



الإستبيان

المحور الثاني



2026-2025

٥/١ كرام قري

تُعد عملية جمع البيانات خطوة محورية في أي بحث علمي، إذ تمثل الوسيلة التي ينتقل من خلالها الباحث من الإطار النظري إلى الواقع الميداني، وتتنوع أدوات جمع البيانات بتنوع طبيعة البحث وأهدافه، فمنها **المقابلة** التي تسمح بالتفاعل المباشر بين الباحث والمبحوث وتوفر فهماً عميقاً للظواهر الاجتماعية، و**الملاحظة** التي تتيح دراسة السلوك في بيئته الطبيعية، و**التجربة** التي تُستخدم لاختبار الفروض تحت ظروف مضبوطة، إضافةً إلى **تحليل الوثائق والمصادر الرسمية** مثل التقارير والإحصاءات الحكومية التي تقدم بيانات موثوقة حول ظواهر معينة.

غير أن من بين هذه الأدوات جميعاً، يظل **الاستبيان** من أكثر الوسائل شيوعاً في البحوث الأكاديمية والميدانية، خاصةً عندما يتعلق الأمر بجمع آراء أو اتجاهات عدد كبير من الأفراد في وقت وجيز، فهو أداة تجمع بين الدقة الكمية وسهولة التطبيق، وتتيح للباحث الحصول على بيانات منظمة وقابلة للتحليل الإحصائي. لذلك سيركز هذا المحور على دراسة الاستبيان من مختلف جوانبه.

1. تعريف الاستبيان:

يمكن تعريف الاستبيان بأنه أداة منهجية لجمع المعلومات من مجموعة من الأفراد حول موضوع معين، وذلك من خلال طرح مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي يجيب عنها المبحوثين بطريقة محددة سواء كانت مغلقة أو مفتوحة، ويهدف إلى الحصول على بيانات كمية أو نوعية تساعد الباحث في تحليل الظاهرة المدروسة واستخلاص النتائج.

2. شروط اختيار الاستبيان كأداة للدراسة:

- يُعد اختيار أداة جمع البيانات خطوة حاسمة في نجاح أي بحث ميداني، إذ يجب أن تتناسب الأداة مع طبيعة الظاهرة، ونوعية المعلومات المطلوبة، وخصائص المبحوثين. ولا يُعتمد الاستبيان كأداة رئيسية إلا إذا توفرت فيه مجموعة من الشروط المنهجية، أهمها:
- أن تكون طبيعة المعلومات المطلوبة قابلة للقياس اللفظي أو الكتابي؛
 - أن يكون الهدف من الدراسة جمع آراء أو اتجاهات عدد كبير من الأفراد؛
 - عندما يكون حجم العينة كبيراً أو موزعاً جغرافياً؛
 - عندما لا تتطلب الدراسة تفاعلاً مباشراً أو ملاحظة سلوكية؛
 - عندما يرغب الباحث في تحقيق الموضوعية وتقليل التحيز الشخصي؛
 - عندما تكون موارد الباحث محدودة من حيث الوقت أو الإمكانيات.

3. أنواع الأسئلة المستخدمة في الاستبيانات:

تُعد الأسئلة أهم عنصر في الاستبيان كونها تحدد جودة البيانات المجمعة ودقة النتائج المتوصل إليها، وتختلف أنواع الأسئلة باختلاف طبيعة المعلومات المراد جمعها، ويمكن تصنيفها إلى ما يلي:

1.3 الأسئلة المغلقة:

تُعدّ الأسئلة المغلقة من أكثر أنواع الأسئلة استخدامًا في الاستبيانات، خصوصًا في البحوث الكمية التي تهدف إلى جمع بيانات قابلة للترميز والتحليل الإحصائي، ويمكن تعريفها بأنها الأسئلة التي يُقدّم فيها للمبحوث عدد من الإجابات المحددة مسبقًا، ليختار منها الإجابة التي تعبّر عن رأيه أو حالته، دون أن يضيف شيئًا من عنده.

