

## الإشكاليات المنهجية في اختيار عينة بحوث الإعلام والاتصال من المجتمع الأصلي الافتراضي

### Methodological problems in choosing a sample of information and communication research from the virtual original community

امال قاسيمي<sup>1</sup>، وهيبه بوزيفي<sup>2</sup>،

<sup>1</sup> جامعة الجزائر 3، (الجزائر)، kassimi.amel@univ-alger3.dz

<sup>2</sup> جامعة الجزائر 3، (الجزائر)، bouzifi.ouahiba@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: سبتمبر/2022

تاريخ القبول: 2022/09/11

تاريخ الإرسال: 2021/03/14

#### الملخص:

تطرح ورقتنا البحثية الإشكالية المنهجية في اختيار عينة بحوث علوم الإعلام والاتصال من المجتمع الأصلي الافتراضي، من حيث ضبط الأسس والأساليب العلمية المتعارف عليها في أسلوب المعاينة التقليدي مثل تحديد مجتمع البحث المستهدف و نوع و حجم العينة المراد دراستها . وقد توصلت دراستنا إلى أن من أهم الصعوبات التي تواجه الباحثين في علوم الإعلام والاتصال أثناء تطبيق شروط اختيار العينة الافتراضية تكمن في صعوبة تحديد حجم مجتمع وعينة البحث العلمي ووصول الباحث الى كل مفردات العينة المختارة، مع صعوبة تحقيق درجة تمثيل العينة للمجتمع الأصلي، وكذا استحالة الاعتماد على العينات الاحتمالية ، بالإضافة الى صعوبات المعاينة في بحوث تحليل المحتوى الاعلامي الرقمي ومنها تغير المحتوى بسرعة وعدم القدرة على التحقق من صدق و ثبات التحليل المعلوماتي بالحاسوب .

**الكلمات المفتاحية:** العينة، الإشكاليات المنهجية، بحوث الإعلام والاتصال، المجتمع الأصلي الافتراضي.

#### Abstract:

We presents the methodological problem of choosing a sample of information and communication research from the virtual original community, in terms of Sitting the foundations and scientific methods recognized in the traditional sampling method, such as determining the target research community, the type and size of the sample to be studied. We conclude that the most important difficulties faced by researchers in the information and communication sciences when applying the conditions for selecting the virtual sample is the difficulty of determining the size of community and the sample of study and the researcher's access to all members of sample selected, it is also impossible to rely on probabilistic samples, as well as the sampling difficulties in digital media content analysis research, including the inability to verify the validity of information analysis.

**Key words:** The sample, Methodological Problems, Information and Communication research, The Virtual Original Community.

## مقدمة:

ان المعرفة العلمية في مختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية بما فيها الإعلام والاتصال تختلف عن باقي المعارف الحسية والفلسفية من حيث اعتمادها على الأسلوب الاستقرائي والملاحظة المنظمة للظواهر وصياغة الفرضيات وإجراء التجارب وجمع البيانات تحليلها للتأكد من صحتها، وعليه فإن البحوث العلمية تفسر لنا المشكلة البحثية محل الدراسة بصورة علمية ووفق أسس منهجية ليصل الباحث في الأخير الى نتائج قائمة على تحليل دقيق للحقائق ومستندة على الأدلة والشواهد .

ويعتبر اختيار العينة في البحث العلمي من المراحل المهمة لإنجازه والتي تؤثر على جميع خطواته لذلك يجب أن يكون تحديد نوعها وحجمها وفق منهجية وأسس وأساليب علمية متفق عليها من قبل الباحثين في المنهجية، بحيث تمكن الباحث من تأطير دراسته وإعطائها صبغة موضوعية أكاديمية بحثية.

ومع ظهور وتطور شبكة الانترنت و تطبيقاتها من مواقع التواصل الاجتماعي كوسائط اتصالية وإعلامية جماهيرية وتعدد استخداماتها في مختلف مجالات الحياة وتأثيراتها على الجمهور انصب اهتمام الباحثين في علوم الاعلام والاتصال على دراسة جماهير هذه الوسائط الجديدة ومحتواها ، وبالتالي بدأوا بالتفكير في الطرق المنهجية التي تمكنهم من اختيار عينة أبحاثهم ونوعها وحجمها من مجتمع أصلي افتراضي حدوده غير معلومة ويتسم بالتشتت وضخامة العدد وفي إن كانت حقيقة مفردات العينة المختارة تمثل المجتمع المستهدف، وغيرها من التساؤلات التي أثارها كل باحث مهتم بإجراء دراسات مسحية في المجتمعات الافتراضية باعتبار أن نجاحه في اختيار العينة الصحيحة من حيث النوع والحجم وطريقة السحب هو المفتاح السليم للوصول إلى النتائج وإمكانية تعميمها على المجتمع المبحوث.

