

## محاضرة حول: أنواع العينات في بحوث علوم الإعلام والاتصال

### تمهيد:

تعتبر العينة جزء من مجتمع البحث يتم اختياره للدراسة من أجل تعميم النتائج على المجتمع ككل و تستخدم العينات في البحوث الإعلامية والاتصالية بسبب صعوبة دراسة جميع الأفراد في مجتمع معين، مما يجعل اختيار العينة ضرورة منهجية.

### أولاً: تعريف العينة

العينة هي مجموعة فرعية من المجتمع يتم اختيارها باستخدام طرق علمية محددة لتمثيل المجتمع الأصلي وتحقيق نتائج قابلة للتعميم.

### ثانياً: أهمية استخدام العينات في البحوث الإعلامية

1. توفير الوقت والجهد عند دراسة فئة معينة بدلاً من المجتمع بأكمله.
2. تقليل التكلفة لأن دراسة المجتمع كله قد تكون مكلفة جداً.
3. زيادة الدقة من خلال التركيز على عينة مدروسة بعناية.
4. إمكانية التحكم في المتغيرات لتقديم نتائج أكثر دقة.

### ثالثاً: أنواع العينات في البحوث الإعلامية والاتصالية

#### 1. العينات الاحتمالية (العشوائية)

هذه العينات يتم اختيارها بناء على احتمالية متساوية لكل فرد في المجتمع ليكون جزءاً من العينة، مما يجعلها أكثر تمثيلاً. وتحتوي على:

- العينة العشوائية البسيطة: يتم اختيار الأفراد عشوائياً تماماً باستخدام القرعة أو جداول الأرقام العشوائية.
- العينة العشوائية المنتظمة: يتم اختيار كل فرد وفق تسلسل منتظم (مثل اختيار كل خامس شخص من قائمة).
- العينة الطبقية: يتم تقسيم المجتمع إلى طبقات (مثل العمر، الجنس، المستوى التعليمي) ثم اختيار عينة عشوائية من كل طبقة.
- العينة العنقودية: يتم تقسيم المجتمع إلى مجموعات أو "عنقود"، ثم يتم اختيار بعض العناقيد عشوائياً لدراستها بالكامل.

#### 2. العينات غير الاحتمالية (غير العشوائية)

هذه العينات تعتمد على اختيار الباحث وفقاً لاعتبارات معينة، وبالتالي قد تكون أقل تمثيلاً ولكنها تستخدم في دراسات معينة. تشمل:

- العينة القصدية (الهادفة): يتم اختيار الأفراد بناء على معايير محددة (مثل استهداف الصحفيين لدراسة حول حرية الصحافة).
- العينة الحصصية: يتم تقسيم المجتمع إلى فئات، ولكن يتم اختيار الأفراد داخل الفئات وفق تقدير الباحث وليس بشكل عشوائي.
- عينة كرة الثلج: تستخدم عندما يكون المجتمع المستهدف صعب الوصول إليه، حيث يتم اختيار فرد ثم يرشح هذا الفرد آخرين، وهكذا.

- العينة المريحة (المتاحة): (يتم اختيار الأفراد بناءً على سهولة الوصول إليهم، مثل استبيان في مكان عام).

#### رابعاً: معايير اختيار العينة الجيدة

- التمثيل الجيد للمجتمع الأصلي لضمان تعميم النتائج.
- الحجم المناسب للعينة وفقاً لحجم المجتمع ودرجة الدقة المطلوبة.
- الحيادية في الاختيار لتجنب التحيز.
- التناسب مع أهداف الدراسة لتحقيق نتائج ذات مغزى.

#### خامساً: تطبيقات اختيار العينات في الإعلام والاتصال

- في استطلاعات الرأي العام حول القضايا السياسية والإعلامية.
- في تحليل المحتوى الإعلامي بناءً على اختيار عينات من المقالات أو البرامج التلفزيونية.
- في الدراسات السوقية لقياس تأثير الإعلانات والتوجهات الإعلامية للجمهور.
- في دراسات الجمهور لفهم تفضيلات المتابعين وسلوكياتهم.

الآن يمكننا مثال على كل نوع:

#### أولاً: العينات الاحتمالية (العشوائية)

##### 1. العينة العشوائية البسيطة

مثال: يريد باحث دراسة مدى ثقة الجمهور في القنوات الإخبارية العربية. يقوم بجمع قائمة بأرقام الهواتف لمجموعة كبيرة من المواطنين، ثم يستخدم برنامجاً لاختيار عينة عشوائية من الأرقام لإجراء مقابلات معهم.

