

## محاضرة: الاستبيان

### 1- تعريف:

تُعدّ أداة الاستبيان بحقّ، أهمّ أداة تستخدم في مجال البحوث الاجتماعية والإنسانية الميدانية. لذلك يلاحظ الاعتماد المفرط عليها من قِبَل الباحثين المتمرّسين والمبتدئين على حد سواء. خصوصا وأنّ استخدامها ممكن في جُلّ أنواع البحوث الحقلية أو الميدانية (استكشافية، وصفية، تاريخية، سببية...) ولو بدرجات متفاوتة. فعن طريق الأسئلة التي تحتويها الاستمارة، يتمكّن الباحث من معرفة حقيقة الظاهرة موضوع البحث. إضافة إلى أنّ استخدامها هذا، يتمّ بسهولة ويسر مع قلّة تكاليفها المختلفة، خاصّة إذا كانت مُعدّة سلفاً.

ويُعرّف الاستبيان على أنّه "أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية\*، ومقننة\*\*، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات".

ويعتمد على استمارة الاستبيان في جمع المعلومات، وهي عبارة عن "شكل مطبوع، يحتوي على مجموعة من الأسئلة، موجهة إلى عينة من الأفراد، حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة".

وهي الإجراء الأكثر تجزئة في مراحل البحث العلمي الميداني، أين يصل البحث إلى أقصى دقائه لتبدأ بعد ذلك مرحلة التركيب؛ وتستعمل الاستمارة لجمع المعلومات من المبحوثين بواسطة أسئلة مكتوبة يقدمها الباحث بنفسه أو بواسطة البريد، أو يطبقها مع المبحوثين (وبخاصة في حالة ما إذا كان مجتمع البحث أمياً). ومهما كانت تسمية هذه الأداة: استبيان، أو استقصاء أو استبيان، فإن أسئلة الاستمارة تكون منصبة حول معرفة اتجاهات ونوايا ودوافع مفردات مجتمع الدراسة حول موضوع معين.

### 2- خطوات إنجاز الاستبيان:

تمر مراحل أو خطوات تصميم استمارة الاستبيان بالمرحل الآتية:

1. تحديد الأهداف المطلوبة من عمل الاستبيان في ضوء موضوع البحث ومشكلته، ومن ثم تحديد البيانات والمعلومات المطلوب جمعها.
2. ترجمة وتحويل الأهداف إلى مجموعة من الأسئلة والاستفسارات.
3. اختيار أسئلة الاستبيان، وتجربتها على مجموعة محدودة من المبحوثين لإعطاء رأيهم بشأن نوعيتها، من حيث الفهم والشمولية والدلالة، وكذلك كميتها وكفايتها لجمع المعلومات المطلوبة عن موضوع البحث ومشكلته، وفي ضوء الملاحظات التي يحصل عليها فإنه يستطيع تعديل الأسئلة بالشكل الذي يعطي مردودات جيدة.
4. تصميم وكتابة الاستبيان بشكله النهائي، ونسخه بالأعداد المطلوبة.
5. توزيع الاستبيان، حيث يقوم الباحث باختيار أفضل وسيلة لتوزيع وإرسال استبيانه، بعد تحديد الأشخاص والجهات التي اختارها كعينة لبحثه.
6. متابعة الإجابة على الاستبيان، فقد يحتاج الباحث إلى التأكيد على عدد من المبحوثين والجهات في إنجاز الإجابة على الاستبيان، وإعادته، وقد يحتاج إلى إرسال نسخ أخرى منه، خاصة إذا فقد بعضها.
7. تجميع نسخ الاستبيان الموزعة، حيث لا بد من جمع ما نسبته 75% فأكثر من الإجابات المطلوبة لتكون كافية لتحليل معلوماتها.

\* يعتبر الاستبيان منهجياً لأنه مجموعة من الخطوات المنتظمة، التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة، وتنتهي باستقبال استمارات الاستبيان من المبحوثين بعد استيفاء هذه البيانات فيها.

\*\* ويعتبر مقنناً لأن تنظيم إجراءاته وأدواته يتم بطريقة نمطية، توفر كثيراً من الوقت والجهود والنفقات المبذولة فيه، وتوفر على الباحث التدخل ثانية في مراحل التطبيق.

