواجهها المقابلة، في التحيز الذي يمكن أن تتسم به البيانات والمعلومات نتيجة تأثير الباحث أو القائم بالمقابلة، بالإضافة إلى التحيز الناتج عن اعتقاد المبحوث في أهمية تقديم ما يرضي الباحث، أو تقديم صورة مختلفة عن الواقع لإحساسه بعدم سرية البيانات أو المعلومات الخاصة به شخصيًا (9) .

وهذه العيوب لا تقلل من أهمية المقابلة، فكل أسلوب له مزاياه وعيوبه، وتظهر أهمية استخدامه بوفرة المزايا التي يحققها الأسلوب متفقه مع أهداف الدراسة و طبيعة البيانات والسمات الخاصة بالمبحوثين، بالإضافة إلى أن كثيرًا من هذه العيوب يمكن التغلب عليها من خلال تخطيط وتنظيم وإدارة المقابلة التي

توفر درجة كبيرة من الثقة في أهمية البحث، والباحث و أيضا في صدق البيانات التي يقدمها المبحوث .

أنواع المقابلة :

هناك أنواع متعددة للمقابلات، يضعها الخبراء تبعًا لطبيعة البحث وأهداف الدراسة، و إن أقرب التصنيفات التي تتفق مع طبيعة الدراسات الخاصة بجمهور المتلقين هو التصنيف على أساس الأسلوب المستخدم في المقابلة [10] الذي يتم اختياره حسب وظيفة المقابلة :

1.المقابلة المقننة :

وهي المقابلة ذات الخطوات المحددة مسبقا، والتي يسمح فيها للقائم بالمقابلة بالخروج عن الحدود المرسومة، فالأسئلة تحدّد مقدما، وتوجه إلى كل مبحوث بنفس الصياغة، والترتيب الموجود في استمارة المقابلة، وعادة ما تستخدم فيها الأسئلة ذات النهايات المختلفة، و إذا ما استخدمت الأسئلة ذات النهايات المفتوحة ، فتكون لأغراض الاستيضاح .

2.المقابلة غير المقننة :

و يتميز هذا النوع من المقابلات بكونه، يترك الحرية للمبحوث في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته، بحرية كاملة تعكس شخصيته وتجعله لا يحسّ بمناخ المقابلة .

و عادة ما تكون الأسئلة في المقابلة غير المقننة قليلة، وتوضع لتوجيه الحديث و إدارة الحوار الذي يستهدف التعمق في شخصية المبحوث و أفكاره .

و يحتاج هذا النوع من المقابلة إلى مهارة عالية من الباحث، في إدارتها، واستشارة المبحوث إلى الحديث عن الموضوعات المستهدفة، وتكييف الأسئلة والحوار بما يتفق ومناخ المقابلة، ويطلق عليها المقابلة غير الموجهة non directive عندما تستهدف معرفة الدوافع و الإتجاهات من خلال الحوار المتصل بين أطراف المقابلة في جوّ من الألفة، الذي يتيح للمبحوث الحرية الكاملة عرض الملامح التي تعكس الدوافع، ويصل إليها القائم المقابلة من خلال هذا الحوار [11].

وبصفة عامة، تستخدم المقابلة غير المقننة في الدراسات الإستطلاعية، والدراسات التي تستهدف معرفة الدوافع، حيث تسمح بالتعمق في شخصية المبحوث، ولكنها تواجه بصعوبة الصياغة الكمية للمعلومات والبيانات لعدم وجود إطار موجّه يتم تصنيف و تبويب المعلومات على أساسه، وذلك نظرًا لحرية الباحث في توجيه المقابلة، وحرية المبحوث في التعبير عن آرائه بطريقته الخاصة.

شروط المقابلة الجيدة :

ينصح المتخصصون المنهجيون و الخبراء الباحثين ، إتباع مجموعة من القواعد المرشدة لإجراء المقابلة و هي كالآتي : [12]

1. تحديد موضوع المقابلة تحديدًا دقيقا، بحيث يكون محدد الفروض والتساؤلات و الأهداف و الغايات .

2. وضوح المفاهيم و العبارات المستخدمة في الأسئلة، حتى يتمكن المبحوث من استيعابها جيدًا .

3. أن تراعي المقابلة الزمان الذي يتم إجراءها فيه، و كذلك المكان بحيث لا يشعر المبحوث بالملل، و يفضل أن تكون المقابلة على انفراد .

