خطوات

المسوح واستطلاعات الرأي

العدد ١

مؤسسة جسر لأبحاث المسوح
GISR INSTITUTION FOR SURVEY RESEARCH

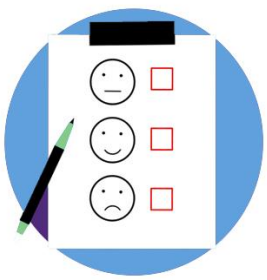
تعرض هذه الورقة أهم المفاهيم المتعلقة بإجراء المسوح واستطلاعات الرأي والتي تعد إحدى طرق البحث العلمي الميداني. تعد المسوح واستطلاعات الرأي أداة لا غنى عنها في كل المجالات المهنية، فيلجأ إليها الاقتصاديون لدراسة أمور مثل: الدخل وأنماط الإنفاق بين الأسر، ويلجأ إليها علماء الاجتماع لدراسة قضايا اجتماعية شائكة مثل التحيز العرقي أو الجندري[١]، ويلجأ إليها الأطباء لدراسة المشاكل الصحية وعلاجها مثل دراسة تأثير دواء ما على التعافي من المرض، ويلجأ إليها المهنيون في مجال الأعمال لدراسة آراء العملاء حول منتج أو خدمة ما، ... الخ. وفي هذه الورقة سيتم استعراض تعريف المسوح واستطلاعات الرأي والفرق بينهما، واستخدامات كل منهما، بالإضافة إلى الخطوات العملية لإجراء المسوح.

ما هي المسوح؟

تستخدم كلمة مسح لوصف طريقة منهجية لجمع المعلومات من/عن أفراد المجتمع، وذلك بهدف وصف سلوكهم أو اتجاهاتهم أو معارفهم والمقارنة بينهم[٢]. ويتم عادة إجراء المسح باستخدام عينة من المجتمع المراد دراسته أي عن طريق دراسة جزء بسيط من إجمالي الأفراد في المجتمع محل الدراسة، ويتم تعميم النتائج على المجتمع بعد ذلك باستخدام الطرق الإحصائية المناسبة. وتساهم المسوح في فهم القضايا والموضوعات المختلفة بشكل أوسع وأعمق، لذلك فهي أداة لا غني عنها في كل المجالات.

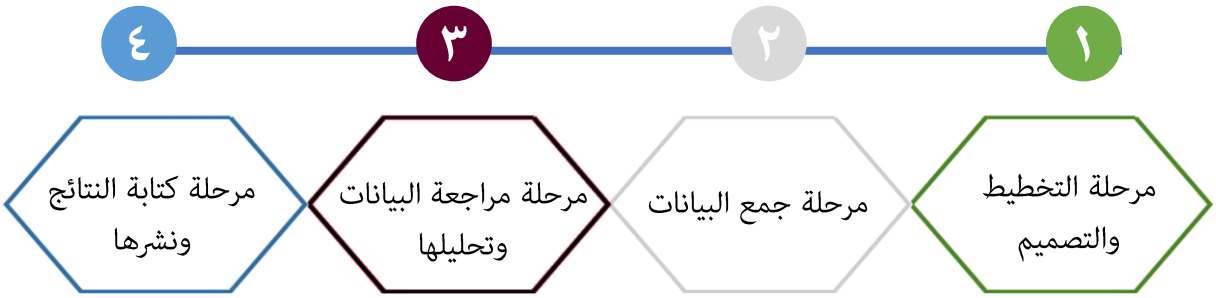
ما الفرق بين المسوح واستطلاعات الرأي السريعة؟

تعد استطلاعات الرأي السريعة (Opinion Polls) نوع رئيسي من المسوح[٣]، ويتم استخدامها بهدف التعرف على آراء وانطباعات أفراد المجتمع حول موضوع واحد محدد بشكل سريع[٤]، وذلك باستخدام استبيان/استمارة قصير جدا عادة ما يتكون من سؤال واحد فقط وعادة ما يكون سؤال مغلق تقتصر بدائل الإجابات المتاحة فيه على اختيارين أو ثلاثة على الأكثر[٥]، أما المسح، فيعتمد على استبيان مكون من مجموعة واسعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة وشبه المغلقة التي تتعرض للجوانب المختلفة لقضية/قضايا ما وتساعد في الحصول على إجابات دقيقة، وتوفر رؤى أعمق للموضوعات أو القضايا محل الدراسة، كما يمكن فيها جمع بيانات عن الشخص/المفردة محل الدراسة عن طريق رجوع الباحث لسجلات تتضمن تلك البيانات[٦].