مثال:

هل تمتلك حسابًا على منصة Instagram؟

لا	☐	نعم	☐
----	--------------------------	-----	--------------------------

وتتميز هذه الأسئلة بالخصائص التالية:

- سهولة الإجابة كونها لا تتطلب من المبحوث وقتًا أو مجهودًا ذهنيًا كبيرًا، لأنه يختار من بين خيارات جاهزة؛
 - سهولة الترميز والتحليل كونه يمكن تحويل الإجابات مباشرة إلى قيم رقمية تُعالج إحصائيًا بسهولة؛
 - توحيد الإجابات بين المبحوثين نظرًا لكون جميع المبحوثين يجيبون على نفس الخيارات، مما يسهل المقارنة بينهم؛
 - اختصار الوقت والجهد سواء بالنسبة للمبحوث أثناء الإجابة، أو للباحث أثناء جمع وتحليل البيانات؛
 - الحد من التششت في الإجابات لأنها تمنع ظهور إجابات كثيرة ومتنوعة يصعب تصنيفها.
- غير أنه يعاب عليها ما يلي:
- تقييد حرية المبحوث حيث لا تسمح له بالتعبير عن رأيه بشكل كامل، خاصة إن لم يجد خيارًا يمثل وجهة نظره بدقة؛
 - إذا لم تُعرض الخيارات بشكل متوازن، فقد توجّه المبحوث نحو إجابة معينة، وبالتالي وجود احتمال التحيز في صياغة الخيارات؛
 - صعوبة تفسير الدوافع وراء الإجابة لأن المبحوث يختار إجابة دون شرح الأسباب أو المبررات؛
 - احتمال غياب الشمول كونه في بعض الأحيان قد لا تغطي الخيارات جميع الحالات أو الإجابات الممكنة.

2.3 الأسئلة المفتوحة:

الأسئلة المفتوحة هي الأسئلة التي تتيح للمبحوث حرية التعبير والإجابة بكلماته الخاصة دون تقييد بخيارات محددة مسبقًا، حيث يُطلب من المبحوث أن يشرح رأيه أو يصف تجربة أو يقترح حلولًا وفقًا لما يراه مناسبًا.

مثال:

ما رأيك في جودة الخدمات المقدّمة في مؤسستك؟

.....

ويتميز هذا النوع من الأسئلة بـ:

- العمق والغنى في المعلومات لأنها تُمكن المبحوث من تفسير آرائه ودوافعه وأفكاره بتفصيل أكبر؛

- تسمح للمبحوث باستخدام لغته الخاصة وتقديم إجابات تتجاوز ما يتوقعه الباحث؛
- قد تكشف عن أفكار جديدة أو متغيرات غير واردة في تصميم الباحث الأولي؛
- غير أنه يعاب عليها ما يلي:
- صعوبة الترميز والتحليل الإحصائي لأن الإجابات تكون نصية ومتنوعة، يصعب تصنيفها ضمن فئات محددة؛
- تستهلك وقتًا أطول سواء أثناء إجابة المبحوثين أو أثناء معالجة البيانات وتحليلها؛
- احتمال التشتت أو الخروج عن الموضوع فبعض المبحوثين قد يقدمون إجابات طويلة وغير مركزة لا ترتبط مباشرة بالسؤال؛
- تأثر جودة الإجابة بمستوى ثقافة المبحوث فكلما كان المبحوث أقل قدرة على التعبير الكتابي، قلت جودة الإجابة.

3.3 الأسئلة المختلطة:

الأسئلة المختلطة في الاستبيانات هي نوع من الأسئلة التي تجمع بين خصائص الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة، أي أنها تقدم للمبحوث مجموعة من الخيارات المحددة مسبقًا، لكنها تترك في النهاية مساحة لإضافة إجابة أخرى يراها المبحوث مناسبة، وغالبًا ما يُعبر عنها بخيار مثل "أخرى، اذكر..." أو "غير ذلك، حدد...". تتميز بكونها:

- توفر مرونة في الإجابة، إذ تجمع بين الدقة التي توفرها الأسئلة المغلقة والحرية التي تمنحها الأسئلة المفتوحة؛
- تمكن الباحث من الحصول على بيانات كمية ونوعية في آن واحد؛
- تساعد على الكشف عن إجابات غير متوقعة لم يدرجها الباحث ضمن الخيارات.
- ويعاب عليها:
- قد تجعل عملية تحليل البيانات أكثر تعقيدًا بسبب تنوع الإجابات؛
- تتطلب وقتًا أطول من المبحوث للإجابة بالمقارنة مع الأسئلة المغلقة؛
- تحتاج إلى دقة في الصياغة لتفادي تكرار أو تداخل الخيارات.

4. مزايا وعيوب الاستبيان مقارنة بالأدوات الأخرى:

المحور	مميزات الاستبيان	عيوب الاستبيان
التفاعل مع المبحوث	يتيح جمع بيانات من عدد كبير من الأفراد بسهولة وبدون تفاعل مباشر.	يفتقر للتفاعل الإنساني ولا يسمح بتوضيح الأسئلة أو التعمق في الإجابات.
الوقت والجهد	سريع في التوزيع وجمع البيانات خاصة في صيغته الإلكترونية.	قد يتطلب وقتًا طويلاً في انتظار استجابات المبحوثين أو تحليل الإجابات المفتوحة.
التكلفة	منخفض التكلفة مقارنة بالمقابلات أو الملاحظات الميدانية.	في بعض الحالات (خاصة الورقية) قد ترتفع التكلفة اللوجستية للطباعة والتوزيع.

الدقة والموضوعية	الأسئلة موحدة لجميع المبحوثين مما يقلل من تحيز الباحث.	احتمال الإجابة غير الصادقة أو العشوائية من طرف بعض المبحوثين.
حجم العينة	يمكن تطبيقه على عينات كبيرة ومتنوعة جغرافيًا.	قد تواجه الدراسة ضعفًا في نسبة الاستجابة مما يؤثر على تمثيلية العينة.
التحليل الإحصائي	يسهل تحويل الإجابات إلى بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي.	تحليل الإجابات المفتوحة أو المختلطة قد يكون معقدًا ويتطلب جهدًا إضافيًا.
نوعية المعلومات	مناسب لجمع بيانات كمية ووصفية حول الاتجاهات والآراء العامة.	لا يسمح بفهم الدوافع العميقة أو تفسير السلوكيات مثل المقابلات.

5. مراحل تصميم الاستبيان:

يتم تصميم الاستبيان بعدة مراحل مترابطة تضمن الحصول على أداة دقيقة وصالحة لجمع البيانات، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

يلي:

1.5 بناء نموذج الدراسة:

يقصد بـ بناء نموذج الدراسة (Study Model) المرحلة التي يقوم فيها الباحث بوضع تصور شامل يوضح كيف ترتبط عناصر بحثه ببعضها البعض. في هذه المرحلة يحدد الباحث ما يريد دراسته بالضبط (المشكلة)، وما الذي يؤثر فيها (المتغيرات المستقلة) وما النتائج التي يريد قياسها (المتغيرات التابعة). ثم يحول هذه الأفكار النظرية إلى محاور وأسئلة يمكن قياسها في الاستبيان. وبعبارة بسيطة، فإن نموذج الدراسة هو الخطة أو الخريطة التي توجه الباحث في تصميم الاستبيان، وتجعله متناسقًا مع أهداف وفرضيات البحث.

2.5 صياغة الأسئلة:

تعد مرحلة صياغة الأسئلة من أهم مراحل إعداد الاستبيان، لأنها تمثل عملية تحويل المفاهيم والمتغيرات النظرية إلى أسئلة قابلة للقياس والإجابة. ففي هذه المرحلة يقوم الباحث بترجمة ما ورد في نموذج الدراسة إلى مجموعة من الأسئلة الواضحة، المرتبطة مباشرة بأهداف البحث وفرضياته.

يُراعى عند صياغة الأسئلة ما يلي:

- أن تكون الأسئلة بسيطة وواضحة وخالية من الغموض أو المصطلحات الصعبة؛
- أن تكون محددة وغير موجهة بحيث لا تدفع المبحوث إلى إجابة معينة؛
- أن تكون ملائمة لخصائص المبحوثين من حيث المستوى التعليمي أو العمر أو طبيعة المهنة؛
- أن يُراعى ترتيب الأسئلة منطقيًا، من العام إلى الخاص، ومن السهل إلى الأكثر تخصصًا؛
- أن يختار الباحث أنواع الأسئلة المناسبة (مغلقة، مفتوحة، مختلطة) حسب طبيعة المعلومة المراد جمعها.

3.5 تحكيم الاستبيان:

تحكيم الاستبيان هو المرحلة التي يقوم فيها الباحث بعرض النسخة الأولية من الاستبيان على مجموعة من الخبراء أو الأساتذة المتخصصين في مجال البحث، بهدف التأكد من جودة الأداة قبل استخدامها ميدانيًا. ويُعد التحكيم خطوة أساسية لضمان صدق المحتوى وملاءمته لأهداف الدراسة.

خلال هذه المرحلة، يقوم الخبراء بمراجعة الاستبيان من حيث:

- وضوح الأسئلة ودقتها اللغوية، وهل يمكن للمبحوثين فهمها بسهولة؛
 - مدى ارتباط الأسئلة بموضوع الدراسة وفرضياتها، أي هل تقيس ما يُفترض أن تقيسه فعلاً؛
 - التسلسل المنطقي للأسئلة وتنظيمها داخل المحاور؛
 - ملاءمة نوع الأسئلة (مغلقة، مفتوحة...) لطبيعة المعلومات المطلوبة؛
 - حجم الاستبيان وزمن الإجابة، للتأكد من أنه ليس طويلاً أو مملاً للمبحوثين.
- وبناءً على ملاحظات المحكمين، يقوم الباحث بإجراء التعديلات اللازمة قبل الانتقال إلى التجربة الأولية.

4.5 التجربة الأولية (الاستبيان التجريبي):

التجربة الأولية هي مرحلة اختبار ميداني مصغر للاستبيان قبل تطبيقه بشكل نهائي على العينة الأساسية للدراسة. يقوم الباحث في هذه الخطوة بتوزيع الاستبيان على عينة صغيرة تجريبية تمثل جزءاً من المجتمع الأصلي، بهدف التأكد من فعاليته وسهولة فهمه من قبل المبحوثين.

من خلال هذه التجربة، يسعى الباحث إلى:

- كشف الأخطاء المحتملة في صياغة أو ترتيب الأسئلة؛
 - تقدير الزمن اللازم للإجابة عن الاستبيان بالكامل؛
 - معرفة مدى وضوح التعليمات والأسئلة لدى المبحوثين؛
 - رصد تجاوب المشاركين ومستوى اهتمامهم أو مللهم أثناء الإجابة؛
 - التأكد من صلاحية أدوات القياس ومدى ثباتها (أي الحصول على نفس النتائج في ظروف متشابهة).
- وبعد تحليل الملاحظات والنتائج المتحصّل عليها من التجربة، ينتقل الباحث إلى مرحلة تعديل الاستبيان لتحسينه وضمان جاهزيته للتطبيق الفعلي.

5.5 تعديل الاستبيان:

تأتي مرحلة تعديل الاستبيان مباشرة بعد تجربة النسخة التجريبية وتحكيمها، وتهدف إلى تصحيح الأخطاء وتحسين جودة الأداة قبل تطبيقها النهائي. ففي هذه المرحلة يقوم الباحث بدراسة الملاحظات التي حصل عليها من الخبراء ومن العينة التجريبية، ليجري التعديلات الضرورية التي تجعل الاستبيان أكثر وضوحاً ودقة وملاءمة لأهداف البحث.

6.5 توزيع الاستبيان:

تُعد مرحلة توزيع الاستبيان المرحلة الميدانية الأساسية في عملية جمع البيانات، حيث يقوم الباحث في هذه الخطوة بتطبيق النسخة النهائية من الاستبيان على العينة المختارة من مجتمع الدراسة، بعد التأكد من جاهزيته وصلاحيته. وتهدف هذه المرحلة إلى جمع البيانات الفعلية من الميدان بطريقة منظمة وموضوعية، مع الحرص على بناء علاقة ثقة مع المبحوثين لضمان الحصول على إجابات دقيقة وواقعية.

في هذه المرحلة يختار الباحث الطريقة الأنسب لتوزيع الاستبيان، والتي قد تكون:

- ورقية: تُوزع يدويًا في المؤسسات أو الأماكن المستهدفة؛
- إلكترونية: تُرسل عبر البريد الإلكتروني أو المنصات الرقمية (مثل Google Forms أو SurveyMonkey).

7.5 إسترجاع الاستبيان:

تُمثل مرحلة استرجاع الاستبيان الخطوة الختامية في عملية جمع البيانات، حيث يقوم الباحث بجمع الاستبيانات التي وُزعت على أفراد العينة ومراجعتها قبل البدء في التحليل الإحصائي. وتُعد هذه المرحلة حاسمة لأنها تؤثر مباشرة في حجم العينة الفعلية وصلاحية البيانات المستخدمة في الدراسة.

يقوم الباحث خلال هذه المرحلة بما يلي:

- جمع أكبر عدد ممكن من الاستبيانات لضمان تمثيل العينة وتحقيق المصدقية الإحصائية؛
- مراجعة الاستبيانات المسترجعة للتأكد من اكتمال الإجابات وعدم وجود أسئلة فارغة أو إجابات متناقضة؛
- استبعاد الاستبيانات غير الصالحة مثل تلك التي تحتوي على إجابات عشوائية أو ناقصة بشكل كبير؛
- ترميز الإجابات وتحويلها إلى رموز رقمية تمهيدًا لإدخالها في برنامج التحليل الإحصائي؛
- تسجيل عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة لحساب نسبة الاستجابة، وهي مؤشر مهم على جدية العينة وتفاعلها. وباختصار، تهدف هذه المرحلة إلى تجميع وتنقية البيانات الميدانية لضمان دقتها وشمولها، مما يمكن الباحث من الانتقال بثقة إلى مرحلة التحليل الإحصائي واستخلاص النتائج العلمية.