المحاضرة السابعة

موضوعات المسح الاجتماعي

لم تعد المسوح الاجتماعية تدور حول دراسة أحوال الطبقات الفقيرة كما كان الحال في الماضي , وانما تعددت موضوعات المسح وتشعبت بحيث شملت معظم الظواهر والمشكلات الاجتماعية . ويمكن أن نجعل موضوعات المسح فيما يلي :-

1. دراسة الخصائص الديموجرافية – أي السكانية – لمجموعة من الناس . وتشمل هذه الدراسة معرفة حالة الأسرة من ناحية عدد الأبناء , والسن , ودرجة الخصوبة وما الى ذلك من معلومات وبيانات تتعلق بهذه الناحية السكانية . ويتركز اهتمام مصالح الاحصاء بجمع بيانات خاصة بالتكوين الديموجرافي , كما تهتم المسوح جميعا بجمع بيانات متعلقة بهذه الناحية .
2. دراسة الجوانب الاجتماعية والاقتصادية لجماعة من الجماعات . ويشمل هذا النوع من الدراسة معرفة دخل الأفراد ومستويات المعيشة والعوامل المؤثرة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي وكذلك دراسة أوجه النشاط المختلفة مثل طرق قضاء الناس لأوقات الفراغ, ومدى اقبالهم على برامج الاذاعة والتليفزيون وجلوسهم على المقاهي, وترددهم على الأندية المختلفة , وأنواع الجرائد والمجلات التي يقرأونها.
3. دراسة الجوانب الثقافية المرتبطة بالعادات والتقاليد والقيم والمعايير السلوكية .
4. دراسة آراء الناس واتجاهاتهم ودوافع سلوكهم . وهذه الدراسات تلقى الكثير من الضوء على سلوك أفراد المجتمع . ومن أمثلة هذه الدراسات ما يأتي :-
5. دراسات الرأي العام :-

تهتم معاهد الرأي العام بقياس الرأي نحو المشاكل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المختلفة. وقد بدأ الاهتمام بهذا النوع من الدراسات في الولايات المتحدة للتنبؤ بفوز المرشحين لرئاسة الجمهورية . وبدأت مؤسسة جالوب تعمل في هذا الميدان منذ سنة 1935 وتنشر نتائج بحوثها في أكثر من مائة جريدة, كما تقوم مجلة فورشن بقياس الرأي العام نحو احدى المشاكل الكبرى وتقوم بنشر نتائج المسح كل ثلاثة شهور وتوجد بالاضافة الى ذلك مؤسسات كثيرة تقوم بمسوح من هذا النوع .

وقد بدأت أولى معاهد الرأي العام تعمل في انجلترا منذ سنة 1936 , وتلقى هذه المعاهد نجاحا كبيرا في الدراسات التي تقوم بها لان الرأي العام الانجليزي محافظ ونادرا ما يغير رأيه في المسائل التي يسأل عنها. وفي سنة 1937 بدأ نوع من قياس الرأي العام يعتمد على الملاحظة الجمعية وكانت اهدافه الرئيسية دراسة المجتمعات الحديثة بنفس الأساليب المستخدمة في ميدان الأنثروبولوجيا . وقد نجح هذا النوع نجاحا كبيرا في دراسة سلوك الانجليز ومشاعرهم في المناسبات المختلفة, وآرائهم في كرة القدم وفي التدخين ...الخ . وقد استخدمت الملاحظة الجمعية أثناء الحرب في دراسة الدعاية الحكومية . ولم يكن الباحثون الميدانيون في البداية . يتقيدون بأي أسلوب من أساليب الملاحظة سوى التعبير عن مشاعرهم وانطباعاتهم بصدق وبلا تحيز. الا أنه في الدراسات الأخيرة بدأت الاستعانة بملاحظين مدربين يعتمدون على الأساليب العلمية في اختيار العينات التي تمثل الراي العام تمثيلا صحيحا.

