

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه کازرفرین

جزوه درس روش تحقیق دکتر حسینی

نیمسال دوم ۹۴-۹۳

فرآیند ارزشیابی:

۱۰ نمره پایان ترم - ۱۰ نمره در طول ترم

۵ نمره پروپوزال (پروژه تحقیق آمیخته)

۳ نمره توصیف و نقد مقاله

۲ نمره حضور فعال و مشارکت در کلاس

۱۰ نمره آزمون پایان ترم تشریحی از نوع تحلیلی

منابع امتحانی : اسلایدها و کتابها

جلسه اول:

کردآورنده: پردیس عاقلی

کلیات:

بحث روش تحقیق را از منظر ابعاد و حوزه‌های یادگیری، به ۳ محور یا بعد تقسیم می‌کنیم:

(۱) محور اول: به دانش، دانستن، آگاهی و شناخت بر می‌گردد. در این بعد از یادگیری، دانسته‌هایمان از پدیده‌های پیرامونمان؛ از مسائل، موضوعات، تفکرها، الگوها و تئوری‌ها بیشتر شده و شناخت بیشتری نسبت به مسائل پیدا می‌کنیم. «توسعه دانشی - ساختی است.»

(۲) محور دوم: به حوزه نگرش، باورها، اعتقادات و نوع نگاه و دیدگاه بر می‌گردد. به طور کلی می‌توان گفت یادگیری در عرصه نگرش‌ها است. اینکه ما در رابطه با یک موضوع چه می‌اندیشیم؟ چه نگرش و چه باوری داریم؟

(۳) محور سوم: این بعد به توانمندی و مهارت بر می‌گردد. یعنی آن بخشی از یادگیری است که به انجام دادن منوط می‌شود. «مهارت انجام دادنی است، دانستی نیست.» به عنوان مثال، شخصی که قواعد نوشتن یک BP را می‌داند با زمانی که بتواند یک BP بنویسد متفاوت است. بخش اول، بعد دانشی است ولی بخش دوم بعد مهارتی است. کسب مهارت مانند کسب دانش نیست، بلکه مهارت انجام دادن است.

پس روش تحقیق بیشتر یادگیری‌اش از طریق مهارت است.

در نوشتن یک مقاله یا طرح تحقیق، شاید این موضوع را که ارکان یک مقاله چیست و یا اینکه در هر بخش باید چه مواردی ذکر شود را بدانیم، ولی عملاً نوشتن آن نیاز به مهارت دارد و باید دست به قلم شد.

تعریف تحقیق:

عبارت است از فرآیند جست و جوی منظم برای مشخص کردن یک موقعیت نامعین.

در این تعریف ۳ مفهوم مهم و برجسته است:

(۱) فرآیند (۲) جست و جوی منظم (۳) موقعیت نامعین

(۱) فرآیند: یک جریان مستمر است، توالی و استمرار دارد. به عنوان مثال رود یک فرآیند است، چون جریان دارد. مرداب یک فرآیند نیست. رشد انسان نیز یک فرآیند است، قطع نمی‌شود؛ یک پروسه است که همواره در حال انجام شدن است. دانش نیز همینطور.

(۲) جست و جوی منظم: هر جست و جوی منظم نیست و تحقیق نمی‌شود. جست و جویی منظم است که در آن به دنبال یک هدف هستیم و براساس ساختار و قواعد مشخصی به دنبال گردآوری داده‌ها هستیم.

(۳) موقعیت نامعین: منظور از موقعیت نامعین همان مسئله تحقیق است. جهت دهنده تحقیق همان مسئله تحقیق است که اینجا تحت موقعیت نامعین عنوان شده است.

اولین گام در پروسه تحقیق، انتخاب موضوع تحقیق است.

در انتخاب موضوع تحقیق باید به چه مواردی توجه کنیم؟

(۱) علاقه پژوهشگر: اینکه ما به چه موضوعاتی بیشتر علاقه داریم تا درباره آن تحقیق کنیم. این علاقمندی برمی‌گردد به تجربه کاری، سوابق و رشته تحصیلی شخص و ... این موارد پایه و اساس علاقه ما به موضوع تحقیق است.

حال اگر به موضوعی علاقه نداشته باشیم، نمی‌توانیم تحقیق کنیم؟!

می‌توانیم ولی علاقه چالش‌های تحقیق را برای ما هموار می‌کند. مسیر تحقیق فی‌الذمه یک مسیر آسان نیست که فکر کنیم همه مسائل روشن است، خیر؛ تحقیق چالش‌های خاص خود را دارد که علاقه ما را در این فرآیند یاری می‌کند. علاقه همانند یک عامل انگیزشی است که در انجام پروژه تحقیق احساس خستگی، کسالت و زدگی را دور می‌کند.

۲) نو (بدیع) بودن: موضوع تحقیق باید نو و جدید باشد. پژوهش تکراری جنبه نوآوری آنچنانی ندارد. بلکه صرفاً یک امتحان مجدد است که یک اثر را که بارها در مکان‌های مختلفی آزمایش شده، در یک کانکست جدید امتحان می‌کنیم، که یافته و دستاورد جدید را بدست نمی‌دهد.

۳) پژوهش‌پذیر بودن: خیلی از موضوع‌هایی که انتخاب می‌کنیم دو مورد قبل را دارا هستند، ولی بنا به دلایلی امکان انجامش نیست و موانعی موجود است. ممکن است جامعه مورد مطالعه را پیدا نکنیم، کیس‌های مورد نظر نباشند، گردآوری داده‌ها سخت باشند و یا موانع قانونی، حقوقی، عرفی و ... وجود داشته باشد که پروسه انجام تحقیق را امکان‌پذیر نکند.