4. عدم مقاطعة المبحوث ، و لكن هذا لا يمنع من إعادته إلى صلب الموضوع .

5.يتوجب على الباحث أن يسجل إجابات السؤال أثناء توجيهه للسؤال الموالي إن أمكن .

6.ضرورة تسجيل الإجابات دون أن يلفت المبحوث إلى ذلك .

7.ضرورة أن يقرأ الباحث، ويسجل الإجابات كافة بنفسه، ولا يدع المبحوث يمسك جدول المقابلة كما لو كان يجيب عن ورقة استبيان .

8.يتوجب أيضًا ، تسجيل تعليقات المبحوثين في حالة تسجيلها بالكلمات نفسها التي يستخدمها المبحوثين بدلاً من تلخيصها.

9.يجب على الباحث أن يلحّ في الحصول على إجابات أكثر تحديدًا من المبحوث إذا كانت إجابته غير محددة .

10.لا تخبر المبحوثين بما قاله الآخرون ، حتى و لو طلبوا ذلك .

11.على الباحث أن لا يجري مقابلة اعتمادًا على ذاكرته، ولكن يجب عليه أن يضع الجدول أمامه ، ويرجع إليه في صياغة السؤال، و ترتيب الأسئلة حتى و لو كانت الإستمارة مألوفة لديه .

12.ينبغي أن يكون السؤال موجز دون أن نخل بالموضوع، بعيدًا عن التعقيد و الغموض ، و كذلك ينبغي أن تكون صياغة الأسئلة بعيدة عن أسلوب الإيحاء و الإبتعاد عن الأساليب الرامية التي تضفي الغموض على السؤال .

تنظيم المقابلة :

و يقصد بعملية تنظيم المقابلة مجموعة الإجراءات والخطوات التي يقوم بها الباحث، للإعداد للمقابلة، و تبدأ باختيار المفردات، حتى يتم اللقاء معهم وتسجيل المعلومات المطلوبة، و تتمثل هذه الخطوات فيما يلي :

1.اختيار عينة المفردات (المبحوثين) :

ليس شرطًا أن تكون عينة المفردات هي نفس عينة المنهج المستخدم معه أسلوب المقابلة، كالمسح مثلاً، لأن المقابلة قد تستخدم بجانب وسائل أخرى لجمع البيانات كالإستقصاء البريدي أو التلفوني .

وعادة ما تختار العينات في أسلوب المقابلة بالطريقة المتعددة المراحل، التي تنتهي إلى عدد من المبحوثين تتوافر فيهم الخصائص التي تتطلبها طبيعة الدراسة والبيانات المستهدفة، والتي تسعى إلى الحصول على أكبر قدر من الإستجابات إلى المقابلة والتي تتأثر إلى حدّ بعيد بالتباين في بعض السمات العامة مثل السن و مستوى التعليم .

2.تصميم استمارة المقابلة :

عادة ما تحتاج المقابلة إلى الأسئلة المفتوحة، أو الأسئلة الإرشادية العامة التي توجه الحديث، و يترك للقائم بالمقابلة تسجيل الإجابات بما يتفق مع نوع أو شكل الأسئلة .

ويمكن للباحث استخدام المساعدات المرئية داخل الإستمارة أو مع الإستمارة مثل الصورة أو الرسوم التي يتفق استخدامها مع أهداف المقابلة .

3.اختيار القائمين بالمقابلة :

وهي أن يقوم الباحث بإختيار مساعدين له، يطلق عليهم القائمين بالمقابلة الذين يقومون بمقابلة المبحوثين ، و الحصول منهم على البيانات المطلوبة .

ويجب بداية أن تتوفر في القائم بالمقابلة القدرة على إدارة المقابلة، واستثارة المبحوث للحديث، و تعميق التواصل مع المبحوث، ذلك بالإضافة إلى بعض الخصائص الأخرى التي تؤثر في مناخ المقابلة و المبحوثين، و بالتالي في الحصول على المعلومات و استخراج النتائج .

و يفضل أن يوضع في الإعتبار عند الإختيار العلاقة بين خصائص القائم بالمقابلة و التوقعات الخاصة بالإستجابة، إليها، ونوعية الإستجابات، حيث يرتفع مستوى التعاون مع القائم بالمقابلة بارتفاع السن مثلاً الذي يعكس خبراته وثقته في نفسه ومستوى الإقناع أثناء المقابلة، و بالتالي زيادة الإستجابة عليها .

