

مجتمع الدراسة وعينة البحث

هند فريد



أولاً: مفهوم مجتمع الدراسة

هو جميع المفردات أو العناصر أو الوحدات التي يمكن أن تنطبق عليها نتائج الدراسة، وتمثل الإطار الكامل الذي يسعى الباحث لدراسته والتعميم عليه.

- **مجتمع الدراسة الحالية:** جميع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية

- **خصائصه:** متنوع الأعمار والمناطق، ويصعب حصره أو الوصول لكل مفرداته

- **أهميته:** يحدد نطاق التعميم؛ فكل استنتاج في البحث مرتبط بحدود هذا المجتمع

ثانياً: مفهوم عينة الدراسة

هي جزء ممثل من مجتمع الدراسة يتم اختياره وفق أسلوب علمي محدد، بحيث تعكس خصائص المجتمع الأصلي وتغني الباحث عن دراسة كل مفرداته.

- **عينة الدراسة الحالية:** 30 شاباً وفتاة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، مقسمين إلى 3 مجموعات (10 أفراد لكل مجموعة)

Simple Random Sampling • **أسلوب الاختيار:** عينة عشوائية بسيطة
(كأداة بحثية كيفية Focus Groups • **أداة الجمع:** مجموعات النقاش المركزة)

ثالثاً: الفرق بين مجتمع الدراسة وعينة الدراسة

- **التعريف:** مجتمع الدراسة = كل مفردات الظاهرة موضع البحث | عينة الدراسة = جزء مُختار يمثل المجتمع
 - **الحجم:** مجتمع الدراسة = كبير وقد يصعب حصره بالكامل | عينة الدراسة = محدود وقابل للدراسة الفعلية
 - **الغرض:** مجتمع الدراسة = تحديد نطاق التعميم النهائي للنتائج | عينة الدراسة = توفير الوقت والجهد والتكلفة
 - **مثال من الدراسة:** مجتمع الدراسة = مستخدمو التواصل الاجتماعي في السعودية | عينة الدراسة = 30 مفردة موزعة على 3 مجموعات نقاش
- الملخص:** المجتمع هو الإطار الكلي، والعينة هي الجزء الذي يُجرى عليه البحث فعلياً وتُعمَّم نتائجه على المجتمع.

رابعاً: دراسة الحالة مقابل رسالة الدكتوراة

(Case Study دراسة الحالة)

- المجتمع: محدود وضيق النطاق، غالباً حالة واحدة (شركة، علامة تجارية، حادثة واحدة)
- العينة: صغيرة جداً وقد تكون الحالة نفسها هي وحدة التحليل
- (لخصوصية الحالة Purposive • أسلوب الاختيار: قصدي)
- الهدف: فهم معمق لسياق محدد دون السعي للتعميم الواسع
- منهج التحليل: كيفي غالباً، وصفي تفصيلي

(PhD Thesis رسالة الدكتوراة)

- المجتمع: واسع وممثل لقطاع كامل (مثال: كل عملاء القطاع أو كل مستخدمي المنصات في بلد)
- العينة: كبيرة نسبياً وتُحسب إحصائياً لضمان تمثيل المجتمع
- أسلوب الاختيار: احتمالي غالباً (عشوائي، طبقي) لضمان التعميم
- الهدف: التوصل لنتائج قابلة للتعميم على المجتمع بأكمله
- منهج التحليل: كمي أو مختلط، مع اختبار فرضيات إحصائية

