وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

مجموعة من المحاضرات في مقياس

# ملتقى المنهجية

محاضرات موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر اتصال وعلاقات عامة

السداسي الثاني

إعداد الدكتور

نبيل لحمر

السنة الجامعية: 2020/2019

**بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على رسوله الكريم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين**

نظرا للظروف التي يمر بها العالم عامة وبلدنا الحبيب الجزائر خاصة وذلك بسبب الوباء العالمي كورونا المستجد Covid-19، والتي أدت إلى توقف الدراسة بالجامعات، أردنا أن نقوم بما هو متاح لنا حاليا اتجاهكم ، وذلك بتقديم بعض المحاضرات الإلكترونية التي تمكنكم من التزود بالمعرفة العلمية الكافية حول المقرر المبرمج في مقياس ملتقى المنهجية، راجين من المولى عز وجل أن يرفع عنا هذا الوباء وأن يحفظنا ويحفظ جميع المسلمين من كل مكروه أو سوء .

**بعدما تطرقنا في المحاضرات السابقة من البرنامج المقرر لمقياس ملتقى المنهجية للعناصر التالية:**

1. البحث العلمي: مفهوم العلم والبحث العلمي.
2. البحث الإعلامي.
3. خطوات البحث العلمي:

- مرحلة إختيار الموضوع.
- التعريف بالمشكلة العلمية وتحديدها وصياغتها.
- التساؤلات والفرضيات.

**سوف نقدم مجموعة من المحاضرات إلكترونية كتكملة لما هو على أمل عودة الأمور إلى طبيعتها بعد العطلة بإذن الله واستكمال ما تبقى من برنامج.**

## المحاضرة الأولى

### 4 تحديد المصطلحات والمفاهيم:

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات أمراً ضرورياً لأي بحث أو دراسة، إذ أن من واجب الباحث عند صياغته للمشكلة تحديد المفاهيم التي سيستخدمها، وكلما كان تحديد المفاهيم دقيقا، سهل على القراء الذين يتابعون البحث إدراك المعاني والأفكار التي يريد الباحث التعبير عنها، من دون أن يختلفوا في فهم ما يقول. ولا بد أن يحدد الباحث المعاني والمفاهيم التي تتناسب أو تتفق مع أهداف بحثه وإجراءاته، وتعريف المصطلحات يساعد الباحث في وضع إطار مرجعي يستخدمه

في التعامل مع مشكلة بحثه، وتنبغي منه الإشارة إلى مصادر تعريفات مصطلحات بحثه إذا استعارها من باحثين آخرين، أو أن يحدد تعريفات خاصة به، هذا إضافة إلى ما سيستخدمه البحث من مصطلحات أخرى على الباحث أن يوضح مفهومه لها في المبحث النظري من بحثه .

ويعرف المفهوم بأنه اصطلاح يعبر عن فكرة مجردة وتركيب منطقي يتم التوصل إليه من خلال الملاحظة المنظمة والخبرات المتراكمة، ويتسم في أغلب الأحوال بأنه مقبول ومتفق عليه من قبل عدد كبير من العلماء والباحثين .وتبرز أهمية المفهوم وتحديده بدقة في البحوث كونه يمثل أحد متطلبات المنهج العلمي وأحد شروطه الموضوعية ويقوم بإرشاد الباحث إلى أنواع الحقائق التي يقوم بتجميعها وتحليلها .[1]

يمكن التفرقة بين المصطلح والتسمية على النحو التالي:[2]

**المصطمح** :التسمية

**المفهوم:** هو تفسير التسمية

فمرحلة تحديد المفاهيم والمصطلحات هي مفتاح البحث فهي من المراحل الأساسية والمهمة، لذا يجب على الباحث توخي الحذر أثناء القيام بها، فالمصطلحات تصبح مفاهيم عندما بالجوانب التالية:

- **الجانب اللغوي:** حيث يقوم الباحث بتحديد لمصطلح المراد شرحه، فأول شرح يكون لغة حيث يستعمل القواميس اللغوية التي بدورها تشرح المصطلح شرحا دقيقا من حيث اللغة وماذا يعني داخل المجتمع .
- **الجانب الإصطلاحي:** حيث يقوم الباحث بجمع أكبر عدد من التعريفات الخاصة بالباحثين والعلماء الذين تطرقوا إلى ذلك المصطلح وشرحوه، ومن الأحسن تكون التعاريف متنوعة وتختلف من باحث إلى آخر لكي يكون تعريف شامل للمفهوم يقوم بوضعه الباحث في الأخير .