خطوات إجراء المسوح

تنقسم خطوات إجراء المسح إلى أربع مراحل، وهم[٧]:

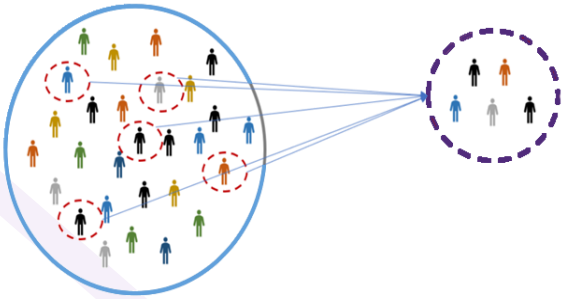


المرحلة الأولى: التخطيط والتصميم:

١. تحديد أهداف المسح

يتم تحديد الأهداف المراد الوصول إليها من خلال إجراء المسح بعد فهم الموضوع أو القضية محل الدراسة. وتعد أهداف المسح هي الإطار الذي يتم تصميم الأسئلة وفقا له، حيث توضح ما يجب تحقيقه من خلال المسح. ويجب مراجعة الأدبيات أو الدراسات أو المسوح التي تمت سابقًا حول موضوع الدراسة، من أجل تنقيح الأهداف والوصول للشكل النهائي لها[٨].

٢. تحديد المجتمع وسحب العينة[٩]



تُعرف العينة (Sample) بأنها جزء أو مجموعة فرعية من مجموعة أكبر تسمى مجتمع الدراسة، ويتم اختيار هذا الجزء بطرق علمية محددة وقد يتم تعميم النتائج التي يتم الوصول إليها على المجتمع ككل أو لا يتم ذلك حيث تعتبر طريقة السحب هي الأساس المحدد لذلك وما إذا كانت العينة احتمالية أم لا.

وهناك عدة خطوات يجب اتباعها لسحب العينة، وهي كالتالي:

- مراجعة القضية محل الدراسة وأهداف المسح، لاختيار التصميم المناسب للعينة.
- تحديد المجتمع المراد دراسته (على سبيل المثال: هل هو مجتمع البالغين ١٨ سنة فأكثر، أم الأسر المعيشية، أم المنشآت الصغيرة والمتوسطة؟...الخ)[١٠].
- تحديد وتكوين ما يسمى بالإطار (Frame) وهو قائمة بها كل مفردات المجتمع الذي تم تحديده وكيفية الوصول إليهم، وهو مصدر البيانات الذي يتم سحب العينة منه، ويتم تنقيح هذه القائمة لضمان عدم تكرار المفردات أو وجود مفردات غير صالحة أو غير سليمة أو غير مناسبة للمسح، ومن أمثلة الأطر المستخدمة في البحوث السكانية: سجلات التعداد العام للسكان، والسجلات المدنية، وقوائم الناخبين، وسجلات المباني أو الوحدات السكنية، وقوائم الضرائب العقارية[١١].
- يتم سحب العينة بعد ذلك، وفقًا لأسلوب المعاينة الذي سيتم تحديده، حيث تنقسم العينات لعينات احتمالية يمكن تعميم نتائجها على

المجتمع أو عينات غير احتمالية لا يمكن تعميم نتائجها على المجتمع ولكن يمكن فقط الوصول منها إلى رؤى واستدلالات عن القضية محل الدراسة.

العينة الاحتمالية:

وهي التي يتم فيها سحب مفردات المجتمع بطريقة عشوائية، على أن تكون كل مفردة لها فرصة للظهور في العينة التي سيتم سحبها[١٢]. ويمكن تعميم نتائجها على مجتمع الدراسة. **وتتضمن العينة الاحتمالية عدة أنواع فرعية، وهي:**

١. **العينة العشوائية البسيطة**: أبسط طرق المعاينة الاحتمالية، والتي تعتمد على اختيار عدد (n) من الوحدات من مجتمع حجمه (N) بشكل عشوائي حتى يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع فرصة للظهور في العينة.

٢. **العينة العشوائية المنتظمة**: يتم فيها سحب أول مفردة فقط بطريقة عشوائية، ثم يتم اختيار المفردات الأخرى بطريقة منتظمة (مدى منتظم) حتى يتم الوصول لحجم العينة المستهدف.