خامساً: شروط اختيار عينة البحث الجيدة

- **التمثيل الصادق:** أن تعكس العينة خصائص المجتمع الأصلي (مستخدمي التواصل الاجتماعي بمختلف فئاتهم)
- **الحجم الكافي:** أن يكون عدد المفردات مناسباً لتحقيق أهداف الدراسة دون إخلال بجودة التحليل
- **الوضوح الإجرائي:** تحديد معايير الاختيار والاستبعاد بدقة (العمر، الاستخدام الفعلي لوسائل التواصل)
- **إمكانية الوصول:** سهولة الوصول إلى مفردات العينة وقدرتها على المشاركة الفعلية في النقاش
- **التجانس النسبي:** تقارب الخصائص داخل كل مجموعة نقاش لضمان تفاعل غني وآراء قابلة للمقارنة
- **الحياد في الاختيار:** تفادي التحيز الشخصي للباحث عبر أسلوب عشوائي في اختيار المفردات

سادساً: أنواع العينات البحثية

(Probability: العينات الاحتمالية)

- عشوائية بسيطة — يمنح كل فرد فرصة متساوية للاختيار
- طبقية — تقسيم المجتمع لطبقات ثم الاختيار العشوائي من كل طبقة
- عنقودية — اختيار مجموعات (عناقيد) بدلاً من الأفراد

(Non-Probability: العينات غير الاحتمالية)

- قصدية (هادفة) — اختيار مفردات تخدم غرض الدراسة تحديداً
- ملائمة — اختيار الأسهل وصولاً من المفردات
- كرة الثلج — يقود كل مشارك الباحث إلى مشارك آخر

موقع عينة الدراسة الحالية: اعتمدت الدراسة عينة عشوائية بسيطة (احتمالية) من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، ثم نُظِّمت هذه العينة إجرائياً في 3 مجموعات نقاش مركزة لجمع بيانات كيفية معمّقة حول تأثير المحتوى الذي ينشئه المستخدمون على صورة المنتجات.

سابقاً: مبررات اختيار نوع العينة في هذه الدراسة

- **اتساق العينة مع طبيعة المنهج الكيفي:** الدراسة تعتمد المنهج الكيفي القائم على التحليل الاستقرائي، وهو ما يلائم عينة صغيرة يُتعمَّق في آرائها بدلاً من عينة كبيرة تُقاس كمياً
- **ملاءمة أداة مجموعات النقاش المركزة:** مجموعات النقاش تتطلب عدداً محدوداً (5 إلى 10 أفراد لكل مجموعة) لضمان تفاعل حقيقي بين المشاركين وإثراء النقاش
- **تحييد اختيار الباحثة:** الأسلوب العشوائي البسيط يمنح كل مستخدم فرصة متساوية للاختيار، ما يقلل من التحيز الشخصي في اختيار المشاركين
- **واقعية الوصول للمفردات:** سهولة الوصول لعدد 30 مشاركاً من مستخدمي التواصل الاجتماعي مقارنة بمحاولة حصر مجتمع الدراسة بأكمله
- **توازن التكلفة والوقت مع عمق البيانات:** العينة الصغيرة المقسمة لمجموعات تحقق توازناً بين الجهد والوقت المتاحين للباحثة وبين عمق البيانات النوعية المطلوبة

ثامناً: مجتمع وعينة البحث في هذه الرسالة

مجتمع الدراسة:

جميع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، من مختلف الأعمار والاهتمامات، باعتبارهم الفئة التي تتفاعل مع المحتوى المنشور ومع صورة المنتجات المعروضة عبر هذه المنصات. لماذا هذا المجتمع؟ لأن موضوع الدراسة يبحث في أثر المحتوى الذي ينشئه هؤلاء المستخدمون أنفسهم على الصورة الذهنية للمنتجات، فهم مصدر المحتوى ومتلقوه في آن واحد.

عينة الدراسة:

30 مشاركاً ومشاركة، موزعين على 3 مجموعات نقاش مركزة، بواقع 10 أفراد في كل مجموعة. أسلوب الاختيار وأداة الجمع: عينة عشوائية بسيطة، وتم جمع البيانات منها عبر مجموعات النقاش المركزة (كأداة بحثية كيفية لاستكشاف الآراء والاتجاهات حول تأثير المحتوى على صورة المنتج. Focus Groups)



Thank You