1. دراسات التسويق

تعتبر دراسات التسويق نوعا آخر من دراسات آراء الناس واتجاهاتهم وذلك للتنبؤ باحتمال اقبال الجمهور على شراء سلعة معينة أو معرفة أسباب عدم رواجها. ويمكن أيضا عن طريق هذه الدراسات الوصول الى معلومات متعلقة بكمية الاستهلاك واتجاهاته , وطبقات المستهلكين الحالية واتجاهاتهم , وعادات الشراء بالنسبة للبضاعة المنافسة, والبيع بالقطاعي والبيع بالجملة. وتقدير أثر الاعلانات التجارية والدوافع الى الشراء والمركز الحالي للشركات المنافسة ...الخ.

والمعلومات التي يصل اليها الباحثون من هذه المسوح تستخدمها البنوك والمصانع والبائعون ووكالات الاعلان في سياستها لترويج منتجات معينة, أو لتقرير تمويلها أو صناعتها. ويستلزم الأمر سرعة في الحصول على معلومات حديثة يمكن الاعتماد عليها من عدة مصادر في مناطق متباعدة وفي وقت واحد.

ج- دراسات جمهور المستمعين والمشاهدين لبرامج الاذاعة والتليفزيون:-

تجرى هذه الدراسات بقصد دراسة اهتمامات جمهور المستمعين والمشاهدين للبرامج المختلفة. وقد بدأت انجلترا في سنة 1936 بهذا النوع من الدراسات لجمع بيانات عن عادات المستمعين وأذواقهم واهتماماتهم, وللحصول عن معلومات متعلقة بالبرامج التي تحوز أعجاب الجمهور , وأنسب أوقات العرض ومدة العرض بالنسبة لكل برنامج , والبرنامج الذي يستحسن أن يسبقه أو يليه . وقد أجريت في جمهورية مصر العربية بعض الدراسات في هذا المجال , نذكر من بينها الدراسة التي قام بها المركز القومي للبحوث الاجتماعية بغرض استطلاع آراء الجمهور المصري في الأفلام السينمائية وذلك بغرض تحديد العوامل التي تجذبه اليها أو تصرفه عنها .

أدوات البحث المستخدمة في المسح الاجتماعي

يستعين القائم بالمسح الاجتماعي بمعظم الأدوات المستخدمة في البحوث الاجتماعية ويتوقف اختياره للأداة اللازمة على موضوع الدراسة وخطة المسح ومداه , ونوع المعلومات المطلوبة. ومن أكثر الأدوات شيوعا في المسح الاجتماعي : الملاحظة والمقابلة (الاستبار) والاستبيان , وتحليل المضمون . وسنعرض فيما بعد لهذه الادوات بالتفصيل .

خطوات المسح الاجتماعي

يمر المسح الاجتماعي في عدة مراحل يمكن تحديدها فيما يلي:-

أولا:- رسم الخطة .

ثانيا:- جمع البيانات من الميدان .

ثالثا:- تحليل البيانات .

رابعا:- عرض النتائج وكتابة التقرير .

وسوف نحدد النقط الرئيسية التي تشملها كل خطوة من الخطوات .

أولا:- رسم الخطة .

تتضمن هذه الخطوة ما يلي:-

1. تحديد الغرض من المسح, وتحديد النقط الرئيسية والفرعية التي يشتمل عليها.
2. تحديد المفاهيم المستخدمة في المسح .
3. تحديد الأدوات اللازمة لجمع البيانات.
4. تحديد مجالات البحث الثلاثة : البشري والمكاني والزماني .
5. تقدير الميزانية وتحديد البرنامج الزمني للمسح وكذلك أعداد دليل للعمل الميداني.

