

استخدام العينات في بحوث وسائل الاتصال الجماهيري

أ. م. د. عبد القادر الدليمي

أهمية البحث

تتزايد أهمية البحوث بشكل عام والبحاث الإعلامية بشكل خاص بعد الثورة التقنية الهائلة التي يشهدها العالم اليوم من خلال تدفق المعلومات ، ويحتدم النقاش حول أنجح الطرق في استخدام العينات من أجل الوصول إلى نتائج مرضية ، ومن هنا جاءت أهمية البحث والحاجة إليه.

هدف البحث

يهدف البحث للكشف عن الأساليب الحديثة في استخدام العينات داخل المجتمع كهدف لمعرفة أفضل النتائج.

مشكلة البحث

ماهي أنسب العينات التي ممكن أن تكشف لنا الجدلية القائمة بين الاجناس والاشكال المستخدمة السابقة في عينات المجتمع وبين ما هو حديث؟

منهج البحث المنهج الوصفي التحليلي.

تمهيد

يوصف العصر الذي نعيشه اليوم ، بأنه عصر العلم والتكنولوجيا والمعلوماتية ، ذلك ، أن التقدم الهائل الذي أحرزته البشرية وعلى كافة الصعد لم يأتي ، أو يتحقق لولا الانجازات العلمية الكبيرة التي تحققت بفضل البحث العلمي المثابر. أن التجارب العلمية والعملية قد أثبتت بأنه من غير الممكن الشروع باعداد أي بحث علمي دون منهج ، ومن المهم جداً أن نميز بين البحث العلمي وبين النشاط العلمي المتخصص الذي يمارسه العلماء ، فالبحث العلمي طريقة ، أو محاولة منظمة يمكن أن توجه لحل مشكلات الانسان في مجالات متعددة ، بينما يبقى النشاط المتخصص للعلماء مقتصرأ على مجال علمي معين ، ضمن تخصص معين ، والبحث العلمي لا يوجه نحو مشكلة معينة متخصصة بل نحو مشكلات مختلفة ، ولما كانت الحاجة ماسة اليوم أكثر من أي وقت مضى لدراسة بحوث وسائل الاتصال الجماهيري ، وبالأخص استخدام العينات فيها ، ارتأينا أن نقدم هذا البحث آمين أن يكون عوناً للطالب والباحث.

المبحث الأول

معنى البحث العلمي

لم يعد في وسع المجتمعات والدول والأمم اليوم إلا أن تختار البحوث العلمية أساساً لمنطلقاتها في البناء والتقدم ، وعلى الرغم من أن العديد من هذه المجتمعات قد اختارت هذا الطريق منذ أكثر من أربعة قرون وحققَت إنجازات باهرة ومتقدمة ، إلا أن مجتمعات ودول وأمم أخرى لم تعتمد هذا النهج ، إلا منذ عدة عقود ، وبالأخص مجتمعات ودول العالم الثالث ، والذي أراد لها المستعمر أن تبقى متخلفة توغل بالجهل ، صحيح ان طريق البحث العلمي شاق وصعب ويتطلب تضحيات كبيرة ، لكنه يبقى الطريق الوحيد للتقدم الاجتماعي والانساني.

والبحث العلمي يحتاجه حتى الانسان العادي في مواجهة مشكلاته (إنه يعيش بين عشرات من المواقف التي تتطلب بحثاً علمياً ، إنه بحاجة إلى أن يعرف أفضل طريقة لارتداء ملابسه ، ولاختيار طعامه ، ولتنظيم علاقاته بالآخرين ، إنه يحتاج إلى أن يصل إلى معلومات وحقائق تتعلق بعمله وتطویر هذا العمل ، يحتاج إلى معلومات تساعد على تحسين أساليب حياته وزيادة دخله ، وان يعرف كيف يساعد ابنه على اجتياز مشكلاته ويساعد أسرته في تنظيم أمورها)^(١).

إن البحث العلمي لا يعيش في الجامعات ، أو المؤسسات العلمية المتخصصة ، ولا يحتاج إليه طلاب العلم والمختصين فحسب ، بل هو عنصر أساسي لجميع الناس وفي جميع المؤسسات الاقتصادية والثقافية والسياسية ، إن الأساس في تقدم التاجر وإزدهار المزارع وتحصيل الطائب ... الخ ، ذلك ان أبسط تطبيق للتفكير العلمي ، أو البحث العلمي في الحياة هو اعتماد التخطيط كمبدأ في مواجهة مشكلات الفرد والجماعة ، فلم يعد الفرد أو

المجتمع قادراً أن يعيش في عافية وارتجال ويواجه مشكلاته دون تخطيط مسبق ، فمن المعلوم أن معظم الدول النامية ليست دولاً منتجة للأبحاث العلمية ، فالأبحاث العلمية الكبيرة من إنتاج الدول المتقدمة ، والدول النامية تستورد بعض هذه الأبحاث وتستفيد منها.

إذاً فإن البحث العلمي يعني أننا نستخدم طريقة علمية منظمة في مواجهة مشكلاتنا اليومية ومشكلاتنا العامة ، ويساعدنا على ما يأتي :

- تحديد مشكلاتنا بشكل دقيق ، يساعدنا على تناولها بالدراسة والبحث.
- إن وضع الفرضيات المبدئية يساعدنا على حل مشكلاتنا.
- تحديد الإجراءات اللازمة لأختيار الفروض والوصول إلى حل المشكلات.

(إن معرفتنا بأسلوب البحث العلمي سترفع من قدرتنا على حل مشكلاتنا ، فسواء كنا طلاباً في إعداد المعلمين أو في المهن التجارية والهندسية والطبية والاجتماعية أو في الجامعات ، فإن أساليب البحث العلمي ستمكننا من تناول مشكلاتنا بطريقة علمية ، مما يسهل علينا مواجهتها وحلها)^(١).

إذاً نستخلص من كل هذا ، بأن دراسة البحث العلمي وأساليبه المتعددة تساعدنا بدون أدنى شك بالوسائل العلمية الضرورية لتحسين أساليب حياتنا وتحسين أساليب عملنا وتطوير أنفسنا عن طريق تنمية أنفسنا تنمية ذاتية . ولكن ما المقصود بالعلمية ؟ والعلمية مأخوذة من العلم ، والعلم يُعرف بأنه نشاط يهدف إلى زيادة قدرة الانسان على السيطرة ، على الطبيعة ، فالانسان منذ أن وجد يعيش في بيئة يكثر فيها الغموض وتكثر فيها التساؤلات ، بدأ في البحث عن تفسير لما يحيط به من ظواهر وغموض وتوصل إلى الكثير من المعارف والحقائق التي رفعت من قدرته على التحكم بالطبيعة ، فلما ازدادت معارف الانسان زادت قدرته على فهم الظواهر

الطبيعية ، وبالتالي زادت قدرته على ضبطها والتحكم بها ، وما عمليّة
التقدم العلمي ، إلا سلسلة من محاولات الانسان في السيطرة على الطبيعة
والتحكم بها .

