العينات وتطبيقاتها في الدراسات الإعلامية

Sample Use In Media Audience Researches

د.حيـاة قـزادري[1*]

جامعة الجزائر3-ابراهيم سلطان شيبوط-(الجزائر)، kezadri.hayat@univ-alger3

تاريخ الاستلام: 2021/11/23 تاريخ القبول: 2022/04/07 تاريخ النشر: 2022/06/06

ملخص:

يميز البحوث الإعلامية عامة والاستطلاعية خاصة العديد من الخصائص حيث يتم التعامل فيها مع قاعدة معرفية عريضة أساسها جمهور كبير الحجم وهو ما يحول دون إمكانية الحصر الشامل لمفرداتها ويصبح التعامل بنظام العينات هو الأساس، إذ يلجأ الباحث إلى اختيار عدد محدود من المفردات بحيث يكون ممثلا في خصائصه وسماته لمجموع أفراد الجمهور بما يتفق مع أهداف الدراسة وفي حدود الوقت والإمكانيات المتاحة. فالباحث عند اختيار العينة وجب عليه التقيّد بشروط علمية ينبغي توافرها في العينة حتى تكون ممثلة للمجتمع الأصلي ويمكنه أن يستعيض بها عنه وهذا ما يتناوله هذا المقال العلمي بالتفصيل ومع تقديم أمثلة توضيحية لذلك لكي يسهل على الباحثين استخدام كل نوع.

كلمات مفتاحية: عينة، جمهور، بحوث إعلامية، دراسة إعلامية، مجتمع البحث.

Abstract:

This piece of work is about sampling in Media Studies, particularly in Audience Surveys. It deals with one of the main tools of surveys based on a large media audience in order to prevent researchers to include all the members of the searched population. The researchers use the sampling technique where a limited number of units are selected to represent the characteristics of all the members of the audience in accordance with the objectives of the study. The researchers must consider the scientific conditions in selecting samples this is what this paper is trying to explain in providing illustrative examples.

Keywords: Sample; Audience; Media Research; Media study; Research Population.

* د.حيـاة قـزادري:

1. مقدمة:

تقسم البحوث الإعلامية إلى بحوث شاملة وبحوث بالعينة: والبحوث الشاملة هي التي يجرى فيها المسح على جميع أفراد المجتمع المختار للدراسة دون استثناء وهي مكلفة ماديا كما تتطلب الجهد والوقت الطويل، لهذا لا يستخدم هذا الأسلوب إلا على المجتمعات المحدودة التي يمكن مسحها مسحا شاملا.

أما بحوث العينة فهي تعتمد على عملية إحصائية لاختيار مجموعة فرعية تسمى"عينة" من مجتمع محل اهتمام لأغراض إجراء ملاحظات واستنتاجات إحصائية حول تلك المجموعة(Bhattacherjee، 2012، 66) ويشترط المسح بالعينة تجانس وحدات مجتمع البحث المدروس لكي تكون العينة المختارة تمثيلية لهذا المجتمع.

ويمكن تجميع تقنيات أخذ العينات في فئتين عريضتين:

أخذ العينات الاحتمالية(العشوائية) وأخذ العينات غير الاحتمالية، ويعد اختيار العينات الاحتمالية الطريقة المثلى إذا كانت الدراسة تهدف إلى تعميم النتائج، كما قد يدفع وجوب توافر شروط معينة في المبحوثين بالباحث إلى اختيار العينات غير الاحتمالية (Bhattacherjee ، 2012، 67).

ويعد أسلوب العينات من المشكلات التي تواجه الباحثين، لأن نتائج البحث تتوقف على مدى صحة وملائمة العينة المنتقاة للبحث. فالباحث عند اختياره للعينة يتقيد بشروط علمية خاصة ينبغي توافرها في العينة المدروسة حتى يستطيع الاستعاضة بها عن مجتمع البحث الأصلي. لهذا لجأت معظم البحوث الإعلامية إلى أخذ نماذج من المجتمع الأصلي إما في شكل عينة عمديه أو عينة طبقية أو منتظمة أو على شكل عينة عشوائية. "ولكي تحقق عملية المعاينة نتائج صالحة يجب أن تكون العينة تمثيلية،...ويعتمد التمثيل على تقنيات اختيار العينة"(Jean-Louis Loubet ، 2000، 92) وهو ما يراد توضيحه وإبرازه لاحقا بتقديم أمثلة توضيحية ومن خلال الإجابة على التساؤل المحوري التالي:

كيف يتم تطبيق مختلف أنواع العينات عملّيا في الدراسات الإعلامية؟

وللإجابة على هذا التساؤل المحوري لا بد من الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما المقصود بالمسح بالعينة وما هي مميزاته؟

2-ما هي أهم المصطلحات المستخدمة في مجال العينات؟

3- ما هي شروط العينة الجيدة؟

4- كيف يتم احتساب حجم العينة؟

5- ما هي أنواع العينات؟

6-ما هي أخطاء العينات؟

2. المسح بالعينة ومميزاته:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها، في حين يقصد بالمسح بالعينة أو المعاينة الجزء الذي يتم اختياره من المجتمع الأصلي لتطبيق الدراسة عليه ولا يتم اللجوء إلى اختيار عينة من المجتمع إلا في حالة تعذّر تطبيق الدراسة على سائر أفراد المجتمع، على أن يتم اختيار مفردات العينة بعناية فائقة ووفقا لمعايير محددة تحقق التماثل في خصائصها لخصائص مجتمع البحث.

حيث يساعد اللجوء إلى استخدام العينة في سهولة التطبيق عليها مقارنة بالتطبيق على مجتمع البحث كاملا، كما تؤكد الدراسات الإحصائية على قدرة العينة في تمثيل مجتمع البحث تصل في دقتها درجة مقاربة إلى حد كبير للنتيجة الفعلية التي كان سيحصل عليها الباحث في حال طبق الدراسة على مجتمع البحث كاملا، غير أنه لا يمكن التغاضي على أنه لا يمكن الجزم بصحة النتائج 100% ما لم يستخدم الباحث جميع أفراد مجتمع البحث واكتفى بأخذ عينة تمثيلية فقط.

وتعرف العينة بأنها جزء من المجتمع يختار بطريقة علمية لتوفير بيانات عن المجتمع المختار منه(صلاح الدين مصطفى، 2010، 81).

ويمتاز أسلوب العينات عن غيره من الأساليب بما يلي:

- توفير الوقت واختصار الزمن.

- تقليل الجهد اللازم لإتمام جمع البيانات.

- تمكن من الحصول على معلومات أوسع وأكثر دقة حيث يمكن توجيه عدد أكبر من الأسئلة.

- يمكن استخدامها في دراسات يستحيل استخدام الحصر الشامل فيها.

غير أنه كلما ضيق الباحث مجتمع دراسته انعكس ذلك سلبا على مدى تعميماته واقتصارها على حدود المجتمع الذي قام الباحث بتعريفه وتحديده(القواسمة، 2012، 172).

3. أهم المصطلحات المستخدمة في مجال العينات:

تشترك كل أنواع العينات وأساليب اختيارها في المصطلحات المستخدمة في مجال العينات والمتمثلة فيما يلي:

1.3 وحدة المعاينة:

وهي المفردة التي يتكون منها مجتمع الدراسة، وقد تكون فردا أو أسرة أو مؤسسة أو صحيفة...إلخ، ويتوجب على الباحث تحديد المفردة بدقة.

2.3 مجتمع البحث:

ويمثل المفردة مجموع المفردات أو وحدات المعاينة التي سيجمع حولها البيانات وقد تكون عبارة عن مجموعة من سكان دولة أو مدينة أو منطقة أو مجموعة أعداد صحيفة معينة...إلخ.

3.3 إطار العينة:

وهو عبارة عن قائمة مكونة من وحدات المعاينة التي يتكون منها مجتمع البحث، قد تكون قائمة سكان أو خريطة أومجموعة صحف أو قنوات أو برامج أو أية وسيلة أخرى تحتوي على جميع وحدات المعاينة في المجتمع المدروس ويختلف إطار العينة من عينة إلى أخرى.

وكأمثلة عن إطارات العينة:

- قوائم التلاميذ والطلاب بالمدارس والجامعات.
- قوائم العاملين في المؤسسات أو المصالح والإدارات.
- سجلات تعداد السكان العام أو الخاص بمنطقة معينة.
- سجلات حصر الطرق والشوارع والأحياء.
- عدد من الصحف المنشورة في فترة معينة.
- أعداد لبرنامج معين بثت في فترة زمنية معينة.

ولكي يفي إطار العينة بالغرض يجب أن يتوفر على الشروط التالية:

- يجب أن يشتمل على كافة مفردات مجتمع البحث.
- وأن تكون حدود وحدات المعاينة فيه واضحة ويسهل التعرّف عليها.
- وأن يكون حديثا ويعكس آخر المستجدات التي طرأت على مفردات مجتمع البحث.

