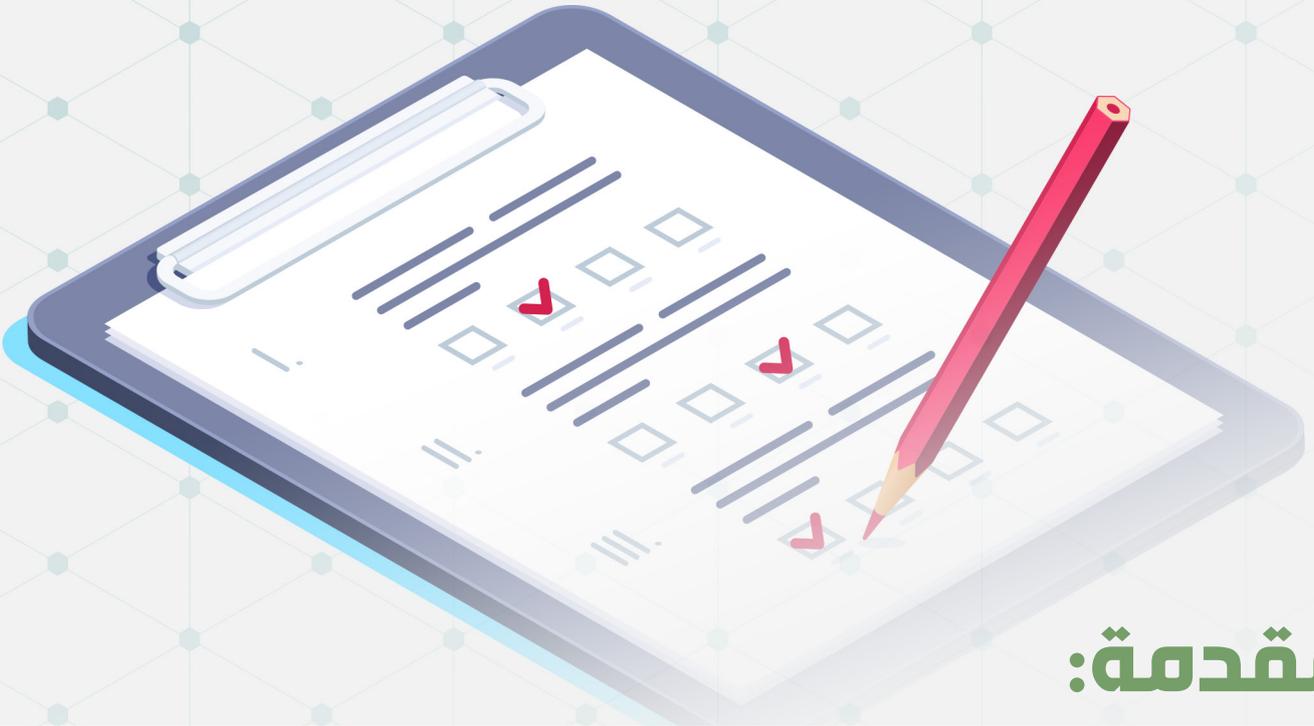


أداة الاستبيان



مقدمة:

والعلمية الأساسية، وغيرها، كما تتنوع أدواته وفقاً لنوع البحث، ولعل أبرز تلك الأدوات هي أداة «الاستبيان» Questionnaire، وهي أحد الأدوات الشائع استخدامها في البحث العلمي، حيث يتم من خلالها جمع البيانات ذات الصلة بموضوعات معينة لقياس مشاعر الأفراد، وتوجهاتهم، ومعتقداتهم، ومواقفهم وغيرها تجاه قضايا ما، وسيتم التركيز عليها تفصيلاً خلال هذا العدد من خلاصة معرفية بطريقة مبسطة.

