

بسم الله الرحمن الرحيم

يعد البحث العلمي بحد ذاته مراحل للوصول الى العمل المحكم والتماسك وذلك بعد التمهيد للبحث وتصميمه ، إضافة الى تحديد المشكلة ، مراجعة الدراسات السابقة ، صياغة الفرضيات ، تحديد أنواع البيانات وأساليب جمعها ، مراجعة البيانات وتحليلها ، وأخيراً كتابة نتائج الدراسة وعرضها .  
المرحلة الأولى لمادتنا تتمثل في دراسة [مصادر وطرق جمع البيانات] .

فيمكن تقسيم مصادر الحصول على البيانات الى نوعين :

- 1.1 المصادر الأولية : في هذه الحالة ، تؤخذ البيانات من الشخص أو الجهة التي عندها أصل البيانات .  
مثال : التعرف على مشاكل الرابطة ، مائة فيمكن الحصول على البيانات منهم مباشرة . 0,5
- 1.2 المصادر الثانوية أو الجاهزة : ومما يمكن البيانات اللازمة للبحث مباشرة ، جاهزة في شكل جداول على أنماط مضمونة أو في شكل ورقية ... الخ . ومما يمكن الباحث تحليلها وتحليل نتائجها .  
اللازمة للبحث . ملاحظة : قد تكون هذه النتائج منشورة أو غير منشورة . 0,5

هناك العديد من المصادر التي يمكن من خلالها الحصول على البيانات الجاهزة :

- 1.2.1 البيانات الإحصائية والمالية التي تنشرها الحكومات أو مؤسساتها مثل وزارة المالية ، الجمارك ودائرة الإحصاء العامة .

1.2.2 الدراسات السابقة في شكل أبحاث ، رسائل جامعية ، أو كتب .

1.2.3 التقارير المالية التي تُصدرها الشركات والمؤسسات .

ملاحظة : الباحث يمكنه أن يعتمد على المصادر الأولية ، الثانوية أو الاثنين معاً .

ملاحظة : الباحث يجب أن يحدد المصادرات الثانوية في حالة عدم كفاية أو عدم دقة المصادر الأولية .

طرق جمع البيانات :

هناك أربع طرق رئيسية يمكن للباحث استخدامها لجمع البيانات اللازمة لبحثه ومنها :

- 0,5 المقابلة Interview
  - 0,5 الملاحظة Observations
  - 0,5 الاستبانة Questionnaire
  - 0,5 الأساليب الإحصائية
- على الباحث أن يحدد الطريقة المناسبة التي تناسب البحث ، فكل طريقة لها مميزات وعيوب ، وكذلك مزايا وعيوب ، ينبغي مراعاتها في إعداد البحث .

- عملية اختيار أسلوب جمع البيانات يعتمد على عوامل عدة منها :

- طبيعة البحث ومدى ملاءمة الوسيلة للبيانات المراد دراستها .
- طبيعة مجتمع أو أفراد الدراسة .
- الوقت المتاح له ، ومدى معرفته بالدراسة وطريقة جمع البيانات .

الإستبانة هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تُعدُّ رصيده الحصول على معلومات أو آراء الباحثين  
المبسوطة حول ظاهرة أو موضوع مُحدّد .

الإستبانة من أكثر الأدوات المُستخدمة في جميع البيئات الخاصة بالعلوم الاجتماعيّة التي يُطلب  
الحصول على معلومات أو مُعتقدات أو مشاعر أو آراء الأفراد .

**ملاحظة** أهم ما يميّز به الإستبانة هو توفير الوقت والجهد على الباحث .

يتم إرسال الإستبانة إلى أفراد الدراسة دائماً بالبريد لتعبئتها وإعادتها إلى الباحث ، أو قد يتم تعبئتها  
بوجود الباحث مُدخلاً ، كما قد يتم تعبئتها عن طريق الهاتف ... الخ . NETWORK

تصميم الإستبانة Construction du Questionnaire :

تتضمن عملية تصميم الإستبانة ووضوح الأسئلة لها بها أربع خطوات رئيسية هي :

4.1 يتم أولاً تحديد موضوع الدراسة بشكل عام والمواضيع الفرعية التي يمكن أن تدرج منه . مثال : قياس  
كفاءة الخدمات المقدّمة للطلاب في الجامعة ، حيث يتم أولاً تحديد الخدمات التي ستشملها الدراسة ؛  
خدمات المكتبة ، خدمات المطبخ وخدمات المرافقة العامة الصحية . بعد ذلك يتم توسيع الخدمات المكتبة  
المواضيع الفرعية على مجموعة أو فروع عديدة ومُحدّدة . مثال : يتم توسيع خدمات المكتبة  
على تراخي الكتب ، وحدة الاستعارة ، وتكامل التوثيق ... الخ .