### 3- أنواع الاستبيان:

ينقسم الاستبيان بحسب نوعية الأجوبة المطلوبة إلى أربعة أنواع هي:

**1.3- الاستبيان المغلق:** وفيه تكون الإجابة مقيدة، حيث تحتوي على أسئلة تليها إجابات محددة، وما على المشارك إلا اختيار الإجابة بوضع إشارة عليها. ومن مزايا هذا النوع أنه يشجع المشاركين على الإجابة عليه لأنه لا يتطلب وقتاً وجهداً كبيرين، كما أنه سهل في تصنيف البيانات، وتحليلها إحصائياً، ومن عيوبه أن المبحوث قد لا يجد بين الإجابات الجاهزة ما يريده.

**2.3- الاستبيان المفتوح:** وفيه تكون الإجابة حرة مفتوحة؛ حيث يحتوي على عدد من الأسئلة يجيب عليها المبحوث بطريقته ولغته الخاصة، كما هو الحال في الأسئلة المقالية، فيهدف هذا النوع إلى إعطاء المشارك فرصة لأن يكتب رأيه، ويذكر تبريراته للإجابة بشكل كامل وصریح، ومن عيوبه أنه يتطلب جهداً، ووقتاً، وتفكيراً جاداً من المبحوث، مما قد لا يشجعه على المشاركة بالإجابة.

**3.3- الاستبيان المغلق المفتوح:** يحتوي على عدد من الأسئلة ذات إجابات جاهزة ومحددة، وعلى عدد آخر من الأسئلة ذات إجابات حرة مفتوحة، أو أسئلة ذات إجابات محددة متبوعة بطلب تفسير سبب الاختيار، ويعتبر هذا النوع أفضل من النوعين السابقين، لأنه يتخلص من عيوب كل منهما.

**4.3- الاستبيان المصور:** وتقدم فيه أسئلة على شكل رسوم أو صور بدلاً من العبارات المكتوبة، ويقدم هذا النوع من الاستبيانات للأطفال والأمينين، وقد تكون تعليماته شفوية.

### 4- أنواع الأسئلة من حيث الشكل:

يتفق الباحثون على وجود ثلاثة أنواع أساسية لأسئلة الاستمارة، هي:

**أ- الأسئلة المفتوحة:** وهي التي يترك فيها للمبحوث حرية الإجابة دون تقديم أية احتمالات للإجابة. ويلاحظ ندرة استخدام هذا النوع من الأسئلة لصعوبة أو استحالة تبويب إجاباته في جداول، وتطرح لإبداء الرأي. ولا يوجد بدائل في شكل الأسئلة المفتوحة.

**ب- الأسئلة المغلقة:** وهي التي تطرح أمام المبحوث إجابات، ويتعين عليه اختيار الاحتمال المناسب. ويعتبر هذا النوع من الأسئلة هو الأكثر تداولاً.

وتأتي على عدة أشكال كالآتي:

✓ الأسئلة المغلقة أحادية الإجابة (الاستجابات الثنائية): وهي عبارة عن بدليين فقط من للاستجابات، يختار منها المبحوث واحدة فقط وأبسطها: نعم/ لا، أو أوافق/ لا أوافق.

✓ الأسئلة المغلقة متعددة الإجابات (ذات الخيارات المتعددة): وفي هذا النوع تتعدد الاستجابات للسؤال الواحد:

ويختار منها المبحوث إجابة واحدة تتفق مع الحقيقة المطلوبة، مثل فئات السن، أو فئات الدخل، أو المستوى التعليمي... إلى غير ذلك من الفئات الخاصة بالسمات العامة أو الاجتماعية والفردية، أو فئات السلوك المرتبطة بالاهتمام والتفضيل (من بين الفضايل الآتية، ماهي القناة التي تفضل مشاهدتها؟ الشروق، النهار...).