4. شروط العينة الجيدة:

1.4 حجم العينة:

العينة من جانبها لا تهتم إلا بجزء من السكان، ويتم استخدام العينة حين يريد الباحث معرفة خصائص مجتمع البحث التي تكون صعبة للغاية لأسباب عملية أو مادية في حالة دراسة مجتمع البحث كاملا(Bruno، 2003).

تعد مسألة تقرير الحجم المناسب من العينة للقيام بالدراسة أمرا محيرّا للباحثين إذ هناك من بينهم من يرى أن يقوم الباحث باختيار نسبة محددة تقدر ب 5% أو 10% من أفراد مجتمع البحث، وهناك من يرى أن الأمر يعود لرأي الباحث فهو الذي يقرر بنفسه ما هو مناسب لذلك بناءً على موضوع الدراسة والهدف منه وإشكاليته .

ويتحكم في حجم العينة الاعتبارات التالية:(طه عبد العاطي، 2015، 124).

- طبيعة المجتمع المدروس.
- أسلوب الدراسة.
- موضوع البحث.
- مدى وفرة المال والوقت اللازم.
- مدى الدقة المطلوبة للبحث.

- تحديد مدى تجانس المجتمع الأصلي أو تشتته فكلما زاد عدم تجانس المجتمع المدروس كلما كبرت العينة.

- الإجراءات المستخدمة في الاستقصاء تؤثر على حجم العينة، فالعينة العشوائية تحتاج مفردات أكبر والعشوائية الطبيقة تحتاج مفردات أقل.

وهناك ثلاثة عوامل رئيسية يجب على الباحث الأخذ بها دائما في مسألة تقرير حجم العينة وهي:(عبد الحميد، 2004، 132).

4. 2 درجة تجانس أفراد أو مفردات مجتمع البحث:

وبناءً على ذلك فإن مسألة اختيار العينة تتفاوت من دراسة إلى أخرى، فإذا كان مجتمع البحث يتكون من مفردات مختلفة في تكوينها وفي اتجاهاتها، كان لا بد من التنويع في العينة واختيار أعداد الاتجاهات، فالقاعدة الأساسية في مسألة تجديد حجم العينة هي مراعاة درجة تجانس مجتمع البحث، لأن تجانس مفردات مجتمع البحث يجعل الصفات المتواجدة في أية مجموعة هي نفس الصفات المتواجدة في المجموعات الأخرى تقريبا، أما إذا كان المجتمع غير متجانس سواء من حيث الجنس أو العرق أوالمستوى التعليمي، أو الحالة الاجتماعية.. إلخ فإن هذا يستلزم أن تكون العينة واسعة بحيث تمثل كل هذه الشرائح.

4. 3 مقدارحجم مجتمع البحث نفسه:

إن كبر حجم مجتمع البحث يعني في الغالب كثرة الاختلاف في الاتجاهات والآراء ولكي تحتوي النتائج على سائر تلك الآراء والاتجاهات حول الموضوع المدروس وجب أن تشمل العينة على من يمثل تلك الآراء والاتجاهات بالنسبة نفسها الموجودة في مجتمع البحث، لذلك فإن حجم العينة يزداد بازدياد حجم المجتمع المبحوث.

4. 4 الاعتبارات المادية:

من الدوافع الرئيسية للجوء إلى أسلوب العينة بدلا من أسلوب الحصر الشامل هو التكلفة المادية الباهظة التي يتطلبها الحصر الشامل، لذا يلجأ الباحث إلى أسلوب العينة للتقليل من النفقات.

4. 5 عامل الزمن:

إن العينة الكبيرة الحجم تحتاج إلى وقت كبير حتى يتمكن الباحث من مسحها والاتصال بكل عناصرها، وفي كثير من الأحيان يكون الباحث مقيدا بفترة زمنية محددة لإنجاز البحث، وعليه يجب على الباحث أن يأخذ الفترة الزمنية التي سينجز فيها بحثه في الحسبان عند اختياره لعينة بحثه.

4. 6 المنهج المتبع:

يتأثر أيضا حجم العينة بنوع مشكلة البحث والمنهج المتبع وبأداة البحث التي ستجمع بواسطتها المعلومات والبيانات، عند اعتماد الباحث على المقابلة العلمية يختار عينة أقل عددا مقارنة بالعينة التي يختارها عند اعتماده على استمارة الاستبيان.