##### 2. العينة العشوائية المنتظمة

مثال: لدراسة تفاعل الجمهور مع الإعلانات في الصحف الرقمية، يقرر الباحث اختيار كل عاشر تعليق على الإعلانات المنشورة في صحيفة إلكترونية خلال شهر معين.

##### 3. العينة الطبقية

مثال: عند دراسة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين طلاب الجامعة، يتم تقسيم الطلاب إلى فئات وفقاً للتخصص (إعلام، هندسة، طب، اقتصاد...) ثم يتم اختيار عينة عشوائية من كل تخصص لضمان تمثيل جميع الفئات.

##### 4. العينة العنقودية

مثال: لدراسة تأثير الحملات التوعوية حول الصحة النفسية عبر الإذاعات المحلية، يقوم الباحث بتقسيم البلاد إلى مناطق جغرافية (شمال، وسط، جنوب)، ثم يختار منطقتين عشوائياً لدراستهما بالكامل بدلاً من مسح جميع المناطق.

#### ثانياً: العينات غير الاحتمالية (غير العشوائية)

##### 1. العينة القصدية (الهادفة)

مثال: لدراسة دور الصحفيات في تغطية الأزمات السياسية، يختار الباحث مجموعة من الصحفيات العاملات في وسائل إعلام مختلفة لإجراء مقابلات معهن، بناءً على خبرتهن في المجال.

## 2. العينة الحصصية

**مثال:** لدراسة أنماط متابعة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، يحدد الباحث نسبة معينة من الذكور والإناث (50% لكل منهما)، ويختار مشاركين حتى يحقق النسب المطلوبة، ولكن دون استخدام طريقة عشوائية بحتة.

## 3. عينة كرة الثلج

**مثال:** في دراسة حول الصحفيين العاملين في الصحافة الاستقصائية، يجد الباحث صعوبة في الوصول إليهم مباشرة. لذلك، يبدأ بمقابلة أحد الصحفيين، الذي يرشح زملاءه في المجال، وهكذا تتوسع العينة تدريجياً.

## 4. العينة المريحة (المتاحة)

**مثال:** باحث يريد معرفة رأي الجمهور في الإعلانات التلفزيونية، فيقوم بجمع آراء الأشخاص الموجودين في أحد المقاهي أو مراكز التسوق، نظرًا لسهولة الوصول إليهم.

### خلاصة:

اختيار العينة المناسبة هو عنصر أساسي في نجاح البحث الإعلامي والاتصالي. يحدد الباحث نوع العينة وفقاً لأهداف الدراسة، وطبيعة المجتمع، ومدى الحاجة إلى دقة النتائج وتعميمها.

## المحاضرة الثانية: أدوات جمع البيانات في المقاربات الكمية في بحوث الإعلام والاتصال

### تمهيد:

تعتمد البحوث الكمية في الإعلام والاتصال على منهجية دقيقة لجمع البيانات، تهدف إلى قياس الظواهر الإعلامية بشكل موضوعي يمكن التعبير عنه بالأرقام. وتعتبر أدوات جمع البيانات العنصر الأساسي في هذه المقاربات، حيث تتيح للباحث الحصول على معلومات دقيقة يمكن تحليلها إحصائياً للوصول إلى نتائج قابلة للتعميم.

### أولاً تعريف أدوات جمع البيانات في المقاربات الكمية

أدوات جمع البيانات هي الوسائل التي يستخدمها الباحث للحصول على معلومات من المبحوثين أو من مصادر أخرى، بهدف قياس المتغيرات وتحليل العلاقات بينها بطريقة كمية تعتمد على الأرقام والنسب الإحصائية.

### ثانياً أنواع أدوات جمع البيانات في البحوث الكمية

#### 1- الاستبيان

##### التعريف:

الاستبيان هو أداة لجمع البيانات تتكون من مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي توجه إلى عينة البحث، بهدف الحصول على إجابات قابلة للقياس والتحليل الإحصائي.

##### أنواع الاستبيان:

- الاستبيان المغلق: تكون الإجابات محددة سلفاً مثل نعم أو لا أو اختيار من متعدد.
- الاستبيان المفتوح: يتيح للمبحوثين الإجابة بحرية دون قيود.
- الاستبيان المزيج: يجمع بين الأسئلة المغلقة والمفتوحة.

