

تتناول هذه الورقة إحدى طرق جمع البيانات في البحوث الكيفية التي تعتمد على وصف وتحليل الظواهر تحليلًا دقيقًا وهي "المقابلات المتعمقة" وسيتم التطرق من خلال هذه الورقة إلى تعريف المقابلات المتعمقة، ومتى تُستخدم، ومميزاتها وعيوبها، بالإضافة إلى خطوات إجرائها.

ما هي المقابلات المتعمقة؟



عرفتها كارولين بويس (Carolyn Boyce) وبالينا نيل (Palena Neale) بأنها "أسلوب بحث كفي/نوعي يتضمن إجراء مقابلات فردية مستفيضة مع عدد قليل من المستجيبين لاستكشاف وجهات نظرهم حول فكرة أو برنامج أو موقف معين^١. وعادة لا تقل المقابلة المتعمقة عن ٣٠ دقيقة^٢، ويتم إجرائها مع ما لا يقل عن ١٠ إلى ١٥ مبحوث في الدراسة الواحدة^٣.

متى نستخدم المقابلات المتعمقة؟



تُستخدم المقابلات المتعمقة عند الحاجة إلى تقييم الاحتياجات والتعرف على المشكلات في مجتمع ما، والتخطيط الاستراتيجي للبرامج أو المشروعات، أو لتحسين القائم منها بالفعل^٤، وذلك من أجل الحصول على معلومات تفصيلية عن وجهات نظر الأشخاص أو لاستكشاف قضايا أو موضوعات جديدة بعمق^٥. وعادة ما تستخدم المقابلات المتعمقة في الموضوعات الحساسة حيث يشعر فيها المشاركون أو المبحوثون براحة أكثر للتحدث عن الموضوعات الحساسة مقارنة بطرق جمع البيانات الأخرى، مثل مجموعات النقاش البؤرية^٦. وتركز المقابلات المتعمقة على مبحوث أو مشارك واحد فقط في كل مقابلة، لاهتمامها بالتعرف على وجهات نظر فردية ومعلومات شخصية أو حساسة، بطريقة تفصيلية ومتعمقة. ومن هنا يبرز الاختلاف بين المقابلات المتعمقة ومجموعات النقاش البؤرية، حيث تستخدم الأخيرة للحصول على مجموعة من الآراء على مستوى المجتمع محل الدراسة، وتركز على تفاعل المجموعة والمناقشة فيما بينهم، وعلى استكشاف موضوعات جديدة من خلال مناقشة وجهات نظر مختلفة في مقابلة واحدة^٧.



مزايا وعيوب المقابلات المتعمقة



ويمكن تلخيص أهم مميزات وعيوب المقابلات المتعمقة في الآتي^٨:

العيوب

- صعوبة تحليل البيانات الكيفية/النوعية واستغراقها وقت طويل.
- تتطلب باحثين أو جامعي بيانات ذوي مهارات مرتفعة لإجرائها، حتى يستطيعوا إدارة الحوار بحيادية وتجنب التحيزات أو التأثيرات على المبحوث والحصول على بيانات ذات جودة مرتفعة.
- يصعب إجرائها مع عينة كبيرة من المجتمع محل الدراسة، نظرًا لطول مدة المقابلة، وارتفاع التكلفة.
- احتمالية حدوث تحيز أو تأثير من قبل الباحث على المبحوث مما سيؤثر على مصداقية إجابات المبحوث.

المميزات

- تسمح المقابلات المتعمقة بالحصول على معلومات وآراء عميقة وتفصيلية، وذلك لاعتمادها على الأسئلة المفتوحة وعدم حصول المبحوث على بدائل محددة للإجابات للاختيار بينهم.
- يميل المبحوثين بها إلى التعبير عن آرائهم بانفتاح لاعتمادها على المحادثة الفردية بين الباحث أو جامع البيانات والمبحوث، ويستطيع الباحث طمأنة المبحوث إذا شعر بالقلق.
- تمكن الباحث أو جامع البيانات من إضافة أسئلة أو تغيير بعض الأسئلة إذا تطلب الأمر ذلك، كما يمكن للباحث خلالها التحقق من البيانات التي يحصل عليها من المبحوث بالتفصيل مما يؤدي إلى الحصول على بيانات مرتفعة الجودة.