ولما كانت ظواهر الكون عديدة ، فإن العلاقات بينها عديدة ومتشابكة
ولذلك لجأ العلماء إلى تقسيمها في مجموعات لتسهيل دراستها ، فنشأت
العلوم المختلفة ، فالظواهر الخاصة بالفلك كانت موضوعاً خاصاً لعلم الفلك ،
والظواهر الخاصة بالسلوك الانساني كانت موضوعاً لعلم النفس ، والظواهر
الخاصة بالتغيرات التي تحدث في المادة كانت موضوعاً لعلم الكيمياء ،
وهكذا نشأت العلوم المختلفة دون وجود فواصل بينها ، فالظواهر كما ذكر
سابقاً مترابطة والعلوم كلها إذا مترابطة ، فالعلم لا يرتبط بموضوع ما ، أو
بمجال ما ، أو بظاهرة ما بمقدار ما يرتبط بالعلاقات والقوانين التي تسيّر
بموجبها الظواهر كافة سواء كانت فيزيائية أو كيميائية أو اجتماعية أو
نفسية لقد كانت المعرفة الانسانية معرفة واحدة ومترابطة منذ نشأتها وكانت
كلها مرتبطة بالفلسفة حيث كان الفيلسوف يبحث في الظواهر المختلفة كلها ،
ولكن ما أن ظهر المنهج العلمي في البحث في القرن السابع عشر حتى بدأت
العلوم الطبيعية حيث طبقت المنهج العلمي في الاستقلال عن المعرفة
الانسانية المرتبطة بالفلسفة ، وكان أن تقدمت هذه العلوم كثيراً بفضل
استخدام المنهج العلمي ، مما دفع الباحثين إلى استخدام هذا المنهج في
دراسة الظواهر الانسانية كلها ، وبذلك نشأ علم النفس وعلم الاجتماع وعلم
الاقتصاد وسائر العلوم الانسانية الأخرى ، من هنا يمكن أن نفهم أن العلم
لا يتعلق بدراسة ظاهرة ما ، بل يشمل جميع الظواهر ، فلا يقتصر العلم
على النشاطات التي تستخدم فيها المختبرات والأجهزة والأدوات ، بل يشمل
أي نشاط يهدف إلى دراسة العلاقات بين الظواهر ، ولذلك لا يوجد ما يسمى
بنشاطات ودراسات أدبية ، أو نشاطات علمية ، أو تقسيم المنهج إلى مواد

علمية ومواد أدبية لأن ما يميز الموضوع أو الظاهرة هو المنهج الذي سيستخدم في دراستها ، فالمواد الأدبية (اللغات ، التاريخ ، الاقتصاد ، الأقتصاد ، الاجتماع ... الخ) إذا استخدمت المنهج العلمي فانها تدخل تحت إطار العلم الذي يستخدم المنهج العلمي ، ويهدف إلى الكشف عن العلاقات بين الظواهر المختلفة.

تعريفات البحث العلمي

تعدد تعريفات البحث العلمي ولا يتفق الباحثون على تعريف محدد ولعل ذلك يرجع إلى تعدد أساليب البحث وعدم التحديد في مفهوم العلم ، ويمكن عرض بعض التعريفات الآتية :-

- ١- يُعرف (فان دالين) البحث العلمي بأنه محاولة دقيقة ومنظمة ونافذة للتوصل إلى حلول لمختلف المشكلات التي تواجهها الانسان ، وتثير قلق وحيرة الانسان.
- ٢- ويعرف (ويتني Whitney) بأنه استقصاء دقيق يهدف إلى اكتشاف حقائق وقواعد يمكن التأكد من صحتها.
- ٣- ويعرفه (بولنيسكي Polansky) بأنه استقصاء منظم يهدف إلى اكتشاف معارف والتأكد من صحتها عن طريق الاختبار العلمي.
- ٤- ويعرفه بعض الباحثين ، بأنه جهد علمي يهدف إلى اكتشاف الحقائق الجديدة ، والتأكد من صحتها ، وتحليل العلاقات بين الحقائق المختلفة.

وعلى الرغم من تعدد هذه التعريفات أو غيرها ، فأنها تشترك جميعاً في النقاط الآتية :-

١. البحث العلمي محاولة منظمة ، أي إنها تتبع أسلوباً أو منهجاً معيناً ولا تعتمد على الطرق غير العلمية مثل الخبرة والسلطة وغيرها.
٢. البحث العلمي يهدف إلى زيادة الحقائق التي يعرفها الانسان وتوسيع دائرة معارفه ، وبذا يكون أكثر قدرة على التكيف مع بيئة والسيطرة عليها.
٣. البحث العلمي يختبر المعارف والعلاقات التي يتوصل إليها ولا يعنينا إلا بعد فحصها وتثبيتها والتأكد منها تجريبياً.
٤. البحث العلمي يشمل جميع ميادين الحياة وجمع مشكلاتها ويستخدم في المجالات المهنية والمعرفية والاقتصادية والاجتماعية والتربوية على حد سواء ، وهكذا يمكن التوصل إلى التعريف الآتي للبحث العلمي :
(البحث العلمي هو مجموعة الجهود المنظمة التي يقوم بها الانسان مستخدماً الأسلوب العلمي وقواعد الطرق العلمية في سعيه لزيادة سيطرته على بيئته واكتشاف ظواهرها وتحديد العلاقات بين هذه الظواهر.
ومن هذا التعريف يمكن استنتاج أن البحث العلمي مرتبط بأسلوب البحث وبالطريقة العلمية للبحث ، وإن اتجاهات الباحث هي اتجاهات علمية، كما إن هدف البحث هو زيادة سيطرة الانسان على بيئته عن طريق زيادة معارفه وتحسين قدرته على اكتشاف الحلول للمشكلات التي تواجهه)^(٣).

المبحث الثاني

وسائل الاعلام

((ان الاعلام والاتصال هما الأداتان الرئيسيتان في يد الجنس البشري في كفاحه الطويل للتفوق على بقية المخلوقات الحية في التطور الثقافي، ولا حضارة ممكنة في أية بقعة من العالم، أو في حقبة تاريخية، إلا من خلال قدرة الأفراد والتجمعات البشرية على التعاون في تحصيل المعرفة من خلال الاتصال بطرقه المختلفة))^(٤).