من هذا المنطلق جاءتنا فكرة هذه الورقة البحثية التي حاولنا من خلالها الوقوف عند أهم الصعوبات التي واجهت الباحثين في عملية تطبيق شروط اختيار العينة الافتراضية في بحوث علوم الاعلام والاتصال، ومنه فإن إشكالية دراستنا تتمحور حول السؤال الرئيسي التالي :

ما هي الصعوبات والتحديات التي تواجه الباحث في الدراسات الاعلامية والاتصالية في اختيار عينة بحثه من المجتمع الأصلي الافتراضي ؟

وللإجابة على هذه الاشكالية تم تفكيكها الى التساؤلات التالية :

- ✓ ماذا نفصد بالمجتمع الافتراضي والعينة الافتراضية ؟
- ✓ ما الفرق بين المجتمع الالكتروني والافتراضي والعينة الالكترونية والافتراضية ؟
- ✓ ما هو نوع العينات التي يمكن أن يطبقها الباحث مع المجتمعات الافتراضية ؟
- ✓ ما هي صعوبات المعاينة في بحوث المحتوى الاعلامي الرقمي ؟

1- **تحديد مفاهيم الدراسة :** يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية للدراسة من أهم خطوات البحث العلمي ومستلزمات دقته، لذلك ارتأينا ضبط المفاهيم التي تطرقنا إليها في ورقتنا البحثية وهي : مجتمع البحث الإلكتروني، العينة الإلكترونية، مجتمع البحث الافتراضي، والعينة الافتراضية.

1-1 **مجتمع البحث الإلكتروني:** يعرف كوبيلس (Cubiles) المجتمع الذي يشارك في الدراسات الاستقصائية على الانترنت بأنه " يشمل أولئك الأشخاص الذين لديهم إمكانية الوصول إلى الوسائل المناسبة لاستكمال استبيان المسح عن طريق الانترنت ".<sup>1</sup> ويحدد كوبيلس في مقاله نوعين من المجتمعات الدراسية تبعا لدرجة تعامل مفرداتها مع الانترنت مع تمييزهما بعدم محدوديتهما جغرافيا وهما :

أ. **المجتمع المتشعب :** هو الذي تصل نسبة تعامل مفرداته مع الانترنت الى 80 بالمائة أو أكثر من المجتمع وهو يتكون في نظره من أربعة أنواع و هي :<sup>2</sup>

• **المجتمع الجمهور ( Audience ) :** وهو يتكون من مجموع المستخدمين الذين يصلون الى موقع الكتروني معين أو الى شبكة من المواقع (لأي سبب كان) لفترة من الزمن (فترة الدراسة).

• **المجتمع المحدد ( المشخص ) :** وهو مجتمع مستخدمي الانترنت من الذين قد تتوفر عنهم قائمة بكافة العناصر و المعلومات لتحديد موقعهم (على سبيل المثال طلبة الجامعات ، موظفي الشركات والمؤسسات ...)

• **مجتمع مستخدمي الانترنت :** الذي يشير الى جميع مستخدمي الانترنت بغض النظر عن الموقع الإلكتروني الذي يزورونه وعن الهدف من ذلك (على الأقل مرة واحدة في آخر سبعة أيام )

• **مجتمع انترنتي متخصص :** حيث يجب ان يتوفر في عناصره تخصص معين مطلوب للانضمام الى المجتمع المستهدف ( مثل ان يكون من المستهلكين لمنتج معين ...)

ب. **المجتمع غير المتشعب :** هذا النوع من المجتمع يتميز حسب الباحث كوبيلس بإتاحته فرصة تطبيق الاستبيانات المعتمدة على الانترنت و من خارجها ، لأن نسبة تعامل عناصره مع هذه الأخيرة أقل من 80 بالمائة من خارج الانترنت .<sup>3</sup>

ونعرف اجرائيا مجتمع البحث الإلكتروني بذلك المجتمع المستهدف الذي يتكون من مجموعة افراد نحدد مسبقا و نعرف خصائصهم ولصعوبة التواصل معهم في الواقع الاجتماعي لارتباط هؤلاء الافراد بالتزامات وانشغالات وربحا للوقت والجهد نتواصل معهم الكترونيا ونوزع لهم الاستبيان الإلكتروني (On- Line Questionnaire).

وهو " ذلك الاستبيان المرسل عبر البريد الإلكتروني (Email)، قواعد البريد الإلكتروني ( Database email )\* و الومضة (Pop-up).\*\* و عبر الانترنت والمواقع الخاصة بالسير الذاتية للأفراد ( Home Page ) أو الموضوعات أو المشاركة في المؤتمرات (Useiner)."<sup>4</sup> وبناء على ما تقدم وفي هذه الحالات

نقول أن مجتمع البحث الالكتروني هو ليس نفسه الافتراضي لأنه يتكون من مجموعة عناصر معروفة وتتوفر على سمات مشتركة .

**2.1 العينة الالكترونية:** وتسمى أيضا بالمعاينة الانترنتية التي تستهدف مستخدمي صفحة موقع الالكتروني معين ( ويب ) بحيث اختيار أفرادها أو المشاركين يمكن أن يكون يتم اما باستخدام خوارزمية تقوم بحساب تواتر الزيارات و اقتراح المشاركة على كل عدد " ن " من الزوار ( دوريا ) ، أو استخدام رمز لاختيار وعرض المشاركة على زوار الصفحة على فترات عشوائية شريطة التأكد من عدم قيام الفرد بملء الاستمارة مرتين .<sup>5</sup>

وتعرف أيضا بأنها تلك العينات المعتمدة على شبكة المعلومات العالمية " ويب " التي هي بمثابة مجموعة من أساليب العينة التي تستخدم عناوين البريد الالكتروني ، والزيارات لموقع على شبكة الانترنت و اختيار المستخدمين للانترنت كوحدة للعينة ، علما أن استخدام المسوح عبر شبكة المعلومات العالمية كان في منتصف الثمانينيات من القرن الماضي ومن المحتمل اليوم أن يكون أكثر من 40 بالمائة من كل المسوح يعتمد على شبكة الانترنت .<sup>6</sup>

