

وتشكل عملية اختيار العينة من أهم هذه المراحل وأكثرها صعوبة وأهمية بالنسبة للبحث برمته، ولا يعني هذا عدم أهمية المراحل الأخرى في نجاح الاستفتاء، فلكل مرحلة أهميتها بالنسبة لتسلسل مراحل الإعداد.

### شروط الإطار الجيد لعينات استطلاعات وبحوث الرأي العام

الإطار: هو قائمة أو خريطة أو أي وسيلة أخرى تحتوي على جميع وحدات المعاينة للمجتمع موضع الدراسة. وينبغي توافر عدة شروط في إطار العينة الجيد في استطلاعات وبحوث الرأي العام أهمها:

#### - الكفاية:

أن يتضمن إطار العينة كافة الفئات التي تخدم أهداف البحث.

#### - الكمال:

إن القاعدة الأساسية في الإطار هي الحصول على كل المفردات في العينة المحددة، وعدم إهمال القوائم المنقوصة من صحف أو برامج نتيجة التقادم التاريخي أو سقوط بعض المصادر منها.

#### - الدقة:

يوفر التنظيم والدقة في عرض المصادر وتصنيفها، طبقاً للمعايير المختلفة، على الباحث الوقت في اختيار العينة.

### ثانياً. المسح

يُعد منهج المسح من أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعاً، ويشير الدكتور سمير محمد حسين في كتابه بحوث الرأي العام الأسس والمبادئ، إلى أن مسح الرأي العام، يستهدف التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع

والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعات معينة من الجماهير تبعاً للهدف من إجراء المسح.

وتهدف الدراسات الوصفية، تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة ما أو مجموعة من الظواهر، وأهم منهج لتحقيق هذا الهدف هو منهج المسح الذين يُعدّ جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات والمعلومات والأوصاف المتعلقة بالظاهرة أو الظواهر موضوع البحث.

ولعل السلوك الانتخابي هو أكثر مجالات الدراسات السياسية إفادة من منهج المسح، وإذا كانت معرفة ظاهرة السلوك الانتخابي في الماضي يشوبها الكثير من المعتقدات وتسودها الذاتية، لا الموضوعية في التحليل فقد قدمت الدراسات المسحية للانتخابات في الوقت الحاضر، معلومات عن التفاصيل التي تساعد على التقييم الواقعي للقوى التي أسهمت في النتائج الانتخابية.

ويستخدم في قياس الرأي العام عن طريق المسح أسلوبان هما:

الأول: أسلوب الملاحظة

الثاني: أسلوب المقابلة

### فوائد الدراسات المسحية

١. معرفة اتجاهات الجمهور وآرائه وأفكاره ومعتقداته.
٢. الاستفادة من مسح جمهور وسائل الإعلام في التعرف على طبيعة جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين والتقسيمات المختلفة لهذا الجمهور.
٣. معرفة شخصية الوسيلة الإعلامية ومدى انتشارها والعوامل الفنية والتكنولوجية الخاصة بها.