ومن هنا، وليس فقط، تأتي أهمية الاعلام، والاتصال، أو المعلوماتية في إيصال مجمل العلوم الانسانية والعلوم الصرف إلى الانسان (المتلقي) لأنه الأساس، أو العنصر الأساسي في مجمل هذه العملية، أو عمليات زيادة الوعي والتقدم لتحقيق الأفضل والأحسن لبني البشر، وقد قطعت وسائل الاعلام اليوم شوطاً كبيراً وامتوراً، بل فاقت حتى هذا الوصف، وحولت العالم ليس وفق مقولة (ماكلوهن) التي بشر بها منتصف القرن الماضي من أن العالم سوف يصبح أشبه بالقرية الكونية الصغيرة، بل تحول العالم إلى غرفة صغيرة، أو ركن في غرفة صغيرة بفضل البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، ولم يعد التدفق المعلوماتي حصراً على فئة أو طبقة معينة، أو أناس معينين، إنما أصبح بمتناول كل أنسان على وجه كرتنا الأرضية، وليس هذا فقط، بل أصبح بمقدور الانسان أن يخاطب أخيه الانسان ويستمع إلى صوته ويتعرف على شكله عبر شبكات الأنترنت دون حاجز، ودون مواصلات، ودون الحصول على تأشيرات دخول وجوازات سفر.

وبدأ الانسان يتعرف وبشكل دقيق جداً على ما يجري من حوله، من أحداث ووقائع تجري ليس فقط داخل محيطه وبينته، إنما أيضاً في محيطات وبينات بعيدة عنه مئات الآلاف من الكيلومترات، وعلى الرغم من الاختلافات هذه، لكن الانسان يبقى أنساناً، يتأثر ويؤثر بما يجري من حوله عن قرب أو بعد، وهذا كله بفضل هذه الثورة التكنولوجية العملاقة،

حيث بدأت معارفه تتزايد ، وأفقه يسمو ويعلو ، وثقافته تتعمق ، وفهمه المشترك مع الآخر يتوضح ، حتى وإن كانت هناك اختلافات في الرأي ، أو في النهج ، أو في التوجه ، لكن هذا الفهم المشترك ، والحوار المشترك ، هو الذي يقرب الهوة ، ويلغي الكثير من المسافات ، بل وأحياناً ، يلغي الفهم الخاطئ ، والتصور الخاطئ ، والموقف الخاطئ.

أن التعرف على الآخر وعبر هذه الوسائل المتاحة والجديدة ، سيجعل العالم وشعوبه أكثر فهماً للمشكلات العالقة ، والزمن سيكون كفيلاً بفك الكثير من الرموز ، وبفك الكثير من العقد النفسية التي كانت تسيطر على العديد من الشعوب والأمم بينها وبين بعضها.

أن المشاركة في عالم المعرفة والبحث عبر وسائل الاتصال سوف يتيح بلاشك للشعوب والأمم أن تتقارب بعضها إلى بعض وتعمق من صلاتها الاقتصادية وتعمق من تعاونها، بعيدة عن المصالح الضيقة والأهداف الغير انسانية.

وبالتالي فإن وسائل الاعلام والاتصال مناط بها واحداً من أهم الأدوار في العلاقات الانسانية بين الشعوب والأمم ، إذا ما استخدمت وسائلها بالشكل السلمي والانساني الصحيح وتجعله أشبه بحمامة السلام ، يدعو للمحبة والتآخي والعمل المشترك وليس بصقر دامي هدفه الأبطاح بالضعيف والانتقاض عليه من قوته التي يمتلكها ، إذا فالاعلام ، أو وسائل الاعلام ، هو سيف ذو حدين ، ممكن استخدامه في حائتي السلم والحرب ، ليس الحرب ضد الآخر خارج الحدود ، إنما حتى الآخر داخل الحدود ، إذا ما استخدم لعتل هذه الغاية أو هذه الغايات.

ولكننا نؤكد بأن استخدام العلم ، أو العلوم للأغراض السلمية والبناء الاقتصادي والاجتماعي والنفسي للإنسان هو الأحسن ، وهو الأقوى ، ولما كان الاعلام يعد علم العلوم ، فلا بد إذا من استخدامه بالاتجاه الصحيح ، وهو خدمة بقية العلوم التي تمنح التقدم والرفاه المرتبة الأولى ضمن اجندتها وبالتالي خدمة الانسان ، الذي هو الهدف ، وهو الأساس في مجمل هذه العملية والعمليات الأخرى.

المبحث الثالث :

العينات SAMPLES

أولاً - مفهوم العينة :

يعتبر اختيار الباحث للعينة من الخطوات والمراحل الهامة للبحث ، ذلك أن الباحث يفكر في عينة البحث منذ أن يبدأ في تحديد مشكلة البحث وأهدافه ، لأن طبيعة البحث وفروضه وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدواته مثل العينة والأستبيانات والاختبارات اللزمة .
أن الأهداف التي يضعها الباحث لبحثه ، والاجراءات التي سيستخدمها ستحدد طبيعة العينة التي سيختارها ، هل سيأخذها عينة واسعة ومفصلة ، أم عينة محدودة ؟

هل سيطبق دراسته على كل الأفراد أم يختار قسماً منهم فقط ؟ أن الباحث الذي يعد بحثه في دراسة ظاهرة ما ، أو مشكلة ما ، فإنه يحدد بحثه أو مجتمع بحثه حسب الموضوع ، أو الظاهرة أو المشكلة التي يختارها ، فما المقصود بمجتمع البحث ؟

إن مجتمع البحث - Population Research - يعني جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث ، فإذا كان الباحث يدرس مشكلات الأسرة الريفية في العراق ، فإن مجتمع بحثه هو الأسرة الريفية في كافة أنحاء العراق ، وإذا كان يدرس مشكلات طلاب المرحلة الاعدادية فإن مجتمع بحثه هو طلاب المدارس الاعدادية ، وإذا كان يدرس الأمثال الشعبية ، فإن مجتمع بحثه هو الأمثال الشعبية ، وإذا كان يدرس أجهزة الحاسوب ، فإن مجتمع بحثه هو جميع أجهزة الحاسوب ، أن مجتمع البحث

إذا هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.

ولكن هل يستطيع الباحث أن يدرس جميع أفراد مجتمع البحث ؟
لو افترضنا أن باحثاً يريد أن يدرس مشكلات كلية الطب ، فإن البحث هنا هو جميع كليات الطب في العراق ، فهل المفروض أن يدرس كل الطلاب (جامعة بغداد ، المستنصرية ، الموصل ، الكوفة ، الأنبار ، البصرة) هل يمتلك الوقت الكافي ، بل هل يحتاج إلى دراسة كل الطلاب ؟
أن طلاب كلية الطب في العراق عدد كبير ولا يستهان به ، فهم يزيدون على المائة وخمسون ألف طالب ، وهو مجتمع ضخم لا يستطيع الباحث أن يدرسه كله فماذا يفعل إذا ؟

إن على الباحث أن يختار جزءاً من مجتمع البحث ، نسميه عينة البحث Sample . إنه في مثل هذه الحالة يشبه الطبيب الذي يحلل دم المريض ، إنما يأخذ عينة صغيرة فقط ، ولا شك إن لهذه العينة الصغيرة نفس خصائص دم المريض كله ، فالطبيب لا يحتاج لتحليل كل الدم ، ولا ضرورة لذلك ، وكذلك الباحث لا يحتاج إلى دراسة أحوال ومشكلات كل طلاب كليات الطب ، بل يختار جزءاً منهم أو عينة منهم.