ومن جهة أخرى يصنف بعض الباحثين العينة المعتمدة على الهاتف من أنواع العينات الالكترونية التي تستخدم أرقام الهاتف كوحدة عينة ، و ذلك بالاستعانة بنوعين أساسيين من هذه العينة أولهما العينة المعتمدة على قائمة ، والثانية العينة المعتمدة على الاتصال بالأرقام العشوائية ، حيث حلت المسوح باستخدام الهاتف محل المسوح بالمقابلات الشخصية كخيار لطريقة المسح .<sup>7</sup>

والجدير بالذكر أنه عند اختيار العينة على الانترنت هناك نوعان من التجنيد أولهما الايجابي النشاط الذي يشارك فيه الباحث في عملية اختيار افراد عينته ويكون على علم بهويتهم، والثاني السلبي الذي لا تعرف فيه هوية المشاركين من مفردات العينة عند اجراء الدراسة .<sup>8</sup>

وفي نظرنا فإن العينة الالكترونية وعبر التجنيد النشاط تسحب من مجتمع البحث الاصلي الالكتروني وليس الافتراضي، أما العينة الافتراضية وعبر التجنيد السلبي تستخرج من مجتمع البحث الافتراضي وليس الالكتروني.

### 3.1 مجتمع البحث الافتراضي ( المجتمع المستهدف ) ( PopulationTarget ):

قبل تحديد المفهوم الاجرائي لمجتمع البحث الافتراضي لا بأس ان نشير الى التعريف الاصطلاحي لمجتمع البحث التقليدي الذي يمثل عناصر المجتمع الكلي للدراسة وهو " المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ، ومثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته و يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته."<sup>9</sup>

ويعرف كذلك بأنه " مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا و التي ترتكز عليها الملاحظات ، هذه العناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي ."<sup>10</sup>

وقد يقوم الباحث بإجراء دراسة شاملة لجميع مفردات العينة التي تدخل في البحث و تعرف هذه الطريقة بالحصر الشامل ، وقد يختار أسلوب المعاينة عندما يتعذر عليه الوصول إلى جميع مفردات مجتمع بحثه ، وهو الأسلوب الذي ارتأينا الوقوف عند اشكالية اختياره من الناحية المنهجية في حالة إذا أخذت العينة من مجتمع بحث افتراضي موجود في البيئة الرقمية .

وكتعريف اجرائي لمجتمع البحث الافتراضي فهو مجتمع حدوده غير معلومة ، يتميز بالتشتت وضخامة العدد يتكون من مجموعة غير متناهية وغير محددة من الأفراد الذين جمعتهم أهداف مشتركة في الفضاء الرقمي ، فهو جميع عناصر ومفردات المشكلة البحثية أو الظاهرة الاعلامية والاتصالية محل الدراسة ، فمثلا إذا كان موضوع بحثنا " دور الفايبيوك في تعزيز الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري " فهنا مجتمع بحثنا الأصلي هو الشباب الجزائري المستخدم لهذا الموقع والذي سيضم مفردات العينة التي ستجرى عليها الدراسات في علوم الاعلام والاتصال .

## 2. العينة الافتراضية في بحوث علوم الاعلام و الاتصال :

تعتبر العينة (Sample) "طريقة منطوق البحث و جمع المعلومات، فتأخذ عينة من مجموع ما للانتقال من الجزء الأول إلى الكل أو التوصل إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أوزانه فهو ضرب من الاستقراء و ليست العينة إلا مثلا أو مجموعة أمثلة يستخلص منها أحكام قدر الإمكان ."  
كما هي منهج يتطلب دقة في تحديد الهدف الذي تؤخذ من أجله العينة، وثانيا عناية في وضع شروط هذه العينة، وثالثا خبرة في اختيارها<sup>11</sup> .

وتعرف المعاينة (Sampling) بأنها " الاستناد لعدد معين من المفردات والتي هي جزء أو خيار معين من مفردات أكبر تمثل المجتمع لاتخاذ القرار وإجراء التحليل ووضع النتائج والتوصيات" والعينة (ample) هي ناتج عملية المعاينة، أي أن المفهوم مترادفان.<sup>12</sup>

وطرح الكاتب الصحفي شيلدون آر جاوايزر (Sheldon R.Gawiser) سؤالا يعبر فيه عن مفهوم العينة قائلا " كيف يمكنك أن تقابل ألف شخص فقط وتستطلع آرائهم ثم تدعي بأنك تعرف ما يفكر فيه 250 مليون أمريكي؟ " <sup>13</sup>

وعليه فإن عينة البحث هي " عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة.<sup>14</sup>

وإذا ما أردنا اسقاط هذا المفهوم التقليدي على العينة الافتراضية فيمكن أن نعرفها اجرائيا بأنها

العينة التي نستخرجها من المجتمع الأصلي الافتراضي أي جزء منه وتتكون من مجموعة أشخاص ينتمون الى مجتمع البحث المتواجد في الفضاء الرقمي .

ورجوعا الى المثال السابق حول " دور الفايبيوك في تعزيز الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري " فإن عينة بحثنا هي مجموعة من أفراد الشباب الجزائري المستخدم للفايبيوك الذين اخترناهم وأخذناهم من مجموعة أكبر من الفضاء الأزرق كمجتمع أصلي، باعتبار من المستحيل أن يقوم الباحث في هذا الموضوع دراسة جميع الشباب الجزائري المستخدم للفايبيوك .