- **الجانب الإجرائي**: هو عبارة عن تكييف مختلف التعاريف اللغوية والاصطلاحية لموضوع البحث، وعليه فيتم الوصول إليه عن طريق العمليات التالية:
  - جمع عناصر التعريف من مختلف التعاريف اللغوية والاصطلاحية.
  - إضافة كل ما هو ناقص في التعاريف اللغوية والاصطلاحية.
  - تكييف كل ما سبق من تعاريف لغوية واصطلاحية وما أضيف مع طبيعة البحث.

- **التحليل المفهومي:**

إن التحليل المفهومي هو سيرورة تدريجية لتجسيد مانريد ملاحظته في الواقع، يبدأ هذا التحليل أثناء شروع الباحث في استخراج المفاهيم من فرضيته (أو من هدف البحث)، ويستمر هذا التحليل أثناء تفكيك كل مفهوم لاستخراج الأبعاد أو الجوانب التي ستأخذ بعين الاعتبار ثم يتم تشريح كل بعد وتحويله إلى مؤشرات أو ظواهر قابلة للملاحظة.

- **المفهوم، البعد، المؤشر:**
  - **المفهوم**: تصور ذهني عام ومجرد لظاهرة أو أكثر وللعلاقات الموجودة بينهما.
  - **البعد**: أحد مكونات أو جانب من جوانب المفهوم والذي يشير إلى مستوى معين من واقع هذا الأخير بكل ما هو غير ملاحظ ولا يقبل القياس مباشرة سيبقى من صنف الأبعاد التي يمثل مستوى وسيط بين التصور التجريدي العام والواقع الملاحظ

**إذن البعد تقريبا مرحلة تتوسط بين المفهوم والمؤشر**

- **المؤشر:** هو مجموع العمليات الإمبريقية المنجزة للوصول إلى سلوكيات أو ظواهر ملاحظة ويمكن أن يكون عدد المؤشرات كبير بالنسبة إلى كل مفهوم ذلك لأنه يمكن ملاحظة كل بعد من أبعاد من خلال عدة مظاهر ملموسة، مما يتطلب اختبارها وفقا للوسط المدروس.

**خلاصة**

| نستخلص | نقوم | تفكيك | ترجمة |
|---|---|---|---|
| **التحليل المفهومي: فرضية** ← | **مفاهيم رئيسية** ← | **بتعريفها** ← | **أبعاد** ← **مؤشر.** |

مثال:

| المفهوم | البعد | المؤشر |
|---|---|---|
| استخدام شبكات التواصل الاجتماعي | نوع الشبكة | فايسبوك |
| | | تويتر |
| | | انستغرام |
| | نمط الاستخدام | على انفراد |
| | | مع العائلة |
| | | مع الأصدقاء |
| | مضمون الاستخدام | سياسي |
| | | ثقافي |
| | | رياضي |
| | مكان الاستخدام | البيت |
| | | العمل |
| | | في السيارة |

## المحاضرة الثانية:

### المتغيرات البحثية وأنواعها:

من العناصر المنهجية التي يجب على الباحث فهمها يأتي المتغير البحثي الذي هوخاصية مقاسة أو عشوائية تختلف باختلاف العناصر، وهو الظاهرة أو الحالة التي تأخذ عدة قيم مختلفة .ويعرّف في مكان أخر :مجموعة خصائص الأشياء وصفاتها أو أية حالة في البحث العلمي قد تتغير كمياً، أو نوعياً.

ويمكن تعريف المتغير البحثي كذلك بأنه :أي مفهوم تطبيقي له أكثر من قيمة واحدةأو قيمتين فأكثر .وتبعاً لهذا التعريف تتعدد أنواع المتغيرات التي تستخدم في بناء العلاقات الفرضية وصياغة التعميمات والنظريات العلمية.