4.2 بعد ذلك يُصاغ سؤال أو أكثر حول كل موضوع فرعي ، مع مُراعاة الدقّة من مصدر الأسئلة  
يقدر الإمكان ومحاولة الاستغناء عن الأسئلة غير الضرورية ، فزيادة عدد أسئلة الإستبانة  
يُقلّل من نسبة الردود .

4.3 إجراء اختبار تجريبي على الإستبانة عن طريق عرضها على عدد مُحدّد من أفراد الدراسة  
قبل اعتمادها بشكلها النهائي والطلب إليهم التعليق عليها وبيان الأسئلة الغامضة أو غير  
المفهومة ، إن وجدت وصياغة الأسئلة الإستبانة لها لموضوع البحث وواقترح أسئلة إضافية  
ضرورية لعنايات الدراسة ولم ترد ضمنه الإستبانة .

4.4 تعديل الإستبانة بناءً على الإقتراحات السابقة وإصدارها بالشكل النهائي وتصديق التوزيعها  
على عينة الدراسة .

## صياغة الأسئلة

### Redaction de Questions

الأمر الواجب عند كتابتها عند إعداد الاستبانة  
بناءً على أمور شكلية وأخرى تتعلق بمصوح الاستبانة يجب أخذها بعين الاعتبار عند تصميم الاستبانة،  
ومن الأمور الشكلية ما يلي:

53. أن تكون الاستبانة مطبوعة بشكل منسق وواضح وبطريقة تحبون الاسترجاع الإجابة عنها.  
54. أن يتم تقسيم الاستبانة إلى أجزاء مركبة في الغالب يتم تقسيم الاستبانة إلى ثلاثة أجزاء أساسية:

54 المقدمة والتعريف بالباحث والدراسة: يتم في هذا الجزء التعريف بالدراسة وأهميتها، كما يتم من هذا الجزء أيضاً تعريف المبحوث للإجابة عن الاستبانة أو يتم الإشارة إلى أن إجابته تعتبر هامة ومفيدة لأغراض البحث وأن المعلومات سوف تُستخدم لحماية البحث ولأنها ستُحاصل بشكل سري كما يتم التعريف بالباحث أو يكون ذلك في العادة على صورة مُسندة هي الصورة الأولى من الاستبانة.

55. إرشادات تجبها للاستبانة: يتم في هذا الجزء إرشادات تتعلق بطريقة تعبئة الاستبانة،  
بما أن بعض الأسئلة وفقاً قد تتطلب طريقة معينة في الإجابة، كما يتم من هذا الجزء عنوان الباحث في حالة حاجة المبحوث إلى الاستفسار منه عن نقطة ما، إضافة إلى طريقة إعادة الاستبانة والجهة أو العنوان الذي ستُعاد إليه.

5.2.3 منه الاستبانة: وهو الجزء الرئيسي في الاستبانة ويتم فيه عرض الأسئلة للبحث بالطريقة التالية:

6. يمكن تقسيم أسئلة الاستبانة إلى أربعة أنواع:

6.1. الأسئلة المفتوحة أو الحرة: وفيها تتمثل المبحوث بحرية الإجابة عن السؤال المطروح بطريقة خاصة وتجاوبه وإفراطه التي يراها. وتستخدم هذا النوع ~~من الأسئلة~~ من الأسئلة عندما لا يكون لدى الباحث معلومات واضحة أو ~~لا~~ <sup>دراسة</sup> كافية عن جوانب الموضوع، وفي حالة رغبة الباحث في الحصول على معلومات تفصيلية وموثوقة.

← متعبئة ومهذبة الإجابات وتحليلها.

تدعى نسبة الردود  
بمیانة الأسئلة.

6.2. الأسئلة المغلقة أو محدودة الخيارات: وفي هذا النوع يُصيّد الباحث الخيارات للممكنة لكل سؤال ويطلبه ذلك المبحوث اختياراً واحداً أو أكثر.   
← سؤاله يصيبه التناقض.   
← طريقة نسبة الردود.

## Le questionnaire :

- \* Le questionnaire sert d'outil de recueil des données. Il est administré auprès d'une population ou d'un échantillon représentatif de cette population.
- \* La valeur d'un questionnaire est ainsi sensible à la qualité de la formulation des questions, à la qualité de la formulation des modalités de réponse, et à la qualité d'organisation du questionnaire.