### 3. شروط اختيار العينة بما فيها الافتراضية في البحوث الاعلامية والاتصالية :

يلجأ الباحث إلى العينة عندما تغنيه عن دراسة كافة وحدات المجتمع ، مع العلم انه كلما زاد حجم المجتمع كان من الافضل اختيار استخدام اسلوب العينة، وبعد أن يقوم بدراسة عينة البحث العلمي، يمكنه بعد ذلك أن يعمم النتائج التي توصل إليها على مجتمع الدراسة بشكل كامل، حيث أن البيانات التي قدمها أفراد العينة تمثل بصدق وموضوعية آراء وتوجهات مجتمع الدراسة، خاصة إذا تم اختيار عينة البحث العلمي بالطريقة العشوائية.<sup>15</sup> غير أن اختيار العينة يجب أن يكون وفق معايير دقيقة و علمية، كما يلزم عملية المعاينة شروط أساسية و هي كالآتي:

- **تحديد المجتمع الأصلي :** تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث العلمية ، وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه و كفاءة نتائجه.

- **ممثلة لمجتمع البحث الأصلي :** أي يجب أن يكون العدد ممثلا (Representative) لمجتمع البحث في الخصائص و السمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.<sup>16</sup>

- **أن تكون لوحدات المجتمع الأصلي فرسا متساوية في الاختيار :** و هذا يعني أن تتاح الفرص المتكافئة لكل فرد من المجتمع الأصلي ،بحث يمكن أن يقع عليها الاختيار فيكون ضمن العينة دون تدخل أو تحيز أو تعصب من الباحث.<sup>17</sup>

- **تحديد أسلوب و نوع العينة :** حتى يتمكن الباحث من توظيف معارفه السوسيولوجية بما فيها أنموذجه التحليلي أي الإشكالية والفرضيات ، عليه اختيار العينة المناسبة كيربط بين الفرضية والميدان باعتبار العينة وحدة إحصائية ممثلة للمجتمع ككل<sup>18</sup> وتقسّم العينات إلى مجموعتين رئيسيتين هما : **العينات الاحتمالية** والتي يتم اختيارها وفق قوانين احتمالية، و**العينات غير الاحتمالية (Non-Probability Sample)** ، التي لا تخضع إلى قوانين الإحصاء ولا إلى الصدفة ، بل إلى مواصفات ومعايير يضعها الباحث للغرض الذي يخدم بحثه.<sup>19</sup> ويمكن أن يختار الباحث الأسلوب المختلط

للمعينة، هذا الأخير يدخل في إطار ما يعرف " بتداخل العينات " حيث يسمح هذا الأسلوب للباحث باستخدام أكثر من عينة بما يمكن أن يلبي حاجته العلمية.<sup>20</sup>

وفي هذا الصدد يمكن أن نشير الى جوانب القوة والضعف للعينات الاحتمالية والعينات غير الاحتمالية لتحديد احتمالات الاختيار ضمن الجدول الموالي :

الجدول رقم 01 : يبين أوجه المقارنة بين جوانب القوة و الضعف للعينات الاحتمالية وغير الاحتمالية:

الاحتمالات	العينة غير الاحتمالية	العينة الاحتمالية
<b>الاهداف</b>		
اهداف البحث استطلاعي	جانب قوة	جانب ضعف
الحاجة لاتخاذ قرار سريع	جانب قوة	جانب ضعف
الحاجة لدراسة عناصر معينة من المجتمع لمستهدف	جانب قوة	جانب ضعف
الحاجة لاستخدام عينة ممثلة	جانب ضعف	جانب قوة
الحاجة لاستخدام استدلال احصائي من العينة	جانب ضعف	جانب قوة
الحاجة لتقليل تحيز الاختيار	جانب ضعف	جانب قوة
اهمية الدراسة	جانب ضعف	جانب قوة
الهدف من العينة هو تقديم مثال توضيحي	جانب قوة	جانب ضعف
<b>طبيعة المجتمع الاحصائي</b>		
تباين المجتمع	جانب قوة	جانب قوة
صعوبة الوصول الى عناصر المجتمع او تحديد موقعهم	جانب قوة	جانب ضعف
المجتمع منتشر جغرافيا بصورة كبيرة	جانب قوة	جانب ضعف
<b>الموارد المتاحة</b>		
محدودية الوقت والمال... الخ	جانب قوة	جانب ضعف
الموظفون يتمتعون بالمهارة ومدربون تدريبيا عاليا	جانب قوة	جانب ضعف
اطار العينة غير متاح	جانب قوة	جانب ضعف

اعتبارات تصميم البحث		
تصميم البحث المستخدم هو تصميم نوعي	جانب قوة	جانب ضعف
اهمية استخدام اساليب عملية سهلة	جانب قوة	جانب ضعف
حجم العينة المستهدف صغير جدا	جانب قوة	جانب ضعف

المصدر: دانيل جوني، (2015)، اساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، مبادئ توجيهية عملية لإجراء اختيارات العينة البحثية، ترجمة طارق عطية عبد الرحمان، مركز البحوث، المملكة العربية السعودية، ص118.

انطلاقاً من معلومات الجدول اعلاه فان الباحثين مجبرين على اختيار احد العينات والتي تتلاءم واهمية الدراسة وطبيعة المجتمع وكذا الموارد المتاحة واعتبارات تصميم الدراسة، لأن ذلك سيساعدهم على الاختيار الجيد لنوع الاسلوب و العينة اللذان يتلاءمان و دراسة الباحث .