وهكذا يمكن أن نفهم الأسباب التي تدفع الباحث إلى اختيار عينة بدلاً من دراسة المجتمع كله من خلال فهم ما يأتي :- (٥)

(١) ليس بالضرورة دراسة المجتمع الأصلي كله ، فالعينة التي يختارها تحقق أهداف البحث.

(٢) إن دراسة مجتمع البحث الأصلي كله يتطلب وقتاً طويلاً وجهداً شاقاً وتكاليف مادية باهضة.

فالعينة إذاً تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتعني الباحث عن مشقات دراسة المجتمع الأصلي ، وهكذا نعرف العينة ، كونها جزء من

مجتمع البحث الأصلي ، يختارها الباحث بأساليب مختلفة ، وتضم عدداً من الأفراد من المجتمع الأصلي.

ثانياً - اختيار العينة :

تمر عملية اختيار العينة بالخطوات التالية :-

(١) تحديد المجتمع الأصلي للدراسة : يقوم الباحث في هذه الخطوة بتحديد المجتمع الأصلي لدراسته تحديداً واضحاً ودقيقاً ، فإذا أراد الباحث دراسة مشكلات طلاب كليات الطب في العراق ، عليه أن يحدد مجتمع البحث الأصلي هل هو جميع طلاب كليات الطب في عموم العراق ؟ هل هو جميع طلاب المرحلة الدراسية الأولى والثانية ؟ ... الخ

(٢) تحديد أفراد المجتمع الأصلي للدراسة : هنا يتطلب ، إعداد قائمة بأسماء جميع الأفراد ، وهذا يتم بعد تحديد المجتمع الأصلي بدقة ، فإذا حدد الباحث مجتمعه الأصلي بأنه طلاب الجامعة التكنولوجية ، فإن عليه أن يعد قائمة بالأسماء بالتعاون مع مدير التسجيل في الجامعة ، وهنا عليه أن يتأكد من أن جميع الكلية هم من المنتظمين دراسياً لهذا العام ، وعليه أن يستبعد المؤجلين والمرقنة قيودهم.

(٣) اختيار عينة ممثلة : بعد تحديد القوائم التي تحتوي على جميع أفراد المجتمع الأصلي ، يقوم الباحث باختيار عينة ممثلة من هذه القوائم ، فإذا كان أفراد المجتمع متجانسين ، فإن أي عدد منهم يمثل المجتمع الأصلي ، أما إذا كان الأفراد غير متجانسين ، فلا بد من اختيار عينة وفق شروط معينة بحيث تمثل أفراد المجتمع الأصلي كافة ، ويحذر الباحث من التسرع في اختيار العينة ، فإذا كان المجتمع الأصلي هو طلاب الجامعة التكنولوجية ، فإن عليه أن يتأكد من القوائم والسجلات والأمور الآتية :-

— هل إن ترتيب الأسماء وفق الأعمار.

— هل إن ترتيب الأسماء وفق الحروف الأبجدية.

— هل إن ترتيب الأسماء وفق معدلاتهم.

في مثل هذه الحالات لا يجوز للباحث أن يختار أسماء أول مائة طالب في القوائم ، لأن هذا يعني انه اختار الطلاب الصغار في السن ، أو الطلاب أصحاب المعدلات العالية ، وإن العينة التي اختارها الباحث ليست عينة ممثلة لكل الطلاب ، إن العينة السليمة ، هي العينة التي تمثل المجتمع الأصلي للدراسة تمثيلاً دقيقاً.

٤) اختيار عدد كاف من الأفراد في العينة : يتحدد الحجم المناسب للعينة من خلال العوامل الآتية :-

١- تجانس ، أو تباين المجتمع الأصلي.

٢- أسلوب البحث المستخدم.

٣- درجة الدقة المطلوبة.

أ- إن المجتمع الأصلي يسهل عملية اختيار العينة ، لأن أي عدد من أفرادها مهما كان قليلاً يمثل المجتمع الأصلي كله ، إن نسبة قليلة من الماء يمكن أن تمثل بنراً كاملاً ، كما إن نقطة دم واحدة يمكن أن تمثل الدم كله ، أما إذا كان المجتمع الأصلي متبايناً فإن ذلك يعني صعوبة في اختيار العينة الممثلة ، كما يعني ذلك زيادة في حجم العينة حتى تمثل المجتمع الأصلي المتباين كله ، فإذا كان المجتمع الأصلي لبحث ما هو طلاب الجامعة التكنولوجية ، فإن هذا المجتمع متباين بين طلاب المرحلة الأولى والمرحلة الثانية بين المجتمع ، بين طلاب متفوقين وآخرين غير متفوقين ، بين طلاب يعملون خارج

أوقات الدراسة وطلاب متفرغين ، وهذا يعني أن العينة لكي تكون ممثلة لابد وأن تشمل أفراداً من كل هذه الفئات.

ب- أما بالنسبة لأسلوب البحث المستخدم فإن ذلك لا يؤثر على اختيار العينة ، فهل يستخدم الباحث الأسلوب المسحي أم التجريبي ؟ وما نوع التصميم التجريبي الذي يستخدمه ؟

إن الدراسات المسحية تتطلب عينة ممثلة وكافية ، كما أن بعض التصميمات التجريبية تتطلب وجود مجموعات تجريبية وضابطة متعددة ، وهذا يعني الحاجة إلى اختيار حجم كبير للعينة.

ج- درجة الدقة المطلوبة : إن الباحث الذي يريد الحصول على نتائج دقيقة لابد وأن يعتمد على عينة كبيرة الحجم تعطيه الثقة لتعميم نتائجه على المجتمع الأصلي الكبير.

ثالثاً - أنواع العينات :

يمكن التعرف على أسلوبين لاختيار العينة ، هما (أسلوب العينة العشوائية أو الاحتمالية⁽¹⁾ Random Sample وأسلوب العينة غير العشوائية (Non - Random Sample) ففي أسلوب العينة العشوائية يختار الباحث أفراداً ممثلين للمجتمع الأصلي لكي يستطيع تعميم النتائج على المجتمع الأصلي كله ، وفي هذه الحالة يكون جميع أفراد المجتمع الأصلي للبحث معروفين ومحددتين ، فالتمثيل هنا يكون دقيقاً ، أما في أسلوب العينة غير العشوائية فيمكن استخدامه في حالة عدم معرفة جميع أفراد المجتمع الأصلي ، وبالتالي تكون العينة غير ممثلة للمجتمع بشكل دقيق ولا تنطبق نتائج الدراسة على كل أفراد المجتمع).