يعد البحث العلمي أحد مؤشرات تطور المجتمعات، لما له من دور في التخطيط للمستقبل بطريقة أفضل، بل وأصبح الأداة المثلى للتعرف على المشكلات والقضايا الاجتماعية الملحة؛ التي تطرأ نتيجة التغيرات المتلاحقة على مستوى كافة الأصعدة والمجالات، فالبحث العلمي يُهيئ المساهمة بشكل أكثر إيجابية في عمليات التخطيط والفهم وتقديم الحلول.

وللبحث العلمي عدد من الأنواع على غرار: البحوث الاجتماعية، والأكاديمية، والطولية،

أولاً: ما هو الاستبيان؟

الاستبيان هو عبارة عن «قائمة تحتوي على عدد من الأسئلة المترابطة مع بعضها البعض بصورة تحقق أهداف البحث الأصلية»، وللإستبيان مرادفات عديدة، منها: الاستقصاء، والاستفتاء، والاستطلاع، ويعتمد على مجموعة من الأسئلة، التي تُرسل لفتات بعينها إما عن طريق البريد الإلكتروني، أو الرسائل النصية، أو حتى وجهاً لوجه، حتى يتسنى للأفراد المعنيين الإجابة عليه بأنفسهم.

ثانياً: مزايا الاستبيان:

1- الوصول إلى عدد كبير من الأفراد: يعد الاستبيان أحد الأدوات الكمية، والتي يمكن من خلالها الوصول إلى عدد كبير من الأفراد في أماكن متفرقة، ويصعب الاتصال الشخصي معهم، ومن ثم يمكن للباحث إرسال الاستبيان لهم أو النزول لهم في أماكنهم - بحسب طبيعة الفئة التي سيتم التطبيق عليها - وتوجيه الأسئلة لهم بسهولة.

2- أقل تكلفة وجهد: يتميز الاستبيان بتكلفته وجهده القليلين، حيث يمكن توزيعه أو نشره عبر البريد الإلكتروني، أو رسائل الواتس آب، أو حتى عبر الرسائل النصية، وهذا إلى جانب التطبيق المباشر من خلال مقابلات وجهاً لوجه، كما أنه لا يحتاج لعدد كبير من الباحثين، فالإستبيان لا يحتاج سوى المبحوث وحده، أو وجود الباحث في حال المقابلات وجهاً لوجه.

3- توفير وقتاً مناسباً للمستجيب للإجابة على الأسئلة: تسمح أداة الاستبيان بتوفير الوقت للمستجيب، للإجابة على الأسئلة، وتمنحه الفرصة الكافية حتى للتشاور مع آخرين، إذا كان الأمر متعلقاً ببيانات عن الأسرة أو غيرها، فضلاً عن السماح للمستجيب باختيار الوقت المناسب للإجابة، وهو ما ينعكس على مستوى دقة البيانات.

4- يكفل التحليل المتجانس للباحث: يتميز الاستبيان مقارنة بأدوات جمع البيانات الأخرى بتقنين الأسئلة، وترتيبها وتصنيفها، وهو ما يسهل على الباحث فيما بعد التحليل وكتابة التقرير النهائي.

5- إمكانية الحصول على بيانات محرجة: يساعد الاستبيان في الحصول على بيانات حساسة أو محرجة بالنسبة للمبحوث مقارنة بأدوات البحث الأخرى، خاصة وأنه لا يمكن التعرف على هوية المستجيب، مما يعطي الفرصة له للتعبير عن رأيه في قضايا قد يجد الحرج في التعبير عنها أمام الباحث.

ثالثاً: عيوب الاستبيان:

1- يتطلب دقة شديدة في صياغة الأسئلة ووضوحها؛ نظراً لأن الاستبيان يعتمد في كثير من الأحيان على الملاءم الذاتي للمبحوث، فمن المهم أن يقوم الباحث بصياغة الأسئلة بطريقة واضحة وبسيطة وسهلة الفهم، والبعد عن المصطلحات الصعبة؛ وذلك منعاً للالتباس أو ازدواجية المعنى لدى المستجيب.