۴) اهمیت و اولویت: موضوع مورد نظر همه شرایط قبل را دارد، اما ما باید از بین موضوعات و مسائل مختلف که قابل تحقیق هستند، به علت کمبود منابع (نیروی انسانی و زمان) دست به انتخاب بزنیم. ابتدا باید چرایی انجام تحقیق و اهمیتش را روشن کنیم. هم در پایان‌نامه‌ها و هم مقالات به این موضوع که دستاوردهای تحقیق چیست و چرا تحقیق را انجام می‌دهیم توجه زیادی را مبذول می‌دارند.

۵) توانایی پژوهشگر: توانایی پژوهشگر عامل بسیار مهمی است، زیرا گاهی به موضوعاتی علاقمند می‌شویم که هرچند قابل پژوهش و در اولویت است ولی شاید توانایی علمی یا تخصصی لازم را در آن زمینه نداشته باشیم. توانایی بالا در انجام تحقیق انگیزه را افزایش می‌دهد. مثلاً تحقیق در زمینه پزشکی

۶) منابع مادی و اطلاعاتی: گاهی اوقات پژوهش‌ها هزینه‌بر هستند (بیشتر در علوم پایه دیده می‌شود). اینکه تا چه اندازه می‌توانیم منابع مادی گردآوری کنیم و تا چه حد به این منابع دسترسی داریم.

۷) به صرفه بودن: هم از لحاظ زمانی، اقتصادی و اولویتی از محورهایی است که باید در انتخاب موضوع تحقیق به آن توجه کنیم.

۸) موضوع تحقیق باید محدود باشد؛ موضوعاتی که به صورت کلی بیان می‌شوند قابل پژوهش نمی‌باشند.

دستاوردهای روش تحقیق:

- ۱- در ابتدای بررسی هر موضوعی امکان دارد اطلاعات ما کم باشد ولی با بررسی پیشینه تحقیق و آشنا شدن با موضوع و اشراف به ابعاد موضوع تحقیق، اطلاعات ما بیشتر می شود.
 - ۲- بدانیم تاریخچه این دانش چه بود و روند آن چگونه هست و به کجا رسیده؟ آخرین دستاوردها چه بوده؟
 - ۳- مقایسه نتایج حاصل از تحقیق خودمان با تحقیقات قبلی، آیا همسو هستند؟ نیاز به تحلیل بیشتری دارد؟ اعتبار دارد؟
 - ۴- خلاء پژوهش های قبلی را جبران کنیم. بر حسب ماهیت مسئله بتوانیم از روش جدیدی استفاده کنیم و ضعف پژوهش های قبلی را جبران کنیم.
 - ۵- از ابزار و روش های دیگران در صورتی که متناسب با تحقیق ماست استفاده کنیم.
 - ۶- متغیرها را به روشنی تعریف کنیم.
- نکته: شناخت و اشراف به موضوع دستاورد اصلی است.**

- چگونه به گردآوری پیشینه تحقیق پردازیم؟ (منابع)

- ۱- منابع دست اول: بدون واسطه به دست ما می رسد و محصول اقتباس و ترجمه نیست.
 - ۲- منابع دست دوم: با واسطه به دست ما می رسد و محصول اقتباس و ترجمه است، مانند کتاب.
- بهتر است از منابع دست اول استفاده کنیم مانند پایان نامه و مقالات که نتایج تحقیقات هستند.**

دسته بندی منابع:

۱- چاپی: کتب، نشریات، مقالات

۲- غیر چاپی: داده‌های کامپیوتری، پایگاه داده‌ها، ebook، ...

فرآیند جستجو search:

باید از کل به جزء سرچ کنیم، اینکار براساس کلمات کلیدی انجام می‌شود و نباید عنوان را کامل بنویسیم زیرا لازم است تحقیق را محدود کنیم و فقط از کلمات و منابع و مقالات مرتبط استفاده کرد.

مثال: تاثیر هوش معنوی در شهود کارآفرینی

کلمات کلیدی: هوش معنوی، شهود کارآفرینی

- چه منابعی قابل اطمینان است؟ چه سایت‌هایی معتبر است؟

اعتبار مطلب را منابعی که در آن چاپ شده معلوم می‌کند. وبلاگ نظرات شخصی است ولی ژورنال‌های علمی و نشریات متفاوت هستند.

نشریات به دلیل اینکه مقالاتشان مورد داوری قرار گرفته‌اند و ضعف آنها برطرف شده قابل اعتمادتر هستند.

انطباق بر شاخص‌های نشریات باعث می‌شود یک منبع مورد اعتماد و اعتبار باشد.

- گزارش سایت‌های ملی و بین‌المللی مانند بانک جهانی پول، یونیسف و یونسکو و... معتبر است.

- کتاب باید مرجعیت داشته باشد، انتشارات و نویسنده کتاب دانشگاهی مهم است.

- طرح‌های پژوهشی و پایان‌نامه بسته به داوران و اساتید راهنما و... هم مفید هستند برای تحقیق ما.

چرا ذکر رفرنس و منبع ضروری است؟

۱- اخلاق حرفه‌ای و پژوهشگری و اخلاقیات: نتایج تحقیق هر کسی باید به نام خودش باشد و مالکیت فکری و حق کپی رایت مطرح است.

۲- تایید و اعتبار مطلب: مطلب بدون اعلام منبع، علمی و معتبر نیست.

دو سبک برای ذکر منبع بیشترین کاربرد را دارد:

۱- trubian: در پایین صفحه توضیحات را بصورت پاورقی بنویسیم.

۲- APA: در پایان هر پاراگراف یا یادداشت در داخل پرانتز نام خانوادگی، نام، سال انتشار نوشته می شود.