4.تدريب القائمين بالمقابلة :

و ذلك من أجل الإرتفاع بكفاءتهم في فهم البحث ، و تنمية الدوافع لديهم لبذل الجهد و الوقت في إجراءات المقابلة .

و هناك ثلاثة أهداف رئيسية للتدريب [13]

- إعطاء القائمين بالمقابلة فكرة عامة عن موضوع البحث ، والوسائل والأدوات المنهجية للإختبار و القياس .
- استثارة الدافع لديهم للتعاون مع الباحث أو هيئة البحث .
- اكتساب المهارات الإتصالية مع الآخرين (المبحوثين) .

و بصفة خاصة ، يجب تدريب القائمين بالمقابلة ، على تطور المهارات الخاصة بتنمية تعاون المبحوثين ، و توحيد نظم إدارة المقابلات حتى تتوفر الموضوعية في إجراءات البحث ، و تسجيل الإستجابات .

5.تنظيم التعاون مع الأجهزة المسؤولة :

و هذه الأجهزة تتولى مهام الإشراف على تنظيم و إجراء المقابلات، و ذلك مثل أجهزة الحكم المحلي أو أجهزة التخطيط والإحصاء، أو أقسام البوليس التي تمنح الكثير من التيسيرات لإجراءات البحث ودعمه، و تدعو إلى اطمئنان الأفراد إلى سلامة البحث وأهدافه، والكثير من الدول تدعم هذه البحوث من خلال القرارات والتوصيات، وبذلك توفر الجهود التي يبذلها الباحث في تجاوز الصعوبات الناتجة عن امتناع الأفراد عن التعاون مع القائمين بالمقابلة لدعم ثقتهم في البحث و أهميته .

إدارة المقابلة :

هناك مجموعة من المبادئ يضعها الخبراء لتهيئة مناخ المقابلة، والحصول على البيانات المستهدفة، في إطار التعاون التام خلال فترة المقابلة [14].

1.التدريب على المقابلة مع بعض الأفراد خارج إطار عينة المبحوثين المستهدفة .

2.مراجعة الباحث أو هيئة البحث ، كلما صادفت المقابلة أي صعوبات يواجهها القائم بالمقابلة .

3.يجب أن لا ينسى القائم بالمقابلة أنه في ضيافة المبحوث أثناء المقابلة .

4.يجب تأكيد سرية المقابلة وسرية البيانات حتى يطمئن المبحوث إلى المقابلة .

5.يجب مقابلة الأفراد المستهدفين فقط ، و ليس أي فرد في العائلة علي سبيل المثال .

6.دعم التواصل مع المبحوث ، و خاصة إذا ما أخطأ المبحوث الإجابة أو تردّد فيها، فيجب توجيهه برفق حتى لا يشعر المبحوث أن السؤال صعب عليه.

7.يجب أن يتوقع القائم بالمقابلة الرفض و الإعتراض ،

و بالتالي فإنه لا مانع من تكرار السؤال بطريقة مباشرة و بصفة خاصة في الأسئلة الخاصة بالدوافع .

8.و في النهاية يجب التأكد من استكمال الإجابة على كل الأسئلة، واستيفاء البيانات المطلوبة، من خلال المراجعة الفورية للإجابات قبل مغادرة مكان المقابلة .

و يعتبر الإختيار السليم للقائم بالمقابلة ، و تدريبه جيدًا على المهارات البحثية و الإتصالية، هو المبدأ الأساسي في نجاح المقابلة ، على البيانات والمعلومات بالقدر و المستوى المستهدف .

أسلوب الملاحظة :

و هي عملية استطلاع غير مباشر للرأي ، و هذه الطريقة تعتمد على ملاحظة الإنفعالات و التصرفات و الإشارات و تؤدي معنى معيّن ، و هي تتم بالتدوين السريع و التسجيل الأمين للرأي

و للأسلوب الذي يستخدم في التعبير عنه . و الذين يقومون بطريقة الملاحظة يتصلون مباشرة بالناس في أماكن العمل و الإلتقاء كالنوادي و المقاهي ... و تكتب البيانات ثم تتولى جهة استطلاع الرأي العام فحصها و تبويبها

واستخلاص نتائجها، و يجب ألاّ يكون التدوين في وقت بعيد من وقت إجراء الملاحظة .

و تزداد قيمة الملاحظة كطريقة من طرق البحث في الحالات التي تزيد فيها احتمال مقاومة الأفراد لما يوجه لهم من أسئلة ، أو عدم تعاونهم مع الباحث أثناء المقابلة ، و على كل حال فإن تكاليف طريقة الملاحظة أقل من تكاليف غيرها من الأساليب .