##### مثال:

لدراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي، يقوم الباحث بإعداد استبيان يتضمن أسئلة مثل

- هل تؤثر منصات التواصل الاجتماعي على قراراتك السياسية نعم / لا
- ما المنصة التي تعتمد عليها أكثر للحصول على الأخبار السياسية

#### 2- المقابلة المقننة

##### التعريف:

هي مقابلة يتم فيها طرح أسئلة موحدة لجميع المشاركين، بحيث يتم تسجيل الإجابات وتحليلها بطريقة كمية.

##### أنواعها:

- المقابلة المباشرة: تتم وجها لوجه بين الباحث والمبحوث.
- المقابلة الهاتفية: تُجرى عبر الهاتف لتوفير الوقت والجهد.

- **المقابلة الإلكترونية:** تتم عبر الإنترنت باستخدام تطبيقات مخصصة.

**مثال:**

لدراسة مدى ثقة الجمهور في القنوات الإخبارية، يجري الباحث مقابلات مقننة مع عينة من المشاهدين، حيث يطرح عليهم أسئلة موحدة مثل

- كيف تقيم مصداقية الأخبار التي تقدمها القناة من واحد إلى خمسة

### 3- تحليل المحتوى الكمي

**التعريف:**

تحليل المحتوى هو تقنية تهدف إلى دراسة وتحليل الرسائل الإعلامية بطريقة كمية، من خلال تصنيف الكلمات أو العبارات أو الموضوعات وفق معايير محددة.

**خطواته:**

- تحديد المجتمع البحثي مثل الصحف أو القنوات أو مواقع التواصل
- تحديد الفئات التحليلية مثل الكلمات أو الصور أو الموضوعات
- حساب التكرارات والنسب المئوية لكل فئة

**مثال:**

في دراسة عن تمثيل المرأة في الإعلانات التلفزيونية، يقوم الباحث بتحليل مئة إعلان لمعرفة نسبة ظهور المرأة مقارنة بالرجل، ونوعية الأدوار التي تُمنح لها.

### 4- الملاحظة المقننة

**التعريف:**

هي تقنية تعتمد على متابعة وتسجيل سلوك الأفراد أو الظواهر الإعلامية وفق معايير محددة، دون تدخل مباشر من الباحث.

**أنواعها:**

- **الملاحظة المباشرة:** يكون الباحث حاضراً أثناء الحدث.
- **الملاحظة غير المباشرة:** يتم جمع البيانات من تسجيلات الفيديو أو سجلات الوسائل الإعلامية.

**مثال:**

يريد الباحث معرفة تفاعل الجمهور مع نشرات الأخبار، فيقوم بمراقبة سلوك المشاهدين في المقاهي، مثل عدد الأشخاص الذين يغيرون القناة أثناء النشرة أو الذين يناقشون الأخبار مع الآخرين.

### ثالثاً اختيار أداة جمع البيانات المناسبة

يعتمد اختيار الأداة المناسبة على مجموعة من العوامل مثل

- طبيعة المشكلة البحثية
- حجم العينة وإمكانية الوصول إليها

- الموارد المتاحة من وقت وجهد وتكاليف
- نوع البيانات المطلوبة هل هي سلوكية أم اتجاهية أم رقمية

## خلاصة:

تمثل أدوات جمع البيانات في البحوث الكمية عنصرا أساسيا لضمان دقة النتائج وموضوعيتها. ويجب على الباحث اختيار الأداة المناسبة وفقا لطبيعة دراسته، والتأكد من تطبيقها بطريقة علمية للحصول على بيانات قابلة للتحليل والتفسير.

## المحاضرة الثالثة: أدوات جمع البيانات في البحوث الكيفية

### تمهيد:

تعتمد البحوث الكيفية على دراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية في سياقاتها الطبيعية بهدف فهم المعاني والتفسيرات التي يقدمها الأفراد. تتميز هذه البحوث باستخدام أدوات لجمع البيانات تتيح الحصول على معلومات معمقة ذات طابع وصفي وتحليلي بعيدا عن الأرقام والإحصاءات المجردة.

### 1- تعريف أدوات جمع البيانات في البحوث الكيفية

تشمل أدوات جمع البيانات في البحوث الكيفية مجموعة من التقنيات التي تهدف إلى فهم الظواهر الإعلامية من خلال تحليل الممارسات والتفاعلات والخطابات التي تعكس تجارب الأفراد وآرائهم.