### - La formulation des questions :

Les questions peuvent être formulées de deux principales manières : de manière ouverte ou de manière fermée. Une question est dite "ouverte" si aucune modalité de réponse n'est proposée au répondant. Par exemple, si l'on s'intéresse à la motivation au travail des salariés, de manière ouverte, pourrait demander "quels sont pour vous les principaux facteurs qui déterminent votre motivation à travailler ?", sans proposer de modalités de réponse prédéfinies. À l'inverse, une question est dite "fermée" si les modalités de réponse sont préétablies.

- ① Le vocabulaire employé doit être familier pour les répondants. Il faut éviter les termes techniques et ceux qui peuvent avoir des sens différents entre différents groupes de répondants.
- ② Le vocabulaire doit être précis. Par exemple, les indications de durée (souvent, fréquemment, ...) peuvent être interprétées de manière différente. Il conviendrait de les remplacer par des indications précises, du type "une fois par an", "une fois par mois", ...
- ③ Les questions "doubles" peuvent induire une incapacité à répondre. Par exemple, à une question du type "êtes-vous satisfait de votre rémunération et de vos conditions de travail ?".
- ④ Les questions ne doivent pas induire la réponse. Par exemple, lorsqu'il s'agit de mesurer à quel point une entreprise souhaite le bien-être de ses salariés au travail, une question du type "pensez-vous qu'il soit important que vos salariés soient épanouis dans leur travail ?" appelle nécessairement une réponse positive.
- ⑤ La longueur des questions peut également affecter la qualité des réponses. Les plus de 100 mots.

## - La formation des modalités de réponse :

Les modalités de réponse permettent d'attribuer un chiffre à une caractéristique propre à un répondant : sexe, âge, mais aussi attitude ou opinion. Ces chiffres permettent l'analyse statistique des réponses. Dans ce cadre, le terme "échelle" est souvent utilisé pour désigner le "continuum sur lequel on situe les objets mesurés", c'est-à-dire le sémantique, numérique ou graphique à partir duquel le répondant peut exprimer son opinion.

① Les différents types d'échelles de mesure : il existe quatre grands types d'échelles : nominale, ordinales, d'intervalle, et de rapport.

1.1 Nominale : chaque modalité correspond à un et un seul objet (ou caractéristique) et les codes utilisés ne sont que la transcription d'une réalité, sans ordre ni hiérarchie.  
Ainsi, être "marier" (code 2) n'est pas deux fois supérieur à être "célibataire" (code 1).

1.2 Ordinale : permet d'établir une relation d'ordre entre les modalités de réponse. Par exemple, si un répondant classe la modalité "fournisseur 1" en 1, "fournisseur 2" en 2, cela signifie qu'il apprécie le premier fournisseur plus que le deuxième... mais l'échelle ordinale ne renseigne pas sur l'ampleur des différences entre les modalités prises deux à deux.

1.3 d'Intervalle : permet de résoudre le problème soulevé par les échelles ordinales.

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Vous vous sentez émotionnellement attaché à l'équipe	1	2	3	4
Vous considérez les problèmes de l'équipe comme les vôtres	1	2	3	4

Le choix des modalités ou des unités de mesure est arbitraire : ainsi, au lieu d'être notées 1, 2, 3, 4, les modalités auraient pu être par exemple notées 5, 6, 7, 8.

(ii) le zéro absolu n'existe pas.

Deux types d'échelles d'attitude semblent unanimement référencés :

1.3.1 L'échelle de Likert suggère aux répondants d'exprimer leur opinion à travers "degré d'accord" avec une proposition.

0,5

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Vous vous sentez émotionnellement attaché à l'équipe	5	4	3	2	1
Vous considérez les problèmes de l'équipe comme les vôtres	5	4	3	2	1

1.3.2 Le différentiel sémantique (échelle d'Osgood) se présente sous la forme d'un ensemble d'échelles constituées par deux adjectifs, expressions ou mots ayant valeur d'antonymes et séparés par un espace en  $n$  échelons (généralement 7). Une telle échelle permet de mesurer à la fois la direction et l'intensité de la réaction du répondant.

0,5

<del>introverti</del>	1	2	3	4	5	6	7	extraverti
négligent	1	2	3	4	5	6	7	conscientieux
désagréable	1	2	3	4	5	6	7	aimable

1.4 Les échelles de rapport (ou de proportion) consistent à recueillir un nombre, sans proposer de modalités spécifiques au répondant (Quel est votre âge ? Combien d'enfants avez-vous ? Quel est votre salaire mensuel ?). Comme on peut le constater, le zéro absolu existe, ce qui confère à ce type d'échelle des propriétés particulières intéressantes pour le chercheur.