ويمكن تصنيف المتغيرات في البحث الإعلامي على نوعين هما متغيرات مستقلة ومتغيرات تابعة.[3]

**مثال:**

إذا أردنا معرفة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومتابعة القضايا السياسية في هذه الحالة:

- مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي: مغير مستقل
- متابعة القضايا السياسية: مغير تابع.

### المتغير المستقل :

هو المتغير الفاعل في حركة الظاهرة، ويسمى أيضاً بالمتغير المؤثر، أوالسبب، أو السابق، أو التجريبي، وهذه جميعها نعوت لما يمكن أن يؤدي إليه هذا المتغير مقارنة بغيره، إذ أن هذا النوع يؤثر في غيره من المتغيرات؛ وبالتالي يسبقها فيقود إلى نتيجة تشكل بذاتها متغيراً آخر يعرف بالمتغير التابع .فإذا كان البحث عن العلاقة بين السبب والنتيجة يكون هو السبب في حدوثها، وإذا كان البحث عن علاقة التأثير يكون هو العنصر المؤثر .ويترتب على حركة هذا المتغير النتائج التي تحدث في الظاهرة أو التأثر بحركته .وفي الدراسات الوصفية عندما ندرس العلاقة بين مشاهدة التلفزيون

والتحصيل الدراسي، فإن تكرار المشاهدة أو كثافتها يعتبر في هذه الدراسة هو المتغير المستقل الذي يترتب على حدوثه انخفاض التحصيل الدراسي على سبيل المثال، أو يؤثر في التحصيل الدراسي للطلاب الذين يستخدمون التلفزيون بكثافة أعلى.

**المتغير التابع** :ويعرف أحياناً بالمتغير المتأثر، أو النتيجة، وهي صفات توحي بتبعيته وتأثره بغيره من المتغيرات؛ وخصوصاً المتغير المستقل، ووفقاً لهذه المصطلحات يمكننا التعرف على المستقل والتابع حين نضيف كلمة (يؤثر في) بين المتغيرين، وأيهما يسبق الآخر يكون هو المستقل، والمتأخر هو التابع.

**خلاصة:**

مما تقدم نستطيع تعريف **المتغير المستقل** بأنه :هو العامل أو السبب الذي يطبق لمعرفة أثره على النتيجة.

مما تقدم نستطيع تعريف **المتغير التابع** بأنه :المتغير الذي يحدث نتيجة لوجود المتغير. المستقل، أو هو النتيجة التي يقاس اثر المتغير المستقل عليها

وفي كثير من الدراسات لا يصبح المتغير المستقل وحده هو السبب أو المقدمة لحدوث الظاهرة أو ملاحظة النتائج .ولكن توجد متغيرات أخرى تسهم بشكل أو آخر في تفعيل المتغير المستقل وقيامه بدوره في العلاقة مع المتغير التابع .ومن هذه المتغيرات ما يتم تحديده صراحة في مشكلة وصياغة الفروض العلمية، في إطار التنبؤ بالعلاقة بين المتغيرات وهو المتغير الوسيط الذي يرى الباحث في وجوده تأكيداً للعلاقة بين كل من المتغير المستقل والتابع، باعتباره متغيراً محركاً أو دافعاً للمتغير المستقل .فعلى سبيل المثال قد يرى الباحث أن الرجال يميلون أكثر إلى تفضيل الموضوعات الصحفية الجادة، بينما يرى أن النساء يملن أكثر إلى تفضيل الموضوعات الصحفية الخفيفة .وفي نفس الوقت يقيم الباحث صياغته للعلاقة المذكورة على أساس زيادة الوقت المتاح للرجل في المنزل لقراءة الموضوعات الجادة والمتعمقة، بينما يقل هذا الوقت لدى المرأة بتأثير الاهتمامات والأعمال المنزلية لها. وفي هذه الحالة يكون الوقت المتاح متغيراً وسيطاً يعمل على تأكيد العلاقة المتباينة بين الرجل

والمرأة في الاهتمام بالموضوعات الصحفية الجادة والخفيفة، فيكون لدينا في هذه الحالة :متغير النوع (متغير مستقل) ومتغير الوقت المتاح في المنزل( متغير وسيط )ومتغير الاهتمام والتفضيل للموضوعات الصحفية( متغير تابع ). وبذلك فإن بناء العلاقة مع وجود المتغير الوسيط يساعد على التفسير الخاص بالعلاقة بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع.[4]