5. كيفية احتساب حجم العينة:

العينة لتحديد حجم العينة تحديدا علميا دقيقا يجب معرفة ما يلي:(أبراش، 2009، 246)

1.5 يجب معرفة القيمة التقريبية للانحراف المعياري لمجتمع البحث الذي سوف تُختار منه العينة، وهذا يمكن تخمينه من قبل الباحث على أساس مدى تجانس أو عدم تجانس مجتمع البحث فكلما كان متجانسا كلما كان الانحراف المعياري أقل.

والانحراف المعياري هو أداة في الإحصاء تقاس بها الفروق أو الأخطاء للوقوف على مقدار أهميتها وما تدل عليه. والانحراف المعياري لمجموعة من القيم هو عبارة عن الوسط التربيعي لانحرافات هذه القيم عن وسطها الحسابي، بمعنى آخر هوالجذر التربيعي لمتوسط مربعات الانحرافات عن الوسط الحسابي.(بدوي، 1978، 407)

2.5 تحديد درجات الدلالة للوسط الحسابي لمجتمع البحث التي تتراوح بين 2/1درجة و4 درجة، والباحث هو الذي يحدد درجات الدلالة. وهذه الأخيرة تعتمد مستويات الثقة التي يتعامل معها الباحث، ومستوى الثقة 95% درجة دلالته (1.96) ومستوى الثقة 99% درجة دلالته(2.58).

وترتبط درجة الدلالة أو مرحلة الثقة بقيمة معينة يمكن أن تتنوع وهي الفرق الحقيقي بين الوسط الحسابي للعينة والوسط الحسابي لمجتمع البحث، أما مستوى الثقة 95% مثلا فيشير بأنه 95 من 100 سوف تحدث نفس النتيجة(محمد الحسن، 1982، 56)

3.5 تحديد مستويات الثقة التي يتعامل معها الباحث وهي قد تكون 95% أو 99% وبعد ذلك نستعين بالمعادلة التالية لتحديد حجم العينة:

$$\text{ن ع} = \frac{\text{ع ح}^2}{\text{س}^2}$$

ن ع هو حجم العينة المطلوب اختيارها من مجتمع البحث.

حد الثقة أو درجة الدلالة للوسط الحسابي لمجتمع البحث.

$$\text{س} = \frac{}{\text{درجة دلالة مستويات الثقة 95\%، 99\%}}$$

ونرمز للانحراف المعياري لمجتمع البحث ب ع ح. فلو فرضنا بأن الانحراف المعياري لمجتمع البحث:

ع ح = 20 ودرجة الدلالة +2. حيث أن مستوى الثقة = 95% ودرجة دلالته (1.96) فحجم العينة يستخرج بالطريقة التالية:

$$\text{ن ع} = \frac{(\text{ع ح})^2}{(\text{س})^2} \quad \text{حيث س} = \frac{(2)^2}{(1.96)^2} = 1.$$

$$\text{و ن ع} = \frac{(20)^2}{(1)^2} = 400 \text{ وهو حجم العينة المطلوب.}$$

6. أنواع العينات:

هناك طريقتان لاختيار عينة البحث تتمثل فيما يلي:(قنديلجي، 2010، 147)

1.6 العينات الاحتمالية:

وهي العينات التي يتاح فيها لكل مفردة من مفردات مجتمع البحث فرصة الظهور في العينة حيث يتم اختيار أفراد العينة في هذا النوع بشكل عشوائي، وهي أنواع تتمثل في:

1.1.6 العينة العشوائية البسيطة:

وهي عينة يعتمد في اختيارها على الطريقة العشوائية، حيث تعطى جميع وحدات مجتمع البحث فرصا متساوية في الاختيار والظهور ضمن وحدات العينة، ويعتمد الباحث في ذلك على القرعة أو الجدول العشوائي، والقرعة هي أن يضع الباحث أسماء مفردات مجتمع البحث المراد دراسته في وعاء، ثم يسحب منه المطلوب.

أما إذا كان مجتمع البحث كبيرا فإن طريقة الجدول العشوائي هي الأنسب، وفيها يقوم الباحث بإعداد جدولا بوحدات المجتمع المبحوث المرقمة بطريقة متسلسلة بحيث توضع الأرقام على الجدول بطريقة عشوائية ثم يبدأ من نقطة في الجدول العشوائي لتكون هي الرقم الأول، فيأخذ الاسم المقابل للرقم من جدول وحدات المجتمع المبحوث ويكرر العملية فيضع إصبعه بطريقة عشوائية على رقم جديد في الجدول العشوائي، ويستخرج الإسم المقابل له في جدول الأسماء وهكذا حتى يستخرج العدد المطلوب لحجم العينة .