خطوات إجراء المقابلات المتعمقة



تتقسم خطوات إجراء المقابلات المتعمقة إلى أربع مراحل، وهم:



المرحلة الأولى: مرحلة التخطيط والتصميم

١. تحديد الهدف من إجراء المقابلة المتعمقة^٩

الخطوة الأولى لإجراء المقابلة المتعمقة هي تحديد الهدف منها، ولماذا يتم استخدامها بالتحديد دوناً عن باقي أدوات جمع البيانات، حيث يساعد تحديد الهدف على معرفة أو تحديد المعلومات المراد الحصول عليها^٩، وهي الخطوة التي يتم تصميم وتنفيذ الخطوات اللاحقة بناءً عليها.

٢. اختيار أو تحديد المبحوثين^{١٠}

يساعد مراجعة كل من الهدف من الدراسة، والمعلومات التي يجب الحصول عليها في تحديد الأشخاص الذين من الممكن أن تساعد آرائهم على تحقيق هذه الأهداف والحصول على المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات.



يتم اختيار عينة تمثيلية للمجتمع محل الدراسة، ولكن لا يشترط أن تكون عينة عشوائية، ويفضل اختيار مشاركين/مبحوثين مختلفين في خصائصهم الديموجرافية للحصول على آراء متنوعة حول موضوع الدراسة. وبعد تحديد المبحوثين المحتملين، يتم التواصل معهم لشرح وتوضيح الهدف من الدراسة، وطلب مشاركتهم، وإذا تم الحصول على الموافقة يتم تحديد الموعد المناسب لإجراء المقابلة المتعمقة معهم.

٣. إعداد دليل المقابلة

يستخدم الباحث/جامع البيانات خلال إجراء المقابلة المتعمقة، دليلاً بالأسئلة والموضوعات التي يجب أن يغطيها أثناء المقابلة، على أن يتم تصميم الأسئلة بالشكل الذي يسمح للمبحوث أن يُجيب بطريقة الخاصة من دون أن يتم تحديد إجاباته/ردوده. ويتم تصميم هذا الدليل بناءً على أهداف الدراسة، والمعلومات المراد الحصول عليها^{١١}. وفيما يلي ما يجب مراعاته عند تصميم الدليل: -



- يجب مراعاة ألا يتم وضع أسئلة لا تتعلق بأهداف الدراسة، وأن تغطي الأسئلة كافة الأهداف.
- يجب أن يحتوي كل سؤال على موضوع واحد فقط للسؤال عنه.
- يجب أن تكون جميع الأسئلة مفتوحة، لإتاحة الفرصة للمبحوث للتعبير والإفصاح بعمق وتفصيل.
- صياغة الأسئلة بوضوح حتى تصل لكل المبحوثين بنفس المعنى.
- استخدام كلمات بسيطة ومناسبة للمبحوثين، مع مراعاة عدم استخدام أي مصطلحات من دون شرحها أو وصفها.

يتكون الدليل من ثلاث أجزاء رئيسية، وهم^{١٢}: -

جزء خاص بتسجيل وقت وتاريخ ومكان المقابلة، والمعلومات الديموجرافية للمبحوث، مثل: (العمر، والتعليم).



جزء خاص بأسئلة المقابلة، مع وضع مساحة لتدوين أو كتابة الملاحظات في كل سؤال.



جزء خاص بكتابة الملاحظات المتعلقة بشعور الباحث أو تفسيراته التي توصل إليها أثناء المقابلة.





وفيما يلي بعض أنواع الأسئلة التي يمكن تناولها الدليل: -

الأسئلة الديموجرافية	أسئلة المعرفة	أسئلة السلوكيات	أسئلة الآراء	أسئلة المشاعر	أسئلة الاستشعار
أسئلة حول ما يعرفه الشخص عن موضوع أو قضية ما.	أسئلة حول ما يفعله المبحوث بشكل عام أو ما يفعله في مناسبة محددة، أو ما يخطط لفعله في المستقبل.	أسئلة حول ما يعتقد المبحوث حول موضوع أو قضية ما.	أسئلة حول ما يشعر به الشخص تجاه موضوع محدد.	أسئلة حول ما يراه الشخص أو لمسها أو سمعها.	