## العينات في بحوث الإعلام والاتصال.

## المحاضرة الثالثة

### 1. بعض المصطلحات التي لها علاقة باختيار العينة:

- **مجتمع البحث:** يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة.
- **أسلوب المسح الشامل:** وهي طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن عناصر أو مفردات مجتمع الدراسة بأساليب مختلفة.
- **أسلوب العينة:** وتعني طريقة جمع البيانات والمعلومات وعن عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر مفردات ومجتمع الدراسة وبما يخدم ويتناسب ويعمل على تحقيق هدف الدراسة.[5]
- **تحديد حجم العينة:** تستخدم عادة معادلات وأساليب إحصائية معينة في تحديد حجم العينة المراد دراستها ومنها المعادلة التالية:[6]

$$\text{حجم العينة} = \frac{\frac{د^2 ب (1 - ب)}{ج^2}}{1 + \frac{1}{ن} - \frac{د^2 ب (1 - ب)}{ج^2}}$$

**ن:** حجـم مجتمع الدراسة .

**د:** الدرجة المعيارية المقابلة لدرجة الثقة في جدول التوزيع الطبيعي .

**ب:** النسبة وهي نسبة المتغير المراد دراسته بالنسبة لمجتمع الدراسة .

**ج:** درجة الخطأ المسموح بها .

- **أخطاء المعاينة:**

وهي الأخطاء التي تحصل بين نتائج العينة المقتطعة وبين نتائج الحصر الشامل، وعادة يقل خطأ المعاينة كلما زاد عدد أفراد العينة، وينتهي حين يتـم تطبيق الحصر الشامل، ولكن لا ينبغي أن نبالغ في زيادة العينة من أجل تفادي أخطاء العينة كما أنه يعد اختصارا للزمن والجهد والمال وأنه لا يمكن في حالات كثيرة دراسة المجتمع كله لاسيما في قياس اتجاهات الجمهور .

- **أخطاء غير المعاينة:**

وهي أخطاء التي يكتشفها الباحث بعد الانتهاء من بحثه سوء أجري بطريقة الحصر الشامل، أم بطريقة اقتطاع مناسبة من مجتمع البحث وتنشأ هذه الأخطاء نتيجة لعوامل عدة، هي : الخطأ في تحديد المشكلة/ الخطأ في إعداد الاستلانة أو استمارة التحليل/ الخطأ في تحديد المجتمع الكلي/ التحيز الذي يبديه بعض الباحثين في إخراج النتائج/ الخطأ في تبويب البيانات وتصنيفها/ فضلا عن استحالة ضبط أخطاء غير المعاينة عن طريق زيادة أفراد العينة أو إجراء الحصر الشامل .[7]

## 2. أنواع العينات في بحوث الإعلام والاتصال.

تقسم العينات بشكل رئيسي إلى مجموعتين:

## المحاضرة الرابعة

### 1/2 . العينات الاحتمالية "العشوائية":

- **العينة العشوائية البسيطة:**

تم في هذه الطريقة حصر ومعرفة كامل العناصر التي يتكون منها مجتمع الدراسة الأصلي، ومن ثم يتم الاختيار من هذه العناصر، ويعطي لكل عنصر من عناصر المجتمع الأصلي للدراسة نفس فرصة الظهور في العينة المختارة، وتكون فرصة الظهور لكل عنصر معروفة ومحددة سابقا .[8]

وتوجد عدة طرق لاختيار العينات العشوائية البسيطة نكتفي بدراسة أكثرها استخداما في بحوث الرأي العام والإعلام على النحو التالي:[9]

**الاقتراع المباشر:** وذلك بأن يعطى كل فرد من أفراد المجتمع رقما على ورقة منفصلة، ثم تطوى هذه الأوراق وتخلط جيدا، ويختار منها بالقرعة العدد المناسب.

**الجداول العشوائية:** وضع علماء الإحصاء الجداول العشوائية التي يتلخص أسلوب استعمالها في ترقيم أفراد المجتمع بأرقام مسلسلة، ويختار منهم أصحاب الأرقام التي تستخرج من الجداول بأية طريقة منظمة بالحجم المطلوب للعينة.

**الحاسب الآلي:** يستخدم الحاسب الآلي في سحب العينات العشوائية البسيطة، وخاصة حينما يكون حجم المجتمع كبيرا .

- **العينة العشوائية المنتظمة:**

يتم اختيار أفراد العينة المنظمة بسحب أول فرد فيها بطريقة عشوائية، ثم سحب الأفراد بطريقة منتظمة، أي بعدة فترة ثابتة. ويكون تحديد الفترة الثابتة بقسمة مجموع أفراد المجتمع على عدد أفراد العينة، وذلك ضمانا لدخول أفراد المجتمع ضمن احتمال السحب.

مثال ذلك إذا كان لدينا مجتمع من 600 فرد ونريد عينة من خمسين فرد فإن الفترة ستكون كما يلي: **12=50/600**

ولنفرض أن رقم الفرد الأول في العينة كان **560** فالأرقام التالية ستكون بإضافة رقم أثنتى عشر **12** إلى هذا الرقم والذي يليه. . .وبعبارة أخرى ستكون أرقام الأفراد الآخرين على التوالي: **572، 584، 596، 008، 020**.[10]

- **العينة العشوائية الطبقية:**

إذا كان المجتمع غير متجانس فإن اختيار عينة عشوائية بسيطة لن يضمن ذلك، لذا نلجأ في مثل هذه الحالات إلى طريقة العينة العشوائية الطبقية التي تتعامل مع المجتمعات غير المتجانسة. وتتلخص خطواتها:

- **الخطوة الأولى:** وفيها يقم المجتمع غير المتجانس إلى مجتمعات متجانسة صغيرة *N1+N2*، تكون متجانسة بالنسبة للصفة التي نقوم بدراستها، كأن تكون هذه الصفة هي العمر أو الدخل أو غيرها، على أن لا يحصل تداخل بين وحداتها، أي لا تتكرر الوحدة نفسها في أكثر من طبقة واحدة، بحيث يتحقق *N=N1+N2+N3+...Nk* .
- **الخطوة الثانية:** نختار عينة عشوائية بسيطة من كل طبقة، بحيث تكون العينة المختارة من الطبقات المختلفة هي العينة الطبقية أي أن: *N=N1+N2+N3+...Nk* .[11]

- **مستويات اختيار العينات الطبقية العشوائية:**

- **التوزيع المتساوي:** يعتبر التوزيع المتساوي هو أدنى مستويات الدقة في الاختيار، وفيه نقسم عدد مفردات العينة الكلية على طبقات المجتمع بالتساوي حتى لو اختلف عدد أفراد كل طبقة عن عدد الطبقة الأخرى في هذا المجتمع.

- **التوزيع المتناسب:** وذلك بإعطاء كل طبقة حجم من العينة وفق منطق التناسب، فإذا كان لدينا:

مجتمع بحث=1000 وحجم العينة المراد اختياره هو 100

الطبقة الأولى: 500 *100/1000=50

الطبقة الثانية 300*100/1000=30

الطبقة الثالثة 200*100/1000=20

- **التوزيع الأمثل:** يكون أساس الاختيار في أسلوب التوزيع الأمثل اعتبارين هما :حجم الطبقة في المجتمع كما في المستوى السابق، ومستوى التجانس ، حيث ينبغي أن نزيد من عدد أفراد الطبقة التي توجد اختلافات كبيرة بين مفرداتها، ويعتمد هذا على الانحراف المعياري كمقياس لعدم التجانس.

الطبقة الأولى: 500 وانحرافها المعياري 1

الطبقة الثانية 300 وانحرافها المعياري 2

الطبقة الثالثة 200 وانحرافها المعياري 2

$$\text{عدد حالات الطبقة الأولى} = 100 * \frac{1 * 500}{(3*200)+(2*300)+(*500)} = 30$$

$$\text{عدد حالات الطبقة الأولى} = 100 * \frac{2 * 300}{(3 * 200) + (2 * 300) + (* 500)} = 35$$

$$\text{عدد حالات الطبقة الأولى} = 100 * \frac{3 * 200}{(3 * 200) + (2 * 300) + (* 500)} = 35$$

- **العينة متعددة المراحل:**[13]

وهي التي يتم اختيار مفرداتها على أكثر من مرحلة، ولتوضيح الأسلوب الذي يستخدم في اختيار مفردات هذا النوع من العينات، نفترض أننا نجري بحثا على طلبة وطالبات الجامعات، في هذه الحالة يمكن اختيار العينة طبقا للمراحل التالية:

- المرحلة الأولى: يتم اختيار عينة الجامعات (إما بطريقة عشوائية أو طبقية أو منتظمة) .
- المرحلة الثانية: يتم اختيار عينة كليات داخل كل جامعة من الجامعات التي اختيرت في العينة .
- المرحلة الثالثة: يتم اختيار عينة الطلبة والطالبات من واقع الكشوف الخاصة بهم في كل كلية من الكليات التي اختيرت في العينة .

- **العينة العنقودية:**

العينة العنقودية هي من أنواع العينات الاحتمالية، وفيها يلجأ الباحث إلى تحديد أو اختيار العينة ضمن عدة مراحل، ففي المرحلة الأولى يتم تقسيم مجتمع الدراسة الأصلي إلى فئات حسب معيار معين، ومن ثم يتم اختيار شريحة أو أكثر بطريقة عشوائية، ويتم استبعاد الشرائح نهائيا، التي لم تقع ضمن

الإطار نهائيا، وفي المرحلة الثانية يتم تقسيم الشرائح التي وقع عليها الاختيار في المرحلة السابقة إلى شرائح أو فئات جزئية أخرى، ثم يتم اختيار شريحة أو أكثر منها وبطريقة عشوائية أيضا، وهكذا يستمر الباحث حتى يتم الوصول إلى الشريحة النهائية، والتي يقوم بالاختيار منها بشكل عشوائي مفردات العينة المطلوبة، وتوفر هذه العينة على الباحث الكثير من الوقت والجهد والتكلفة، لكن يؤخذ عليها احتمالية عدم تمثيلها لمجتمع الدراسة الأصلي، بخاصة في حالة عدم تجانس مجتمع الدراسة الأصلي[14].

- **العينات الثابتة أو الدائمة:**

تبدأ العينة الثابتة بالاختيار العشوائي من المجتمع، ثم تجمع بيانات من هذه العينة على فترات منتظمة سواء بالبريد أو المقابلة الشخصية لأفراد العينة.

وبصفة عامة تفيد هذه العينة في دراسة التباين والتغير في الاتجاهات أو السلوك، وفي دراسة الأثر الناتج عن مؤثرات متغيرة، وفي تطبيق ذلك قد نختار عينة ونسألها دوريا عن آرائها في بعض البرامج أو الحملات الإعلامية أو المسرحيات أو الأفلام أو القرارات والسياسات الاقتصادية أو الاجتماعية.[15]

## المحاضرة الخامسة

### 1/2. العينات الغير إحتمالية:

#### أ. العينات العارضة:

يتجه الباحث في هذا النوع من العينات إلى اختيار الحالات التي تصادفه، ومن أمثلة ذلك أن يسأل الباحث المائة شخص الذين يقابلهم قبل غيرهم في الطريق، أو كما يحدث في معظم التحقيقات الإعلامية حينما يسأل الإعلامي أول من يصادفه في الشارع.[16]

**ب. العينة المتعمدة:**

وهي العينة التي يتم اختيار وحداتها وفق وجهة نظر الباحث لاعتقاده من أنها تعطي نتائج مرضية.[17]

**ج. العينة الحصصية:**

وتستخدم هذه الطريقة في حالة وجود مجتمع كبير، ويضطر الباحث إلى اختيار نسبة معينة من كل طبقة، وتتم في الخطوات الآتية:

- تحديد صفات المجتمع الذي نقوم بدراسته.
- تحديد حجم العينة المطلوبة على وفق الأساليب المعروفة.
- تحديد حصة كل فئة من الفئات التي تم اختيارها وبحسب متطلبات الدراسة.[18]

ويرى المتخصصون في بحوث الرأي العام والإعلام أن هذا النمط من العينات هام جدا في الاستطلاعات الفورية للرأي العام نظرا للسرعة التي تتم بها. وقلة تكاليفها بالمقارنة بغيرها من أنماط العينات الأخرى. ولو أن ذلك لا يمنع من اتسامها بالتحيز.