و في بعض الحالات ، تعتبر التقارير التي يكتبها الصحفيون تقارير غير صحيحة و مظلّة و ذلك إذا بنيت هذه التقارير على عينة غير ممثلة أو إذا اعتمدت هذه التقارير على ملاحظات أو انطباعات عابرة و تحيزات شخصية وغير ذلك من أخطاء التي يمكن أن يرتكبها الصحفي .

و مع ذلك فمن الممكن ملاحظة الناس بطريقة أخرى منظمة و مستمرة .. وذلك للحصول على بيانات لا تتم التعبير عنها بشكل إحصائي .. و لكنها تعتبر بيانات صحيحة و موثوقا بها ، كتلك التي يتم الحصول عليها عن طريق الإقتراع أو عن قياس الإتجاه .

و يرى كثير من الباحثين أن الملاحظة النظامية و خصوصًا تلك التي يشترك فيها الباحث و المستجوب في خبرات مشتركة من شأنها أن تقدم للباحث بيانات عن الرأي العام في مضمونه السياسي و الإجتماعي . و للتقليل من خطأ التحيّز الشخصي فإن إعداد تقارير موثوق بها ، يمكن أن تتحقق عندما يشترك عدد من الباحثين في موضوع معين ، ثم تقارن نتائج الإنطباعات الخاصة لأكثر من باحث واحد للمسألة موضوع الدراسة و هكذا .

و قد إبتكر بعض الباحثين الإنجليز [15] طريقة لقياس الرأي العام سموها طريقة الملاحظة الجماهيرية ، و تتلخص في تعيين ملاحظين ميدانيين ، ينتشرون في أماكن متفرقة و محددة في إنجلترا ، و بالإضافة إلى ما يقوم به هؤلاء الملاحظون من مقابلات عادية . فإنهم ينغمسون مع الناس في الأماكن العامة ، حيث يلاحظون و يسجلون المناقشات التي تدور بين الناس و كذلك الحوادث والإحتفالات و رسوم الحائط و غيرها من المعلومات التي تتصل بقنوات تكوين الرأي، كذلك فهؤلاء الملاحظون يقومون بتسجيل ردود فعل الناس بالنسبة لمسائل محددة ، و بعض هؤلاء الملاحظين يحتفظون بمفكرات يبعثون بها في نهاية مدة معينة إلى المكتب المركزي الذي يتولى فحصها و معاملتها إحصائيًا وتظهر النتائج بشكل إحصائي، و لكن الأرقام تكون مصحوبة بتعليق كيفي يكتبه الملاحظون أنفسهم .

و هناك طريقة أخرى تعتمد على الملاحظة المباشرة [16] فمن الممكن تحت ظروف معينة الوصول إلى استنتاجات تتعلق بالرأي العام عن طريق تحليل مضمون وسائل الإتصال، أي أن تحليل محتوى وسائل الإعلام يمكن أن يستخدم كوسيلة لقياس الرأي العام ، خصوصًا فيما يتعلق بالرأي العام الأجنبي .

و أخيرًا ، فيدخل في نطاق الملاحظة النظامية طريقة أخرى تعتبر ذات أهمية لقياس الرأي العام في المجتمعات الديمقراطية ، خصوصًا أثناء السلم، وهي طريقة تحليل الشائعات المتداولة ، ذلك لأن الشائعات تعتبر كشافات لما يعتبره الناس أمورًا لها أهميتها كما أنها تعكس المشاكل و المسائل الغامضة بالنسبة للجمهور سواءً تم انتشار هذه الشائعات عن قصد أو عن غير قصد .

و إذا كان الحديث قد تركز على طريقة الملاحظة كأسلوب للتعرف على الرأي العام ، فينبغي ألاّ ننسى الدور الأساسي الذي يقوم به ملاحظ الميدان، الذي يجب أن تتوافر فيه كثير من الصفات الشخصية التي تجعله قادرًا على القيام بوظيفته على الوجه الأكمل، هذا بالإضافة إلى ضرورة إحاطته بخطة البحث العلمي و فروضه و أدواته و طرق اختيار العينات و طرق تحليل و تفسير النتائج و شروط المقابلة و الملاحظة ، كما ينبغي أن يكون لديه الدافع القوي للقيام بمهمته و الإحساس بأهمية النتائج التي يصل إليها .