2- عدم القدرة على الرجوع إلى المبحوث مرة أخرى للتأكد من استجاباته: يعتمد الاستبيان على إجابة المبحوث على الأسئلة، وفي حال إجابته بطريقة فيها غموض أو تناقض، يكون من الصعب على الباحث العودة له مرة أخرى، والاستفسار منه، ومن ثم فليس أمام الباحث سوى اعتبار هذه الإجابة نهائية، والاعتماد عليها في التحليل، أو استبعادها.

3- عدم ضمان وصول العينة إلى النسبة المطلوبة للتحليل: في كثير من الأحيان يكون العائد من الاستبيان قليل، وقد لا تتعدى نسبة العائد أكثر من (20%) من مجتمع الدراسة، وفي هذه الحالة يجد الباحث صعوبة في تفسير النتائج في ضوء الاستجابات التي وصلته، كما يكون من الصعب إطلاق أحكام أو تعميمات مع عدم تمثيل المجتمع.

رابعاً: مكونات الاستبيان:

هناك أكثر من طريقة لبناء استمارة الاستبيان، وذلك بناء على طبيعة الموضوع، والفئة المستهدفة، والتي تتمثل في:

1- المقدمة: تُكتب في الصفحة الأولى مباشرة، وتحتوي على معلومات عن الاستبيان وطبيعته وأهدافه، والتأكيد على خصوصية المعلومات، بالإضافة إلى الجزء الخاص ببيانات التواصل لأي استيضاح أو استفسار حال كانت التعبئة ذاتية، ويفضل أن تكون المقدمة مختصرة.

2- البيانات الأساسية والديموغرافية: يتم إدراج البيانات الأساسية والديموغرافية في البداية أو في النهاية بحسب الاستبيان، حيث يتم طرح أسئلة مثل: الجنس، والعمر، والدخل، والجنسية، ونوع السكن، وغيرها من البيانات التي يتم تحديدها وفقاً لطبيعة موضوع البحث.

3- أسئلة الاستبيان: في الغالب يتضمن الاستبيان عدداً من الأقسام، وكل قسم يحتوي على مجموعة من الأسئلة المرتبة منطقياً، والتي تحقق في مجملها أهداف البحث، كما أنها تفيد في ترتيب ذهن المبحوث وفق الموضوعات المطروحة، وتعين الباحث أيضاً على التحليل والتفسير وكتابة التقرير النهائي.

خامساً: خطوات تصميم الاستبيان:

1 - كتابة استمارة الاستبيان، والتي تتم من خلال:

- أ - اطلاع الباحث على الدراسات السابقة والتراث النظري في الموضوع، للوصول إلى كافة الأبعاد والمتغيرات المتعلقة بموضوع الدراسة.
- ب - كتابة خطة بحثية تتضمن أهداف البحث الرئيسية والفرعية والمشكلة البحثية، وهي الخطوة المهمة، حيث تتم صياغة الاستبيان، وفقاً للهدف العام لموضوع الدراسة ومشكلته.
- ج - البدء في كتابة محاور الاستبيان، والتي تكون مشتقة من الأهداف الفرعية للبحث، والتي تعكس بداخلها مجموعة من القضايا التي تعكس في الأسئلة التفصيلية للاستبيان.

2 - مرحلة ما قبل التطبيق الميداني:

- أ - تحديد المجتمع الكلي للدراسة.
- ب - حساب عينة الدراسة وفق المنهجية المناسبة للموضوع ولل فئة المطلوب التطبيق عليها.
- ج - إجراء وحساب معامل الثبات والذي يتضمن الحصول على نفس النتيجة وإن تكررت تجربة الاستبيان ذاتها أو تجربة استبيان مماثل.
- د - حساب معامل الصدق للاستبانة من خلال عرضها على مختصين بأدوات البحث العلمي، وهي مرحلة التحكيم.
- هـ - تطبيق الاستبيان على عينة قبلية (Pilot): لاختبار الأسئلة وسهولتها ووضوحها.
- و - تعديل الأسئلة تبعاً للملاحظات التي تم الحصول عليها من واقع الاختبار القبلي.
- ز - صياغة الاستمارة النهائية تمهيداً للتطبيق الميداني.