ويجب أن يتم طرح أسئلة تحقق للكشف عن المزيد من التفاصيل، أو توضيح الإجابات أو فهم أعمق على طول المقابلة.

لتصميم دليل مناقشة جيد، يجب مراعاة الآتي^{١٣}: -

- أن تكون الأسئلة مفتوحة، للحصول على معلومات تفصيلية من المبحوثين، مع مراعاة عدم تقديم أمثلة للإجابة عن السؤال بغرض المساعدة في فهمه، حيث أن ذلك من شأنه توجيه الإجابة.
- طرح أسئلة التحقق، للحصول على تفاصيل أكثر وفهم أعمق، مثل: (هل يمكن أن تشرح لي أكثر؟ ما الذي تقصده ب؟).
- وضع أسئلة تعتمد على الذاكرة والخبرات السابقة، حتى تعمل على تذكير المبحوث بحدث محدد من أجل الحصول على إجابة من خبرة المبحوث السابقة وليس مجرد رأي عام.
- وضع أسئلة مباشرة وواضحة وبسيطة، مع مراعاة أن تكون الأسئلة قصيرة قدر الإمكان حتى تكون واضحة، وأن يكون كل سؤال خاص بموضوع أو موقف أو حدث واحد فقط.
- تجنب صياغة الأسئلة في شكل استجاب، بدلا من استخدام لماذا تؤيد ذلك؟ يتم استخدام ما الأسباب التي تجعلك تؤيد ذلك؟
- رتب الأسئلة بالدليل كالتالي: -



■ البدء بوضع أسئلة عامة تمهد المبحوث للنقاش، ثم وضع الأسئلة الأكثر تحديًا.

■ وضع الأسئلة التي تتطلب معرفة تفاصيل إيجابية، قبل التي تتطلب معرفة تفاصيل سلبية.

■ وضع أسئلة مفتوحة تسأل عن شيء عام فيما يخص موضوع المقابلة للحصول على إجابات مختلفة وتفصيلية، قبل أن تتفرع إلى سؤال محدد. مثل السؤال عن: ما هي المهارات التي تتطلبها في الخريجين قبل العمل معك؟ قبل السؤال عن:

ما أهمية مهارة التواصل بالنسبة إليك؟

٤. تدريب الباحثين

في هذه الخطوة يتم تدريب الباحثين/المحاورين قبل البدء في جمع البيانات من المقابلات المتعمقة لضمان نجاحها وإجرائها بشكل جيد،

ويتم هذا التدريب سواء كان الباحثين/المحاورين ذوي خبرة أم لا، ويتضمن ما يلي^{١٤}: -



التعريف بالتعليمات الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها الباحثين/المحاورين أثناء جمع البيانات.

التدريب على مهارة التواصل بهدف تحسينها.

التدريب على استخدام أداة جمع البيانات التي سيتم استخدامها والتي تتمثل في دليل المقابلة في حالة إجراء المقابلات المتعمقة.

عرض طرق أو أساليب جمع البيانات.

التعريف بأهداف الدراسة أو الغرض من إجرائها.

المرحلة الثانية: تنفيذ المقابلة المتعمقة



أ. في بداية المقابلة يقوم الباحث/جامع البيانات بتقديم نفسه، وشرح الهدف أو الغرض من الدراسة^{١٥}. وطمانة المبحوث بشأن سرية البيانات واستخداماتها.

ب. إذا كان سيتم تسجيل المقابلة، يجب الحصول على إذن المبحوث أولاً قبل البدء في طرح الأسئلة^{١٦}.