2.1.6 العينة العشوائية المنتظمة:

وهي أكثر انتشارا في الأبحاث التطبيقية لقلة تكاليفها وسهولة إجرائها فضلا عن قلة الأخطاء التي تقع في اختيار مفرداتها ويتم اختيار هذه العينة من إطار يحتوي على مفردات مجتمع البحث، وتعتمد هذه الطريقة على تحديد مسافة متساوية بين مفردات الإطار.

حيث يقوم الباحث باختيار العنصر الأول من وحدات العينة بطريقة عشوائية، ثم يختار بقية الوحدات بشكل منتظم بحيث يكون الفارق بين كل وحدة وأخرى متساويا عدديا ويسمى هذا الفارق مسافة الاختيار.

مثال:

إذا كان العدد الكلي لمجتمع البحث هو 2000 مفردة، وكانت العينة المطلوبة هي 100 مفردة فإن مسافة الاختيار تحسب كما يلي:

$$\text{مسافة الاختيار} = \frac{\text{حجم مجتمع البحث}}{\text{عدد مفردات العينة}} = \frac{2000}{100} = 20$$

وعليه يقوم الباحث باختيار أول مفردة بطريقة عشوائية بحيث تكون هذه المفردة أقل من الرقم 20، ولتكن المفردة رقم (3) مثلا، بعدها يبدأ الباحث باختيار باقي مفردات العينة بحيث يضيف في كل مرة مسافة الاختيار وهي (20) كما هو موضح فيما يلي:

رقم أول مفردة هو (3)، يصبح بعدها رقم ثاني مفردة (3+20=23)، ويصبح رقم المفردة الثالثة (23+20=43)، ثم (63)، و(83)، وهكذا حتى يصل إلى آخر رقم والذي يكون تسلسله 100 أي يجب الحصول على 100 مفردة في الأخير وهو مجموع مفردات العينة (حجم العينة).

ولهذا يكون الباحث قد أعطى فرصة لكل مفردة من مفردات مجتمع البحث للظهور في العينة.

3.1.6 العينة العشوائية الطبقية (الفئوية):

وتستخدم هذه العينة لضمان تمثيل مفردات العينة لكل طبقات مجتمع البحث وذلك من أجل الحصول على بيانات ذات دقة محددة مطلوب معرفتها من شرائح متميزة في مجتمع معين، وحينما تتباين بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية في مجتمع محدد يصبح من الضروري معاينة كل فئة متميزة على حدى وذلك لضمان تمثيل كل الفئات وتعتمد هذه العينة على كشوف السجلات المدنية مثلا أو قوائم العمال في مصنع معين أو قوائم الطلبة في كلية معينة وتعتبر هذه العينات من أكثر العينات شيوعا في الدراسات الإعلامية وبصفة خاصة قياس جمهور وسائل الإعلام والرأي العام حتى يضمن الباحث تمثيل الفئات المختلفة في العينة بنسبة تمثيلها في المجتمع الأصلي للبحث.

ويتم اللجوء لهذه الطريقة عندما يكون مجتمع البحث غير متجانس من حيث السن، أو النوع أو الدين، أو المهنة، وعليه تكون العينة ممثلة بشكل صحيح للمجتمع المبحوث بحيث تكون ممثلة لمختلف الأصناف والشرائح وبنسب مناسبة لها.

ويتم ذلك من خلال اتباع الخطوات التالية:

- ✓ معرفة المجتمع الأصلي معرفة دقيقة، وتحليله لمعرفة كل طبقة أو فئة من فئاته.
- ✓ تحديد عدد الوحدات المكونة للمجتمع ككل، وهذا يتطلب توفر قوائم بأسماء بأسماءالمفردات أو الوحدات المكونة لمجتمع البحث وأيضا عدد الوحدات لكل طبقة من طبقاته.
- ✓ تحديد حجم العينة المراد إجراء البحث عليها، وعدد الوحدات المطلوبة من كل طبقة.
- ✓ اختيار وحدات العينة بطريقة التساوي أو بطريقة التناسب أو الحصص وهو ما يسمى بالعينة الطبقية التناسبية أو الحصصية.