وهنا لابد من تسليط الضوء وإيضاح هذين الأسلوبين مع تحديد لأنواع العينات والتي تندرج تحت كل أسلوب ، وفق العديد من الدراسات والبحوث والمحاضرات التي يمكن لنا اليوم أن نراها متقاربة كثيراً من حيث المنهج العلمي :

١- أسلوب العينة العشوائية :- لقد أكد معظم الباحثين ، بأن الأسلوب الأفضل للعينة العشوائية ، حينما يكون جميع أفراد المجتمع الأصلي معروفين ، كما في المثل السابق الذي ذكرناه حول طلبة الجامعة التكنولوجية ، أي بمعنى ، أن جميع الطلبة مسجلين في قوائم رسمية ، وهنا يمكننا من اختيار عينة تمثلهم ، والطريقة المناسبة للاختيار ، هي الطريقة العشوائية ، ويتم الاختيار العشوائي وفق اشتراطات محددة ، لا وفق الصدفة ، وهي توفر الفرص الكافية والمتكافئة لكل فرد ، على أن يتم اختياره للعينة دون تحيز أو تدخل من قبل الباحث.

٢- أسلوب العينة غير العشوائية :- هناك دراسات يصعب تحديد أفراد المجتمع الأصلي لها ، مثل دراسة أحوال المدنيين ، أو المتسربين من الدراسة ، أو المتهربين من دفع الضرائب ، لأن مثل هذه المجتمعات ليست محددة وأفرادها ليسوا معروفين مثل العينة العشوائية ، لذلك لا يستطيع الباحث أخذ عينة عشوائية منهم لغرض تمثيلهم بدقة ، فيعتمد الباحث إلى أسلوب العينة غير العشوائية ويختار عينة حسب معايير معينة يضعها الباحث ، فالباحث هنا يتدخل في اختيار العينة ويقرر من يختار ومن يهمل من المجتمع الأصلي للدراسة ، ولهذا الأسلوب ووفق ما أتفق عليه بشكل عام ثلاثة أشكال من العينات.

(١) عينة الصدفة Accidental Sample

حيث يختار الباحث عدداً من الأفراد الذين يقابلهم بالصدفة ، فإذا أراد أن يدرس موقف الرأي العام من قضية ما ، فإنه يختار عدداً من الناس يقابلهم بالصدفة في إحدى حافلات النقل العام ، أو خلال تبضعه ووقوفه عند صاحب المخزن ، ولهذا مأخذ ، لكونها لا تمثل المجتمع الأصلي بدقة ، ومن هنا يصعب تعميم نتائج البحث الذي يتناولها على المجتمع الأصلي كله .

(٢) العينة الحصصية Quota Sample

وهي عينة سهلة يمكن اختيارها بسرعة وسهولة ، حيث يقوم الباحث بتقسيم مجتمع الدراسة إلى فئات ، ثم يختار عدداً من أفراد كل فئة بحيث يتناسب مع حجم هذه الفئة ، فإذا أراد الباحث أن يدرس موقف الرأي العام من قضية سياسية ، فإنه يعد إلى تقسيم الناس إلى فئات مثل ، العمال ، الطلاب ، المحامين ، الأطباء ، الخ ، ثم يختار من كل فئة عدداً من الأفراد ، أن هذه العينة تشبه العينة الطبقيّة العشوائية لكنها تختلف عنها ، لكون الباحث في العينة العشوائية لا يختار الأفراد كما يريد ، بينما في عينة الحصصية يقوم الباحث بهذا الاختيار بنفسه ودون أن يلزم نفسه بأية شروط فيتصل مع من يريد من الطلاب أو المحامين ، أو العمال ، وبذلك لا تكون العينة ممثلة لمجتمعها تمثيلاً دقيقاً .

(٣) العينة الفرضية أو القصدية Purposive Sample

يقوم الباحث باختيار هذه العينة اختياراً حراً على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها ، فإذا أراد الباحث أن يدرس تأريخ التربية في العراق مثلاً ، فإنه سيختار عدداً من المربين من كبار السن ومن لهم التجربة الطويلة كعينة قصدية تحقق أغراض دراسته ، إنه يريد معلومات عن التربية القديمة ، وهؤلاء الأشخاص يحققون له هذا الغرض ، فلماذا لا يأخذهم كعينة ؟ إذ ليس من الضروري أن تكون العينة ممثلة لأحد ، فالباحث في مثل هذه الحالة يقدر حاجته إلى المعلومات ويختار عينة بما يحقق له غرضه .

المبحث الرابع :

الاعلام والثورة المعلوماتية

لقد اتفق علماء الاتصال والمعلوماتية والاجتماع والسياسة ان من أهم ميزات وسماات الاعلام والمعلوماتية في وقتنا الحاضر ، هو الوصول والتحقق مما أسماه مارشال ماكلوهن بالقرية الكونية (Global Village) وان سكان الكرة الأرضية بدأوا يعرفون الأخبار التي تحدث أولاً بأول ، بل ان احتلال بغداد يوم التاسع من شهر نيسان عام ٢٠٠٣ من قبل القوات الأمريكية قد تناقلته معظم وكالات الأنباء والمحطات الفضائية قبل أن يعرف به الجندي أو الضابط في جنوب ووسط وغرب العراق ، ذلك أن حدثاً مزلزلاً مثل هذا الذي حصل ، لم يكن بإمكان المتلقي في أقصى شمال الكرة الأرضية ، أو أقصى الجنوب ليعلم عنه ، دون وجود مثل هذه القرية الكونية ، التي قربت الناس إلى بعضهم ، وأزالت الحدود والجغرافيا ، ليأهدوا مجتمعين ورغم الفروقات بالتوقيتات الزمنية هذا الحدث الجلل ، أو تلك الأحداث التي سبقته في أماكن متفرقة من العالم ، أو الأخرى التي أعقبته ، ومع مواكبة التقدم التقني الهائل في عالم الاعلام والمعلوماتية وتطور البث الفضائي والاتصالات بدأ التأثير الاعلامي على الجمهور أكثر فعالية ، وأكثر أهتاما ، وربما بدأ السلوك للأفراد والجماعات يتغير ويأخذ اتجاهات ومناحي وفتناعات أكثر من السابق ، وينعكس ذلك ويرمي بضلاله عليهم بعد استخدامهم للأطباق اللاقطة لمحطات البث الفضائية ، وخاصة في العراق ، حيث كان النظام السابق يحرم على المواطنين استقبال البث الفضائي القادم من خارج الحدود ، بل يقوم بصادرة هذه الأجهزة ووضع غرامات تقدر بثلاثمائة ألف دينار عراقي ، وفي سنوات سابقة كان رب الأسرة يحجز لمدة لا تقل عن شهر في السجن ، ان اندفاع المواطنين وبشدة لشراء هذه

الأطباق لا يدفعهم فقط فضولهم بالحصول عليها ، إنما يمكن إيجازها في
النقاط الآتية :-

١- بعد التاسع من شهر نيسان عام ٢٠٠٣ لم يكن هناك حتى بث محلي
عراقي صميمي سبق وأن تعود الجمهور على متابعة برامجه.