بعض النقاط التي يمكن أن تساعد في نجاح المقابلة المتعمقة وتحقيق الهدف منها^{١٧}

- الحرص على إجراء المقابلة في مكان هادئ حتى لا يحدث أي مقاطعات أو تشتيت للانتباه.
- التدريب جيداً على دليل المقابلة قبل إجرائها لتسهيل النقاش في المقابلة وجعله أقرب إلى محادثة.
- تشجيع المبحوث على الإجابة من خلال استخدام نبرة صوت حيادية ومشجعة، والتأكيد على سرية البيانات.
- الاستماع للمبحوث أكثر من التحدث إليه، والتأكد من عدم تقديم الباحث/المحاور أي آراء أو وجهات نظر تتعلق بموضوع المقابلة.
- استخدام أسئلة التحقق بعد انتهاء المبحوث من إجابته/رده.
- إعطاء أهمية للموضوعات الجديدة التي يمكن أن تظهر خلال المقابلة.
- التأكد من استخدام الطرق الحيادية في التواصل مع المبحوث خلال المقابلة لتجنب حدوث أي تحيزات.
- كتابة إجابات/ردود المبحوث بنفس الصياغة التي استخدمها.
- تجنب التحدث عن أي موضوعات ليست متعلقة بموضوع المقابلة أو الدراسة.
- التأكد من استخدام عبارات انتقالية، تمهد للمبحوث الانتقال إلى موضوع آخر، مثل: (سنحدث الآن عن..).
- تجنب استخدام أي مصطلحات يصعب على المبحوث فهمها، أو التأكد من تقديم تعريف لها إن تطلب الأمر.
- التأكد من عدم طرح أي أسئلة من شأنها أن توجه المبحوث نحو إجابات محددة.
- تجنب مقاطعة المبحوث إلا في حالة استطراده في موضوعات لا تتعلق بموضوع المقابلة أو الدراسة.

بعض المهارات اللازمة توافرها في الباحث/المحاور لضمان نجاح المقابلة^{١٨}

- منفتح على مختلف الآراء والمعتقدات ولا ينتقد أو يحكم على المبحوث حتى لا يعيق التواصل بينهما.
- مرن ومتجاوب، وقادر على حل المشكلات أو الصعوبات.
- قوي الملاحظة، لملاحظة لغة الجسد وتعابير الوجه ونبرة الصوت.
- مستمع جيد.





المرحلة الثالثة: تحليل البيانات^{١٩}



- تبدأ هذه المرحلة بمراجعة البيانات وتنظيمها، حيث يتم فيها قراءة الملاحظات التي تم تدوينها أو سماع التسجيلات، وتنظيمها أثناء ذلك وفقاً لاستراتيجيتين، وهما:

التنظيم حسب الموضوع

يتم تجميع إجابات المبحوثين المتعلقة بموضوع محدد معاً، بغض النظر عن السؤال.

التنظيم حسب السؤال

يتم تسجيل أو تدوين جميع إجابات المبحوثين التي جاءت على السؤال ثم الانتقال إلى سؤال آخر لتجميع إجابات المبحوثين به، وهكذا.

- يبدأ تحليل البيانات في المقابلات المتعمقة بوضع جميع ملاحظات المقابلات في ملف واحد، وذلك لفرز الإجابات وترميزها (وهو وضع رموز أو مسميات للأفكار المتشابهة).
- ثم يتم وضع علامة أو رمز مميز عند بداية كل مقابلة داخل الملف، مثل: إعطاء المقابلة الأولى رمز (١) والمقابلة الثانية رمز (٢) وهكذا.
- يتم تصنيف كل موضوع، في فقرات جديدة تتضمن اسم يدل على الموضوع.
- يتم تصنيف الفقرات في كل موضوع لفئات فرعية بموضوعات فرعية، ثم يتم البدء في كتابة تقرير بالنتائج.

بعض المبادئ لإرشادية عند تحليل بيانات المقابلة المتعمقة^{٢٠}

- التركيز على المعنى فيما وراء الكلمات التي استخدمها المبحوثين، وما إذا كانت تحمل أكثر من معنى.
- الأخذ في الاعتبار الظروف أو سياق المقابلة والذي جاءت به الإجابة، لما له من تأثير على النتائج.
- تحديد الإجابات/الردود وتصنيفها وفقاً إلى إجابات مهمة يمكن أن تكون نتائج رئيسية أو نتائج فرعية/ ثانوية، وإجابات غير مهمة ولا يمكن أن تكون نتيجة محددة. ويتم تحديد الإجابات/الردود وتصنيفها وفقاً إلى: -
- أ. مدى تكرار الفكرة أو الرأي أو الشعور وانتشاره بين المبحوثين، حيث يمكن أن تكون الإجابات/الردود المكررة نتائج رئيسية.
- ب. الشدة في رأي المبحوثين، ولأي مدى متمسكون به ومتحمسون له.
- ت. الدقة في إجابات المبحوثين وما إذا كانت بناءً على خبرة شخصية أم بناءً على ما يرون أو يسمعون من معظم الناس.