وقد يسمح للمبحوث باختيار أكثر من إجابة من الخيارات المتعددة، ويظهر استخدام هذا الشكل من الأسئلة في الأسئلة التي تبحث في التفضيل والاهتمام، والاستخدام والإشباع. (ماهي البرامج التي تفضل مشاهدتها؟ برامج سياسية، ثقافية، اجتماعية..). وفي هذه الحالة فإن المبحوث يمكنه أن يختار أكثر من استجابة تعبر عن تفضيله. (تستخدم الانترنت لأنها: تزيد من معلوماتك/ للتسلية والترفيه/ للتواصل مع الأصدقاء...).

✓ أسئلة الترتيب حسب الأهمية: ويستخدم هذا الشكل في الحالات التي يرى فيها الباحث أهمية المفاضلة بين عناصر متعددة، تتفاوت درجة اهتمام وإدراك المبحوث لها.

ويطلب الباحث إما ترتيب العناصر في الاستمارة، مثل: رتب البرامج الآتية حسب درجة اهتمامك

بها: البرامج الإخبارية/ البرامج الثقافية/ البرامج الدينية...

1. ....

2. ....

أو يتم صياغة الترتيب كالاتي:

رتب البرامج الآتية من 1 إلى 3 حسب درجة تفضيلك لها:

- البرامج الإخبارية
- البرامج الثقافية
- البرامج الدينية.

✓ **أسئلة المجالات الفاصلة:** ويمثل هذا النوع من الأسئلة في مقاييس الاتجاهات، وتستخدم بتوسع في قياسات الرأي والاتجاه والتفضيل، وذلك بأن يطلب من المبحوث اختيار الفواصل، أو المسافات الدالة على رأيه أو اتجاهه من موضوع السؤال، الذي يقع بين رأيين متباينين يعبر عنهما لفظياً، فيطلق عليه مقياس التباين الدلالي، أو مقياس المسافات الخمس (موافق بشدة... معارض بشدة) أو السبع، حيث تقع هذه المسافات أو الفواصل بين الألفاظ المتباينة ذات الدلالة، على أطراف الاتجاه أو الرأي، فتعكس شدة أو كثافة الاتجاه أو تأييد أو معارضة الرأي، وتستخدم مثل هذه الأسئلة أيضاً في وصف الصورة الذهنية من خلال خصائص الصفات التي ترسم هذه الصورة (ممتاز... ضعيف/ مفيد... غير مفيد/ مهم جداً... غير مهم).

✓ **أسئلة ملء الفراغات:** وتستهدف مثل هذه الأسئلة استدعاء المعلومات لدى المبحوث، ومساعدته على التذكر من خلال السياق الناقص، الذي يملأ فراغاته بكلمات أو جمل تعكس معرفته بالموضوع.

### 5- شروط إعداد استمارة الاستبيان ( ما يجب مراعاته):

هناك أمور شكلية، وأخرى تتعلق بمحتوى الاستمارة يجب أخذها بعين الاعتبار عند تصميم الاستمارة.

#### أ- الأمور الشكلية التي يجب مراعاتها:

- أن تكون الاستمارة مطبوعة بشكل أنيق وواضح، وبطريقة تجذب المستجيب للإجابة عنها (حجم الخط مناسب وليس صغير، ترك مسافة بين الأسطر مناسبة، ترك هوامش في الصفحة في حالة أراد المبحوث إضافة معلومة).

- أن يتم تقسيم الاستمارة إلى أجزاء، وفي الغالب يتم تقسيمها إلى ثلاثة أجزاء هي:

1. **القسم الأول أو المقدمة والتعريف بالباحث والدراسة:** يتم في هذا الجزء التعريف بالدراسة، كما يتضمن تحفيز المبحوث للإجابة عن الاستبيان، ويتم الإشارة إلى أن إجابته تعتبر هامة ومفيدة لأغراض البحث، وأن المعلومات سوف تستخدم لغايات البحث، وأنها ستعامل بشكل سري. كما يتم التعريف بالباحث و/ أو الجهة القائمة على البحث، ويكون ذلك في الصفحة الأولى من الاستبيان.
2. **القسم الثاني أو إرشادات تعبئة الاستمارة:** يتضمن هذا الجزء إرشادات تتعلق بطريقة تعبئة الاستبيان، إذ أن بعض الأسئلة قد تتطلب طريقة معينة في الإجابة، كما يتضمن هذا الجزء عنوان الباحث في حالة حاجة المبحوث إلى الاستفسار منه على نقطة معينة، إضافة إلى طريقة إعادة الاستبيان والعنوان الذي ستعاد إليه. ويأتي هذا الجزء ضمن صفحة منتقلة، وبعد الجزء السابق مباشرة.
3. **القسم الثالث أو متن الاستمارة:** وهو الجزء الرئيس في الاستبيان، ويتم فيه عرض لأسئلة البحث وفق محاور تم بناؤها على أساس تقسيم تساؤل الإشكالية إلى عدة تساؤلات فرعية، أو بناء على فرضيات الدراسة، شرط أن تغطي هذه الأسئلة معلوماتياً ما يحقق التساؤلات الفرعية أو الفرضيات.