0,5

Une échelle de rapport permet : (i) d'identifier, de classer et d'ordonner les caractéristiques des répondants ; (ii) d'effectuer tout type de calcul statistique et de transformer, de façon proportionnelle, les données recueillies.

La plupart des chercheurs s'attachent à recueillir en priorité des données à l'aide d'échelles de rapport afin de pouvoir utiliser la majeure partie des outils statistiques.

① Les qualités d'une échelle de mesure peuvent être classées selon trois dimensions majeures :

- (i) méthodologie (fiabilité, validité, sensibilité),
- (ii) en termes d'utilisation de l'échelle par le théoricien (adaptabilité au mode de recueil choisi, facilité et simplicité de compréhension d'utilisation, de construction et de traitement des données, rapidité de réalisation de la mesure),
- (iii) en termes d'opérationnalité des résultats issus de l'échelle (communication et opérationnalité des informations fournies).

② Pour choisir une formulation des modalités de réponse qui respecte ces différentes qualités :

- × le chercheur doit répondre à sept questions complémentaires : (i) quel type d'échelle ?
- (ii) quelles sont les conséquences du mode de recueil retenu ? ; (iii) le nombre de modalités doit-il être pair ou impair ? ; (iv) l'échelle doit-elle être symétrique ou asymétrique ? ; (v) qu'en est-il de la présence d'un "zéro" ou de chiffres négatifs ? ; (vi) faut-il prévoir une modalité de type "non-réponse" ; (vii) et, de façon plus générale, combien d'échelles retenir ?

3.1 Il n'existe pas de relation entre le type d'échelle et la fiabilité des résultats obtenus (les échelles à icônes ≠ téléphone, les échelles à supports sémantiques ≠ sous-échelle, les échelles numériques ≠ risque des deux modes de réponses des interviewés...)

3.2 Les répondants utilisent en moyenne moins de 60% de l'échelle sémantique proposée. Les interviewés gardent mieux en mémoire le dernier échelon, d'où la nécessité de commencer la lecture par le côté positif afin de minimiser les biais de complaisance.

3.3 Il n'existe donc pas de consensus clair à ce propos. Chacune des solutions présente des atouts et des limites.

3.4 Une échelle est dite asymétrique lorsque les modalités proposées ne sont pas réparties de façon équivalente entre les deux côtés (exemples : pas d'accord, ni en accord ni en désaccord, plutôt d'accord, d'accord, tout à fait d'accord).

3.5 Une échelle intégrant le zéro (i) risque fort de perdre ses propriétés d'échelle d'intensité (ii) semble délicate à utiliser au plan international.

[3.6] Seul le cas où le chercheur sait, par avance, qu'un nombre important de répondants ne se pas avoir d'avis suggère la nécessité d'inclure une modalité NSP en clair.

[3.7] L'idée d'un mythe "magical number seven plus or minus two" semble consensuelle. Le choix du nombre d'échelons appropriés à toute étude doit être examiné au vu de facteurs complémentaires : (i) le sujet étudié ; (ii) les capacités cognitives du répondant ; (iii) les contraintes pratiques du recueil d'information sur le terrain ; (iv) les aspects statistiques liés au nombre d'échelons ; (v) les liens entre le nombre d'échelons et le nombre d'items ; (vi) les conséquences du nombre d'échelons retenus en termes de fiabilité et de validité de l'échelle.

- L'organisation du questionnaire :

Traditionnellement, un questionnaire se compose d'un préambule (introduction), d'un ensemble de questions articulées sous forme de thèmes, d'une fiche signalétique et d'une conclusion qui se limite, en général, à des remerciements. Les biais d'organisation peuvent apparaître dans les deux premières composantes de cette structure : l'introduction et le corps du questionnaire.

① La dissimulation de l'objectif de recherche est devenue une règle implicite. Exemple : "Ce questionnaire concerne votre consommation de sodas sucrés" alors qu'il s'agit en fait de mesurer l'image de marque de deux concurrents sur ce segment.

② "Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse, merci de répondre le plus spontanément possible". Le biais d'anxiété : concrètement, les répondants essaient de démontrer, par leurs réponses, qu'ils sont des individus compétents et équilibrés : ils ~~se~~ s'accrochent à donner les réponses qu'ils estiment attendues par l'évaluateur et à justifier cohérentement au long du questionnaire.

Assurer l'anonymat au répondant ou au moins la confidentialité des réponses permet également d'éviter des réponses trop marquées par l'anxiété d'être évalué.

③ L'effet de stimulation par la dissimulation de l'objectif de l'enquête risque de se traduire en non-réponse. La curiosité et l'envie de débattre