#### • تحديد حجم العينة :

يعتبر تحديد حجم العينة من الأمور الهامة جدا في العملية البحثية و يجب على الباحث أن يولي ذلك الاهتمام المناسب له ، و في نفس الوقت حير سؤال ما هو حجم العينة الذي يأخذه الباحث و يمثل مجتمعه الأصلي أكثر من باحث ، فهذا بونوا لومون (Benoit le Maux) يؤكد على أنه لا يمكن الإجابة عن هذا السؤال بنعم أو لا <sup>21</sup>، حيث أن زيادة حجم العينة بشكل كبير يتطلب من الباحث الكثير من الوقت والجهد والتكلفة للتعامل مع عينته وجمع البيانات من خلالها ودراسة خصائصها وتحليل نتائجها، وبالمقابل فإن حجم العينة الصغير قد لا يجعلها ممثلة للمجتمع تحت الدراسة بشكل صحيح.

وبناء على ذلك اجتهد بعض الباحثين والمختصين في المنهجية في الإجابة عن سؤال كيف نختار حجم عينة البحث ، حيث إذا كان مجتمع البحث كبيرا أو كبيرا جدا فمن المفيد أن تكون العينة أقل من 10 % حتى يمكن للباحث التعامل مع مفرداتها بطريقة دقيقة و بأقل درجة التحيز و الخطأ ، أما إذا كان مجتمع البحث صغيرا نسبيا ، هنا يمكن أن يتعدى حجم العينة 10%. في حين حدد البعض الآخر نسبة 10 % من حجم المجتمع الكلي كحد أدنى لحجم العينة.<sup>22</sup>

• ضرورة أن يكون حجم العينة كافيا: لضمان دقة النتائج من خلال دقة تمثيل العينة لمجتمع الدراسة ، فكلما كان حجم العينة كبيرا كلما كان تمثيلها أفضل لمجتمع الدراسة وكانت النتائج أفضل و أكثر دقة .

• ضرورة تجنب الوقوع في بعض الأخطاء الشائعة في اختيار العينات و من أهمها :



➤ الخطأ العشوائي و يرتبط وقوع هذا الخطأ بأسلوب اختيار مفردة أو عنصر معين من عناصر مجتمع الدراسة.

➤ خطأ التحيز و ينجم عادة عن وقوع الباحث تحت تأثير معين يجعله منحازا لفكرة معينة فيقوم باختيار عينات تتلاءم مع هذا التأثير و تعمل على تحقيقه .

➤ اختيار عناصر أو مفردات لا تنتمي الى مجتمع الدراسة .<sup>23</sup>

إن الشروط السابقة الذكر التي يجب أن تتوفر في العينة المختارة واجهت الباحثين صعوبات وإشكالات منهجية في تطبيقها مع العينة الافتراضية و هو ما سنتناوله في العنصر التالي .

#### 4. صعوبات تطبيق شروط اختيار العينة الافتراضية في بحوث علوم الاعلام والاتصال :

إن إخضاع العينة الافتراضية للشروط العلمية التي حددها الباحثين في السنوات الماضية أصبح من الصعب تطبيقها إذا أخذنا مجموعة جزئية من مجتمع أصلي افتراضي و ذلك لعدة أسباب :

• صعوبة تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي في الفضاء الافتراضي : الذي يتميز بالتشتت وضخامة العدد.

• صعوبة تحديد حجم العينة الافتراضية المراد دراستها: وإخضاعها الى مجموعة الاعتبارات المنهجية والعلمية التي يتوقف عليها اختيار حجمها وخاصة فيما يتعلق الأمر بدرجة تجانس وتباين وحدات مجتمع الدراسة .

• صعوبة تحديد حجم العينة بطرق احصائية و معادلات رياضية : نظرا لطبيعة المجتمع الأصلي. ومنها المعادلة التالية :

$$\text{حجم العينة} = \frac{\frac{d^2 b(1-b)}{c^2}}{1 - \frac{1}{n} + \frac{1}{c^2}}$$

حيث يمثل :

ن : حجم مجتمع الدراسة .

د : الدرجة المعيارية المقابلة لدرجة الثقة في جدول التوزيع الطبيعي

ب : النسبة و هي نسبة المتغير المراد دراسته بالنسبة لمجتمع الدراسة .

ح : درجة الخطأ المسموح بها .<sup>24</sup>

• **صعوبة وصول الباحث الى كل مفردات العينة المختارة:**

أي هل هي مفردات متاحة باعتبارها عناصر افتراضية مع صعوبة معرفة توزيعها المكاني والجغرافي بسبب سحبها من مجتمع افتراضي .

• **صعوبة تحقيق درجة تمثيل العينة للمجتمع الاصلي:**

لان درجة التمثيل مربوطة بأول خطوة اجرائية في اختيار العينة وهو تحديد حجم المجتمع المبحوث وخصائصه، وبالتالي فستكون خصائص العينة الافتراضية لا تمثل خصائص المجتمع من حيث أكبر عدد ممكن من المتغيرات، بعبارة أخرى لا يمكن أن تكون العينة المختارة ممثلة لهذا المجتمع من حيث الخصائص والصفات وذلك لأن أفراد العينة في البيئة الرقمية قد تجمعهم أهداف مشتركة لكن ليست صفات مشتركة فهم عادة ما يتقصدون هويات شخصية افتراضية .

وفي هذا السياق يعتبر الباحثين أن صعوبة عدم معرفة الاطار العيني للدراسة التي ستستخرج منه العينة ولم يوفق الباحث في الحصول على القائمة بمجتمع البحث المراد دراسته أو كانت القائمة ناقصة، فمن الصعب أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي ، والواقع أن عدم معرفة المجتمع لا يؤثر فقط على تغطية العينة بل يتعداها الى مجالات أخرى من التصميم العيني .<sup>25</sup> ومن ثم يمكن القول أن العينة الافتراضية لا تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا، وإنما تمثل العينة نفسها فقط .