٣. **العينة الطبقية**: يتم استخدامها في حالة ما إذا كان المجتمع مكون من مجموعات مختلفة عن بعضها في الخصائص، وحتى يتم تمثيل كل مجموعة منهم، يتم تقسيم المجتمع إلى طبقات، ثم يتم اختيار عينة عشوائية من كل طبقة.

٤. **العينة العنقودية**: تعتمد على تقسيم المجتمع إلى عناقيد عددها (M) على أن يكون كل عنقود له نفس خصائص المجتمع ككل، ومن ثم يتم اختيار عينة من العناقيد مقدارها (m) عنقود وتسمى العينة العنقودية ذات المرحلة الواحدة، وإذا تم بعد ذلك اختيار عينة عشوائية بسيطة من كل عنقود تم اختياره فتسمى العينة العنقودية ذات المرحلتين.

العينة غير الاحتمالية:

وهي العينة التي يتم فيها سحب مفردات المجتمع بطريقة غير عشوائية، بحيث لا تكون لكل المفردات فرصة للظهور في العينة[١٣]، حيث يتم التحكم في اختيار المفردات المناسبة للدراسة[١٤]. وعلى عكس العينة الاحتمالية لا يمكن تعميم نتائجها على مجتمع الدراسة نتيجة لاعتبارها عينة متحيزة. **ومن أنواع العينات غير الاحتمالية ما يلي:**

١. **العينة المناسبة**: يتم اختيارها وفقًا لسهولة الوصول إليها أو الاتصال بها، حيث يكون الأفراد بها متاحين بشكل أكبر وأسهل بالنسبة للقائمين على المسح.

٢. **عينة المتطوعين**: يختار فيها الأفراد أو المبحوثين المشاركة في المسح بأنفسهم.

٣. **العينة التحكمية/العمدية**: يتم اختيار مفردات المجتمع وفقًا لمن يرى فيهم الباحث أنهم مناسبين لموضوع الدراسة، ويرجع الاختيار هنا لخبرة الباحث في تحديد مفردات العينة، حيث تعتمد على حكمه وتصوره الشخصي.

٤. **عينة الحصص**: يتم فيها تقسيم المجتمع إلى أجزاء أو مجموعات، ثم يتم سحب عينة من كل جزء أو مجموعة ولكن بشكل متعمد وتحكمي.

٥. **عينة كرة الثلج**: تعتمد على اختيار مجموعة من المفردات، ثم يُطلب منهم إرسال الأسئلة إلى مجموعة أخرى للإجابة عنها، ثم تقوم المجموعة الأخيرة بإرسالها إلى مجموعة أخرى وهكذا.

وعند سحب العينة، يجب التأكد من أن[١٥]:

- العينة ممثلة للمجتمع بأكبر قدر ممكن.
- التكلفة مناسبة للموارد المالية الخاصة بمشروع الدراسة.
- التقديرات التي يتم الوصول إليها ذات دقة معينة ويمكن قياس الثقة لها بالنسبة للعينات الاحتمالية.

أما بالنسبة **للحجم المناسب للعينة** التي سيتم سحبها فقد أثبتت الدراسات أن جودة العينة لا تتعلق بحجمها – وإن كان لا يجب أن يقل عن عدد معين حتى يمكن تحليل النتائج وتكون غير مضللة – بقدر ما يتعلق بكفاءة أسلوب السحب وجودة الإطار الذي يتم سحب العينة منه، وتوجد حاليا العديد من المواقع التي توفر حاسبات لحجم العينة المثالي الموازي لحجم المجتمع محل الدراسة وللدقة المطلوبة في النتائج.

٣. تحديد طريقة جمع البيانات المناسبة

تؤثر طريقة جمع البيانات على معدل الاستجابة وعلى صياغة الأسئلة وكيفية طرحها، ويعتمد اختيار الطريقة الملائمة على الموارد المتاحة في الدراسة والتي تتضمن:

وهناك أربعة طرق أساسية لجمع البيانات في المسح للاختيار أو الدمج فيما بينهم، وهي:

المقابلات الشخصية:

وهي جمع البيانات وجها لوجه من المبحوثين المحتملين في العينة، ويتواجد بها باحث/محاور لجمع البيانات.

