2. أداة المقابلة:

تعتمد المقابلة كأداة لجمع البيانات في كثير من البحوث العليمة فـ(ي مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية، لهذا كان لابد من التعرف على هذه الأداة عن قرب.

تعرف المقابلة «بأنها عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث لمعرفته من أجل تحقيق أهداف الدراسة».[1]

أسباب اعتماد المقابلة كأداة:

هناك عدة أسباب تجعل من المقابلة أداة مناسبة لجمع البيانات في بحث مشكلة ما، حيث تكمن في الآتي: [2]

- إذا كانت المقابلة هي الأسلوب الوحيد، أو الأفضل لجمع البيانات وهذه تتوقف على رؤية الباحث لأهداف الدراسة وطبيعة البيانات ...
- إذا كانت ضرورات البحث تفرض الحاجة إلى بيانات تفصيلية، أو إجابات تفصيلية على الأسئلة ونسبة عالية من الاستجابات.
- إذا توقع الباحث صعوبة في قراءة المبحوثين للأسئلة، وفهمها وتفسيرها.
- إذا كانت هناك حاجة إلى تأمين صدق الاستجابات، وضمان عدم تأثر المبحوثين بآراء الغير في الإجابة على الأسئلة.
- إذا كانت هناك حاجة ماسة إلى ملاحظة ردود الأفعال العفوية أو التقائية والسلوك غير اللفظي للمبحوثين، والناتج عن الأسئلة وموضوعاتها.

أنواع المقابلة:

هناك العديد من التصنيفات لأنواع المقابلة، ربما يتعلق الأمر بأهداف الدراسة إضافة إلى مدى وضوح الموضوع بالنسبة للباحث، ومن بين هذه التصنيفات والأنواع ما يلي:

تقسيم حسب الأسئلة المطروحة:

المقابلة المقننة (المقيدة): تتم المقابلة المقيدة من خلال قيام الباحث بإعداد قائمة من الأسئلة قبل إجراء المقابلة، ويتم طرح نفس الأسئلة في كل مقابلة وغالبا بنفس التسلسل، إلا أن ذلك لا يمنع من طرح أسئلة غير مخطط لها إذا ما رأى الباحث ضرورة لذلك، وقد تكون الأسئلة المطروحة في هذا النوع من المقابلات ذات نهايات مغلقة، وقد تكن الأسئلة ذات نهايات مفتوحة»[3]، يشبه هذا النوع من المقابلات استمارة الاستبيان.

المقابلة غير المقننة (الحرة): يتميز هذا النوع من المقابلات بالمرونة في إدارة المقابلة وتوجيه الأسئلة والحديث، في إطار الخطوط والأهداف العامة لتنظيم المقابلة، كما يترك للمبحوث في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته بحرية كاملة»[4]، وعليه هذا النوع من المقابلة يتم من خلال اعتماد عدد قليل من الأسئلة ويقوم الباحث بتوليد أسئلة إضافية أثناء المقابلة، تكون أسئلتها في الغالب مفتوحة.

ومن بين التقسيمات أيضا:

- نوع يتعلق بمدة المقابلة وتقسم المقابلة قصيرة المدة وطويلة المدة أي الزمن الذي استغرقته المقابلة.
- نوع يتعلق بعدد المبحوثين أثناء المقابلة، حيث نجد مقابلة فردية (شخصية) تتم مع مبحوث واحد، ومقابلة جماعية تتم مع أكثر من مبحوث واحد، حيث يمكن أن تسمى بالمقابلات الجماعية المركزة والمقابلات البؤرية، تتعلق كلها بالجماعات الصغيرة.
- إضافة إلى أنواع أخرى كالمقابلة المسحية والمقابلة التشخيصية والعلاجية، والمقابلة الاستشارية، والمقابلة مجموعات النقاش.

إجراءات إعداد المقابلة:

هناك العديد من الخطوات المتعلقة بإجراءات إعداد المقابلة، حيث تتمثل في الآتي: [5]

1. **تحديد أهداف المقابلة:**

2. **تحديد الأفراد الذين سيقابلهم:**

3. **تحديد أسئلة المقابلة:**

4. **تحديد مكان المقابلة وزمانها:**

5. **تنفيذ المقابلة**

مميزات المقابلة:

تكمن مميزات المقابلة كأداة من بين أدوات البحث العلمي بما يلي: [6]

- تعد المقابلة من أنسب الأساليب لتجميع البيانات من الأشخاص الأميين الذين لا يعرفون القراءة والكتابة، بل إنها تصلح أيضا مع المتعلمين الذين ليس لديهم الصبر أو الدافعية التي تمنعهم من الإجابة كفاية عن أسئلة الاستبيان.
- نسبة الردود من المقابلات عالية المقارنة بنسبة المردود من الاستبيانات فهناك العديد من الناس الذين لديهم الاستعداد للتعاون في الدراسة إذا كل ما هو مطلوب منهم أن يتكلموا.
- تتيح المقابلة فرصة أفضل مما يتيح الاستبيانات للكشف عن البيانات التي تتصل بموضوعات معقدة أو مثيرة للانفعال، أو لنقص العواطف التي تكمن وراء رأي عبر عنه صراحة فالمرونة المتاحة في المقابلة تسمح بالكشف عن مثل هذه الجوانب.

كما تكمن مميزات المقابلة في:

- تسمح بتسجيل الإجابة من المبحوث في حينها.
- تسمح المقابلة بملاحظة الردود غير اللفظية كالحركات والإماءات وغيرها.
- أيضا تسمح بالتعمق في جمع البيانات خاصة إذا كانت متكررة أو طويلة المدة.
- إمكانية توضيح الأسئلة أو طرحها بطريقة أخرى إذا طلب المبحوث ذلك.

عيوب المقابلة:

- من الممكن أن يتأثر طرفي المقابلة (الباحث أو المبحوث) بالحالة النفسية للآخر.
- هناك بعض المجتمعات من الصعب الوصول إلى أفرادها، بسبب خطورتهم أو بسبب مراكزهم الاجتماعية، الأمر الذي يتطلب إجراءات معينة.
- نجاح المقابلة يرتبط برغبة المبحوث على الإجابة.
- عدم القدرة على تغطية عدد كبير من مفردات مجتمع البحث.
- إن العلاقة التي تتكون بين الباحث والمبحوث قد تؤدي إلى المجاملة والحاباة، فيعمد المبحوث إلى إرضاء الباحث فيوافقه على كل ما يريد، مما يخرج المقابلة عن إطارها العلمي والموضوعي.
- في حالات عديدة يسعى الباحث إلى تصميم أسئلة المقابلة، وفقا للنتائج التي يرغب هو في التوصل إليها، ويحاول دفع المبحوث إلى إجابات معينة دون غيرها