• **صعوبة تحديد أسلوب المعاينة ان كانت احتمالية أو غير احتمالية وكذا صعوبة تحديد نوع العينة المناسبة:**

وبالضبط الاحتمالية وخاصة العشوائية البسيطة والطبقية في ظل غياب معلومات عن مجتمع البحث هل هو متجانس أم متباين؟ هل هو موزع في شكل طبقات أو فئات؟ وكذا غياب قاعدة بيانات حول مفردات المجتمع الافتراضي نتيجة لصعوبة حصر جميع عناصره ، وانتشار المجتمع افتراضيا وعدم تقيده بجواجز جغرافية .

• **صعوبة اختيار العينات الاحتمالية :**

يشير بعض الباحثين الى صعوبة أو استحالة تطبيق المعاينة الاحتمالية لعدم توفر حدود المجتمع الزمانية والمكانية ، فالدخول الى شبكة الانترنت لا يفترض أن يكون فاعلوه مسجلين في أي تعداد أو قائمة، وبالتالي لا يمكن القيام باختيار عشوائي من زوار الانترنت باستخدام فقط الانترنت كمعيار للاختيار .

وتبعاً لذلك تقترح وثيقة " معايير الجودة لاجراء الدراسات الاستقصائية على الانترنت " الألمانية التي نشرت عام 2001 استخدام إطار عيني مزدوج أو الجمع بين أساليب التجنيد ( داخل شبكة الانترنت وخارجها ) ، أي من خلال توجيه دعوات للمشاركة تنشر على صفحات الشبكة والقيام بحملات إعلانية عبر الانترنت، وكذلك من خلال وسائل أخرى مثل التجنيد بالهاتف أو التجنيد الشخصي .<sup>26</sup>

• **صعوبة تجنب الباحث الوقوع في بعض الأخطاء الشائعة في اختيار العينات ومن أهمها :**  
اختيار عناصر أو مفردات لا تنتمي الى مجتمع الدراسة ، فمثلا يمكن أن يكون مجتمع بحثي الافتراضي المراهقين المستخدمين لتطبيق التيك توك في الجزائر وذلك لمعرفة تأثيره على سلوكهم الاجتماعي ، وبالتالي فإن افراد عينة الدراسة تكون عينة من هؤلاء المراهقين لكن هنا سيقع الباحث في خطأ توزيع استمارته الالكترونية على مفردات لا تنتمي الى المجتمع الأصلي نظرا لصعوبة تحديد الخصائص الديمغرافية للأشخاص المتواجدون في المجتمع الافتراضي .

• **صعوبات المعاينة في بحوث تحليل المحتوى الاعلامي الرقمي :**

استعرض بعض الباحثين عددا من المشاكل المنهجية عند معاينة تحليل محتوى الانترنت وليس فقط دراسات جمهورها ومن بين هذه الإشكالات نذكر :

- ✓ عدم خطية أو ثبات محتوى شبكة الانترنت .
- ✓ خاصية تفاعلية المواقع الالكترونية قد تجعل من تحليل محتواها معقدا الى حد ما يؤثر في عمليتي التعميم والتمثيل .
- ✓ محتوى شبكة الانترنت يتغير بسرعة و بالتالي سيواجه الباحث صعوبة في جمع البيانات و تصنيفها بحيث تكون قابلة للترميز .
- ✓ خاصية الوسائط المتعددة لمحتوى الانترنت ( نصوص ، صور ، مقاطع فيديو ... ) تجعل من الصعب إيجاد كيفية لتوحيد وحدات التحليل و التعامل معها .
- ✓ صعوبة التحقق من صدق و ثبات التحليل المعلوماتي بالحاسوب .
- ✓ إشكالية حقوق ملكية المصنف الرقمي للمؤلف في حالة تحميل الباحثين لمحتوى صفحات المواقع الالكترونية بغية تحليلها .
- ✓ صعوبة تحديد حجم العينة باعتبار مقدار المعلومات على شبكة الانترنت هائها و يتوسع بمعدلات هندسية . و بالتالي صعوبة الجمع بين كون حجم العينة عمليا و فعالا في الوقت نفسه<sup>27</sup>
- ✓ تعرض بعض المواقع الالكترونية محل الدراسة في بعض الأحيان الى الحجب او القرصنة .

5. **نوع العينات التي يمكن اختيارها من المجتمع الاصلي الافتراضي :**

إن عينة البحث هي العينة الفرضية، حيث يقوم الباحث باختيار هذه العينة اختيارا حرا على أساس أنها تحقق أغراضا للدراسة التي يقوم بها .<sup>28</sup>

من هذا المنطلق يمكن الباحث ان يعتمد في اختيار أفراد عينته من المجتمع الافتراضي على

العينات غير الاحتمالية و هي كالتالي :

أ- **العينة القصدية غير الاحتمالية:**

وتسمى كذلك بالعينة العمدية أو النمطية أو الغرضية وتعرف بأنها " تلك العينة التي يختار الباحث

مفرداتها بطريقة عمدية، طبقاً لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث.<sup>29</sup> وتعني كذلك " أسلوب معاينة غير احتمالية يتم فيه اختيار العناصر من المجتمع المستهدف على أساس مطابقتها وملاءمتها لأهداف الدراسة و معايير الإدراج والاستبعاد الموجودة في العينة، وتسمى العينة الهادفة . ويكون اختيار هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه ، بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة ، تعتبر العينات العمدية عينات غنية بالمعلومات من أجل الدراسة المتعمقة للموقف أو الظاهرة دونما الرغبة أو الحاجة في التعميم .<sup>30</sup>