ب- شروط صياغة الأسئلة: هناك العديد من القواعد التي يجب أن يراعيها الباحث في صياغة أسئلة الاستبيان التي تساعد على تجاوز الغموض في الأسئلة، وتجنب المبحوث الحيرة والارتباك التي تؤدي إلى التحريف غير المقصود في الإجابات، أو إهمال بعض الأسئلة، أو الاستمارة كلها. ومن هذه القواعد نذكر:

- تجنب الأسئلة المزدوجة؛ وهي الأسئلة التي تستهدف إجابتين من خلال سؤال واحد، قد يختلف الرأي فيهما، وتعتمد صياغتها على حرف العطف أو البديل، مثل: هل تتعرض للإذاعة أو التلفزيون بشكل دائم؟  
- تجنب الأسئلة السالبة؛ وهي الأسئلة التي تسأل بالنفي، أو تسأل عن الجانب السلبي في موضوع السؤال، فتسبب حيرة للمبحوث. مثل: من بين الأسباب الآتية لمشاهدة التلفزيون، حدد التي لا توافق عليها، من بين القنوات الآتية حدد التي لا تشاهدها.

- تجنب الأسئلة الإيحائية، لأنها تسبب تحيزا واضحا في الإجابة؛ لأن المبحوث قد يستشعر من خلال السؤال أن هناك إجابة مستهدفة يوافق عليها، أو يستجيب لها، ويظهر الإيحاء في تقديم السؤال، أو في بنائه اللفظي الذي يحتوي على بعض الألفاظ أو العبارات العاطفية، التي تستميل المبحوث إلى إجابة معينة.

- تجنب الألفاظ المتحيزة، مثل: في أوقات فراغك، هل تفضل قراءة الصحف، أم مجرد مشاهدة التلفزيون.  
- تجنب الأسئلة الغامضة: حيث يعتبر الغموض عاملا من عوامل عدم فهم السؤال، أو ما يعنيه الباحث بمحتواه. وذلك نتيجة عدم مراجعة الباحث للإطار المرجعي للمبحوث الذي يؤثر في إدراكه للرموز والأشياء المحيطة به، فيجعله يفهم هذه الرموز أو الأشياء في إطار هذه المدركات. وما يكون خارج مدركاته يصعب عليه فهمه، وبالتالي استجابته له.

وكذلك نتيجة لاستخدام الكلمات الصعبة، أو الكلمات المهجورة، والكلمات ذات المعاني المزدوجة، أو استخدام التعبيرات اللفظية الكمية مثل كثير، قليل..، دون أن يكون هناك أساس معياري لتقدير أوزان هذه التعبيرات.

- تجنب الأسئلة المخرجة؛ فعلى الباحث أن يتأكد من أن السؤال حرجا، في الإجابة عليه، مثل الأسئلة المرتبطة بالأعراف والتقاليد الاجتماعية التي لا تتوقع من المبحوث أن يستجيب إلى ما يخالفها، أو الأسئلة التي تمثل تهديدا للمبحوث التي تمثل تهديدا للمبحوث نتيجة مخالفة السلوك فيها لتقاليد المجتمع.

- تجنب الأسئلة التي تستهدف معلومات تفصيلية قد لا يتمكن المبحوث من تذكرها أو استعادتها، فتشكل صعوبة في الإجابة تجعله يهمل السؤال.

- محاولة صياغة السؤال في عبارات قصيرة، وجمل مركزة، بشكل لا يخل بالمعنى.

