

פתרון לתרגיל 3 בשיטות מחקר

שאלה 1

- א. המכנה המשותף לנתונים העולים מסקר זה הוא כיצד נתפס תפקידה של התקשורת בגרימת התרחשויות בציבור הישראלי (ולא למשל "השפעת התקשורת על ההתרחשויות במדינה" – שהוא קשר בין משתנים). לפיכך אין כאן ריבוי משתנים (שניים או יותר) עם קשר סיבתי ביניהם אלא **נסיון לצילום מצב**.
- נושא אחד שכן נראה כמו בדיקה של קשר נרמז קלות ב" להאשים את התקשורת בקרב צעירים ובקרב דתיים" שהיה יכול להתפרש כמו נסיון למצוא קשר בין מאפיינים דמוגרפיים לבין נטייה להאשים את התקשורת. אבל על פי הניסוח מדובר בממצא שולי ולא במטרתו העיקרית של הסקר.
- ב. שלבי הסקר:
- ניסוח מטרת המחקר (כללית) – כיצד נתפסת תפקידה של התקשורת בהשפעה על התרחשויות מרכזיות בישראל.
 - ניסוח מטרת המחקר (ספציפית) – בשלב זה יש להגדיר את המטרות האופרטיביות של הסקר: לדוגמה – מטרת הסקר לגלות האם ובאיזה אופן (חיובי או שלילי) הציבור רואה בתקשורת אחראית להתרחשויות בציבור הישראלי מתוך התייחסות להתרחשויות בתחום החברתי, הפוליטי, והכלכלי. ההתייחסות לציבור היא על פי קבוצות גיל ולפי מאפייני נטייה דתית.
 - הגדרת אוכלוסיות המטרה: במקרה זה אוכלוסיות המטרה היא כלל האוכלוסיה היהודית בישראל. במונחים אופרציונליים ניתן לנסח זאת ככלל תושבי ישראל מעל גיל הבחירה המוגדרים כ"יהודי" בסעיף הלאום. למשל.
 - סקירת ספרות: במקרה זה כנראה שיש להתייחס לשילוב של מאמרים אקדמיים מהתחום הסוציולוגי הנוגעים לתפקיד התקשורת בגרימת התרחשויות ולאופן בו נתפסת התקשורת ככזו. מאידך – ודאי ישנם גם מחקרים וסקרים, לאו דווקא מהתחום האקדמי, הנוגעים לעמדות הציבוריות בנושא תפקידי התקשורת (בנושאים הנ"ל בפרט).
 - מחקר חלוץ – לא נראה כי במקרה זה נדרש צורך במחקר חלוץ/פייולוט שכן השאלות פשוטות יחסית וניתן להניח שאין חוסר בידע אמפירי או אקדמי בתחום זה.
 - קביעת המשתנים בסקר: המשתנים הם משני סוגים – עמדות בנושא השפעת התקשורת בנושאים שונים (למשל עמדה בנושא השפעת התקשורת על תוצאות הבחירות) ומשתנים דמוגרפיים כגון מגדר ונטייה דתית (חילונית/מסורתית/דתית/חרדי).
 - קביעת השאלות בסקר: בשלב זה יש לקחת את המשתנים מסעיף קודם ולתרגם אותם להגדרות אופרציונליות, בעיקר על ידי שאלות. למשל העמדה בנושא השפעת התקשורת על תוצאות הבחירות יכולה להיות מתורגמת לשאלה: "עם איזה מהמשפטים הבאים אתה מסכים: א. התקשורת בישראל משפיעה בפועל על תוצאות הבחירות. ב. התקשורת בישראל כלל אינו משפיעה על תוצאות הבחירות. ג. אינני יודע האם התקשורת בישראל משפיעה על תוצאות הבחירות."
 - הסקר מוכן – אפשר לערוך את הסקר.
 - סקר מסוג זה מקובל לערוך טלפונית או על ידי פגישות פנים אל פנים. לדעתי במקרה זה כדאי לערוך סקר טלפוני וזאת מהסיבות הבאות.
 - עלותו נמוכה משמעותית, בפרט אם מדובר ב-300 משתתפים.
 - כיוון שהסקר מתיימר לייצג את כל האוכלוסיה היהודית יש לשער שהמדגם יכלול תושבים ממקומות שונים בארץ ולכן יהיה קושי לעשות סקר פנים אל פנים.
 - השאלות פשוטות יחסית ולא אישיות במיוחד ולכן לא נדרשת השפעה (על ידי נוכחות פיזית) רבה מדי כדי לגרום לאנשים לענות ואין תחושה של פגיעה בפרטיות.

