

العينات

مقدمة

تُعدّ البحوث الإعلامية من أهم مجالات البحث العلمي التي تعتمد على دراسة جمهور واسع ومتنوع، وهو ما يجعل الحصر الشامل لجميع مفردات المجتمع أمرًا صعبًا من حيث الوقت والجهد والتكلفة. لذلك يلجأ الباحث إلى استخدام أسلوب العينات (Sampling)، الذي يسمح باختيار جزء ممثل من المجتمع لدراسته واستخلاص نتائج يمكن تعميمها.

تنقسم البحوث الإعلامية إلى:

- بحوث شاملة: (Census Studies) تشمل جميع أفراد المجتمع .
- بحوث بالعينة: (Sample Surveys) تعتمد على جزء ممثل من المجتمع .

وتكمن أهمية هذه المحاضرة في فهم:

- مفهوم العينة
- أنواعها
- شروطها
- انواعها وتطبيقها في الدراسات الإعلامية

أولاً: مميزات استخدام العينة

- توفير الوقت والجهد
- تقليل التكلفة
- إمكانية الحصول على بيانات دقيقة وسريعة
- إمكانية استخدامها في المجتمعات الكبيرة

ملاحظة:

لا يمكن الجزم بدقة النتائج 100% إلا في حالة الحصر الشامل، لكن العينة الجيدة تعطي نتائج قريبة جداً من الواقع.

ثانياً: المصطلحات الأساسية في العينات

1. وحدة المعاينة (Sampling Unit): هي العنصر الأساسي للدراسة (فرد، أسرة، مؤسسة، قناة إعلامية...).

2. مجتمع البحث (Research Population): هي مجموع كل وحدات المعاينة، أي جميع الأفراد

أو الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها.

3. إطار العينة (Sampling Frame): قائمة تحتوي على جميع مفردات المجتمع، مثل:

- قوائم الطلبة
- سجلات السكان
- قوائم البرامج الإعلامية

شروط إطار العينة الجيد:

- شامل لجميع المفردات
- واضح ومحدد
- حديث ومُحدد.

4.العينة(Sample): هي جزء من مجتمع البحث يتم اختياره بطريقة علمية ليكون ممثلاً لباقي المجتمع.

5.المسح بالعينة(Sample Survey): هو أسلوب بحثي يعتمد على دراسة عينة بدلاً من المجتمع كله، خاصة عندما:

- يكون المجتمع كبيراً
- يصعب الوصول إلى جميع أفراده

6.مدى العينة Sampling Interval: هو الفاصل او العدد الثابت بين كل عنصر يتم اختياره من المجتمع في العينة المنتظمة.

ثالثاً: حجم العينة والعوامل المؤثرة فيه

ما هو حجم العينة؟ هو عدد المفردات المختارة من المجتمع.

العوامل المؤثرة فيه:

- طبيعة المجتمع (متجانس / غير متجانس)
- حجم المجتمع الأصلي
- موضوع البحث
- الإمكانيات المادية
- الزمن المتاح
- درجة الدقة المطلوبة

رابعاً: أنواع العينات

تنقسم إلى نوعين رئيسيين:

العينات الاحتمالية (Probability Sampling)

هي التي يكون لكل فرد فيها فرصة متساوية للاختيار.

أنواعها:

1. العينة العشوائية البسيطة

- اختيار عشوائي كامل
- باستخدام القرعة أو الجداول العشوائية

2. العينة العشوائية المنتظمة

- اختيار كل مفردة وفق مسافة ثابتة

مثال:

إذا كان المجتمع 2000 والعينة 100

→ المسافة = 20

3. العينة الطبقية (Stratified Sample)

- تقسيم المجتمع إلى طبقات (جنس، عمر، مهنة...)
- اختيار عينة من كل طبقة

4. العينة العنقودية (Cluster Sample)

- اختيار مجموعات جغرافية (مدن، أحياء...)
- تستخدم في الدراسات واسعة النطاق

العينات غير الاحتمالية (Non-Probability Sampling)

لا تكون فيها فرص الاختيار متساوية.

أنواعها:

1. العينة العمدية/ الغرضية/ القصدية: يختار الباحث مفردات محددة تخدم هدف الدراسة .
2. العينة العارضة (الصدفية): اختيار من يتوفرون بسهولة، لذا فهي لا تصلح للتعميم.
3. عينة كرة الثلج (Snowball) : كل مشارك يقترح مشاركين آخرين .

خامسا: أخطاء العينات

أخطاء المعاينة:

- صغر حجم العينة
- عدم الاستجابة
- ضعف التمثيل

أخطاء التحيز:

- تحيز الباحث
- سوء اختيار العينة
- أخطاء في جمع البيانات