#### 6- اختبار استمارة الاستبيان:

تعد هذه الخطوة من بين أهم الخطوات في إعداد استمارة جيدة قادرة على جمع البيانات المطلوبة حول الموضوع المدروس، ولذلك يجب الاهتمام بها من قبل الباحث، والحرص على إجرائها في ظروف مواتية وبعناية فائقة؛ ويتم اختبار الاستمارة أو تجريبيها بتطبيقها على عينة صغيرة من المبحوثين يختارون من بين مفردات مجتمع البحث، قصد التأكد من سلامة إعدادها، وقابلية فهمها من طرف المبحوثين، وقدرتها على جمع البيانات المطلوبة، وشموليتها لكل عناصر البحث.

ونظرا لأهمية هذه المرحلة، على الباحث أن يشير ويكتب كل التعديلات والإضافات والحذف، تبعا لملاحظاته خلال طرح أسئلة الاستمارة على المبحوثين، فقد تكون أسئلة مخرجة، أو غامضة، أو معقدة، أو لا تجيب صراحة على متطلبات السؤال... إلى غير ذلك.

وبعد الانتهاء من هذه العملية بإعادة كتابة الاستمارة في شكلها الجديد، توزع على مجموعة من المحكمين من بين أهل الاختصاص، لتكتب في شكلها النهائي، وتسحب في نسخ تفوق عدد مفردات عينة البحث، ليتم تطبيقها ميدانيا.

#### 7- أسلوب توزيع واسترجاع الاستبيان:

يستخدم الباحث أسلوبا أو أكثر في توزيع نسخ من استبيان دراسته. فقد يستخدم الاتصال المباشر، أو البريد، أو يجمع بين الأسلوبين معا.

كما أن هناك طريقة حديثة لتعبئة الاستبيان، وهي استخدام الحاسوب، وتستخدم في حالة وجود أجهزة الحاسوب (وحتى الهواتف النقالة واللوحات الإلكترونية) لدى المبحوثين، وتكون هذه الأجهزة متصلة بالانترنت؛ حيث يقوم الباحث بإرسال نسخة من الاستبيان عن طريق الكمبيوتر، ويأتي الرد أيضا عن طريقه.

ويؤثر في عملية اختيار أسلوب التوزيع حرص الباحث وجديته، والمواقع الجغرافية لتواجد المبحوثين، والمدة الزمنية المقررة لجمع البيانات الميدانية.

وفيما يأتي عرض لأساليب توزيع الاستبيان:

**1- أسلوب الاتصال المباشر:** وهو أن يقابل الباحث أفراد العينة فردا فردا. ويحقق هذا الأسلوب مزايا عدة، كعرفة الباحث بانفعالات المبحوثين، مما يساعد على فهم استجاباتهم وتحليلها، كما ويجب الباحث عن بعض أسئلة المبحوثين المتعلقة بالاستبيان، فيشعر المبحوثون بجدية الباحث وحرصه على إجابات دقيقة وصادقة.

**2- أسلوب الاتصال بالبريد:** وهو أن يستعين الباحث بالبريد لإرسال نسخ من الاستبيان للمبحوثين في مواقعهم السكنية والوظيفية. ويحقق استخدام هذا الأسلوب مزايا، في إمكانية الاتصال بأعداد كبيرة من المبحوثين الذين يعيشون في مناطق جغرافية متباعدة، وتوفير الكثير من الجهد والوقت والنفقات على الباحث.

**3- أسلوب الاتصال المباشر والاتصال بالبريد:** وهو أن يقابل الباحث المبحوثين، ويوضح لهم الهدف من الاستبيان، ثم يسلمها لهم، وبعد الفراغ من الإجابة عنها، يضعها المبحوثون في صندوق يحمله الباحث، دون أي علامة تميزهم، أو تدل على شخصياتهم، ثم يكرر عرض الاستبيان مرة أخرى على المجموعة ذاتها باستخدام المقابلة أو البريد.

ويتسم هذا الأسلوب بتحقيقه درجة من طمأنينة المبحوث على سرية الإجابة، وثقته بأنها لن تعرضه لضرر أو نقد، كما أنه يشعر المبحوث بأهمية الاستبيان، وأهمية التعبير عنه.

