

## المحاضرة الثالثة : مجتمع البحث والعينات

إن أهم الخصائص المميزة للدراسات الإعلامية أنها تتعامل مع قاعدة عريضة أساسها الجمهور كبير الحجم أو المحتوى المنشور أو المذاع وهذا ما يحول دون التعامل مع هذه القاعدة المعرفية بأسلوب الحصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها.

ويصبح التعامل مع العينات هو الأساس في الدراسات الإعلامية فيلجأ الباحث إلى اختيار عدد محدود من المفردات يكون ممثلاً في خصائصه وسماته للمجموع من أفراد الجمهور أو الوثائق المطبوعة أو المسجلة بما يتفق مع أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة.

يتراوح الأسلوب التي يتبع في دراسة مفردات مجتمع البحث ما بين العينة والحصر الشامل.<sup>1</sup>

**الحصر الشامل:** معناه جمع البيانات من جميع المفردات التي يتكون منها المجتمع محل البحث.

**العينة:** هي جمع البيانات من جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعميم نتائج الدراسة على المجتمع كله.

ويستخدم أسلوب البحث بالعينة عندما لا يمكن للباحث القيام بأسلوب المسح الاجتماعي، وعموماً الدراسات المسحية تكثر في الدراسات السكانية.

يتمتع أسلوب العينة ببعض المزايا التي تميزه عن أسلوب الحصر الشامل ومن أهمها<sup>2</sup>:

**التكلفة المنخفضة:** عند إجراء الدراسة على جزء من المجتمع، فمن الطبيعي أن تتخفف التكلفة مما لو أجريت الدراسة على كل المجتمع.

**توفير الوقت:** تساعد العينات على توفير الوقت اللازم لإجراء الدراسة والحصول على نتائج بشكل أسرع من أسلوب الحصر الشامل.

---

<sup>1</sup>- محمد منير حجاب: المرجع السابق، ص 105.

<sup>2</sup>- سامي طابع: مقدمة في مناهج البحث، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، مصر، 2004، ص 196، 197.

**الحصول على معلومات متنوعة:** تتيح العينة الفرصة للباحث للحصول على معلومات دقيقة ومتعمقة عن الظاهرة موضوع الدراسة، وتتيح العينة أيضا الفرصة للباحث لدراسة العلاقات بين المتغيرات المختلفة التي يتم دراستها والتوصل إلى العلاقات التي تربط ببعضها وذلك لصغر حجم العينة مقارنة بالمجتمع ككل.

**دقة النتائج:** تساعد العينة الباحث على إجراء دراسة محكمة ودقيقة لسهولة التحكم الجيد في عملية جمع البيانات وتحليلها، ومن هنا يمكن القول بأن الاعتماد على العينة يساعد الحصول على نتائج أكثر دقة وأفضل من نتائج الحصر الشامل .

## 1. الشروط الواجب توفرها في العينة:

### أولاً: أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي:

أي تكون شاملة لجميع خصائص المجتمع الأصلي، بمعنى أنه إذا تكررت نفس النتائج على العينات الأخرى كانت العينة التي تُجرى عليها البحث عينة ممثلة للمجتمع الأصلي أصدق تمثيلاً، بحيث تكون المتوسطات والنسب المئوية لخصائص أعضاء العينة متقاربة أو متشابهة مع متوسطات ونسب المجتمع الأصلي حتى تصبح العينات ممثلة لكل الذي تنتمي إليه.

### ثانياً: أن تكون لوحدات المجتمع الأصلي فرص في الاختيار:

ما تجدر الإشارة إليه هنا هو أن غالباً ما يكتفي الباحث بالشرط الثاني لأن فيه عادة ضمان لاستقاء الشرط الأول، فإذا ضمنا تساوي فرص الاختيار، تحصلنا على عينة ممثلة للمجتمع الأصلي في غالب الأحوال.<sup>1</sup>

## 2. مراعاة مصادر الخطأ في العينة:

قد تتعرض نتائج البحث بطريقة العينة لنوعين من الأخطاء هما:

**أولاً. خطأ الصدفة:** ينشأ هذا الخطأ من الفروق بين أعضاء العينة وأعضاء مجتمع الدراسة كله، خاصة عندما تكون العينة التي نختارها محدودة العدد، أي أنه يمكن التقليل من خطأ الصدفة باختيار عينة كبيرة الحجم، فكلما اقترب حجم العينة من حجم مجتمع الدراسة اقترب خطأ الصدفة من الصفر.

<sup>1</sup> - عريب سيد أحمد: تصميم البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1997، ص 225، 226.

**ثانياً. خطأ التحيز:** قد يتعرض الباحث عند اختياره للعينة للوقوع في خطأ التحيز، و ينتج هذا الخطأ عادة عندما لا يتم اختيار أعضاء العينة بطريقة عشوائية، أو أن الإطار الذي اعتمد عليه لم يكن وافياً بالغرض أو لصعوبة الاتصال ببعض المبحوثين وتركهم دون الحصول على الاستجابة المطلوبة منهم.

ويختلف خطأ التحيز عن خطأ الصدفة فيما يأتي:

- عدم وجود وسيلة لتقدير خطأ التحيز تقديراً دقيقاً كما هو الحال في تقدير خطأ الصدفة.
- عند زيادة حجم العينة يمكن أن يتناقص خطأ الصدفة ولا يحدث ذلك مع خطأ التحيز، حيث أنه لا يتناقص بزيادة حجم العينة.<sup>1</sup>

### 3-خطوات اختيار العينة: يجب مراعاة الخطوات التالية:<sup>2</sup>

**أ-تحديد وحدة العينة:** ويمكن القول المفردة قد تكون عدد من الصحيفة، أو اليوم في الإذاعة، أو الفرد من الجمهور المتلقين أو طالب من طلاب الجامعات.