وعليه هناك مستويين أو طريقتين لاختيار العينة الطبقية كما يلي:

أ- التوزيع المتساوي:

وفيه تقسم مفردات العينة على طبقات مجتمع البحث بالتساوي حتى وإن اختلف عدد أفراد كل طبقة عن الأخرى وكمثال على ذلك:

ليكن لدينا مجتمع بحث معين يقسم إلى موظفين وأصحاب المهن الحرة والمتقاعدين والطلبة وربات البيوت لغرض دراسة خدمات وسائل الإعلام المقدمة إليهم مثلا، وكان حجم العينة المطلوب للبحث هو 400 مفردة أو وحدة من كل هذه الشرائح أو الفئات الخمسة، فحسب هذه الطريقة يؤخذ عدد متساوٍ من كل شريحة من هذه الشرائح كالآتي:

-الموظفون : 80

-أصحاب المهن الحرة : 80

-المتقاعدون : 80.

-الطلبة : 80.

المجموع = 400 مفردة وهو حجم العينة المطلوب.

وإذا كان مجتمع البحث يتكون من طلبة جامعة الجزائر 3 مثلا فيمكن تقسيم شرائح مجتمع البحث وطبقاته متشكلة من كليات جامعة الجزائر 3 ويكون التقسيم كما يلي:

-كلية علوم الإعلام والاتصال : 100.

-كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية : 100

-كلية العلوم الاقتصادية : 100

-كلية التربية البدنية : 100.

المجموع = 400 مفردة وهو حجم العينة المطلوب.

وإذا أخذنا مجتمع البحث هو طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال مثلا فيكون تقسيم شرائح مجتمع البحث وطبقاته إلى قسم الإعلام وقسم الاتصال وهكذا.

ب- التوزيع المتناسب:

وتسمى العينة الطبقية التناسبية أو الحصصية، وهو أن تأخذ من كل فئة أو طبقة من طبقات مجتمع البحث عددا يماثل نسبة الفئة أو الطبقة، بمعنى أن يتناسب حجم العدد المختار من كل فئة أو طبقة مع حجمها الفعلي ومع تمثيلها داخل مجتمع البحث.

وبالرجوع إلى المثال السابق مثلا:

لدينا:

- عدد طلبة كلية الإعلام والاتصال هو 5000 طالب.
- عدد طلبة كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية 2500 طالب.
- عدد طلبة كلية العلوم الاقتصادية هو 8000 طالب.
- عدد طلبة كلية علوم التربية البدنية هو 4500 طالب.

والملاحظ هنا أن طلبة كلية العلوم السياسية يمثل نصف حجم كلية علوم الإعلام والاتصال وهو الأمر الذي يجب أن يظهر في نسب العينة.

ويمثل هنا المجتمع الأصلي للبحث 20000 طالب وهو مجموع أعداد الطلبة في الكليات الأربعة التابعة لجامعة الجزائر 3.

حجم مجتمع البحث = حجم طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال + حجم طلبة العلوم السياسية والعلاقات الدولية + حجم طلبة العلوم الاقتصادية+ حجم طلبة كلية علوم التربية= 5000+2500+8000+4500 = 20000 طالب

ويكون تمثيل هؤلاء الفئات في العينة التناسبية أو الحصصية كما يلي:

(الأصلي البحث مجتمع حجم)/(المطلوب العينة حجم)= 400/20000 = 50 وهو الرقم المطلوب اعتماده في التقسيم لاختيار النسبة من كل فئة كما يلي:

-طلبة علوم الإعلام والاتصال = 50/5000 = 100 طالب

-طلبة كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية= 50/2500 = 50 طالب

-طلبة كلية العلوم الاقتصادية = 50/8000 = 160 طالب

-طلبة كلية علوم التربية البدنية = 50/4500 = 90 طالب

وهكذا يكون تمثيل طلبة علوم الإعلام والاتصال ضعف تمثيل طلبة كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية لأن عددهم في المجتمع الأصلي هو الضعف تماما.

ويمكن تطبيق نفس الطريقة على الأقسام التي تتكون منها كل كلية من كليات جامعة الجزائر 3.