### 2- أنواع أدوات جمع البيانات في البحوث الكيفية

#### 1.2 المقابلة المعمقة

#### التعريف

هي أداة يتم من خلالها إجراء حوار مفتوح بين الباحث والمبحوث بهدف فهم وجهات النظر والاتجاهات بشكل مفصل.

#### أنواعها

- المقابلة غير الموجهة يكون فيها الحديث مفتوحا دون تحديد أسئلة مسبقة
- المقابلة شبه الموجهة يتم فيها طرح أسئلة رئيسية مع ترك المجال للنقاش
- المقابلة الموجهة تركز على أسئلة محددة لكنها تسمح بالتوسع في الإجابات

#### مثال

دراسة تأثير الأخبار الكاذبة على الرأي العام من خلال إجراء مقابلات معمقة مع صحفيين لفهم تجربتهم في التحقق من الأخبار الزائفة.

## 2.2 الملاحظة الميدانية

### التعريف

هي تقنية تعتمد على متابعة الظاهرة في بيئتها الطبيعية وتسجيل السلوكيات والتفاعلات كما تحدث في الواقع.

### أنواعها

- الملاحظة بالمشاركة حيث يكون الباحث جزءا من المجتمع المدروس
- الملاحظة من الخارج حيث يراقب الباحث الظاهرة دون التدخل فيها
- الملاحظة المخفية حيث لا يدرك الأفراد أنهم قيد الدراسة

### مثال

دراسة سلوك الجمهور في التفاعل مع الأخبار العاجلة من خلال مراقبة ردود أفعالهم وتعليقاتهم على وسائل التواصل الاجتماعي.

## 3.2 تحليل المحتوى الكيفي

### التعريف

هو أسلوب يهدف إلى دراسة النصوص الإعلامية مثل الأخبار والمقالات والإعلانات والخطابات السياسية لاستخلاص المعاني والرموز التي تعبر عنها.

### أنواعها

- تحليل الخطاب يركز على دراسة طريقة بناء النصوص ومعانيها الضمنية
- تحليل السرد يهتم بكيفية عرض الأحداث في النصوص الإعلامية
- تحليل الموضوعات يعتمد على تصنيف المحتوى إلى فئات مواضيعية

### مثال

تحليل مضمون الخطابات الرئاسية خلال الأزمات لفهم استراتيجيات التأطير الإعلامي المستخدمة في تهدئة الرأي العام.

## 4.2 المجموعات المركزة

### التعريف

هي أداة تعتمد على جمع مجموعة صغيرة من الأفراد لمناقشة موضوع معين بهدف استكشاف آرائهم وتصوراتهم.

### خصائصها

- تتكون المجموعة عادة من 6 إلى 12 شخصا
- يتم توجيه النقاش بواسطة منسق أو باحث
- تساعد في الكشف عن الاتجاهات الاجتماعية والسلوكية

### مثال

دراسة تأثير الإعلانات التلفزيونية على سلوك المستهلكين من خلال تنظيم جلسة نقاشية تضم أفرادا من فئات عمرية مختلفة.

### 5.2 دراسة الحالة

#### التعريف

هي منهجية تعتمد على تحليل عميق لحالة معينة بهدف فهم أبعادها المختلفة بشكل تفصيلي.

#### أنواعها

- دراسة حالة فردية تركز على شخص معين مثل صحفي أو مؤثر رقمي
- دراسة حالة جماعية تشمل مؤسسة إعلامية أو حملة اتصالية
- دراسة حالة مقارنة تقارن بين حالتين أو أكثر لاستخلاص الفروقات والتشابهات

### مثال

تحليل نجاح منصة إعلامية إلكترونية من خلال دراسة تطورها وتأثيرها في المجال الصحفي الرقمي.

### 3 معايير اختيار أداة جمع البيانات في البحوث الكيفية

- ارتباط الأداة بأهداف الدراسة
- ملاءمة الأداة لطبيعة العينة
- توفر الإمكانيات المادية والزمنية لاستخدامها
- درجة التعمق المطلوب في جمع البيانات

### خلاصة:

تمثل أدوات جمع البيانات في البحوث الكيفية عنصرا مهما لفهم الظواهر الإعلامية والاتصالية بطريقة معمقة. يختار الباحث الأداة المناسبة وفقا لموضوع دراسته ومدى حاجته إلى تحليل المعاني والتفاعلات بشكل تفصيلي بعيدا عن التعميمات الإحصائية.