**4- أسلوب التوزيع الإلكتروني:** ويُعتبر هذا النوع من التوزيع من الأساليب المستحدثة التي ارتبطت بظهور شبكات الاتصال الرقمي، وذلك لاستقاء البيانات، أو المعلومات، أو القياس في المناطق البعيدة عن حدود وإمكانات الباحث في الانتقال وإجراء الاستبيان اليدوي.

**وتُعرف الاستبيانات الإلكترونية بأنها** "تلك الاستبيانات التي يتلقَى فيها المبحوث دعوة للمشاركة عن طريق أيّ وسيلة أخرى، مع ضرورة إرسال المعلومات عبر الانترنت. فمن المهمّ إذن أن يتمّ إرسال المعلومات باستخدام شبكة الانترنت كقناة نقل، وإلا لا يمكن اعتبار الاستبيان استبيانا إلكترونيا".

ولهذا النوع من الاستبيانات إيجابيات كثيرة منها تقليص مدة التوزيع، والتكاليف المرتبطة به، والتقليل من الأخطاء، كما يرفع من معدلات الإجابة.

وبالرغم من المميّزات الكثيرة لهذا الأسلوب من التوزيع، إلا أنّه يعاني من عدّة مشكلات تتعلّق بالصّدق والثّبات، منها "عدم القدرة على معرفة شخصية المبحوث، وهل تنطبق عليه مواصفات عيّنة الدراسة أم لا، وإمكانية الفرد الواحد الإجابة عن أكثر من استبانة".

كما تعاب عليه الإدارة الأوتوماتيكية، مما يمنع حدوث مراقبة البيانات في حالة النقص، وعدم المراقبة الآنية وقت إدخالها، وعدم الاتصال المباشر بالمبحوثين، وتقديم التوضيحات في حالة الالتباس أو الغموض، إضافة إلى تحيز العينة المدروسة بسبب حرمان طائفة من المشاركة في الاستبيان، نظرا لعدم وجود فرصة الاتصال بالانترنت.

**8- مميزات وعيوب الاستبيان:**

### أولاً: المميزات:

- يتميز الاستبيان بالعديد من المزايا التي تجعل منه أداة رئيسة وهامة للعديد من الدراسات الإعلامية والاجتماعية، ويمكن تلخيص أهم تلك المزايا بالآتي:
- توفير الكثير من الوقت والجهد، وخاصة إذا تم إرسال الاستبيانات إلكترونياً أو بالبريد.
- يغطي أماكن متباعدة في أقصر فترة ممكنة.
- يعطي للمبحوث الحرية في اختيار الوقت المناسب لتعبئة الاستبيان، وحرية التفكير والرجوع إلى بعض المصادر التي يحتاجها عكس المقابلة، التي قد لا يكون مزاج المبحوث خلال إجرائها صافياً، مما يؤدي إلى الإدلاء بإجابات غير دقيقة أو متحيزة.
- يقلل التحيز من طرف الباحث والمبحوث؛ فبالنسبة للباحث يتم طرح الأسئلة نفسها على جميع المبحوثين، وبأسلوب نفسه. أما بالنسبة للمبحوث، فبما أنه لا يذكر اسمه في الغالب، فإن ذلك يتيح له بعض الحرية في الإجابة.

### ثانياً: العيوب:

- ورغم الميزات الكثيرة للاستبيان كأداة لجمع البيانات، له بعض العيوب نذكر منها:
- انخفاض نسبة الردود؛ حيث تقدر متوسط الردود في الغالب بين 20-50%. وانخفاض نسبة الردود يعني احتمالية أن تكون آراء المبحوثين مختلفة عن بقية أفراد المجتمع الأصلي للدراسة، وهذا يعني إمكانية التعميم تصبح غير ممكنة بشكل كبير.
- وجود أسئلة غير مجاب عنها من طرف المبحوثين، بعكس المقابلة.
- عدم فهم المبحوث لبعض الأسئلة، وبالتالي قد تكون إجابته مختلفة أو مغايرة لقصد الباحث.
- عدم قدرة الباحث على معرفة بعض الأمور العاطفية، أو الانفعالية من طرف المبحوث أثناء الإجابة.