**ب-تحديد الإطار الذي تؤخذ منه العينة:** ويمثل المصدر الذي يختار منه الباحث مفردات العينة ويقصد به أيضاً القائمة التي تحتوي على جميع أسماء مجتمع الدراسة مثلاً عند دراسة الصحف فإنه الإطار هو جميع الأعداد الصادرة من الصحيفة التي يقوم الباحث بدراستها، ومثال آخر: جمهور المستهلكين لوسيلة إعلامية لقياس اتجاهات الجمهور تجاه قضية محددة فإن الإطار هو جميع هؤلاء الأفراد وكذلك مثل سجلات الموالية دفاتر السجل المدني... إلخ.

وبشترط أن يتحقق في إطار العينة المواصفات التالية:<sup>3</sup>

**الشمول:** أي يتوفر في مجموع المفردات الذي يضمه نفس الخصائص التي يتم وصف مجتمع البحث من خلالها (النوع/ العمر، السن ...) وغيرها من الخصائص التي يمكن تصنيف المجتمع إلى فئات من خلالها.

---

<sup>1</sup>- د. طلعت ابراهيم لظفي: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1990، ص 60،59.

<sup>2</sup>- د. رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، المرجع السابق، ص340.

<sup>3</sup>- د. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص 133.

**الكامل:** حتى يعكس العدد الحقيقي لحجم مجتمع البحث، فلا يكون منقوصا يؤثر في تحديد هذا الحجم الحقيقي، ولذلك ينبغي أن يكون الإطار جديد ومتكاملا غير منقوص، فلا يعتمد الباحث على سجلات أو دفاتر تقادمت تاريخها.

**الكفاية:** وترتبط كفاية الإطار بتلبيته لحاجات ومتطلبات تطبيق نظام العينات أو طرق الاختيار، فالإطار الذي يضم المشتركين في الصحف لمدة عام فقط لا يعكس كل المشتركين أو المشتركين من الرجال فقط، أو دفاتر النقابات التي لا تضم وصفا للعمر من خلال تسجيل تاريخ الميلاد لا تُعتبر كافية... وغيرها من المتطلبات التي قد لا تعتبر ضرورية لبحث ما، فلا تُلبي هذه المتطلبات لعدم كفايته.

وهذه الشروط يتأكد منها الباحث، لأن غياب أحدها سيؤدي إلى ظهور أخطاء تؤثر في اختبار العينة وصدق تمثيلها.

**ج- حجم العينة:** لا يمكن تحديد الحجم اللازم لعينة من العينات لأنه يتغير من حالة إلى حالة حسب عدة اعتبارات، فهناك عوامل عديدة يتحدد على ضوءها حجم العينة وهي:

- قدر تجانس بين مفردات المجتمع في الخصائص أو السمات، فكلما زادت درجة التجانس بين مفردات المجتمع أمكن اختيار عدد أقل من العينة.
- التوزيع الجغرافي للمفردات وهو ما يعكس تشتتها ومنتشارها، وذلك أنه كلما زاد انتشار المفردات أو كانت موزعة على مناطق جغرافية متباعدة كلما تطلب الأمر زيادة حجم العينة.
- كفاية المعلومات التي يوفرها إطار العينة لاختيار المفردات، فكلما كان إطار العينة شاملا كاملا يلبي حاجة البحث يمكن اختيار عينة أدق حجما، بينما يجب زيادة الحجم في حالة غياب بعض المعلومات أو البيانات أو عدم استخدام أطر لعينة تُلبي حاجات الاختيار.
- يتأثر أيضا حجم العينة بالمنهج المستخدم في البحث وما يتطلبه من أدوات لجمع البيانات، فالمسح على سبيل المثال يحتاج إلى عينة حجمها أكبر بينما يحتاج التجريب عدد أقل، فالدراسات الوصفية يمكن استخدام حجم 10% من مجتمع الدراسة أما البحث التجريبي عدد أفراد العينة يتراوح من 20-30 مفردة.

- ويرتبط حجم العينة أيضا بأهداف الدراسة التي تظهر في تعدد المتغيرات ومنهج البحث وكذلك في المعاملات الإحصائية، فالتحليل العاملي يحتاج إلى عينات أكبر يفرضها تعدد الاستجابات، وتعدد المتغيرات. بينما يقل حجم العينة في دراسات العامل الواحد أو العوامل المحدودة.

- وهناك اعتبارات أخرى مثل الوقت والإمكانيات المتاحة التي قد تحول دون اختيار عينات كبيرة الحجم، إلا أنه يجب أن لا يستسلم الباحث لهذه الصعوبات لأن التعميم يظل مرهونا بكفاية العينة ومدى تمثيلها للمجتمع.

ويكاد يكون هناك اتفاق بين الخبراء بأنه لا يمكن الجزم بنسبة معينة لحجم العينة إلا أن الأفضل دائما هو اختيار الحجم الأكبر بقدر الإمكان.

د - **تحديد طريقة اختيار العينة:** يتفق الخبراء على تقسيم العينات إلى أنواع رئيسية تبعا لتدخل الباحث في اختيار الطريقة والمفردات وخضوعا بالتالي لقوانين الاحتمالات أو عدم خضوعها لهذه القوانين، حيث تتأثر في الحالة الأخيرة بتدخل العامل الشخصي في الاختيار، ولذلك نجد هناك تصنيف للعينات على أساس أنها احتمالية (عشوائية) حيث لا يتدخل الباحث في اختيارها ولكن تختار بطريقة عشوائية، أو أنها غير احتمالية (عشوائية) أو عمدية حيث يسمح بتدخل العامل الشخصي في الاختيار.