جامعة أحمد زبانة –غليزان-

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علوم الإعلام والإتصال

محاضرات في مقياس دراسات جمهور وسائل الإعلام / السنة الثالثة ليسانس

أ.صابر نصر الدين عبد السلام

الإيميل: n.Saber@univ-boumerdes.dz

المحاضرة الخامسة: طرق إختياروحساب العينات في دراسات جمهوروسائل الإعلام

تعتبر العينات أحد السبل الرئيسية التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات والمعلومات، فبعد أن ينتهي الباحث من إختيار مشكلة البحث وتحديد أبعادها ومنهجها وصياغة أدوات جمع البيانات والمعلومات، يحاول أن يجمع أقصى ما يمكن جمعه من البيانات بحيث لا يترك شيئاً ذا أهمية دون بحث وتدقيق، **وللوصول إلى هذه البيانات يجد الباحث أمامه إحدى الطريقتين:**

1. إما أن يجمع البيانات عن طريق الحصر الشامل وهذا ما يطلق عليه أسلوب التعداد.
2. الطريقة الثانية أنه يضطر إلى إختيار عينة وهذا ما يطلق عليه أسلوب العينات.

ومهما كان المجتمع الأصلي للبحث واسع النطاق أو ضيق النطاق فإن على الباحث أن يحدد درجة التجانس في هذا المجتمع الأصلي، **لذلك فإختيارالعينات لا يتم بطريقة إعتباطية بل يجب التقيد بشروط أهمها:**

1. تجنب التحيز في إختيار العينة حتى وإن كان إختيار العينة يتم بطريقة عشوائية.
2. أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي من حيث خصائصه لأن الباحث لا يستطيع تعميم نتائجه إذا كان إختيار العينة يتم بطريقة عرضية. بمعنى أنه إذا تكررت نفس النتائج على عينات أخرى كانت العينة التي يجري عليها الباحث بحثه عينة ممثلة للمجتمع الأصلي أصدق تمثيل، وفي هذا الإطار يجب أن تكون الأرقام والنسب المئوية لخصائص العينة متقاربة أو متشابهة.
3. أن تكون لوحدات المجتمع الأصلي فرصاً متساوية في الإختيار وسنوضح ذلك فيما بعد.

ملاحظة: نقول عينة أو مجتمع الدراسة نفس الشيء، في حين أن مجتمع الدراسة أو العينة هو جزء من المجتمع الأصلي بحيث أن:

العينة = مجتمع البحث أو مجتمع الدراسة ≠ المجتمع الأصلي. فنقول مثلا: طلبة السنة الثالثة ليسانس هم المجتمع الأصلي، ثم نختار العينة التي هي مجتمع الدراسة أو البحث فنأخذ تخصص إعلام وإتصال كعينة.

من خلال هذه المحاضرة سنحاول شرح طرق إختيار العينات وأنواع العينات المعتمدة في دراسات جمهور وسائل الإعلام، وعلى العموم يوجد نوعان من العينات في هذا الإطار، هما العينات الإحتمالية وتنقسم إلى أنواع والعينات غير الإحتمالية وتنقسم بدروها إلى أنواع أيضا بحسب الدراسة.

نعتمد بكثرة في دراسة جمهوروسائل الإعلام على العينات الإحتمالية وبالتحديد على أربعة أنواع هي:

1- العينة العشوائية البسيطة:

في هذه الطريقة يعطى الباحث أرقاما متسلسلة لجميع أفراد المجتمع الأصلي ثم يبدأ من أي نقطة في جدول الأعداد العشوائية ويقرأ الأعداد بالترتيب أفقياً أو عمودياً. وليس محتملا أن تمثل العينة العشوائية خصائص

المجتمع الأصلي ككل ولكنها تترك إختيار المفحوصين للصدفة. إلا أن هذه الطريقة غير عملية خاصة إذا كان حجم المجتمع كبير.

2- العينة العشوائية المنتظمة: (نصف عشوائية أو شبه عشوائية)

تتطلب هذه العينة أن يكون أفراد المجتمع الأصلي متخذاً شرط إنتظام متسق، وفي هذا النوع لا تختار المفردات إختياراً عشوائياً مثلما هو الحال في العينة العشوائية البسيطة ولكن نقوم أولاً بترتيب مفردات المجتمع عشوائيا ثم نختار بطريقة منتظمة. المثال التالي يوضح ذلك.

مثال:

لدينا عدد أفراد المجتمع الأصلي = 10 000 طالب، ونريد إختيار عينة عددها 100 طالب، هذا يعني أننا نريد إختيار طالب واحد من كل 100 طالب.