« لازم به ذکر است اگر نشریه ای سبک خاصی داشته باشد باید همان سبک را ما نیز رعایت کنیم. »

کتاب شناسی:

۱- نوشتن مشخصات کتاب: نام خانوادگی، نام، سال، نمونه گیری در تحقیق (به صورت برجسته). شهر: انتشارات

سرای، حسن (۱۳۷۲)، روش تحقیق. تهران: انتشارات گلشن

۲- نوشتن مشخصات مقاله: نام خانوادگی، نام، سال انتشار. عنوان مقاله. عنوان مجله (بصورت برجسته). سال چندم

مجله، شماره مجله، شماره صفحات

در گام های اولیه بحث روی پیشینه بحث کردیم.

مروری مختصر بر آنچه قبلا خواندیم:

بر دلایل بررسی پیشینه اشاره شده و اینکه مهمترین دستاورد بررسی پیشینه چیست؟

ما با بررسی پیشینه به مرز دانش و در کل به یک شناخت و آگاهی می‌رسیم و مسئله را از ابعاد مختلف می‌شناسیم. و همچنین بررسی کردیم منابع دست اول و منابع دست دوم چیست؟ اعتبار پیشینه و اینکه آیا می‌توانیم به هر منبعی استناد کنیم پرداختیم و اینکه به عبارتی ما از کجا بدانیم اطلاعاتی که در دسترس داریم می‌توانیم استناد کنیم. منابع دست دوم منابعی هستند که ما با واسطه منابع دست اول به آنها دسترسی داشته باشیم و مثلا کتاب ترجمه شده منبع دست دوم است و اما اگر در مقاله‌ای به یافته‌های تحقیق دست پیدا کنیم منبع دست اول است که استفاده از این منابع دست اول اعتبار مطالب ما را بالا می‌برد. اعتبار منابع هم اینکه مطلب باید هویت داشته باشد و نویسنده داشته باشد و در ژورنال، پژوهش‌ها، مقاله و پایان‌نامه و همایش و .. از آنها استفاده شده باشد. استفاده از منابع معتبر یکی از نکات مهمی است که پژوهشگر در پیشینه تحقیق باید از آنها استفاده کند.

مثلا اگر از مقالات آی.اس.آی استفاده می‌کنید و اینکه این مقالات ارزیابی شده و داوری شده هستند و مقالاتی که در پایگاه‌های علمی تایید شده باشند و برخی از کتاب‌ها نه هر کتابی و .. شاخص‌هایی هستند که در اعتبار پیشینه باید به آنها اشاره کنیم.

در مورد رفرنس‌دهی اشاره کردیم که ای.پی.ای بهترین روش رفرنس‌دهی بوده و اعتبار و اخلاق دو دلیل مهمی بودند که ما به خاطر آنها رفرنس‌دهی را مهم شمرده و به آن می‌پردازیم.

در مشخصات کتاب‌های ترجمه ابتدا نام نویسنده اصلی با سال میلادی را داخل پرانتز می‌آوریم: عنوان کتاب. ترجمه نام و نام خانوادگی و سال شمسی می‌آوریم و نهایتا محل نشر را ذکر می‌کنیم.

یادمان باشد هر جا نام لاتین داشتیم سال به میلادی ذکر می‌شود و در مورد مقالات شماره صفحه نیز ذکر می‌شود.

و اما ساختار تشکیل دهنده پیشینه تحقیق همانطور که در اسلاید آمده به سه بخش تقسیم می شود.

بخش اول: تدوین ادبیات نظری موضوع تحقیق که به ادبیات و دانش نظری می پردازد،

بخش دوم: گزارش پیشینه تجربی موضوع،

بخش سوم؛ که رسیدن به یک چاقوب مفهومی یا الگوی نظری مفهومی است: جمع بندی و ارائه مدل نظری.

اما ادبیات نظری چیست و به چه چیزهایی می پردازد؟

ادبیات نظری شامل دانش نظری و دانش مفهومی که در راستای متغیرهای تحقیق می باشد. مثلاً عنوان تحقیق شما بررسی نقش بازاریابی زنجیره ای در عملکرد شرکت های حوزه ایکس دانش بیان فرضا باشد. حال ساختار نظری

چیست و از چه چیزی برای بحث و تدوین گزارش شروع کنیم؟

ما بحث بازاریابی را شروع می کنیم و مفاهیم و تعاریف بازاریابی، الگوهای بازاریابی و خاصاً با مثال بازاریابی مثال زنجیره ای. مفهوم پردازی از متغیر و اشاره به مفاهیم و تعاریف و روند شکل گیری و توسعه مفهوم و اشاره به الگوهای موجود در آن به خصوص در بخش ادبیات نظری براساس متغیر تحقیق صورت می گیرد.

پس دانش نظری دانش تعاریف، مفاهیم، الگوها و روند شکل گیری مفهوم است.

و اما بخش دوم اشاره به پژوهش های تجربی می کنیم که در راستای مساله تحقیق ما یا مرتبط با اون انجام شده باشد. مثلاً چه پژوهش هایی در زمینه تحقیق ما انجام شده است.

ما با تدوین هر بخش دنبال هدفی هستیم. ارائه دانش نظری و دانش مفهومی تحقیق چه کمکی به پژوهشگر می کند؟ به بحث ابتدایی ما توسعه دانش مفهومی و توسعه شناخت، آگاهی و شفاف شدن ابعاد مسأله برای خودمان و تشریح متغیرها و ساله تحقیق اشاره می کند.

اما پیشینه تحقیق و گزارش نتایج تحقیقات دیگران چه کمکی می کند؟ و ما را به چه چیزی می رساند؟ مگر نه اینکه در پیشینه تحقیق هر چیزی می آید در فرآیند تحقیق خودمان می بایست متمر ثمر باشد پس این پیشینه چه کمکی می کند؟ مشخص کردن خلأها و ناکافی بودن پژوهش های قبلی و اینکه تحقیق ما در پی پُر کردن این خلأهاست و دیگر اینکه ما نتایج تحقیق دیگران را داریم و با نتایج تحقیق خودمان مقایسه می کنیم و اینکه نتایج همسو هست یا نه و دلایل آن چیست و نتایج تحقیق خود در قیاس با تحقیقات دیگران تحلیل و تبیین می کنیم (این مهم است) و اینکه چگونه این را گزارش می کنیم...

معمولا تحقیقات به دو بخش تقسیم می شوند: تحقیقات داخلی و تحقیقات خارجی.

اگر گسترده است و تحقیقات زیادی انجام شده ما تحقیقات کلیدی و خاص را گزارش می کنیم.

اگر زیاد نیستند براساس تاریخچه زمانی و روند پژوهش ها چه بوده و با چه هدفی و با چه روشی و به چه نتایجی دست یافته است و می توانیم آن را مورد بررسی و نقد قرار دهیم (نقد هوشمندانه ای که خلا موجود در تحقیقات قبلی را شناسایی و در تحقیق خود رفع و جبران کند).

و اما قسمت سوم

در پژوهش های کمی یادمان باشد براساس رویکرد قیاسی پژوهشگر یک مدل یا چارچوبی را مبنای تحقیق خودش قرار می دهد.

در فصل دوم ما ممکن است الگوهای مختلفی را در راستای موضوع تحقیق معرفی کنیم ولی در پایان فصل دو یا به عبارتی قبل از انجام تحقیق میدانی پژوهشگر می بایست یک مبنا چارچوب نظری را به عنوان بیس یا اساس تحقیق خود انتخاب کند.

یعنی براساس الگوهای موجود و شاخص هایی که در انتخاب الگوها مهم هستند از جمله مثلا مناسب بودن و مرتبط بودن را مشخص کند. خلاصه اینکه ما باید براساس یک الگوی مفهومی و مدل نظری تحقیق کمی خود را در مرحله عملیاتی اجرایی کنیم.

در مورد سوال یکی از دانشجویان درباره تعداد مدل های نظری بستگی به تعداد مدل های موجود دارد گاه تلفیق می کنیم اگر کم بودند به همه اشاره می کنیم اگر زیاد بودند تاریخچه ای از آنها می آوریم یا طبقه بندی می کنیم و مدلی که با موضوع ما مرتبط تر است را می آوریم و قص علی هذا...

اینکه پیشینه تحقیق چه میزان باشد که معمولا بین ۵۰ تا ۷۰ صفحه است که عدد ثابتی نیست حجم پیشینه و منطقی این است که یک سوم کل پایان نامه باشد و از لحاظ کمی با دیگر بخش های پایان نامه تناسب داشته باشد.

بیان مسئله گام دوم تحقیق است و در رابطه با گام اول (انتخاب موضوع) و سوم (پیشینه تحقیق) رابطه ای مثالی دارد.

اکنون اینکه بیان مسئله چیست و چگونه تدوین می شود را مورد بررسی قرار می دهیم.

بیان مساله چیستی، چرایی و چگونگی انجام تحقیق را مورد بررسی قرار می دهد و اینکه با انجام این تحقیق ما به دنبال چی هستیم و متن انشائی دو الی سه صفحه ای است که با استناد به منابع مهم ابعاد مساله را تشریح می کنید و

گسترده‌گی مساله و علل احتمالی به وجود آورنده مساله، زمینه‌های بروز مشکل، پیامدهای احتمالی حل مساله، ناکافی بودن تحقیقات دیگران و .. را در بیان مساله طرح می‌کنیم تا نشان دهیم در تحقیق دنبال چه هستیم و چرا دنبال این هستیم و ویژگی‌های اصلی این تحقیق چه چیزهایی هست.

به عبارتی ما به کمک بیان مساله محدوده و چارچوب تحقیق خودمان را مشخص می‌کنیم.

ما در بیان مساله باید به مواردی توجه کنیم که در اسلاید هم آمده است.

۱. اولین نکته علل احتمالی بوجود آورنده مشکل یا مساله چیست.

۲. زمینه بروز مشکل

۳. پیامدهای حل مشکل (جنبه‌های مثبت)

۴. اهمیت مشکل

۵. ویژگی‌های بروز مشکل

۶. گسترده‌گی مشکل

۷. ناکافی بودن پژوهش‌های انجام شده

در جمع‌بندی بیان مساله، با متغیر اصلی بیان مساله را شروع می‌کنیم، به تشریح آن می‌پردازیم، به اهمیت و گسترده‌گی و نیز چرایی پرداختن به این موضوع اشاره می‌کنیم، اشاره به متغیر دوم می‌کنیم و پیوند بین این دو تا مفهوم را در بیان مساله مورد بررسی قرار می‌دهیم و سعی می‌کنیم آنها را به ادبیات و پیشینه نظری مرتبط استناد دهیم و در کل این‌ها همه دست به دست می‌دهند تا ما یک بیان مساله خوب داشته باشیم.

حال هر کسی مروری کند با توجه به عنوان تحقیقش در بیان مساله باید به چه چیزهایی اشاره کند.

و اما در ادامه گام چهارم

گزاره‌های تحقیق که شامل هدف فرضیه و سوال می‌شود. اولین موضوعی که مورد بررسی قرار می‌گیرد هدف تحقیق است. اینکه هدف تحقیق چیست؟ انواع تحقیق‌ها چه چیزهایی هستند و ما چگونه هدف تحقیق را مشخص می‌کنیم.

هدف تحقیق در حقیقت ریشه در مساله تحقیق دارد همان چیزی که ما به دنبال محقق ساختن آن در پژوهش هستیم، و هدف تحقیق جهت‌دهنده اصلی و مشخص‌کننده اصلی مسیر تحقیق است. اینکه ما باید چه داده‌هایی را جمع

آوری کنیم و اینکه ما در یک تحقیق به دنبال چه هستیم به هدف تحقیق بر می‌گردد و تحقیق بدون هدف غیر ممکن است؛ بر این اساس هدف تحقیق به دو قسمت تقسیم می‌شود ابتدا هدف کلی تحقیق و دیگر هدف‌های جزئی تحقیق.

اینکه هدف کلی تحقیق چیست و چه ریشه‌ای دارد و از کجا پی به هدف کلی تحقیق ببریم. در حقیقت هدف کلی از عنوان تحقیق نشأت می‌گیرد و ریشه در عنوان دارد و در حقیقت آن چیزی که در عنوان مطرح شده هدف کلی تحقیق است. بیان هدف کلی به صورت فعل کنشی است مثلاً واژه‌هایی چون مشخص کردن، شناسایی کردن، معین کردن و واژه‌هایی اینچنین کنشی، که هدف کلی را مطرح می‌کنند و هدف کلی را به صورت خبری بیان و عنوان نمی‌کنیم و هدف را به شکل سوال نمی‌نویسیم و بصورت کلی هدف کلی از عنوان تحقیق نشأت می‌گیرد.

اگر عنوان خوب بیان شود نوشتن هدف کلی کار ساده‌ایست. در جمع‌بندی می‌توان گفت هدف کلی تحقیق به نوعی همان عنوان تحقیق است و ریشه در عنوان تحقیق دارد.

و اما هدف‌های جزئی چیست و چگونه ما هدف‌های جزئی را مشخص می‌کنیم؟

یک هدف کلی برای اینکه در پژوهش محقق شود به چند هدف جزئی (خرد)، تقسیم و تفکیک می‌شود پس هدف کلی را به هدف‌های جزئی تبدیل می‌کنیم. بخش سخت کار چگونگی تقسیم هدف کلی به هدف‌های جزئی است. اینکه چگونه از دل هدف کلی هدف‌های جزئی را بیرون بکشیم.

در یک اشاره می‌توان گفت اینجا نقش مدل مفهومی خیلی تاثیرگذار است.

تمرین آینده کلاس همین چگونگی تبدیل هدف کلی به هدف‌های جزئی است. و با چه منابعی می‌توانیم هدف جزئی را بنویسیم (ما بر چه اساس و منطقی هدف‌های جزئی را می‌نویسیم).

جلسه چهارم

کردآورنده: آرش خیرابی

سه گام را طی نمودیم تاکنون:

گام یک: انتخاب موضوع گام دو: بیان مسئله گام سه: پیشینه

متداول ترین سبک رفرنس دهی: apa

سبک های دیگر رفرنس دهی: انجمن روان شناسی آمریکا - سبک شیکاگو - turbian

ساختار پیشینه از بخش های ذیل تشکیل شده است:

۱. ادبیات نظری ۲. تاریخچه تجربی ۳. مدل نظری

مهمترین فایده بررسی پیشینه تحقیق در چیست و چه فایده ای در فرایند تحقیق ما دارد:

۱. جلوگیری از تکرار

۲. بدست آوردن تاریخچه

۳. اشراف نسبی به موضوع

۴. توسعه دانش و شناخت ما از تحقیق

۵. مبنای مقایسه ای می شود برای تحقیق خودمان

۶. به یک چهارچوب و مبنایی می رسیم به ویژه در تحقیق های کمی که بر اساس آن می توانیم داده ها و

متغیر را تعریف و مشخص کنیم

اکنون به گام چهارم می پردازیم:

گام ۴، گزاره های تحقیق: شامل سه بخش می باشد:

۱. هدف ۲. فرضیه ۳. سوال

۱. هدف: هدف تحقیق چیست؟

تصور کنید یک تحقیق می تواند بدون هدف باشد؟ خیر

در هر تحقیق ما به دنبال تحقق یک هدف هستیم. نقش هدف تحقیق مشخص کردن مسیر تحقیق است. هدف نقش کلیدی در تعیین جهت فرایند و مسیر تحقیق دارد. برای هدف تحقیق ما باید یک سری data و اطلاعات جمع آوری کنیم.

هدف به دو قسمت تقسیم می شود:

۱. هدف کلی

۲. هدف جزئی

هدف کلی تحقیق چیست و از کجا مشخص می شود؟

هدف کلی تحقیق **عنوان یا مسئله تحقیق** است.

مثلا وقتی می گوئیم: **نقش آموزش در توسعه کار آفرینی** یا در ترویج فرهنگ کارآفرینی در سازمانهای دولتی.

نقش آموزش در توسعه کار آفرینی = هدف کلی

بیان هدف به عنوان فعل کنشی مصدری مطرح می شود. هدف تحقیق را با هدف از انجام این تحقیق اشتباه نگیرید.

تفاوت هدف تحقیق با هدف از انجام این تحقیق:

هدف تحقیق: چیزی که ما در تحقیق به دنبالش هستیم و به عنوان مسئله ای که با گردآوری data می خواهیم حلش کنیم و فرضیه را تست کنیم.

هدف از انجام این تحقیق: به دستاورد ها و پیامدهای این تحقیق اشاره می کند.

نقش آموزش در توسعه کارآفرینی: تحقیق و بررسی می کنیم که آموزش این تاثیر را دارد.

بعداً می آیم در برنامه های آموزشی طوری عمل می کنیم که توسعه کارآفرینی محقق گردد که می شود دستاورد.

دستاورد: به عبارتی ماحصل تحقیق است که می توانیم آنرا در case ها و یا جامعه مشخص کنیم. (کاربرد نتایج)

«ما در تحقیق نمی توانیم به پیامدها اشاره کنیم»

گاهی پژوهشگر می‌نویسد با انجام این تحقیق می‌توانیم به توسعه دانش فلان کمک کنیم و نهایتاً با توسعه دانش و دستاوردهای فلان و غیره، این گفته کاملاً اشتباه است. **هدف تحقیق آن چیزی هست که ما به دنبالش هستیم.**

چگونه می‌توانیم هدف کلی را به اهداف جزئی تقسیم کنیم؟ به کمک مدل مفهومی و متغیرهای تحقیق.

مثال: نقش کارآفرینی سازمانی در عملکرد شرکت‌های دولتی = هدف کلی؛ که برای اینکه به هدف‌های جزئی تقسیم شود می‌توانیم از مدل مفهومی استفاده کنیم.

کارآفرینی سازمانی به چند مولفه تقسیم می‌شود:

ابعاد مولفه‌های مدل مفهومی را می‌توانیم نقش‌هاشون را جداگانه بر روی عملکرد به عنوان یک هدف تعیین کنیم.

در رابطه با **متغیرها** شامل:

۱. بیان هدف جزئی ۲. هدف جزئی به صورت مصدري ۳. مشخص کردن ۴. تعیین ۵. شناسایی

نکته: هدف جزئی نباید از هدف کلی، کلی‌تر باشد. هدف جزئی باید در راستای هدف کلی باشد نه اینکه به موضوع دیگری پردازد.

مثال: نقش هوش معنوی در عملکرد کارآفرینانه؛ هوش معنوی و عملکرد کارآفرینانه = متغیرهای تحقیق

توصیف هر یک از این‌ها در جامعه آماری مورد نظر / مطالعه خودش یک هدف جزئی می‌تواند باشد:

مثلاً: مشخص نمودن وضعیت هوش هیجانی کارآفرینانه صنعت فلان

هدف جزئی دوم: مشخص نمودن عملکرد کارآفرینانه در جامعه مورد مطالعه می‌باشد.

هوش معنوی بر اساس مالفه‌ها و مدل مفهومی از ۳ مولفه تشکیل شده است: ۱. مولفه X ۲. مولفه Y ۳. مولفه Z

که تاثیر هر کدام را بر رفتار کارآفرینانه بسنجیم. به این صورت که: مشخص نمودن تاثیر X در رفتار کارآفرینانه،

مشخص نمودن تاثیر Y در رفتار کارآفرینانه و مشخص نمودن تاثیر Z در رفتار کارآفرینانه.

گزاره‌های تحقیق:

چه تفاوتی بین سوال و فرضیه وجود دارد؟

فرضیه: یک **حدس خردمندانه** است / یک نوع پیش بینی است که رابطه بین ۲ تا متغیر را پیش بینی می کند. یک حدس است و **مشخص نیست درست یا نادرست**. ما نمی توانیم بدون اطلاعات، بدون شواهد و بدون شناخت نسبی در رابطه با یک موضوع حدس بزنیم و فرضیه بدیم زیرا که آدم‌هایی که با کمترین اطلاعات و شناخت و آگاهی دانش در راستای یک مطلب ارایه رای می کنند احتمال خطا وجود دارد. ما نمی توانیم بر اساس تجارب محدود خودمان یک حدس بزنیم. باید یک شواهد تجربی، مستندات، دانش و ساختاری باشد که با کمک آن بتوانیم حدس بزنیم. مثال: امکان زیست بر روی کره مریخ به عنوان مسئله مطرح می باشد. دو نفر را در نظر بگیرید. نفر اول، مدیر پژوهشگر ارشد ناسا و نفر دوم، روزنامه ای باز کرده و مقاله مربوط به مریخ را می خواند. کدام یک از اینها اجازه دارند حدس بزنند و فرضیه بدهند. دو حالت بیشتر وجود ندارد یا امکان زیست هست یا نیست چون مشخص نیست به صورت حدس مطرح شده است.

پژوهشگر: شواهد اطلاعاتی می گیرد از طریق ماهواره ها آنها می توانند این را در قالب یک فرضیه مطرح کنند، بنابراین فرضیه بر اساس شواهد / اطلاعات / شناخت / پیشینه / آگاهی / تجربه مطرح می شود، اگر این ها را نداشته باشیم حق نداریم حدس بزنیم و باید سوال مطرح کنیم.

سوال: یک پژوهشگر این تخصص و تجربه را ندارد و حتی درگیر کار هم نیست چگونه می تواند اطلاعات و شناخت خودش را از مسئله تحقیق بالا ببرد و بتواند فرضیه مطرح کند؟

جواب: بر اساس **پیشینه تحقیق و چهار چوب نظری** و دانش تئوریک می توانیم شناخت و آگاهی خود را از مسئله تحقیق توسعه بدهیم و فرضیه بدهیم ولی اگر نتوانستیم سوال می کنیم.

بیان فرضیه به شکل **خبری** مطرح می شود. بین مفهوم خرد و پیشرفت تحصیلی رابطه مثبت وجود دارد: این یک فرضیه است. این درست است یا نادرست مشخص نیست به صورت حدس مطرح شده است. در تحقیق ما فرضیه / آزمایش / آزمون را تست می کنیم که آیا تایید می شود یا رد می شود.

فرضیه در قالب ۳ بعد قابل بیان است:

بر اساس پیشینه تحقیق فرضیه ها؛ نظریه ها و ادبیات نظری؛ مشاهدات تجربیات ناشی از تحقیقات

تقسیم بندی فرضیه ها (نوعی دیگر):

۱. فرضیه تاییدی

۲. فرضیه اکتشافی

اگر در پژوهش های قبل از ما فرضیه های تحقیق مورد بررسی قرار گرفته و این فرضیه ها تست شده در جامعه های دیگر و در شرایط دیگری ، پس ما با مرتبط / شبیه بودن موضوع مان با عناوین قبل می خواهیم همان فرضیه ها را با شکلی شبیه آن را در جامعه خودمان مورد آزمون قرار بدهیم. این فرضیه ها ، **فرضیه تاییدی** می گویند .

فرضیه تاییدی = فرضیه هایی که توسط افراد دیگر تست شده است و ما به عنوان بانی و تدوین گر اولیه فرضیه نبودیم .

ولی اگر ما برای اولین بار فرضیه را مطرح کنیم بعضی رابطه بین ۲ تا متغیر که تا الان کسی بهش نپرداخته و بخواهیم بررسی و تست کنیم می شود **فرضیه اکتشافی** .

اغلب فرضیه های ما از جنس فرضیه های تاییدی است یعنی فرضیه هایی است که قبلاً توسط دیگران در جایی مطرح شده و حالا ما می خواهیم در case دیگری مورد بررسی و آزمون قرار دهیم که می تواند فرضیه **رد** شود .

نکته کلیدی : اغلب پژوهشگران فکر می کنند فرضیه شان باید تایید شود و اگر تایید نشود انگار اشتباه رخ داده و نتایج تحقیق از درجه اعتبار ساقط است . در حالی که نه فرضیه یک حدس است می تواند تایید شود و می تواند تایید نشود اگر بنا باشد همه فرضیه ها تایید شود که تحقیق معنی ندارد. فقط باید **پروسه تحقیق** را درست و معتبر انجام بدهیم . فرضیه رد شد که شد. فرضیه باید یک حدس توش باشد ، چیزهایی که بدهی است را دنبال آزمون آن نیستیم. مثلاً الان روز است .

می توانیم در یک تحقیق هم فرضیه داشته باشیم و هم سوال

انواع فرضیه ها در تحقیق :

۱. فرضیه آماری

۲. فرضیه پژوهشی

تحقیق به صورت کلامی / واژه ای مطرح می شود . بین X و Y رابطه ای وجود دارد و X بر Y تاثیر دارد ولی فرضیه تحقیق برای اینکه مورد آزمون واقع شود باید به فرضیه آماری تبدیل شود و به زبان آمای نوشته شود که تحت عنوان فرضیه صفر و فرضیه مخالف مطرح می شود .

به عنوان مثال ما یک تحقیق داریم با عنوان : نگرش کارآفرینانه مدیران سازمان های دولتی با مدیران سازمانهای غیر دولتی تفاوت وجود دارد .

این یک فرضیه تحقیق است که برای اینکه تست کنیم به ۲ فرضیه آماری فرضیه صفر و فرضیه بدیل یا مخالف تبدیل می کنیم .

فرضیه تحقیق به دو صورت می تواند بیان شود :

۱. جهت دار ۲. بدون جهت

جهت دار : نگرش کارآفرینانه مدیران سازمان های غیر دولتی بیشتر از سازمان های دولتی است .

سوال: در کدام یک از این ۲ نوع فرضیه پژوهشگر اطلاعات بیشتری را گرد آوری می کند و بعد فرضیه می گوید ؟ بعضی از اندیشمندان حوزه تحقیق اعتقاد دارند **فرضیه تحقیق باید جهت دار باشد** . فرضیه بدون تحقیق را به سوال تشبیه کردند. فرضیه گفتن نیازمند الزامات / شواهد / مستندات / آگاهی که بر پایه آن بتوانیم فرضیه تحقیق خودمان را بنویسم و اگر نتوانستیم به جای فرضیه سوال مطرح کنیم .

سوال:

سوال هم همانند هدف است و شامل دو بخش است: ۱. سوال اصلی ۲. سوال فرعی

برای بیان سوال ۳ شکل یا ۳ نوع سوال می توانیم بگویم:

سوال توصیفی: سوالی که اغلب به چستی متغیر می پردازد.

مثلا وقتی می گوئیم که وضعیت نگرش کارآفرینانه در مدیران شرکت های دولتی چگونه است .

سوال تفاوتی: اغلب به وضعیت یک متغیر بین ۲ یا چند گروه می پردازد.

مثال : وقتی می گوئیم که وضعیت نگرش بین زن و مرد و مدیران سیستم های دولتی و غیر دولتی.

هوش هیجانی بین دانشجویان شاغل و غیر شاغل تفاوت وجود دارد.

سوال رابطه ای: بحث رابطه بین ۲ متغیر هستش .

فرضیه جهت دار:

فرضیه است که علاوه بر اینکه نشان دهنده رابطه یا بیان گر اختلاف بین متغیرهای مورد نظر هست جهت آنرا هم مشخص می کند : در نگرش کارافرینانه دانشجویان شاغل و غیر شاغل تفاوت وجود دارد. (این یک فرضیه بدون جهت می باشد). اما اگر می گفتیم: نگرش کارافرینانه دانشجویان شاغل بیش از دانشجویان غیر شاغل است. (یک فرضیه جهت دار بود).

فرضیه جهت دار نه تنها به بیان تفاوت و رابطه اشاره می کند بلکه جهت تفاوت و رابطه را هم مشخص می کند. فرضیه جهت دار فرضیه است که اطلاعات، و شناخت بیشتری بین متغیرها را ارائه میدهد و ما آگاهی بیشتری بین متغیرها داریم ولی فرضیه بدون جهت معنا ندارد. فرضیه بدون جهت معنا ندارد و می شود همان سوال.

