|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **جامعة الشهيد حمّه لخضر– الــوادي** | | |
| **كلية العلوم الإسلامية (قسم أصول الدين)** | **الوصف: Nouvelle image (1).pngالوصف: Nouvelle image (1).pngالوصف: Nouvelle image (1).png** | **تخصص: الدعوة والإعلام** |
| **المقياس: تقنيات البحث ومناهجه** | **السداسي: الثالث** |
| **السنة: الثانية ماستر** | **الموسم الجامعي:2021/2022** |
| المحاضرة رقم 01: مجتمع البحث والعينات | | |

من أهم الخصائص المميزة للدراسات الإعلامية أنها تعمل على قاعدة عريضة أساسها الجمهور الكبير أو المحتوى الضخم المنشور أو المذاع أو.. وهذا ما يحول دون التعامل مع القاعدة المعرفية بأسلوب الحصر والرصد الشامل لكل مفرداتها.

ويصبح التعامل مع العينات هو الأساس في الدراسات الإعلامية فيلجأ الباحث إلى اختيار عدد محدد من المفردات يكون ممثلا في خصائصه وسماته للمجموع من أفراد الجمهور أو الوثائق المطبوعة او المسجلة او المرئية بما يتفق مع اهداف الدراسة في حدود الوقت والامكانيات المتاحة، لهذا فأسلوب الحصر الشامل وأسلوب العينة هما الأسلوبان المتاحان في جمع البيانات الأولية من مصادرها.

1. **أسلوب الحصر الشامل**: وهو يعني جمع البيانات من جميع المفردات التي يتكون منها المجتمع محل الدراسة والبحث، ومن أمثلة ذلك البحث في التعداد السكاني، ومما يعاب على هذا الأسلوب تعذر استخدامه في كثير من البحوث في مجتمع البحث الكبير، إذ الأمر يتطلب الجهد والوقت والتكلفة، وهذا أمر غير متاحة للجميع.
2. **أسلوب العينة**: وهو جمع البيانات من جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعميم نتائج الدراسة على بقية أفراد المجتمع كله.
3. **خصائص أسلوب العينة**: -التكلفة المنخفضة – توفير الوقت والجهد –الحصول على معلومات متنوعة ودقيقة، فهي تتيح للباحث الحصول على معلومات دقيقة ومتعمقة على موضوع الدراسة وذلك يعود إلى صغر حجم العينة مقارنة بمجتمع البحث -سرعة الوصول إلى نتائج الدراسة.

وخليه فأسلوب العينة أفضل من أسلوب الحصر الشامل, في حالة تجانس مفردات مجتمع البحث وعلى سبيل المثال فحص دم انسان للتحقق من اختبارات معينة يكفي إجراء فحص عينة من دمه

1. **شروط اختيار العينة:**

أ – أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي: بحيث تكون شملة لجميع خصائص المجتمع الأصلي، بمعنى أنه إذا تكررت نفس النتائج على العينات التي عليها عينة البحث ممثلة للمجتمع الأصلي تمثيلا

ب – تكافؤ وتساوي فرص الاختيار لجميع مفردات المجتمع الأصلي في الاختيار

ج – ضرورة أن يكون حجم العينة كافيا لضمان دقة النتائج

د – الحذر من خطأ التحيز وينجم عنه في العادة وقوع الباحث تحت تأثير معين يجعله منحازا لفكرة معينة فيقوم باختيار عينات مع هذا التأثير وتعمل على تحقيقه.

1. **خطوات تحديد العينة:** تمر عبر مراحل أربعة

أ – تحديد المجتمع الأصلي للدراسة: يجب على الباحث منذ البداية تحديد هدف الدراسة ونوعها والأفراد الذين تشملهم الدراسة وهذا يساعد في تحديد مجتمع الدراسة تحديدا دقيقا

ب – تحديد وحدة العينة: أي المفردة فقد تكون عدد من صحيفة أو يوم في الاذاعة أو فرد من جمهور متلقي أو طالب من طلاب الجامعة أو

ج-تحديد الإطار الذي تؤخذ منه العينة: ويقصد به القائمة التي تحتوي على جميع أسماء مجتمع الدراسة، ومثال عن ذلك عند دراسة الصحف فإن الإطار هو جميع الأعداد الصادرة عن الصحيفة، أو هو الجمهور المستهلك لوسيلة إعلامية عند قياس اتجاهات الجمهور تجاه قضية ما، فإن الإطار هو جميع أفراد هذا الجمهور.