4.1.6العينة المساحية : (عينة التجمعات، متعددة المراحل)

وهي عينة ذات أهمية كبيرة عند الحصول على عينات تمثّل المناطق الجغرافية. ويتم اللجوء إليها، إذا كان حجم المجتمع الأصلي كبيرا، عندما يكون مجتمع البحث منتشرا في مساحات جغرافية شاسعة، أو عند عدم توفر قوائم تفصيلية لجميع وحدات المجتمع نتبع

أسلوب المراحل المتعددة في اختيار العينة وتتلخص تلك الطريقة في اختيار عينة من مجتمع متسع مكانيا: بحيث نختار المناطق الجغرافية نفسها عشوائيا، ولكن يجب أن تمثِّل في كل منطقة مختارة كل الفئات المتمايزة لمفردات البحث. وتتطلب العينة المساحية اختيار الأماكن وتحديدها أولا، ثم الأفراد ثانيا فهي تتم على مراحل حتى يضمن الباحث دقة التمثيل، وتستلزم هذه الطريقة إعداد وتوفير خرائط دقيقة على المنطقة التي يشملها البحث.

فعلى سبيل المثال: إذا أراد الباحث اختيار عينة من شباب العاصمة فإنه يختار أربعة مراكز وهي: جنوب العاصمة، الحراش مثلا، غرب العاصمة زرالدة، شرق العاصمة منطقة بلوزداد وشمال العاصمة الجزائر الوسطى.

ويتم اختيار عينة من كل منطقة بحيث تمثل العدد المطلوب اختياره، وتستخدم عينة التجمعات بتوسع في قياسات الجمهور والرأي العام التي تضمن تمثيل مناطق التجمعات.

ونظرا للتدرج في الاختيار فإنه يطلق عليها أيضا العينة العنقودية، مثلا: ولاية، دائرة، بلدية، حي، وحدات.

2.6 العينات غير الاحتمالية :

في هذا النوع لا تتوفر فرص لكل مفردات مجتمع البحث للتواجد في العينة، وهذا النوع من العينات أسهل للباحث، إلا أن علميتها أقل من علمية العينات الاحتمالية، حيث تلعب ذاتية الباحث دورا كبيرا في اختيار مفردات العينة وتتمثل أهم العينات غير الاحتمالية فيما يلي:

1.2.6 العينة العمدية:

وفيها تُختار الوحدات أو المفردات بطريقة عمدية، وذلك تبعا لما يراه الباحث من سمات أو صفات أو خصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث، مثل دراسة آراء واتجاهات جمهور برنامج إذاعي أو تلفزيوني في محتوى البرنامج، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات العينة من أفراد المجتمع متتبعي البرنامج.

2.2.6 العينة العارضة أو العابرة:

وهناك من يسميها عينة الصدفة أو المصادفة، وفي هذا النوع من العينات لا يخضع اختيار مفرداتها لأي معيار سوى اختيار المكان أو التعرض العابر، أو الافراد الذين يتصادف وجودهم في شارع أو منطقة ما في وقت إجراء المقابلات معهم، فالاختيار هنا مرهون بالموقع والوقت، والباحث يحاول الاختيار وفقا لتصنيفات مسبقة وهذا ما يتطلب الجهد الكبير والوقت الطويل للوصول إلى العدد المطلوب بالخصائص المحددة للمفردات .

مثل اختيار عينة من أول الأفراد الذين يشترون جريدة معينة في مكان معين أو وقت محدد. هذه العينة لا تمثل المجتمع الأصلي، لكنها تمثل فقط الأفراد العابرين بالصدفة في منطقة معينة أو شارع معين في وقت ما، ولذلك فإن نتائج البحوث المعتمدة على هذا النوع من العينات لا تصلح للتعميم لعدم تمثيلها للمجتمع.

3.2.6 العينة الشبكية:

وتسمى أيضا عينة كرة الثلج، حيث يرسم الباحث في هذا النوع من العينات صورة، أو لمحة محددة عن خصائص مطلوبة في أفراد العينة، ثم يطلب من كل مشارك أن يقترح مشارك آخر أو أكثر تنطبق عليهم تلك الخصائص لكي يكونوا ضمن العينة، وتستخدم هذه الاستراتيجية في المواقف التي يشكل الأشخاص المقصودين جماعة ذوي حدود وظيفية أو مكانية واحدة، ولكنهم موزعين هنا وهناك، على تجمعات وظيفية أو مكانية مختلفة. حيث يقوم الشخص المشارك بتقديم التوصية للباحث بمقابلة شخص آخر يحدده بالإسم يمتلك معلومات وافية ومتعمقة. وقد يكون هذا الشخص في موقع وظيفي أو مكاني آخر، ويقوم هذا الشخص الثاني بذات التوصية بالنسبة لشخص ثالث، وهكذا تزداد العينة بتوصية كل شخص مشارك بمشارك آخر. ويستمر كذلك حتى يصل إلى مرحلة الإشباع بحيث أن أفراد العينة التالية ذكرهم أصبحوا لا يضيفون شيئا فيما يقدمونه من معلومات إلى ما قدم تم تجميعه.