المرحلة الرابعة: كتابة تقرير بالنتائج^{٢١}



تتميز المقابلات المتعمقة كأحد الأساليب الكيفية في جمع البيانات بالمرونة في عرض النتائج التي تم التوصل إليها من خلالها، وبشكل عام يتبع عرض نتائجها الآتي:

- لا يتم استخدام النسب في عرض البيانات، بل يتم وصفها بطريقة كيفية، حيث يتم قول (معظم المبحوثين مؤيدين)
- بدلاً من قول (٧٠% من المبحوثين مؤيدين).
- يُفضل عرض اقتباسات من إجابات المبحوثين، مع الحفاظ على سرية هويتهم أو الحصول على موافقتهم.
- يُفضل عرض أهم النتائج أو الاقتباسات أو التوصيات في جداول أو أشكال حتى تكون بارزة أثناء القراءة.

محتويات التقرير



بشكل عام تتضمن التقارير التي تتناول نتائج تحليل المقابلات المتعمقة الآتي:

		١
		٢
		٣
		٤
		٥
		٦
		٧
		٨

صفحة الغلاف

قائمة المحتويات

المقدمة

تحتوي على نبذة عن موضوع الدراسة وأهميته، وأهداف الدراسة.

المنهجية

تتضمن كل الإجراءات المتبعة في إجراء المقابلات: العينة- أو المبحوثين اللذين تم اختيارهم- وحجمها وكيفية اختيارها أو الحصول عليها، والأداة أو الأدوات المستخدمة لجمع البيانات، والفترة الزمنية التي تم فيها جمع البيانات.

ملخص عن النتائج (ملخص تنفيذي)

متن التقرير

يتم فيه عرض النتائج بشكل تفصيلي

التوصيات أو الاقتراحات، إن وجدت

الملاحق

قد تتضمن دليل المقابلة



- ¹Boyce, C., & Neale, P. (2006). Conducting in-depth interviews: A guide for designing and conducting in-depth interviews for evaluation input. Pathfinder International. p3.
- ²Malhotra, N. K., Birks, D. F., & Wills, P. (2012). Qualitative research: depth interviewing and projective techniques. In Marketing research: An applied approach (pp. 179-200). essay, Pearson Education. P180. <https://rb.gy/gaz3x>
- ³Wallace Foundation. Workbook E: Conducting in-depth interviews. (n.d.). Retrieved March 22, 2023. P3. <https://rb.gy/ps73k>
- ⁴Guion, L. & Diehl, D. & McDonald (2011). Conducting an in-depth interview. University of Florida. p1. <https://rb.gy/hhksp>
- ⁵Boyce, C., & Neale, P. (2006). Op. cit. p3.
- ⁶Mack, N., & Woodsong, C. (2005). Qualitative research methods: A Data Collector's field guide. FLI. P30.
- ⁷Hennink, M. M. (2014). Focus group discussions. Oxford University Press. pp28-29.
- ⁸Wallace Foundation. Workbook E: Conducting in-depth interviews. (n.d.). Op. cit. p4.
- ⁹Guion, L. & Diehl, D. & McDonald (2011). Op. cit. P2.
- ¹⁰Wallace Foundation. Workbook E: Conducting in-depth interviews. (n.d.). Op. cit. p8.
- ¹¹Ibid. p10.
- ¹²Guion, L. & Diehl, D. & McDonald (2011). Op. cit. p2.
- ¹³Wallace Foundation. Workbook E: Conducting in-depth interviews. (n.d.). Op. cit. pp11-12.
- ¹⁴Boyce, C., & Neale, P. (2006). Op. cit. p6.
- ¹⁵Guion, L. & Diehl, D. & McDonald (2011). Op. cit. p3.
- ¹⁶Ibid. p2.
- ¹⁷Wallace Foundation. Workbook E: Conducting in-depth interviews. (n.d.). Op. cit. p14.
- ¹⁸Guion, L. & Diehl, D. & McDonald (2011). Op. cit. pp1-2.
- ¹⁹Wallace Foundation. Workbook E: Conducting in-depth interviews. (n.d.). Op. cit. pp16-18.
- ²⁰Ibid. p17.
- ²¹Boyce, C., & Neale, P. (2006). Op. cit. pp8-9.