שאלה 2

- א. החסרונות שעלולים לצוץ מעריכת הסקר בשיטת פנים אל פנים:
- יקר ומורכב – הסקר מקיף 1200 איש ממגזרים שונים. כדי להשיג ייצוג ממצה יש להגיע למקומות שונים בארץ
 - טעויות מדידה שקשורות לחוקר: החוקר עלול להיות בעל עמדות משלו לגבי מה נכון וראוי בנושא זה ולכן עלול להנחות (באמצעות הבעות פנים ושפת גוף). כמו כן החוקר עלול לייצג מגזר מסויים ולכן להשפיע על התשובות, למשל משתתף עלול להמנע לומר משהו כמו "המוצרים הישראליים יותר יקרים בגלל הכשרות" או להביע דעה הקשורה למוצרים מהשטחים כאשר החוקר הוא חובש כיפה. לעומת זאת להעדיף מוצרים ישראלים על מוצרים ממדינות ערב השכנות (מצרים, ירדן) היא עמדה שאולי לא תושמע לחוקר בעל מבטא ערבי. כמו כן החוקר עלול להיות לא מובן בשל מבטא.

c. טעויות מדידה שקשורות למשתתף: המשתתף עלול לרצות להסתיר (באופן מודע או לא) את העדפותיו האמיתיות. הוא עלול לגלות נטייה לכיוון של מוצרים ישראליים כדי לא להחשב אנטי ישראל או דווקא לגלות נטייה לכיוון של מוצרים מחו"ל כדי ליצור רושם יוקרתי. טרנדים מודרניים בצרכנות יכולים לגרום לו להסתיר את אהבתו לקוטג' של תנובה ... המשתתף עצמו גם הוא עלול לסבול מקשיי שפה או קשיים בהבנה ועלול להסתיר זאת מחמת בושה.

ב.

a. פתרון אנליטי:

במקרה כזה החוקר מעלה הסבר חלופי כי מידת הקרבה ליום העצמאות מעלה את הנטייה למוצרים ישראליים בקרב אוכלוסיה מבוגרת. אין כאן צורך לאסוף נתונים נוספים שכן הקרבה ליום העצמאות ברורה. לכן חשוב הכיוון אותו משער החוקר שיש להסבר החלופי:

אם החוקר משער שקרבה ליום העצמאות מקטינה את הנטייה למוצרים ישראליים בקרב אוכלוסיה מבוגרת הרי שכיוון זה הוא הפוך מהקשר הסיבתי אותו מצא החוקר ולכן הסבר חלופי זה אינו משפיע על תוצאות המחקר אם החוקר משער שקרבה ליום העצמאות מגדילה את הנטייה למוצרים ישראליים בקרב אוכלוסיה מבוגרת הרי שכיוון זה הוא זהה לקשר הסיבתי אותו מצא החוקר ולכן הוא בבעיה. שכן את הממצא של הסקר ניתן להסביר ביותר מדרך אחת ולכן יהיה קשה לומר שהקשר בין גיל לנטייה למוצרים ישראליים הוא סיבתי. במקרה כזה על החוקר לתכנן מראש את הסקר למועד רחוק מיום העצמאות או לפנות לשיטות סטטיסטיות.

b. פתרון סטטיסטי:

כדי לפסול את האפשרות שיש השפעה של הקרבה ליום העצמאות על תוצאות הסקר יחלק החוקר את המשתתפים למספר קבוצות כאשר כל קבוצה נסקרת במועד שונה (=קרבה שונה ליום העצמאות). כדי להראות שאין השפעה כזו על החוקר להראות כי המגמה של עלייה בנטייה למוצרים ישראליים ביחס לעלייה בגיל נשמרת גם בתוך קבוצות שנסקרו באותו מועד. אם לא ניתן לתכנן מראש את הסקר בצורה כזו אבל יש נתונים לגבי המועד בו הועבר הסקר לכל אחת מהמשתתפים ניתן לבצע ניתוח סטטיסטי חלקי על השפעת הגיל על העמדה בניכוי מידת הקרבה ליום העצמאות.

ג. לראיון עומק קבוצתי מספר יתרונות וחסרונות:

יתרונות:

1. פשוט – ניתן לראיין מספר אנשים בזמן קצר
2. דינמיקה קבוצתית – יכולה לאפשר לאנשים להביע דעות שיתקשו להביע באחד על אחד, יכול להוריד את רמת המתח כי הפוקוס לא עליהם

חסרונות:

1. בדיון קבוצתי יכול להיות שמישהו ישתלט על הדיון אם הוא דומיננטי ולא יאפשר לדעות אחרות להשמע
2. אנשים עלולים להמנע מלהביע דעות אישיות מסוימות ולהביע דעות אחרות בגלל ביישנות (חשש לפרטיות) או קונפורמיות חברתית.