3 - التطبيق الميداني:

- أ - تحديد منهجية الوصول إلى المستجيبين، أو منهجية جمع البيانات سواء أكانت من خلال: بريد إلكتروني، أو رسائل واتس آب، أو وجهاً لوجه، أو جميعهم وفقاً للمراحل المحددة.
- ب - فحص الاستجابات الواردة بشكل يومي، سواء من حيث اكتمال الاستجابات أو من حيث توزيع العينة؛ وهو الأمر المفيد في تصحيح مسار التطبيق الميداني أولاً بأول.

4 - تحليل البيانات وكتابة التقرير النهائي:

- أ - استبعاد البيانات غير المكتملة، والتي يُطلق عليها (تنظيف البيانات).
- ب - البدء في تحليل البيانات المكتملة، واستخراجها في شكل جداول ورسوم بيانية.
- ج - استخلاص النتائج وتفسيرها وتحليلها.

سادساً: أنواع الاستبيان:

تتحدد أنواع الاستبيان وفق نمط الأسئلة المستخدمة، والتي تتحدد في:

1 - **الاستبيان المغلق**: وهو الاستبيان الذي يتكون من أسئلة لها خيارات محددة، والتي من بين نماذجها:

○ نعم أو لا.

○ موافق أو غير موافق.

○ مقياس رتب ويكون ثلاثي أو خماسي أو سباعي

(موافق جداً، موافق، غير موافق، غير موافق

على الإطلاق، لا أعلم/ رفض الإجابة).

○ خيارات متنوعة لها علاقة بالسؤال المطروح.

2 - **الاستبيان المفتوح**: وهو عبارة عن الاستبيان الذي

يستخدم نمط الأسئلة المفتوحة للإجابة عليها بطريقة

كيفية، وإبداء رأي المستجيب فيها بكامل حريته وبالكلم

الذي يروق له.

3 - **الاستبيان المغلق/ المفتوح**: ويجمع بين الأسئلة المغلقة

والمفتوحة.

سابعاً: قواعد كتابة أسئلة الاستبيان:

هناك الكثير من النقاط من المهم وضعها في الاعتبار أثناء تصميم أداة الاستبيان؛ ومن أبرزها ما يلي:

1 - أن يتضمن كل سؤال فكرة واحدة، وعدم جمع أكثر من فكرة في السؤال.

2 - التأكد من ارتباط كل سؤال بمشكلة البحث الرئيسية وبتحقيق هدف جزئي من أهداف البحث.

3 - مراعاة البدء بالأسئلة السهلة والافتتاحية للموضوع، بما لا يخل بمنطقية ترتيب الأسئلة.

4 - الحذر حيال الخيارات التي من شأنها أن تُشعر المستجيب إما بالإطراء أو بالإهانة.

5 - عدم صياغة الأسئلة بطريقة توحي للمستجيب بالإجابة.

6 - استخدام كلمات وتعابير بسيطة ومباشرة ومألوفة لجميع المستجيبين.

7 - تجنب المصطلحات والمفاهيم الفنية التي لا يعرفها سوى المختصين.

8 - وضع أسئلة محورية ومتنوعة الصياغة؛ بحيث تختبر صدق المستجيب، وتضمن جودة الإجابة.

9 - تفادي الأسئلة الاسترجاعية كي لا يقع المستجيب فيما يُسمى بـ «تحييز الذاكرة»، وهي تلك التي تعتمد على استرجاع الذاكرة طويلة الأمد، لأن استرجاعها يتطلب

جهداً كبيراً ما يؤدي لإجابات غير دقيقة.

ثامناً: الأمور الواجب مراعاتها عند تصميم الاستبيان:

1 - أن يكون الموضوع أو القضية محل البحث ذو قيمة علمية أو مجتمعية.

قائمة المراجع:

- 1 - السبيعي، المهند، (2010)، دليل تصميم الاستبيانات: مباحث في أنواع الأسئلة والمقاييس، الإصدار الثاني.
- 2 - الربيعة، عبد العزيز، (2010)، البحث العلمي حقيقته ومصادره ومادته ومناهجه وكتابته وطباعته ومناقشته، الجزء الأول، مكتبة العبيكان، الطبعة السادسة.
- 3 - آيروسي، جيوسي، (2008)، دليلك إلى استطلاعات الرأي، دليل المستخدم لإدارة استطلاعات الرأي وتفسير النتائج والتأثير على المستجيبين، المركز العلمي للدراسات السياسية، ترجمة محمد خليل دبور، الطبعة الأولى.
- 4 - حسن، عبد الباسط محمد، (1990)، أصول البحث الاجتماعي، الطبعة الحادية عشر، مكتبة وهبة، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- 5 - ساران تاكوس، سوتيريوس، (2017)، البحث الاجتماعي، ترجمة شحدة فارح، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الطبعة الأولى.
- 6 - سليمان، سناء محمد، (2010)، أدوات جمع البيانات في البحوث النفسية والتربوية، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب.
- 7 - غرايبة، فوزي وآخرون، (1977)، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجامعة الأردنية.

- 2 - الإبقاء فقط على الأسئلة التي تخدم موضوع البحث، وما تتعدم منه الفائدة يجب إلغاؤه من الاستبيان.
- 3 - توافق اللغة المستخدمة وطريقة تركيبها في صياغة الأسئلة مع مستوى العينة المستهدفة، فقد يكتب الاستبيان بلغة عامية في بعض الأحيان، ليكون متوافق مع الفئة التي يتم التطبيق عليها.
- 4 - أن تكون الأسئلة ذات حجم قليل، لتشجع المبحوثين على الإجابة.

الرؤية:

"مرجع عالمي في دراسات العمل الخيري والإنساني".



الرسالة:

"خدمة العمل الخيري والإنساني وتطويره من خلال البحوث والدراسات المتخصصة".



القيم:



الأهداف:



1. تطوير العمل الخيري والإنساني والارتقاء بمستوى الأداء والجودة في كافة مجالاته.
2. دعم صنّاع القرار من خلال توفير المعلومات المتعلقة بالعمل الخيري في الوقت المناسب.
3. نشر ثقافة العمل الخيري والتطوعي بين شرائح المجتمع كافة.
4. التأثير الإيجابي في الرأي العام لتعزيز مكانة العمل الخيري والإنساني ومنجزاته.
5. صناعة التكامل بين القطاع الخيري الإنساني وخطط التنمية.
6. استشراف مستقبل العمل الخيري والإنساني بما يخدم المجتمعات.

من إصدارات المركز



مؤشر الجوع
العالمي 2018



كيف تدير
أزمة بفاعلية



الواقع النفسي
للمرأة اللاجئة



تقرير الاتجاهات
العالمية للتبرع



حرائق غابات الأمازون



مركز رصد النزوح الداخلي
2018



الثقة في
مواجهة التشكيك



دليل إدارة
الحملة التسويقية



خلاصات معرفية



نشرة أثير



برامج التحقق من خلفية
الجهات والأفراد

لإصدارتنا امسح هنا



الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية
International Islamic Charity Organization

المركز العالمي
لدراسات العمل الخيري
Global Center
for Philanthropy Studies



تساعدنا مشاركتك ..
وتصلنا مباشرة ..

1808 300
www.iico.org

IG TW FB Y
GCPsiico