٢- لم تكن الاداعات الموجهة للمواطن العراقي قبل وبعد التاسع من شهر
نيسان ، تشفي غليله وتحقق رغباته في الاستماع والمشاهدة على أهم
وأبرز الأخبار المتعلقة بالحرب وسيرها ، ونتائجها ، بل كان يريد أن
يتحدث إليه من هم قريبين عن أفكاره وتطلعاته عن المستقبل المجهول
الذي ينتظره.

٣- هناك داخل النفس البشرية شيء اسمه الفضول أو الاستكشاف ، أو
معرفة المخفي والمستور ، فحينما تقوم السلطة بمنعه من معرفة مثل
هذه الأشياء ، يحاول الانسان ابتكار طرق عديدة ، حتى وإن كان قسماً
منها محظوراً لمعرفة هذا المنع ، ويقال (إن الممنوع مرغوب) أي
بمعنى معرفة الأسباب التي حالت من منعه لذلك يصبح مرغوباً ،
وتأسيساً على ذلك ، وبعد أن سحقت الفرصة وأصبحت أمراً واقعاً
وملموساً ، ثم أصبح الأمر مسموحاً من قبل سلطات الاحتلال ، بدأ
الجمهور بشراء هذه الأطباق تحقيقاً لكل ما ذكرناه.

٤- إلا أن الأمر الأساسي بعد هذا التحول الكبير الذي حصل في العراق ،
هو رغبة الجمهور الذي حرّمته السلطات السابقة من حقّه الشرعي في
الحصول على المعلومات سواء عبر الأقمار الصناعية أو غيرها من
وسائل الاتصال الأخرى ، في معرفة ما يجري من حوله ، من حوادث
وأخبار ، خاصة وأن الحوادث والأخبار سواء داخل العراق اليوم ، أو
خارجه أصبحت متسارعة بشكل لا يمكن إيقافها والابتعاد عنها ، ذلك
إن هذه الحوادث ، وهذه الأخبار أصبحت تشكل جزءاً من حياته

ومستقبله ، فهو المقصود من وراءها ، وعليه أن يستمع إليها
ويشاهدها من أجل تكوين صورة عنها ، وبالتالي تشكيل موقف منها ،
وليس كما كانت الحال في السابق ، فإن الجمهور يسمع .. يشاهد ،
ينفذ ما يُطلب منه ، سواءً كان راضياً عن ذلك ، أو غير راضي.
ومن هنا يأتي تغير السلوك ، وتأتي تغير القنوات ويأتي الموقف ،
الذي يتخذه المتلقي مما يجري حوله ، ومما توجه إليه من رسائل عبر
وسائل الاعلام ، فهو اليوم ممكن أن يصبح صاحب قرار ، أو مشارك فيه ،
أو متداخل معه ، أو ضد قرار قد لا يحقق من طموحاته شيء يذكر ، لذلك
فإن تعدد قنوات البث المحلي والفضائي ، سواءً تلك التي تمثل وجهة نظر
السلطة ، أو تلك المحايدة (الغير رسمية) أو ما تطلق عليها بالمحطات
الخاصة ، أو تلك التي من خارج الحدود عربية كانت ، أم أجنبية ، فيسكون
بأماكن المتلقي الحكم على خطابها بشكل واعٍ ، سواءً بالقبول أو الرفض ،
أو غير ذلك ، كما أن تعدد المحطات سوف يتيح للجمهور المتلقي أكثر
مساحة ووسعاً وفهماً في الاختيار ، كما هو حال السوق المفتوح (عرض
وطلب) ، خاصة وإن معظم المحطات الفضائية متجهة للتشديد على تفسير
بعضاً من قنواتها وكما هو الحال مع بعض المحطات الفضائية التي أخذت
فعلًا ومنذ فترة ليست بالقصيرة من السير بهذا الاتجاه.

نقد صنف مارشال ماكلوهن أجهزة الاعلام الرئيسية الثلاث (المقروءة ،
المسموعة ، المرئية) إلى صنفين ، الأول ما أسماه بالأجهزة الساخنة
(HOTMEDIA) وهي تشمل الصحافة والإذاعة ، فهي دائماً تبرز الأخبار
المنيرة في كل وقت ، وفي كل مكان ، وخاصة بعد اختراع الراديو
الترانسستور عام ١٩٥٦ ، والصحافة تسهب في الأنباء المذاعة وعن
إشارتها وأبعادها وآثارها فور وقوعها ، لذلك أتصفت بالسخونة ، فالراديو
متوفر الآن في السيارة والمكتب ، وفي كل مكان ، وكذلك الصحيفة يمكن

الاحتفاظ بها إذا ما قصرت ذاكرة الانسان من الاحتفاظ بالمعلومات المتوفرة، أما الصنف الثاني ، وهو التلفزيون ، فقد أطلق عليه ماكلوهن بالجهاز البارد (COLD MEDIUM) لأن المشاهد يرى ويسمع الأنباء المثيرة ، وهو ليس بحاجة إلى ارهاق حاستي السمع أو النظر معاً كما هو الحال في الصحافة أو الراديو ، وميزة التلفزيون إنه يجمع بينهما ويحقق المقولة ، إن ما أراد بعيني حقيقة غير قابلة للنقاش (SEEING IS BELIEIVING) ، ولذلك كان للتلفزيون الدور الريادي ، كما أنه ، (وكما أثبتت كافة الدراسات) أقوى من أجهزة الاعلام الأخرى ، مفعولاً وتأثيراً على الجماهير ، وتبعاً لذلك برز مفهوم النجومية من الفنانين ومقدمي البرامج ، أكثر من الراديو ، وكتاب الأعمدة الصحفية المختلفة ، وبما أن بحثنا المتواضع هذا يتعرض حول استخدام العينات في وسائل الاعلام ، فسوف نركز على هذا الاستخدام من خلال التلفزيون والذي يأخذ نفس المنهج في استخدام العينات في بقية وسائل الاعلام الأخرى.

الاستبيان : QUESTIONNAIRE

يعتبر الاستبيان ، أو الاستقصاء أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين ، ويقدم الاستبيان بشكل عدد من الاسئلة يطلب الاجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان.

أولاً : خطوات الاستبيان :

يمر بناء الاستبيان أو تصميمه بالمراحل الآتية :-

١- تحديد هدف الاستبيان في ضوء أهداف الدراسة وفي ضوء صياغة مشكلة البحث الرئيسية ، وتحديد لها على شكل سؤال واضح.

٢- تحويل السؤال إلى مجموعة من الاسئلة الفرعية ، حيث يرتبط كل سؤال فرعي بجواب من جوانب مشكلة البحث.