وعادة ما يقع اختيار الباحثين من أساتذة وطلبة الذين يتناولون جمهور الوسائط الاتصالية والإعلامية الجديدة على هذا النوع من العينات نظراً لعدم معرفتهم لأفراد مجتمع البحث الافتراضي وسماته، والتي تتميز بتباينها منفرد لآخر سواء تعلق الأمر بمعيار الجنس أم السن أم المستوى التعليمي أم الحالة الاجتماعية ، الوضعية المهنية و غيرها من السمات السوسيوديمغرافية ، كما أن عددهم كبير يصعب تحديده في ظل عدم وجود قاعدة بيانات دقيقة خاصة بهم، وبالتالي يعتمد الباحثون في انتقاء مفردات عينة دراستهم الافتراضية الذين يرون فيها ما يخدم بحثهم من حيث الإجابة على الإشكالية والهدف منها.

#### ب- العينة الحصصية غير الاحتمالية (العينة التناسبية):

تعرف العينة الحصصية (Quota Samples) بأنها " العينة التي يتم فيها تحديد خصائص كل فئة من الفئات ذات العلاقة بالدراسة كالذكور والإناث، وبعد تحديد العينات يقوم الباحث بتحديد عدد المبحوثين لكل فئة من هذه الفئات، ومن ثم يختار هذا العدد بالطريقة الحصصية.<sup>31</sup>

وتستعمل العينة الحصصية عندما يجد الباحث " صعوبات في الحصول على التمثيل النسبي للطبقات أو الفئات في مجتمع البحث، لعدم كفاية إطار البيانات أو تقادمها، أو غياب المصادر الأصلية لها أساساً، أو زيادة الوقت والجهد في الحصول على البيانات الخاصة بالفئات، وفي هذه الحالة يلجأ الباحث لتحديد عدد المفردات لكل فئة في العينة بناء على تقديراته وأحكامه الذاتية، أو بناء على خبرات سابقة.<sup>32</sup>

وفي هذا الصدد يعتبر بعض الباحثين أن عدم امكانية اجراء اختيار أو تجنيد عشوائي باستخدام شبكة الانترنت كوسيلة في حين لا توجد قوائم للمستخدمين ولا صفحات انترنيتية تصنف زوارها بطريقة تكون ممثلة لجميع مستخدمي الانترنت، ولذلك وجب اختيار المشاركين بالمعاينة الحصصية ، غير ان هذه الأخيرة لن تكون مفيدة الا عند توفر دراسات موثوقة عن بنية مرجعية حصصية لمستخدمي الانترنت.<sup>33</sup>

#### ت- العينة الشبكية أو كرة الثلج :

تقوم على تحديد واختيار شخص مستوف لمعايير إدراجه في الدراسة ، ثم نطلب منه أن يوصينا

بآخرين من الذين يعرفهم و ممن يستوفون ذات المعايير أيضا ، وهكذا دواليك حتى ينمو تدريجيا حجم مفردات العينة مثل كرة الثلج المتدرجة ، ومع تزايد حجم العينة ، تتراكم البيانات المناسبة والمفيدة للبحث حتى بلوغ درجة التشبع المعلوماتي .<sup>34</sup> .

**مثال:**

أراد أحد الباحثين دراسة اتجاهات المستهلك الجزائري نحو التسوق عبر الموقع الإلكتروني جوميا خلال جائحة كوفيد 19 ومن المفروض أن يصل الى مجموعة من الأفراد المستهلكين أو العينات المطلوبة لهذه الدراسة، ونظرا لصعوبة الوصول اليهم سيأخذ الباحث رأي مواطن جزائري اشترى من موقع جوميا خلال الجائحة و يعتمد عليه كدليل لشخص آخر من العائلة مثلا ، الأقارب أو الاصدقاء، ويكون هذا الشخص كأحد المفردات المسؤولة عن غيرها من أفراد عينة الدراسة والتي تتكفل بتوزيع الاستمارة على الجمهور المستهدف دون تحديد مسبق للمفردة . وتتم عملية التنقل والبحث من شخص إلى آخر حتى يستوفي الباحث مجموع مفردات بحثه، أو يستعين بالقائمين على موقع جوميا على الانترنت ويعتمد عليهم كدليل للوصول الى الأشخاص المستهلكين الذين تسوقوا من الموقع أثناء وباء كورونا .

**ث- العينة المتاحة او الميسرة:**

وهي اسلوب معاينة يتم فيه اختيار العناصر من المجتمع المستهدف على اساس مدى توافرهم للباحث، أو على اساس اختيارهم ذاتيا، أو كليهما معا، حيث يستخدم شخص شبكة الانترنت لدعوة المستجيبين للنقر على النوافذ المنسدلة على رابط واستفتاء استبانة لزوار الموقع.

يذكر أن هذا النوع من العينة يتطلب تحديد المجتمع المستهدف، وتحديد طرق مناسبة لاختيار العناصر المتاحة في المجتمع، كذلك تتطلب تحديد حجم العينة واختيار العدد المستهدف من عناصر المجتمع، وعليه فالعينة المتاحة تستلزم اختيار العناصر على اساس مدى توافرهم، ولعلها النوع المناسب للعديد من البحوث العلمية في مجال الاعلام والاتصال خاصة تلك البحوث التي اجرت في فترة جائحة كورونا أين قام معظم الباحثين بتوزيع استماراتهم الكترونيا على المجتمع المتاح في الواقع الافتراضي .