د-اختيار العينة: يجب أن تختار العينة بدرجة عالية من الدقة حتى نتمكن من معرفة حجم الكلفة والزمن والجهد، ويفضل أن تسبق باختبار أولي بواسطة استبيان أو مقابلة لضمان نتائج دقيقة، وحتى يتسنى اختيار العينة اختيارا دقيقا يجب توفر فيها الشروط الآتية:

* الشمول: يتوفر في مجموع المفردات ما يضمن نفس الخصائص.
* الكمال: حتى يعكس العدد الحقيقي حجم مجتمع البحث، فلا يكون منقوصا.
* الكفاية: وبها يتم تلبية حاجيات ومتطلبات تطبيق نظام العينات.

1. **حجم العينة:** لا يمكن تحديد الحجم اللازم للعينات، لأنه يتغير من حالة إلى أخرى حسب الاعتبارات المتغير، فهناك عوامل عديدة يتحدد على ضوئها حجم العينة ومنها:

* التجانس: فبقدر التجانس بين مفردات المجتمع في الخصائص والسمات، يقل عدد أفراد العينة.
* التوزيع الجغرافي للمفردات: فكلما زاد انتشار المفردات، أو كانت موزعة على مناطق جغرافية متباعدة كلما تطلب الأمر زيادة في حجم العينة والعكس صحيح.
* كفاية المعلومات التي يوفرها إطار العينة لاختيار المفردات: فكلما كان إطار العينة شاملا كاملا يلبي حاجة البحث يمكن اختيار عينة أقل حجما، بينما يجب زيادة الحجم في حالة غياب بعض المعلومات والبيانات.
* يتأثر أيضا حجم العينة بالمنهج المستخدم في البحث، فالمنهج التجريبي مثلا يحتاج إلى عينة كبيرة بالمقارنة لحجم العينة في المنهج الوصفي.
* وهناك اعتبارات أخرى مثل الوقت والامكانيات المتاحة، والتي قد تحول دون اختيار عينات كبيرة، إلا أنه لا يجب أن يستلم الباحث لهذه الصعوبات بل يحاول تذليلها قد المستطاع.

1. **أنواع العينات:** تقسم العينات إلى زمرتين كبيرتين هما؛ العينات الاحتمالية (العشوائية)**،** والعينات غير الاحتمالية (غير عشوائية).

**أولا: العينات الاحتمالية**: (العشوائية) ونعني بها مايلي:

* عدم تدخل إرادة الباحث في احتيار مفردات العينة.
* تعتبر هذه العينة أصدق تمثيلا للأفراد المسحوبين من المجتمع الأصلي، لأنها تعطي نفس فرصة الظهور في العينة لكل فرد من المجتمع الأصلي.

ولها عدة أنواع:

* **العينة العشوائية البسيطة:** ويمكن تعيين هذه العينة بطريقتينهما**؛**

**الطريقة الأولى:** كتابة أفراد العينة أو أرقامهم متسلسلة على بطاقات متشابهة تماما، ثم يتم السحب منها عشوائيا عدد أفراد العينة، وهذه احدى طرق القرعة. **الطريقة الثانية:** يتم كتابة الوحدات على شكل أرقام في جدول ثم اختيار عمود يكون هو العينة.

* **العينة العشوائية المنتظمة:** وسميت بالمنتظمة لانتظام المسافة بين وحدات العينة**،** وتم تحديد مسافة الاختيار بالمعادلة التالية: حجم مجتمع البحث/ حجم العينة، مثال: لدينا مجتمع بحث400 مفردة، ونأخذ عينة بحجم 10% أي 40 مفردة. وعليه تكون المسافة هنا؛ 400/40=10، فتكون العينة (20.10.1....)
* **العينة العشوائية الطبقية:** ويستعمل هذا النوع في المجتمعات غير المتجانسة، والتي تتباين مفرداتها (مثل اختلاف المستوى الدراسي أو اختلاف الجنس أو نوع التخصص) وهذا النوع هو الأكثر شيوعا في الدراسات الإعلامية، وبصفة خاصة دراسات الجمهور ودراسات الرأي العام وهنا يمكن تقسيم المجتمع الى طبقات وفق فئات متجانسة، ثم تحدد عدد المفردات العينة، ثم تحدد نسبة كل طبقة في العينة المختار الى اجمالي مجتمع الأصلي ثم تحدد عدد الأفراد لكل طبقة في العينة المختارة. وقد يستخدم السحب هنا المتساوي أو النسبي والنسبي أفضل وأكثر موضوعية فالطبقة الكبيرة تأخذ منها نسبة أكبر، والطبقة الصغيرة نأخذ منها نسبة أقل، ومثال على ذلك: مجتمع متكون من ثلاث طبقات عليا1000 ووسطى4000 ودنيا 5000، والمطلوب اختيار عينة طبقية عشوائية مكونة من 900 مفردة من خلال أسلوب السحب النسبي فتكون العملية وفق الجدول