٣- وضع عدد من الاسئلة المتعلقة بكل موضوع من موضوعات الاستبيان، وفيما يأتي مثلاً عملياً على هذه الخطوات :

حدد أحد الباحثين مشكلته بالسؤال العام الآتي :

ما هي اتجاهات مشاهدي قناة الجزيرة في العراق حول برنامج ((الاتجاه المعاكس))

إن الباحث في صياغته لهذا السؤال يكون قد مر في الخطوة الأولى وحدد مشكلة البحث في سؤال عام ومحدد ، وعليه الآن أن ينفذ الخطوة الثانية من خطوات صياغة الاستبيان ، وهي تحويل هذا السؤال إلى مجموعة من الاسئلة الفرعية وهي ما تمثل موضوعات الاستبيان ، وفي ما يأتي بعض الأسئلة :

- ما هي اتجاهات المشاهدين السلبية تجاه برنامج ((الاتجاه المعاكس))؟
- ما هي اتجاهات المشاهدين الايجابية تجاه برنامج ((الاتجاه المعاكس))؟
- ما هي اتجاهات المشاهدين حول الضيوف الذين يحاورهم البرنامج ؟
- ما هي اتجاهات المشاهدين تجاه الحوارات المفتوحة ؟
- ما هي اتجاهات المشاهدين حول التحريض الموجود داخل البرنامج ؟

إن هذه الأسئلة تمثل موضوعات الاستبيان ، والمطلوب من الباحث الآن أن يضع أسئلة فرعية على كل موضوع منها ، ويتوجب أيضاً وضع أسئلة أخرى تغطي بها موضوعات الاستبيان كافة ، وبذلك يكون قد انتهى من إعداد الصورة الأولية للاستبيان والتي تسهم بشكل واضح في الاجابة.

ثانياً : تجريب الصورة الأولية للاستبيان :

يقوم الباحث بعد الانتهاء من إعداد الصورة الأولية للاستبيان بتجريب الاستبيان على عينة محدودة من المجتمع الأصلي للبحث ، وذلك للتأكد من وضوح الأسئلة وإبتمامها عن الغموض ثم يجري عليها التعديلات في ضوء الملاحظات التي يتلقاها من أفراد العينة ، كما يمكن للباحث أن يعرض الصورة الأولية للاستبيان على عدد من الخبراء ، أو المختصين لمعرفة آرائهم بفقراته ومدى وضوحها وترابطها وملاءمتها للاستخدام.

تعديل الاستبيان :

ويعدل الباحث استبيانه في ضوء الملاحظات التي يتلقاها إلى صدق الاستبيان وثباته.

ثالثاً : الاستبيان في صورته النهائية :

يحتوي الاستبيان في صورته النهائية على جزئين هامين هما : مقدمة الاستبيان وفقراته.

١- مقدمة الاستبيان

لابد للباحث أن يوضح في المقدمة الغرض العلمي ، ونوع المعلومات التي يحتاجها من الناس الذين سوف يقوم باستجوابهم ، على أن يقوم بتشجيعهم على الاجابة الموضوعية والصريحة ، وكما وعليه ، أن يطمئنهم على سرية المعلومات وعدم استخدامها لغير أغراض البحث ، كما يتوجب أن تشمل كل الأسئلة ، ويترك الأجابة التي يراها المفحوص مناسبة له ، وللإستبيان ثلاثة أشكال هي :-

أ- الاستبيان المغلق

وهو الذي يطلب من المفحوص اختيار الاجابة الصحيحة من مجموعة من الاجابات ، مثل ، نعم ، لا ، أو كثيراً أو دائماً ، أو

قليلاً ... أو نادراً ... الخ ، وهذا النوع من الاستبيان يساعد الباحث في الحصول على معلومات وبيانات أكثر مما يساعده على معرفة العوامل والدوافع والأسباب.

ب- الاستبيان المفتوح

وهذا الشكل يترك للمفحوص حرية التعبير عن آرائه بالتفصيل ويساعد الباحث على التعرف إلى الأسباب والدوافع والعوامل التي تؤثر على الآراء والحقائق.

ج- الاستبيان المغلق المفتوح

يتكون هذا الشكل من أسئلة مغلقة يطلب من المفحوصين اختيار الاجابة المناسبة لها وأسئلة مفتوحة تعطيه الحرية في الاجابة.

د- قواعد تراعى في صياغة الاستبيان

لابد للباحث وأثناء صياغته وبنائه للاستبيان عدداً من القواعد والمعايير يتعلق بعضها بصياغة أسئلة الاستبيان ، ويتعلق بعضها بترتيب الأسئلة وتبويبها ، كما يتعلق بعضها بقواعد عامة تتعلق بشكل الاستبيان وأهدافه ومن هذه القواعد :

١- أن لا يكون الاستبيان طويلاً.

٢- الأبتعاد عن الأسئلة الغير هامة ، وتلك التي تحتاج إلى تفكير وتدقيق عميق.

٣- إذا حصل الباحث وعبر الوثائق والسجلات ، فلا داعي لذكرها في الاستبيان.

٤- التأكد من علاقة السؤال المثبت في الاستبيان بمشكلة البحث.

أبرز الطرق في استخدام العينات لوسائل الاعلام ((التلفزيون كنموذج))

بعد كل ما تقدم ، لابد لنا من اختيار العينة المناسبة التي ممكن أن نستخدمها في بحوث وسائل الاعلام بشكل عام والتلفزيون بشكل خاص .
فإذا ما عرفنا ، أن اختيار العينة ، وكما أسلفنا تمر بخطوات متعددة ،
لابد لنا من تحديد المجتمع الأصلي للدراسة ، وبما أن بحثنا الافتراضي
يتعرض إلى التلفزيون ، ومشاهديه فيعني ذلك أننا أمام فرشة واسعة من
المجتمع .

ذلك أن التلفزيون يُشاهد من قبل كل الفئات العبرية وقطاعات مختلفة
من المستويات الثقافية والتعليمية والاجتماعية ، إذا في مثل هذه الحالة ،
لابد للباحث أن يحدد هدف مشكلته ، وإذا ما أستطاع أن يحدد مشكلة بحثه ،
فعلية أن يختار حدوداً لبحثه ، سواءً ما يتعلق بالفترة الزمنية لأطار البحث
(أي فترة البث ... أسبوع ، شهر ، أكثر .. الخ) ومن هم المبحوثين ،
طلاب (أي مرحلة دراسية ، ما هي دراستهم ، فئات أخرى ، إذا تحدد هذه
الفئة بدقة تامة) كل هذه الاجراءات ، وهذا الفهم ، سوف يساعد الباحث
بالتأكيد للوصول إلى نتائج طبية ومرضية .