وهو الامر الذي اكده الباحث Johnnie Daniel بقوله : "...وتستخدم مجموعة كبيرة من اساليب واجراءات تحديد العناصر، حيث تشمل الاساليب على وسائل الاعلام الجماهيري والاعلان، واستفتاء الشارع، والحملات البريدية، ورسائل البريد الإلكتروني، ولوحات النشرات الاخبارية، والاستفتاء باستخدام الهاتف."<sup>33</sup> (دانييل، 2015، صفحة 134)

**ج- العينات الاحتمالية العشوائية :**

كنا قد أشرنا في عنصر سابق صعوبة أو استحالة تطبيق العينات الاحتمالية في الفضاء الرقمي، لكن يمكن أن يعتمد الباحث على هذا النوع من العينات عندما يكون المجتمع الأصلي محددو مشخص

من مستخدمي الانترنت الذين قد تتوفر عنهم قائمة بكافة العناصر والمعلومات ، فهنا يمكن تطبيق نفس تقنيات المعاينة التقليدية (العشوائية البسيطة ، المنتظمة ، الطبقيّة)<sup>35</sup> وعليه فإن تطبيق العينات الاحتمالية في الفضاء الرقمي يكون في حالات معروفة منها : اختيار الأفراد المبحوثين مسبقا وسحبهم من المجتمع الالكتروني وليس الافتراضي وكذلك في حالة الاستبيان الالكتروني المرسل عن طريق البريد الالكتروني .

### خاتمة

قد لا نفي ورقتنا البحثية هذه جميع الاشكاليات المنهجية التي تواجه الباحثين في علوم الاعلام والاتصال عند اختيار أسلوب المعاينة ونوع وحجم العينة الافتراضية التي تسحب من المجتمع الأصلي الافتراضي حقها من البحث و الدراسة ، إلا أننا حاولنا من باب تجربتنا وخبرتنا المتواضعة في تدريس منهجية البحث العلمي في الجامعة والاشراف على مذكرات التخرج استعراض أهم الصعوبات التي واجهتنا كأستاذة باحثين ومع طلابنا أثناء عملية تطبيق الشروط العلمية والمنهجية المتعارف عليها مع العينة التقليدية لضمان تمثيل سليم لمجتمع البحث المستهدف .

كما يمكن اعتبار دراستنا بداية لدراسات وبحوث أخرى تصب في نفس الاتجاه وهي كذلك بمثابة نداء نوجهه الى جميع الباحثين والمختصين في منهجية وتقنيات البحث العلمي من أجل تضافر الجهود فيما بيننا والخروج بأسس وأساليب موحدة في هذا المجال .

## الهوامش :

1. فضيل دليو، تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار هومة، الجزائر، 2015، ص150.
2. المرجع نفسه، ص157.
3. المرجع نفسه، ص 158 .
- \* بعض المبحوثين يوافقون على وضع أسمائهم في قواعد بيانات بعض الشركات، بحث يمكن إرسال دعوات الكترونية لهم تدعوهم لمواقع معينة للمشاركة في بعض الأبحاث.
- \*\* هي عبارة عن دعوة للمشاركة في بحث توضع في مربع صغير يظهر ويختفي بشكل متكرر على شاشة المستخدم للانترنت عند زيارته لموقع معين، وللمشاركة يضغط المبحوث على ذلك المربع، فيفتح الاستبيان.
4. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص ص 359، 360.
5. فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص162.
6. دانييل جوني، اساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، مبادئ توجيهية عملية لإجراء اختيارات العينة البحثية ، ترجمة طارق عطية عبد الرحمان، مركز البحوث، المملكة العربية السعودية ، 2015، ص 262.
7. المرجع نفسه، ص ص 248، 250.
8. فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص163.
9. محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص130.
10. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة : بوزيد صحراوي، ط2، الجزائر، دار القصبه للنشر، 2006، ص298.
11. عمار بوحوش، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية ، برلين ألمانيا ، المركز الديمقراطي العربي، 2019، ص69.
12. دلال القاضي، محمود البياتي، منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي spss، ط 1 ، دار الحامد، عمان، 2008، ص ص 148، 149.
13. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، ط1، الجزائر، طاكسيكوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2007، ص14.
14. محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص133.
15. دانييل جوني، مرجع سبق ذكره، ص36.
16. محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص133.
17. عليان ربحي مصطفى، غنيم عثمان محمد، أساليب البحث العلمي (الأسس النظرية والتطبيق العملي)،

- ط1، عمان الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2004، ص 140.
18. عمار بوحوش، مرجع سبق ذكره، ص ص 68، 69.
19. يوسف تمار، مرجع سبق ذكره، ص 21.
20. المرجع نفسه، ص34.
21. المرجع نفسه، ص14.
22. المرجع نفسه، ص15.
23. عليان ربحي مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 141.
24. المرجع نفسه، ص139.
25. فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص26.
26. المرجع نفسه، ص160.
27. المرجع نفسه، ص ص 196، 170.
28. عمار بوحوش، مرجع سبق ذكره، ص 69.
29. محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص141.
30. قندلجي عامر ابراهيم، منهجية البحث العلمي، الاردن، دار اليازوري العلمية، 2013، ص ص147، 149.
31. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، (ب.ط) ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2008، ص214.
32. محمد هبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص139.
33. فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص161.
34. المرجع نفسه، ص116.