الآتي:1000×900꞉10000꞊90

4000×900꞉10000꞊360

5000×900꞉1 000꞊900

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| الطبقات | العدد | النسبة | حجم العينة |
| الطبقة العليا | 1000 | 10% | 90 |
| الطبقة الوسطى | 4000 | 40% | 360 |
| الطبقة الدنيا | 5000 | 50% | 450 |
| المجموع | 10000 | 100% | 900 |

* **العينة العشوائية العنقودية:** وتستعمل في حالة كبر حجم مجتمع البحث، فيلجأ الباحث إلى استعمال نظام العناقيد، وهذه العناقيد قد تكون ساعات من أيام أو أيام من أسابيع ومناطق جغرافية من بلد. وهنا يتم اختيار مجموعة مفردات، ومثال على ذلك: لدينا 3000مدرس في إحدى المناطق السكانية، وليكن حجم العينة 300مدرسا، فلتكن كل مدرسة تمثل عنقودا من مجتمع البحث المكون من جميع مدارس المنطقة. ثم يأخذ متوسط المدرسين من وليكن 30 مدرسا، ثم نحدد عدد العناقيد بقسمة العينة على متوسط المدرسين300꞉30꞊10، فالعدد 10 يمثل عدد العناقيد المختارة للدراسة وتختار اختيارا عشوائيا.

**ثانيا: العينات غير الاحتمالية: (غير عشوائية)** وهذه العينات لا يتم اختيارها حسب الأسس الاحتمالية، ولكن يتم اختيارها وفق معايير تحكمية يضعها الباحث طبقا لما يراه مؤديا إلى تمثيل العينة للمجتمع’ أي ضبط صفات وخصائص معينة يجب توفرها في المبحوث وعليها يرتكز في اختياره لوحدات عينة بحثه. ولها أنواع:

* **العينة القصدية:** وتسمى بالعمدية وهي تشير الى طريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم الباحث شخصيا باقتناء مفردات الممثلة أكثر من غبرها، وبالتالي يتم سحب مفردات العينة بطريقة مباشرة. ومثال على ذلك إذا قام الباحث بتحليل موضوع إعلامي معين في جريدة معينة في فترة محددة, وبعد الدراسة الجيدة لمتجمع البحث تبين له أن الجريدة
* **عينة الصدفة:** تستخدم هذه العينة عموما في الدراسات الاستطلاعية وخاصة إذا كان مجتمع البحث غير مضبوط الأبعاد’ وبالتالي لا يوجد إطار دقيق يمكن من اختيار العينة عشوائيا, فلا يخضع اختيار مفرداتها لأي معيار سوى التعرض العابر أو الأفراد الذين يتصادف وجودهم في الشارع أو منطقة ما واجراء المقابلات معهم ,وعادة يتم المقابلة مع من يصادف مرورهم وعبورهم دون اعتبار خصائص أخرى مستهدفة وعادة ما تستخدم مثل هذه العينات في ملاحظات السلوك العابر لوسائل الإعلان والإعلام, مثل التغيير في إخراج الصفحة الأولى لجريدة ما, أو التعرض لإعلان من إعلانات الطرق... أو ملاحظة التعليقات السريعة على بعض الأحداث الخارجية من المارين في منطقة معينة وفي وقت معين.
* **العينة الحصصية:** نظرا لأنه قد تكون هناك صعوبات في التمثيل النسبي للطبقات أو الفئات في مجتمع البحث، لعدم كفاية إطار البيانات أو غياب المصادر الأصلية لها أساسا، في هذه الحالة يلجأ الباحث إلى تحديد عدد المفردات في العينة بناء على تقديراته وأحكامه الذاتية أو بناء على خبرات سابقة. وتستخدم أيضا في الدراسات الاستطلاعية، وفي قياسات الرأي العام، فإذا أراد الباحث معرفة رأي شرائح المجتمع في حدث ما؛ فيقوم باختيار عينة حصصية أي يأخذ حصة معينة من كل شريحة في المجتمع، كأن يأخذ حصة من شريحة الطلبة وثانية من شريحة ربات البيوت وثالثة من شريحة الموظفين وأخرى من شريحة كبار السن، وعليه فلكل شريحة من هذه الشرائح لها حصة في العينة
* **عينة كرة الثلج:** تقوم هذه الطريقة على اختيار فرد معين وبناء على ما يقدمه هذا الفرد من معلومات تهم موضوع الدراسة، يقرر الباحث من هو الشخص الثاني الذي سيقوم باختياره لاستكمال المعلومات المطلوبة، لذلك سميت بعينة كرة الثلج حيث يعاير أفراد النقطة الأولى التي سيبدأ حولها التكثيف لإكمال الكرة أي اكتمال العينة، بالاختيار هنا ذاتي.