المميزات

- تتميز بمعدلات استجابة مرتفعة، وذلك بسبب محاولة الباحثين كسب ثقة المبحوثين من خلال إظهار الهوية الرسمية لهم[١٦]، وتشجيعهم من خلال شرح أهمية المشاركة في المسح.
- يتمكن الباحث خلالها من جمع بعض الملاحظات المباشرة، سواء من لغة جسد المبحوث أثناء جمع البيانات أو عن البيئة المحيطة به.

العيوب

- تكلفة إجراؤها مرتفعة.
- تتطلب وقت طويل لإجرائها.
- قد يصعب الوصول لبعض الأماكن البعيدة أو الخطرة.
- قد يحدث بعض التأثيرات على دقة إجابات المبحوثين نتيجة لوجود الباحث مثل أثر تحيز الرغبة في الحصول على الاستحسان الاجتماعي.

المقابلات الهاتفية:

وهي جمع البيانات من المبحوثين المحتملين في العينة من خلال الاتصالات الهاتفية، ويتواجد بها باحث/محاور لجمع البيانات.

المميزات

- تكلفة إجراؤها أقل من المقابلات الشخصية.
- تستغرق وقت أقل لجمع البيانات من المقابلات الشخصية.
- يصل الباحثين/المحاورين فيها لفئات مختلفة من المبحوثين بسهولة.

العيوب

- تمثل الفئات التي تمتلك هاتف فقط.
- ليست الأكثر مناسبة لطرح الأسئلة الحساسة، فقد يحرج المبحوثين من وجود باحث، بالإضافة إلى أن عدم رؤية الباحث والتأكد من هويته قد يسبب القلق للمشاركين.
- غير مناسبة في حالة الاستبيان الطويل أو الأسئلة الطويلة.

البريد:

وهي جمع البيانات من خلال إرسال الاستمارة للمبحوثين المحتملين عبر البريد، ويتم إدارتها ذاتيًا عن طريق المبحوثين أنفسهم.

المميزات

- يقل فيها أي تحيزات يسببها وجود باحث.
- تكلفتها منخفضة.
- مناسبة في حالة الأسئلة الطويلة أو الاستمارة الطويلة، نظرًا لوجود وقت كاف للإجابة لدى المبحوث.
- مناسبة في حالة وجود أسئلة حساسة.

العيوب

- تستغرق وقت طويل جدا لجمع البيانات.
- قد لا يتم الإجابة عن بعض الأسئلة داخل الاستمارة.
- تتطلب أن يكون المبحوثين قادرين على القراءة والكتابة.
- معدلات الاستجابة منخفضة نتيجة لعدم وجود باحثين يحاولون إقناع المبحوثين بالمشاركة.
- تتطلب وجود عناوين وأسماء صحيحة للمبحوثين.

الإنترنت:

يتم جمع البيانات من خلال وضع الاستمارة بالمواقع المختلفة عبر الإنترنت أو إرسالها عبر البريد الإلكتروني، ويتم إدارتها ذاتيًا عن طريق المبحوثين أنفسهم.

المميزات

- مناسبة في حالة الأسئلة الطويلة أو الاستمارة الطويلة نظرًا لوجود وقت كاف للإجابة لدى المبحوث.
- تكلفتها منخفضة جدًا مقارنة بالطرق الأخرى.
- مناسبة في حالة وجود أسئلة حساسة.

العيوب

- تتطلب مبحوثين قادرين على القراءة والكتابة.
- تستهدف المبحوثين اللذين يستخدمون الإنترنت فقط.
- معدلات الاستجابة منخفضة.
- يصعب تعميم النتائج فيها لأن العينة عادة ما تكون غير احتمالية.

يمكن جمع البيانات باستخدام أكثر من طريقة بنفس الوقت (Mixed Mode)، على سبيل المثال إرسال الاستمارة عبر البريد الإلكتروني في حين أن الطريقة الأساسية المتبعة هي المقابلات الهاتفية ولكن نظرا لتفضيل المبحوث الإجابة ذاتيا يتم إرسالها له، ويمكن أيضًا متابعة المبحوثين بطرق أخرى بالإضافة إلى الطريقة الأساسية التي تم اتباعها، مثل متابعة المبحوثين للإجابة على الاستمارة عن طريق الهاتف في حين أن جمع البيانات يتم عن طريق البريد (Follow up Mixed Mode).