- نرقم أفراد المجتمع الأصلي من 01 إلى 10 000.
- نختار عشوائياً رقما محددا. مثلا إخترنا الفرد رقم 30 فيكون أول أفراد العينة.
- يكون الفرد الثاني هو 130 أي إضافة 100 إلى كل وحدة نختارها وهكذا يصبح الترتيب: 30، 130، 230...حتى نحصل على 100 فرد، أي أننا إخترنا بطريقة عشوائية أولا ثم رتبنا الأفراد بطريقة منتظمة، لذلك تسمى هذه العينة العشوائية بالمنتظمة.

3- العينة الطبقية:

وتتبع هذه الطريقة في حالة عدم تجانس المجتمع حيث يصبح من الضروري إختيار عينة طبقية، ففي هذه الطريقة يتم تقسيم أفراد المجتمع إلى مجموعات متجانسة وفقاً لصفات متشابهة كالجنس مثلا.

إذا أردنا إختيار عينة طبقية مكونة من 100 فرد من جمهور وسيلة إعلامية قوامه 1000، وكان عدد الذكور 600 وعدد الإناث 400 تكون المعادلة كالآتي:

100 ⟵ 1000

600 ⟵ x

عدد الذكور = 600×1000/100 = 60 ذكر.

عدد الإناث= 400×1000/100 = 40 أنثى وهكذا...

4- العينة الطبقية التناسبية:

تشبه هذه العينة إلى حد ما العينة الطبقية إلا أنها تساعد على تقليص عدد المبحوثين بطريقة متجانسة ومنتظمة أكثر من العينة الطبقية نفسها، فمثلا إذا أردنا تفصيل المبحوثين بناءً على المستويات التعليمية أو الفئات العمرية هذا ما تقدمه هذه العينة والمثال التالي يوضح ذلك:

إذا أردنا دراسة تأثير المحتوى الإعلامي لإذاعة جهوية على آراء سكان البلدية التي تتواجد بها الإذاعة، وكان عدد السكان 1000، فكم هي نسبة المبحوثين في كل فئة عمرية؟ وكم عدد الإستمارات التي ستوزع للقيام بهذه الدراسة؟.

الفئات العمرية	العينة	النسبة المئوية	عدد الإستمارات الموزعة
من 10 إلى 20	300	%30	150
من 20 إلى 30	250	%25	125
من 30 إلى 40	200	%20	100
من 40 إلى 50	150	%15	75
من 50 إلى 60	100	%10	50
المجموع	1000	%100	500

الآن تبين للباحث أنه لايمكن دراسة جميع الأفراد فأراد إختيار عينة من كل فئة عمرية وأراد تمثيلها بنسبة مئوية فتكون العملية كالتالي:

أ. حساب النسبة المئوية:

الفئة الأولى: 1000 ⟵ %100

300 ⟵ x

النسبة المئوية = 300 × 100/ 1000 = 30% ثم نكمل الحساب بنفس الطريقة حتى نصل إلى نسبة 100% في المجموع.

ب. حساب عدد الإستمارات:

الآن بعد حساب النسبة المئوية لكل فئة، نشرع في حساب عدد الإستمارات التي يجب توزيعها، مع العلم أن كل فرد من عينة الدراسة تعطى له إستمارة واحدة فقط، ما يدفعنا إلى الإستنتاج أن عدد الإستمارات هو نفسه عدد الأفراد المبحوثين في كل فئة عمرية.

لحساب عدد الإستمارات لابد لنا من منطلق على أساسه نقوم بالعملية الحسابية، فمثلا إذا إخترنا عينة تقدر بـ50% من المجتمع الأصلي المقدر بـ1000 فرد، فحساب مجموع الإستمارات يكون كالآتي:

1000 ⟵ %100

%50 ⟵ x

= 1000×50/100 = 500 إستمارة أو فرد

بعد تحديد عدد الأفراد المبحوثين من مجموع المجتمع الأصلي نقوم بحساب عدد الإستمارات لكل فئة عمرية كالآتي:

%100 ⟵ 500

%30 ⟵ x

= 30×500/100 = 150 إستمارة أو فرد. ثم نكمل بنفس العملية على باقي الفئات العمرية.

مراجع المحاضرة:

1. بن علي مهملي، **منهجية البحث العلمي**، محاضرات ألقيت على طلبة السنة الأولى ليسانس علوم سياسية، جامعة غليزان، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2013.
2. فاطمة عوض صابر، ميرغت علي خفاجة، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، ط01؛ الإسكندرية-مصر: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2002.
3. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، **مناهج وأساليب البحث العلمي-النظرية والتطبيق**، ط01؛ عمان-الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000.