وتستخدم هذه العينات في إنجاز البحوث النوعية القائمة على المقابلات المتعمّقة أكثر منه في البحوث القائمة على الملاحظة بالمشاركة.

7. أخطاء العينات في الدراسات الإعلامية:

هناك نوعين من الأخطاء: أخطاء التحيّز وأخطاء المعاينة كما يلي:

1.7 أخطاء المعاينة:

تتمثل أهم الأسباب التي تؤدي إلى أخطاء المعاينة في بحوث الجمهور والرأي العام فيما يلي:

1.1.7 صغر حجم العينة:

بمعنى كلما كبرت العينة صغرت بالتالي أخطاء المعاينة و تأكدت الثقة أكثر في النتائج، إلا أن ذلك يبدو مكلفا للباحث.

2.1.7 عدم مراعاة احتمالات عدم الاستجابة:

فإذا أردنا إجراء بحث على 2000 حالة وكان تقديرنا أن 20% من الحالات لن تستجيب فإنه يجب علينا زيادة حجم العينة إلى 2500 حالة.

3.1.7 عدم مراعاة تباين المجتمع وطريقة الاختيار وأسلوب حساب النتائج مثلما توضحه بالتفصيل نظريات علم الإحصاء.

2.7. أخطاء التحيّز:

وتتمثل أهم الأسباب التي تؤدي إلى أخطاء التحيز في:

عدم صلاحية إطار العينة، أو تحيّز الباحث في اختيار الحالات التي تروقه، أو فشله في الحصول على نسبة ملحوظة من الإجابات وعدم استخدامه الطرق الصحيحة في حساب التقديرات.

8. خاتمة:

كخلاصة نقول أن اختيار العينة وحجمها ونوعها يخضع لنوع البحث وأهدافه وخصائص مفرداته، ليس هناك نوع منها مرتبط بنوع دراسة معينة أو منهج محدد وتعود السيطرة في اختيار العينة مع التقليل قدر الإمكان من أخطائها إلى مهارة الباحث لذا يجب عليه بذل أكبر جهد لتجنب أخطاء العينات حتى تكون نتائج البحث صادقة وموضوعية لذا نقترح على الأساتذة في وحدة منهجية علوم الإعلام والاتصال التركيز على الجانب العملي التطبيقي لتمكين الباحثين وخاصة الطلبة منهم على التدرّب جيدا على تطبيقات العينات بأنواعها.

9. قائمة المراجع:

- أبراش ابراهيم (2009)، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، الطبعة الأولى، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.
- إحسان محمد الحسن(1982)، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، بيروت.
- زكي بدوي أحمد (1978)، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت.
- عبد العاطى نجم طه (2015)، مناهج البحث الإعلامي، الطبعة الأولى، الإسكندرية: دار كلمة للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد محمد (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الثانية، القاهرة: عالم الكتب.
- قنديلجي عامر (2010)، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، أسسه، أساليبه، مفاهيمه،
- القواسمة رشدي وآخرون (2012)، مناهج البحث العلمي، عمان: منشورات جامعة القدس المفتوحة.
- محمد الحسن إحسان(1982)، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، بيروت.
- مصطفى صلاح الدين وآخرون (2010)، خطوات البحث العلمي ومناهجه، جامعة الدول العربية، قطاع الشؤون الاجتماعية.

- *Anol Bhattacherjee, (2012), Social Science Research: Principles Methods, and Practices, University of South Florida, Scholar commons, P65, Site web: http://scholarcommons.usf.edu/oa_testbooks, Date of access: 11septembre 2019, à 01.16.*
- *Jean-Louis Loubet del Bayle,(2000), Initiation aux Méthodes des Sciences Sociales, P92, Site web : http://bibliothèque.uqac.ca, Date d'accès : 12 septembre2019, à 13.00.*
- *Bruno Marier et Jean-Pierre Beaud,(2003), Guide pratique pour l'utilisation de la statistique en recherche : Le cas des petits échantillons, Québec :Agence universitaire de la francophonie, Site web : http://eprints.aidenligne-français-université.auf.org/379/1/guide- pratique pour l'utilisation de la statistique en recherche, Date d'accès : 11septembre2019, à1.00.*