ومؤخرا ساهم التقدم التكنولوجي في تطوير عملية جمع البيانات بشكل كبير، مما ساعد على توفير الوقت والتكلفة، وفيما يلي بعض الاتجاهات الحديثة واستخدام التكنولوجيا في جمع البيانات:

جمع البيانات عن طريق المقابلات الشخصية، بمساعدة الحاسب الآلي
Computer-Assisted Personal Interviewing

جمع البيانات عن طريق المقابلات الهاتفية، بمساعدة الحاسب الآلي
Computer-Assisted Telephone Interviewing

جمع البيانات باستخدام الرد الآلي
Interactive Voice Response

مقابلات ذاتية باستخدام الحاسب الآلي
Computer Assisted Self Interviewing

مقابلات ذاتية باستخدام الحاسب الآلي والتسجيل الصوتي
Audio Computer Assisted Self Interviewing

٤. تصميم الاستمارة:

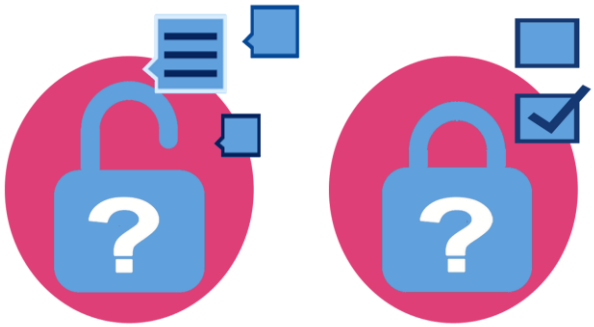
يعد تصميم استمارة جيدة قادرة على تحقيق أهداف المسح وجمع المعلومات المطلوبة بكفاءة وفاعلية من أصعب مهام القائمين على المسح، ويمر تصميم الاستمارة بعدة خطوات، وهي:

١. مراجعة أهداف المسح حتى يتم التأكد من وضع أسئلة تغطي كافة الأهداف للوصول إلى المعلومات اللازمة.

٢. الاطلاع على الاستمارات السابقة، في نفس موضوع الدراسة – إن وجدت، فقد يكون من الأفضل استخدام صياغات أسئلة تم تجربتها بالفعل في جمع البيانات، كما أن ذلك قد يوفر أفكار مختلفة لمصمم الاستمارة.

٣. تحديد طريقة جمع البيانات، حيث يعتمد طول الاستمارة وطريقة طرح الأسئلة على طريقة جمع البيانات، ففي المسح الذي يتم إدارته ذاتيًا من قبل المبحوثين يجب أن تكون الاستمارة قصيرة وبسيطة وتتضمن كل المعلومات أو التعليمات في كل سؤال حتى يستطيع فهمها والإجابة عنها، وفي المسوح التي يديرها الباحث عبر الهاتف، يجب أن تكون الاستمارة قصيرة ويُفضل ألا تحتوي على أسئلة حساسة، في حين أنه إذا تم جمع البيانات من خلال مقابلات وجها لوجه فيمكن أن تكون الاستمارة طويلة نسبيًا.

٤. تحديد نوع الأسئلة المستخدمة وفقًا لطبيعة البيانات المطلوب الحصول عليها، فهناك ثلاثة أشكال رئيسية من الأسئلة كالتالي:



الأسئلة المفتوحة: وهي الأسئلة التي لا يتم إعطاء المبحوث أي بدائل للإجابات معها، بل يجيب المبحوث فيها بحرية.

الأسئلة المغلقة: وهي الأسئلة التي تحتوي على خيارات للإجابة ويقوم المبحوث بالاختيار فيما بينهم فقط.

الأسئلة شبه المغلقة: وهي الأسئلة التي تحتوي على خيارات للإجابة ولكن يمكن أن يختار المبحوث أن يجيب بإجابة أخرى.

٥. البدء في صياغة أسئلة الاستمارة.

٦. مراجعة الاستمارة جيدًا، لتجنب الأخطاء اللغوية أو الإملائية، أو الصياغة غير السليمة، ويفضل أن تتم المراجعة من قبل أفراد وخبراء مختلفين.

٧. اختبار الاستمارة قبل إجراء المسح، وهو ما يسمى (بالاختبار القبلي) الذي يساعد في معرفة رد فعل المبحوثين على أسئلة الاستمارة من خلال تطبيق الاستمارة على مجموعة صغيرة من الفئة المستهدفة، وبالتالي يسمح باكتشاف الصياغات الضعيفة أو أخطاء متعلقة بالتعليمات، حتى يمكن تعديلها قبل إجراء المسح بشكل نهائي.

بعض الاعتبارات الهامة عند تصميم الاستمارة

- يجب أن تعبر الأسئلة عن أهداف المسح ولا تخرج عن نطاقها بحيث يكون كل سؤال مرتبط بهدف من أهداف المسح المباشرة.
- يجب وضع أسئلة واضحة ودقيقة، بالشكل الذي يمكن كل المبحوثين من فهم السؤال وتفسيره بنفس الطريقة.
- وضع أسئلة قصيرة، نظرًا لأن الأسئلة الطويلة قد تكون مربكة ومرهقة للمبحوثين.
- تجنب وضع الأسئلة المزدوجة، تلك التي تجمع بين قضيتين أو أكثر أو عدة مواقف في سؤال واحد[١٧].
- تجنب وضع أسئلة تتطلب تفكيرا عميقا من المبحوثين.
- يجب وضع الفترة المرجعية في السؤال أي الزمن المطلوب من المبحوث التحدث عن سلوكه أو رأيه خلاله.

المرحلة الثانية: جمع البيانات:

تعتمد عملية جمع البيانات على الباحثين القائمين بإجراء المقابلات لجمع البيانات، والمشرفين على العملية، ومراقبي الجودة.

قبل البدء في عملية جمع البيانات، يتم عمل بعض الإجراءات والتي تتضمن: –

- إعداد دليل عمل للباحثين يحتوي على التعليمات التي يجب اتباعها أثناء جمع البيانات وطرق للتعامل مع المشكلات المتوقعة، وإجابات موحدة للرد على استفسارات المبحوثين، كما يحتوي على طرق للتعامل مع الإجابات المحتملة من المبحوثين على أسئلة المسح، لضمان اتساق الباحثين وتوحيد طرق التعامل فيما بينهم.

- اختيار الباحثين وتدريبهم على استمارة المسح وعلى المنهجية التي سيتم اتباعها في جمع البيانات واختيار المبحوثين.
- البدء في جمع البيانات، والتي يكون الباحثين أو المحاورين مسؤولين فيها عن: –
  - إجراء المقابلات.
  - الحرص على كسب تعاون المبحوثين لتقليل عدم الاستجابة.
  - الحفاظ على سرية بيانات المبحوثين وآرائهم.
  - متابعة المبحوثين الذين لم يستجيبوا للحصول على تعاونهم.
  - الحفاظ على طرح الأسئلة بنفس صياغتها في الاستمارة وتدوين الإجابات بدقة لتجنب سوء الفهم أو الأخطاء أو التحيز.

صفات الباحثين الكفء

- مهارات تواصل مرتفعة جدا.
- القدرة على التفكير النقدي.
- الثقة بالنفس.
- القدرة على حل المشكلات والتعامل مع المواقف الصعبة.
- القدرة على العمل ضمن فريق.

خلال عملية جمع البيانات يجب الحرص على أن تتم جميع المقابلات بطريقة موحدة، من خلال أن يتم سؤال جميع المبحوثين نفس الأسئلة وبنفس الطريقة ولذلك يجب التنبيه على الباحثين أو المحاورين بالآتي:

- طرح الأسئلة بنفس صياغتها داخل الاستمارة، حيث يمكن أي يؤدي أي تغيير في الصياغة إلى الحصول على إجابات مختلفة عن هدف السؤال.
- طرح الأسئلة بالترتيب الخاص بها في الاستمارة.
- التحقق والاستفسار بشكل محايد.

الأساليب المحايدة للتحقق والاستفسار

التحقق الأساسي Basic Probe

يتم فيه إعادة إلقاء أو طرح السؤال أو بدائل السؤال كما هي، وذلك للتأكيد على المبحوث أن يلتزم بالإطار العام للإجابة.

التحقق التفسيري Explanatory Probe

يتم استخدامه لفهم المزيد حول إجابة المبحوث والتي قد تكون غير واضحة أو غير كاملة. ومن أمثلة أسئلة التحقق الممكن إلقاؤها: هل من الممكن أن تقوم بالشرح أو التوضيح أكثر؟ – هل من الممكن أن تعطي أمثلة على ما ذكرته؟

التحقق المركز Focused Probe

يتم استخدامه لمحاولة فهم المزيد حول موضوع ما، مثل: إذا تم سؤال المبحوث عن الدواء الذي يستخدمه للعلاج من داء ما والمبحوث ذكر: "المسكنات"، يتم التحقق من المبحوث بهذا السؤال: وما نوع المسكنات التي تستخدمها؟

التحقق الصامت Silent Probe

وفيه يصمت الباحث قليلا ويترك فرصة للمبحوث لتجميع أفكاره وصياغتها، وتقديم إجابة نهائية.