## المحاضرة الرابعة: الفروض وأنواعها في بحوث الإعلام والاتصال

### تمهيد:

تعد الفروض أحد العناصر الأساسية في البحث العلمي حيث تساهم في توجيه الدراسة وصياغة الإشكالية بطريقة علمية ومنهجية في بحوث الإعلام والاتصال تساعد الفروض على التنبؤ بالعلاقات بين المتغيرات واختبارها باستخدام الأدوات البحثية المناسبة وبالتالي تسهم في بناء معرفة دقيقة حول الظواهر الإعلامية

### أولا تعريف الفرض العلمي

الفرض هو تفسير مؤقت أو استنتاج مبدئي يطرحه الباحث حول العلاقة بين متغيرين أو أكثر بناء على معلومات ومعطيات سابقة ويتم اختباره في الدراسة للتأكد من صحته أو رفضه

### ثانيا أهمية الفروض في بحوث الإعلام والاتصال

- توجيه البحث نحو اختبار علاقات محددة بين المتغيرات
- توفير أساس لصياغة أسئلة البحث وتصميم الأدوات البحثية
- تسهيل عملية تحليل البيانات واستخلاص النتائج
- المساهمة في تطوير النظريات الإعلامية من خلال إثبات أو نفي العلاقات المفترضة

### ثالثا أنواع الفروض في بحوث الإعلام والاتصال

## 1- الفروض البحثية

هي الفروض التي يضعها الباحث بناء على المعرفة السابقة والدراسات السابقة ويتم اختبارها تجريبيا  
مثال: " كلما زاد اعتماد الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار كلما قل اعتمادهم على الصحف الورقية"

## 2- الفروض الإحصائية

هي الفروض التي يتم اختبارها باستخدام التحليل الإحصائي وتكون عادة في شكل فرض صفري وفرض بديل

- **الفرض الصفري: H0** ينص على عدم وجود علاقة بين المتغيرات
- **الفرض البديل: H1** ينص على وجود علاقة بين المتغيرات

مثال:

H0: لا يوجد تأثير لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى الشباب  
H1: يوجد تأثير لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى الشباب

## 3- الفروض السببية

هي الفروض التي تفترض وجود علاقة سببية بين متغيرين بحيث يكون أحدهما سببا في حدوث الآخر

مثال: "يزداد تأثير الحملات الإعلانية التلفزيونية على قرار الشراء كلما زاد عدد مرات مشاهدتها"

## 4- الفروض الارتباطية

هي الفروض التي تفترض وجود علاقة بين متغيرين ولكن دون تحديد أيهما يؤثر على الآخر

مثال: "هناك علاقة بين متابعة الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي السياسي لدى الجمهور"

## 5- الفروض الموجهة والفروض غير الموجهة

- **الفرض الموجه** :يحدد اتجاه العلاقة بين المتغيرات سواء كانت إيجابية أو سلبية  
مثال: " كلما زادت مدة مشاهدة الأخبار التلفزيونية زاد مستوى الثقة في وسائل الإعلام"
- **الفرض غير الموجه** :يفترض وجود علاقة بين المتغيرات دون تحديد اتجاهها  
مثال: "هناك علاقة بين استخدام الإعلام الرقمي ومعدلات القراءة لدى الشباب"

## 6 الفروض البديلة والفروض العدمية

- **الفرض البديل**: يفترض وجود علاقة بين متغيرين أو أكثر
- **الفرض العدمي**: يفترض عدم وجود علاقة بين المتغيرات وهو ما يتم اختباره لإثبات العكس

□ مثال:

H0: لا يوجد تأثير لمحتوى الإعلانات على قرار الشراء لدى المستهلكين  
H1: يوجد تأثير لمحتوى الإعلانات على قرار الشراء لدى المستهلكين

## رابعاً شروط الفرض العلمي الجيد

- أن يكون قابلاً للاختبار
- أن يكون واضحاً ومحدداً
- أن يكون متماشياً مع الدراسات السابقة
- أن يعكس علاقة منطقية بين المتغيرات

## خلاصة:

تلعب الفروض دوراً محورياً في بحوث الإعلام والاتصال حيث تساعد في توجيه البحث نحو اختبار علاقات محددة بين المتغيرات يختار الباحث نوع الفرض المناسب بناءً على طبيعة المشكلة البحثية والمنهج المستخدم مما يساهم في الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة