

### العينات غير العشوائية (اللاحتمالية): Non probability sampling

في هذا النوع لا توجد قائمة اسمية بمجتمع الدراسة؛ فمجتمع الدراسة غير معروف أو مجهول، هنا لا يكون لمفردات البحث نفس الفرصة في الظهور لأن الإختيار يتم بشكل مقصود وموجه؛ أي بتدخل من الباحث وفقا لأغراض بحثه. وفي هذا النوع يصعب تعميم نتائج البحث.

وتضم الأنواع التالية:

**1- العينة العمدية (الغرضية/القصدية):** حيث يتم اختيار مفردات البحث بطريقة قصدية من طرف الباحث لاعتقاده بأنهم يمثلون مجتمع البحث؛ أي أن خصائص العينة تلعب دور في الاختيار بشكل قصدي وفقا لأغراض البحث، وهنا تلعب مهارات ومعارف وخبرات الباحث دورا مهما في الاختيار.

ويستخدم هذا النوع في الدراسات الإستطلاعية، حين نريد تطبيق أداة معينة كالاستبيان على مجموعة مختارة بشكل قصدي مثلا للتحكيم أو التجريب.

### 2- العينة الحصصية:

تعتمد المعاينة الحصصية على بعض مميزات مجتمع البحث التي نسعى لإعادة إنتاجها في صورة نسب في العينة، فاستعمالها يتطلب منا امتلاك بعض المعطيات الرقمية حول مجتمع البحث.

فقد نريد إنتاج صفة المهنة في العينة هنا يجب معرفة المهن الموجودة في المجتمع ونسبة هذه المهن في مجتمع البحث الذي أخذت منه العينة، أو نريد مثلا أخذ عينة حصصية ممثلة لطلبة سنة ثانية علم الاجتماع، هنا نريد أخذ حصة للطالبات وللطلبة داخل العينة، فحصة تمثيل الطلبة فالعينة وكذا حصة الطالبات تعتمد على معرفة نسبتهم في المجتمع الأصلي. ويشيع استخدامها في استفتاءات الرأي العام.

### 3- عينة الصدفة (العرضية): وهنا يختار الباحث الحالات التي تصادفة أو تعترضه لتطبيق

أحد الأدوات معها كالاستمارة مثلا، كاختيار طلبة خارجون من مكتبة الجامعة مثلا. وهذا النوع يعاني من صعوبة في تمثيلية المجتمع الأصلي، ومن تعميم النتائج.

### 4- عينة كرة الثلج:

يعتمد الباحث على هذا النوع من العينات عندما لا يملك الباحث معلومات كافية عن مفردات المجتمع الذي يريد دراسته، فهو مجهول بالنسبة له.

مثلا: يريد الباحث دراسة ظاهرة تناول الطلبة للمخدرات في الحي الجامعي، فيكفي أن يتعرف على المفردة الأولى والتي بدورها تدله على المفردة الثانية، والثانية تدله على الثالثة،

وهكذا حتى تبدأ العينة بالكبر مثل كرة الثلج حين تتدحرج كل مرة يزداد حجمها، حتى نصل إلى مرحلة التشبع والتي نشعر فيها بتكرار المعلومات وهنا تكمل عند الباحث مفردات العينة.