الانعكاس Mirroring/reflecting

يتم فيه إعادة نفس ما قاله المبحوث مرة أخرى عليه، لإعطائه فرصة للتفكير فيما قاله وتعديله أو تغييره إذا تطلب الأمر.

وأخيرا، يتم **مراقبة الجودة** خلال عملية جمع البيانات، وقد يكون ذلك عن طريق إعادة الاتصال بالمبحوثين – من قبل مشرف جمع البيانات– إذا كانت المقابلات هاتفية أو زيارتهم مرة أخرى إذا كانت مقابلات وجها لوجه، وسؤالهم بعض الأسئلة من الاستبيان (الاستمارة) للتأكد من دقة الإجابات التي قام الباحث/جامع البيانات بالحصول عليها، كما يتم مراقبة الجودة من خلال مراجعة الإجابات المدخلة لحظيا للتأكد من اتساقها واكتمالها بشكل مبدئي قبل مرحلة التدقيق والتحليل.

المرحلة الثالثة: مراجعة البيانات وتحليلها

وتشمل هذه المرحلة خطوتين، وهما:

أولا: معالجة ومراجعة البيانات والتي تتضمن الآتي:

- التأكد من عدم وجود أي أخطاء متعلقة بالإجابات، مثل عدم الإجابة عن بعض الأسئلة أو الإجابة عن أسئلة كان لابد من تخطيها.
- اتساق إجابات المبحوث الواحد مع بعضها البعض.
- التأكد من أن جميع الإجابات مفهومة ويمكن تحليلها.
- قراءة ملاحظات الباحثين عن كل مقابلة في نهاية الاستبيان (الاستمارة)، للتأكد من عدم وجود أي إضافة أو حذف يجب القيام بها على البيانات.
- ترميز –إعطاء قيمة رقمية للنص أو الإجابة لتسهيل التحليل الكمي[١٨]– الإجابات في الأسئلة المفتوحة إن وجدت.

ثانيا: تحليل البيانات، ويتضمن ذلك:

- يتم تلخيص جميع البيانات التي تم الحصول عليها وتفسيرها بالشكل الذي يوفر إجابات واضحة لأسئلة المسح أو أهدافه، حيث يفحص التحليل الإحصائي البيانات، ويتم حساب تكرارات ونسب الإجابات المختلفة لكل سؤال، كما يتم حسابهم بالنسبة للخصائص المختلفة، فعلى سبيل المثال قد تكون نسبة الموافقة على سلوك ما ٥٠% في العينة الإجمالية وتختلف نسبة الموافقة تلك وفقا لنوع المبحوث فتكون ٧٠% بين الإناث و٣٠% ما بين الذكور[١٩]. ويتم استخدام البرامج الإحصائية المناسبة لذلك مثل برنامج (SPSS) وبرنامج (STATA).

المرحلة الرابعة: كتابة النتائج ونشرها

بعد تحليل البيانات والخروج بالنتائج يتم العمل على عرضها من خلال التقارير المكتوبة، أو العروض التقديمية الشفهية، ويتم الحرص في تقديم النتائج على التركيز على النتائج التي تخدم أهداف الدراسة وتهم أصحاب المصلحة.

بعض الاعتبارات الهامة عند كتابة التقارير

- تحديد الجمهور (من سيقرأ التقرير؟ وما الذي يريد أن يعرفه؟)، حيث سيساعد ذلك على وضع النتائج التي تهم القارئ فقط وبالتالي تحقق الهدف منها.
- كتابة التقرير أو عرض النتائج بالتنسيق المناسب الذي يعمل على إبرازها.
- شرح أي مصطلحات لتسهيل الفهم على القارئ غير المتخصص في موضوع الدراسة.
- وضع النتائج في جداول إحصائية أو أشكال توضيحية والتعقيب عليها بالشرح الذي يوضح النتيجة، باستخدام لغة بسيطة ومن دون أخطاء إملائية.

مكونات التقرير

صفحة الغلاف

قائمة المحتويات

المقدمة

تحتوي على نبذة عن موضوع الدراسة وأهميته، وأهداف الدراسة.

المنهجية

تتضمن كل الإجراءات المتبعة في المسح: تصميم الاستمارة، وعدد جامعي البيانات، وحجم العينة وعدد الاستجابات، وطريقة تحليل البيانات المستخدمة.

ملخص عن النتائج (ملخص تنفيذي)

متن التقرير

يتم فيه عرض النتائج بشكل تفصيلي من خلال وضع جداول/أشكال بالنتائج والتعقيب عليها لشرح النتيجة للقارئ

التوصيات، إن وجدت

الملاحق

قد يشمل الاستمارة المستخدمة أو جداول البيانات التفصيلية التي قد تكون مهمة ولكن وضعها ضمن متن التقرير قد يؤثر سلبا على استيعاب القارئ للمعلومات الأساسية.

بعض الاعتبارات الأخلاقية التي يجب الالتزام بها عند إجراء المسح وفقا للرابطة الأمريكية لبحوث الرأي العام (AAPOR)*

١. تجنب الممارسات أو الأساليب التي قد تضر بالمشاركين الفعليين أو المحتملين أو تعرضهم للخطر أو تهينهم أو تضللهم دون داع.

٢. عدم تحريف الهدف أو الغرض الأساسي من المسح أو إجراء أنشطة أخرى مثل، المبيعات أو جمع التبرعات أو الحملات السياسية، تحت ستار إجراء المسوح.

٣. المشاركة في المسح طوعية، ولذلك يمكن للمشاركين المحتملين أن يقرروا بحرية من دون إكراه ما إذا كانوا سيشاركون في المسح أم لا، وما إذا كانوا سيجيبون على أي سؤال أم لا.

٤. يجب تقديم إجابات صادقة لأسئلة المشاركين حول المسح، ويجب عدم تقديم أي معلومات خاطئة أو مضللة عن ممول المسح أو غرضه، ويجب الاكتفاء بالإشارة – عند سؤال المبحوثين عن معلومات معينة حول المسح قد يعرض كشفها بعض الأشخاص للخطر أو يسبب لهم الأذى، أو يؤدي إلى ردود فعل متحيزة أو لا يخدم أهداف المسح – إلى عدم إمكانية الكشف عن بعض المعلومات.

٥. حماية حقوق القاصرين، وغيرهم من الأفراد الضعفاء عند اتخاذ قرار المشاركة بالمسح.

٦. ضرورة حماية بيانات التعريفية للمشاركين من النشر وذلك باتباع أفضل الممارسات والقواعد والقوانين.

** للاطلاع على كافة المعايير الأخلاقية برجاء الرجوع لصفحة الرابطة الأمريكية لبحوث الرأي العام:*

https://tinyurl.com/4wzes25f

هوامش ومراجع

[1] Scheuren, F. (1996). What is a survey. American Statistical Association. p9.

[2] Ibid. p9.

[3] Fink, A. (2003). The survey handbook. SAGE Publication. p2.

[٤] دليل المراجعة والتدقيق المكتبي لبيانات المسوح الإحصائية الوطنية (٢٠١٧)، الإمارات العربية المتحدة: الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء. ص١.

[5] Macreadie, R. (2011). Public opinion polls. Research Service, Parliamentary Library, Department of Parliamentary Services. P6.

[6] Fink, A. (2003). Op. cit. p1.

[7] Statistics Canada, Standards Division. (2003). Survey methods and practices. P1. http://surl.li/fzquf.

[8] Kasunic, M. (2005). Designing an effective survey. Carnegie Mellon University, Software Engineering Institute. pp13-15.

[9] Fink, A. (2003). Op. cit. pp33-42.

[١٠] أبو عمه، عبدالرحمن. (١٩٩٦). مقدمة في المعاينة الإحصائية، الرياض: جامعة الملك سعود. ص١٩-٢٠.

[١١] المرجع السابق. ص٢١-٢٤.

[١٢] المرجع السابق. ص٢٦.

[13] Fink, A. (2003). Op. cit. p38.

[14] Ibid. pp38-41.

[١٥] أبو عمه، عبدالرحمن. (١٩٩٦). مقدمة في المعاينة الإحصائية، الرياض: جامعة الملك سعود.

[16] Canada College, Office of planning, research, and Institution Effectiveness (PRIE). (n.d.). How to Conduct a survey. Presentation. p40. http://surl.li/gapyy.

[17] Ibid. p57.

[18] Kasunic, M. (2005). Designing an effective survey. Carnegie Mellon University, Software Engineering Institute. P35.

[19] Ibid. p84.