و أخيرًا ، فإن نجاح ملاحظ الميدان يعتمد على خبرته و تدريبه، و كثيرًا ما يتم تدريب ملاحظ الميدان عن طرق تمثيل الأدوار ، أي أن يقوم أحد ملاحظي الميدان بتمثيل دور المتحدث إليه فيما يقوم ملاحظ آخر بإجراء الملاحظة في حين يقوم باقي الملاحظين بالمشاهدة . (17)

وما يمكننا أن نقوله في الختام، هو أن المرونة المنهجية تحتم على الباحث إختيار منهج دون آخر، و استخدام طريقة دون أخرى، أو تفضيل أداة لجمع البيانات على غيرها من الأدوات، تحتم في الوقت نفسه اختار أسلوب معيّن في التسجيل دون آخر، وذلك وفقا لما يتطلبّه موضوع البحث من بيانات، وما يحدد له من أهداف، وما يحدّد للمقابلة و الملاحظة من ظروف خاصة .

فالمقابلات والملاحظات تكشف عن معلومات كثيرة، ينبغي الإعتماد عليها في تحليل واكتشاف اتجاهات الرأي العام، كذلك قيام الباحث بحسن صياغة الأسئلة، ودقتها، حتى يتسنى ربط البيانات المجمعة بالغرض الذي جمعت لخدمته و بالظروف التي يتم فيها قياس الرأي العام .

المراجع و الإحالات :

1.أحمد محمد أبو زيد ، سيكولوجية الرأي العام و رسالته الديمقراطية . القاهرة : عالم الكتاب ، 1968 ، ص 144 ، 145 .

2. أنشأ جورج جالوب المعهد الأمريكي للرأي العام (1935) وأنشأ مكتب بحوث الرأي العام بجامعة برينستون 940 ، و تتابع إنشاء مراكز حوث الرأي العام في جامعات أمريكية كثيرة كجامعة شيكاغو و جامعة واشنطن و كلية وليامز Williams College بإشراف روبر ROPER 1958 وتألفت جمعيات كثيرة مثل الجمعية الأمريكية لبحوث الرأي العام، و المؤتمر الدولي لبحوث الرأي العام الذي يضم أكثر من عشرين في عضويته .

3. FRANÇOIS BERTHIER, Le sondage d'opinion . Librairies Techniques, Entreprise Moderne , d'édition et les éditions ESF, 1978, p. 12, 13.

4.فؤاد دياب ، الرأي العام أو طرق قياسه . القاهرة : مطابع الدار القومية ، 1962 ، ص 41 ، 43 ، 45 .

5.أحمد بدر ، مناهج البحث في الإتصال و الرأي العام، و الإعلام الدولي . القاهرة : دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، 1998 ، ص 115 .

6. BALLE FRANÇIS, Institutions et publics des moyens d'information . Paris, Ed . Mont Chrestien, Coll Université Nouvelle, 1973, p. 472- 483.

7.عبد الله محمد الشريف ، مناهج البحث العلمي : مصر : مكتبة الأشعار للطباعة و النشر و التوزيع ، الإسكندرية ، 1996 ، ص 129 .

8.مجدي عزيز إبراهيم ، مناهج البحث العلمي في العلوم التربوية و النفسية ، القاهرة : مكتبة الأنجلو مصرية ، 1989 ، ص 155 .

9.محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، القاهرة : عالم الكتب ، 1993 ، ص 230 .

10.محمد شلبي ، المنهجية في التحليل السياسي : المفاهيم ، المناهج ، الإقترابات و الأدوات . الجزائر ، 1997، ص 290.

11.إبراهيم مروان عبد المجيد ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية . الطبعة الأولى ، عمان : مؤسسة الوارف ، 2000 ، ص 164 .

12.محمد شلبي ، المنهجية في التحليل السياسي : المفاهيم ، المناهج ، الإقترابات و الأدوات . مرجع سابق ، ص 290 .

13.محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، مرجع سابق ، ص 230 .

14.سمير محمد حسن ، بحوث الإعلام : الأسس و المبادئ . القاهرة : عالم الكتب ، 1986 ، ص 143 .

15.عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الإجتماعي . الطبعة السابعة ، القاهرة ، مكتبة وهيبة ، 1980 ، ص 143 .

16.مختار التهامي ، الرأي العام و الحرب النفسية . الطبعة الرابعة ، القاهرة: دار المعارف ، الجزء الأول ، ص 72 .

17.المرجع نفسه ، ص 75 .