بعد ذلك ينتقل الباحث لأختيار العينة التي سوف يستخدمها في بحثه ،
وكما أسلفنا ، فإن الأهداف التي يضعها الباحث لبحثه والاجراءات التي
يستخدمها ستحدد طبيعة العينة التي سيختارها ، وفي مثل موضوعنا ، فإنه
بالإمكان استخدام العينة الحصصية Quota Sample وهي عينة سهلة
يمكن اختيارها بسرعة ، حيث يقوم الباحث بتقسيم مجتمع الدراسة ، وهذا
ما يتفق ومشكلة البحث وإجراءاته ، ثم يختار عدداً من أفراد كل فئة بحيث
يتناسب مع حجمها .

وبما أن هذه العينة تشبه العينة الطبقيّة العشوائية ، لكنها تختلف في
موسوع اختيار الأفراد ، على أساس أن العينة العشوائية لا يختار فيها
الباحث الأفراد كما يريد بينما في عينة الحصصية يقوم الباحث بهذا الاختيار
بنفسه دون أن يلزم نفسه بأية شروط .

الاستنتاجات :

نستنتج من هذا البحث ، أن علماء وخبراء الاتصال الجماهيري في العالم مازالوا مستمرين في البحث للوصول لعناهج وأساليب ملائمة تستجيب لفهم وتحليل الرسالة الإعلامية المعقدة التي تتوافق مع العديد من المتغيرات النفسية والثقافية والاجتماعية المتشابهة ذلك أن الاعلام بطبيعته هو عالم متغير كتغير الأخبار والأحداث والسلوك ، كذلك ، فإن التغيرات التي تحصل في البرامج التلفزيونية لمعظم المحطات التلفزيونية في العالم ، سواءً على مستوى الشكل ، أو المضمون ، إنما نتيجة الدراسات والبحوث وقياس الرأي الذي تجريه هذه المحطات بالتعاون مع المراكز البحثية المتخصصة في قياس الرأي لوسائل الاعلام ، وفي الوقت نفسه ، فإن البحوث والدراسات الاجتماعية والنفسية والسياسية التي تجريها المراكز البحثية المتخصصة للمجتمعات تتعرض هي الأخرى ، ومن ضمن تخصصاتها إلى تغير السلوك والعادات والوعي وتشكيل الرأي العام ، إلى ما تحدثه وسائل الاتصال من أثر على الجمهور المتلقي ، ومن هنا ، فإن الفواصم المشتركة بين كل هذه المراكز البحثية ، إنما تصب في دراسة المجتمع ، أي مجتمع ، ومن كافة الوجود.

بعد كل هذا الاستعراض توصل الباحث، على أن أنسب العينات ، هي العينة الحصصية ، على أساس أنها عينة سهلة ويمكن اختيارها بشكل سريع من خلال قيام الباحث بتقسيم مجتمع الدراسة خاصة وأن هذه العينة تشبه العينة الطبيعية العشوائية مع كونها تختلف في موضوع اختيار الأفراد

التوصيات:

يوصي الباحث بالاجراءات الآتية :-

١- هناك ضرورة قصوى في إعادة تفعيل دور المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين التابع لاتحاد اذاعات الدول العربية ، سواءً على مستوى اتجاز البحوث والدراسات المتعلقة بوسائل الاتصال الجماهيري. أو تلك المتعلقة بتتبع الأثر ، خاصة وإن عصرنا الحالي يشهد أكبر ثورة تكنولوجية مهمة في عالم المعلوماتية والاتصال.

٢- التأكيد على إعادة إصدار مجلة ((البحوث)) التي كان يصدرها المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين ، والتي كانت تعد المجلة الوحيدة المتخصصة في مواضيع الاتصال الجماهيري والمعلوماتية في الوطن العربي ، والتي يتشرف الباحث ، إنه كان مديراً عاماً للمركز ورئيساً لتحريرها.

٣- دعوة جامعة بغداد الموقرة ، وبقية الجامعات العراقية ، إلى فتح مركز متخصص لمثل هذه الدراسات والبحوث.

٤- دعوة كافة الوزارات والمؤسسات الرسمية للدولة والقطاع الخاص والشركات المهمة إلى تأسيس مراكز بحثية تتعلق بمهامها ومستقبلها.

المصادر :

- ١- عبد الرحمن الزامل - أزمة الاعلام العربي - الدار المتحدة للنشر . ١٩٧٤ .
- ٢- الاعلام العربي - دورية الدراسات الاعلامية نصف السنوية / تشرين الثاني ١٩٨٥ و حزيران ١٩٨٦ - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم / تونس .
- ٣- خصائص وعادات الجمهور العربي في التعرض للاذاعة والتلفزيون ، مجلة البحوث ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين العدد الثامن ، بغداد آب ١٩٨٣ .
- ٤- البحث العلمي ، تأليف الدكتورة ، ذوقان عبيدات ، عبد الرحمن عدس ، كايد عبد الحق دار مجدلاوي - عمان الأردن ١٩٨٢ .
- ٥- المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، معهد الصحافة وعلوم الأخبار / العدد ١٣ حزيران (جاتفي - جوان ١٩٨٨) .
- ٦- تحليل اتجاه التلفزيون الاسرائيلي ، مؤسسة الخير الاستشارية / عمان الأردن بالتعاون مع المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين / بغداد / أيلول ١٩٨٩ .
- ٧- المدخل إلى البحث العلمي / د. عصمت عبد المجيد بكر ، الموسوعة الصغيرة (٤٥٣) دار الشؤون الثقافية العامة - بغداد - العراق ٢٠٠١ .
- ٨- المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري - جامعة لويزيانا - الولايات المتحدة الأمريكية ترجمة المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين / بغداد / العراق ١٩٨٨ .

الهوامش

- ١- البحث العلمي / ت / د. نوقان عبيدات. د. عبد الرحمن عدس ، د. كايد عبد الحق. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع - عمان - الأردن ١٩٨٢ ص ٩.
- ٢- نفس المصدر السابق / ص ١١ .
- ٣- المدخل إلى البحث العلمي / د. عصمت عبد المجيد بكر (الموسوعة الصغيرة / ٤٥٣) دار الشؤون الثقافية العامة - بغداد - العراق - ٢٠٠١ ص ١٤ .
- ٤- ثور هيردال (مستل من دراسة تحليل اتجاه التفريغ الاسرائيلي) مؤسسة الخبر الاستشارية عمان الأردن ، بالتعاون مع المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين / ١٩٨٩
- ٥- البحث العلمي ، تأليف د. نوقان عبيدات ، د. عبد الرحمن عدس ، د. كايد عبد الحق ، دار مجدلاوي عمان الأردن ، ص ١٠٦ - عام ٩٨٢ .
- ٦- المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري - اعداد جامعة لويزيانا في الولايات المتحدة الأمريكية - ترجمة المركز العربي للبحوث بغداد - ١٩٨٨ .