ثانيا:- جمع البيانات من الميدان

وتتضمن هذه الخطوة مايلي:-

1. اعداد التعليمات للباحثين الميدانيين .
2. تدريب باحثى الميدان .
3. عمل الاتصالات اللازمة بالمبحوثين , واعداد المجتمع لعملية المسح .
4. الاشراف على أعمال الباحثين الميدانيين اما عن طريق الباحث نفسه أو بتعيين مشرف لكل منطقة يعقد اجتماعات يومية مع الباحثين ليناقش معهم الصعوبات التي تقابلهم في الميدان وكيفية التغلب عليها.
5. مراجعة البيانات التي تجمع يوما بعد يوم حتى يمكن تلافى الأخطاء الميدانية.

 ثالثا :- تحليل البيانات

ويتم ذلك في خطوات هي :-

1. مراجعة البيانات التي جمعت للتأكد من أنها صحيحة وكاملة ومسجلة بطريقة منظمة تساعد على سهولة تبويبها .
2. تصنيف البيانات بتقسيمها الى مجموعات متجانسة خاصة في الاسئلة ذات النهايات المفتوحة حتى يمكن جدولتها.
3. ترميز البيانات في كل صحيفة , أي تحويل البيانات الوصفية الى بيانات رقمية . واختيار الرموز يأخذ في اعتباره ما اذا كانت الجدولة ستتم باليد أو بواسطة الآلات الاحصائية .
4. مراجعة الترميز .
5. الاشراف على عملية التصنيف الآلى .
6. جدولة البيانات الكمية , وحساب النسب المئوية .
7. التحليل الاحصائي للجداول.

رابعا:- عرض النتائج وكتابة التقرير

بعد أن تنتهي عملية التحليل الاحصائي, فان من الضروري أن يسجل الباحث النتائج بصرف النظر عما اذا كانت تحقق الأهداف التي حددها من البداية أم لا . ومن واجبه أيضا أن يقرر ما اذا كانت الفروق التي حصل عليها بين معاملات الارتباط أو المتوسطات الحسابية أو النسب المئوية...الخ. ذات دلالة أحصائية أم لا . وعلى الباحث أن يوضح المدى الذي يمكن الذهاب اليه في التعميم من النتائج الى مواقف أخرى مشابهة لموقف البحث.

ويجب عند كتابة التقرير النهائي أن تصاغ النتائج بحيث يستطيع القارئ أن يتعرف بوضوح على المعنى الحقيقي الذي تنطوي عليه النتائج والارقام .

حدود المسح الاجتماعي:-

بالرغم من فوائد المسح الكثيرة التي سبق أن ذكرناها , نرى أن المسح الاجتماعي محدود في مدى الاعتماد عليه للأسباب الاتية :-

1. لجمع بيانات كمية عن بيئة من البيئات لابد من توجيه عدد كبير من الأسئلة للمبحوثين . وقد يؤدي ذلك الى ضيق الناس وعدم تعاونهم مع الباحثين. وفي حالة الاقتصار على عدد محدود من الأسئلة قد لا تكون البيانات التي يحصل عليها كافية لمعرفة حاجات البيئة والتعرف على مشكلاتها.
2. تتوقف أهمية المسح على عدد أفراد العينة . فاذا كان العدد قليلا فان نتائج المسح لا يمكن الاعتماد عليها لأنها تعطى صورة ناقصة عن الجماعة أو الظاهرة المراد دراستها.
3. نظرا لأن المسح الاجتماعي يرتكز على دراسة الحاضر فأنه لا يصلح على الدراسات التطورية التي تعتمد على الربط بين الماضي والحاضر.
4. على الرغم من أن المسوح الحديثة تتضمن الجانبين النظري والعملي على السواء , الا أنه يصعب الاعتماد على المسح في اصدار تعميمات واسعة أو في الوصول الى نظريات علمية . ولن يتأتى ذلك الا في ظل برنامج طويل المدى تتضمن القيام بمسح متكرر بين الحين والحين. ويرى ماركيز أن المسوح الاجتماعية يمكن أن تؤدي خدمة جليلة للعلم اذا ركزت اهتمامها على خطوة فرض الفروض ثم محاولة التأكد من صحتها.