گام ۵

متغیرها و مقیاس اندازه گیری

متغیر چیست؟ از لحاظ کلی چیزی است که تغییر پذیر است در انواع مختلف؛ اعداد مختلف و کمیت های مختلف را می پذیرد. اما در تحقیق منظور از متغیر **صفت یا ویژگی** مورد مطالعه و بررسی قرار دارد.

مهمترین کاری که پژوهشگر در رابطه با متغیرها در تحقیق دارد این است که باید متغیرها را تعریف کند و این تعریف به دو شکل صورت می گیرد: ۱- تعریف مفهومی - ۲- تعریف عملیاتی

چرا باید متغیر را تعریف کنیم؟

پژوهشگر باید در تحقیق مشخص کند که این متغیر از چه منظری و از چه دیدگاهی مورد مطالعه قرار می گیرد و تعریف مفهومی آن چیست و انواع مفاهیمی که از یک متغیر استنباط می شود برای خواننده مشخص گردد. پس ما وقتی دارای تغییری هستیم که دارای تعدد مفاهیم هست به طبع باید مفهوم مد نظر خود را در قالب تعریف مفهومی مشخص کنیم و تعریف مفهومی یک تعریف نظری است از متغیر که اغلب توسط اندیشمندان و صاحب نظران آن حوزه آورده می شود. و تعریف مفهومی باید به یک تعریف قابل اندازه گیری تبدیل شود (تعریف عملیاتی).

تعریف عملیاتی تعریفی است که مشخص می کند این تحقیق متغیر مورد نظر چگونه قابل اندازه گیری و قابل مشاهده است. تعریف عملیاتی چگونگی اندازه پذیر بودن متغیر را مشخص می کند، چگونگی قابل مشاهده بودن را مشخص می کند.

مثال:

تعریف مفهومی هوش: ظرفیت یادگیری، توانایی تفکر انتزاعی یا فعالیت فکری. هوش یعنی توانایی سازگاری فرد با محیط

تعریف عملیاتی هوش: نمرات فرد در یک آزمون استاندارد شده هوش

تفاوت هدف با متغیر

متغیرها چیزی هستند که در تحقیق به دنبال بررسی آن هستیم و در قالب هدف آنرا بیان می کنیم متغیر در واقع صفت مورد مطالعه است، هدف چیزی است که ما می خواهیم به آن برسیم. وقتی ما می خواهیم تغییری را بررسی کنیم در واقع هدف ما بررسی متغیر می باشد.

نام گذاری متغیرها بر اساس نقش آنها در تحقیق

متغیرها یا کمی اند یا کیفی، کمی عدد پذیر نیست و ویژگی حالات را بیان می کند. کمی ها متغیرهایی هستند که یا خودشان مستقیم اندازه گیری میشوند یا غیر مستقیم. کمی به دو دسته گسسته و پیوسته تقسیم می شوند. متغیر گسسته تغییری است که بین دو عدد و دو کمیتش دیگر نمی توان عددی را اختیار کنیم مثلاً می گوئیم ۵ نفر و ۶ نفر اما متغیر پیوسته تغییری است که بین دو واحد آن بینهایت عدد می توان اختیار کرد. مثلاً اعداد اعشاری.

اما مهمترین دسته بندی متغیرها بر اساس نقش آن در تحقیق است.

۱- مستقل ۲- وابسته ۳- تعدیل کننده ۴- کنترل ۵- مداخله گر

متغیر مستقل: متغیری است که تاثیر آن بر متغیر دیگر مورد مطالعه قرار می گیرد. متغیر تاثیر گذار، متغیر عامل و محرک است. متغیری است که در پژوهش های آزمایش، پژوهشگر آنرا وارد یا اعمال ممی کند تا اثرش را مطالعه کند. متغیری است که در اختیار پژوهشگر است و پژوهشگر آنرا دست کاری می کند تا آثارش را مشاهده کند. متغیر تاثیر گذار است

مثال: اثر آموزش پروژه ای در توسعه مهارت های کسب و کار: متغیر مستقل در این مثال آموزش پروژه ای است. مهارت کسب و کار می شود متغیر وابسته یا تاثیر پذیر.

متغیر تعدیل کننده یا مستقل دوم چیست؟

متغیری است که تاثیر متغیر مستقل بر وابسته را متاثر می کند(اثر گذاری می کند) و متغیری است که پژوهشگر می خواهد اثرش را مطالعه کند تا ببیند آیا بر تاثیر متغیر وابسته و مستقل این متغیر اثر گذار است یا نه.

مثال: بررسی تاثیر آموزش بر نگرش کارآفرینانه

مستقل: آموزش وابسته: نگرش کارآفرینانه

اما پژوهشگر به این نتیجه میرسد که ممکن است تاثیر آموزش بر نگرش کارآفرینانه در دانشجویان شاغل و غیر شاغل متفاوت باشد. به عبارتی می خواهد اثر اشتغال را هم بررسی کند. در این تحقیق که آیا تاثیر آموزش بر نگرش دو اشتغال یا عدم اشتغال دانشجویان بر مستقل وابسته اثر گذار هست یا نیست. یا به عبارت ساده تر آیا آموزش بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان شاغل و غیر شاغل یکسان تاثیر دارد یا متفاوت.

پس متغیر تعدیل کننده متغیری است که ما میخواهیم اثرش را بررسی کنیم علاوه بر اینکه مستقل و وابسته داریم می خواهیم متغیری که ارتباط دارد به نوعی بر اثر گذاری مستقل و وابسته.

مثال: نگرش کارافرینانه یا همان بحث آموزش کارافرینانه دانشجویان دختر و پسر تاثیر آموزش بر نگرش متفاوت است در واقع می خواهیم جنسیت را مورد بررسی قرار دهیم. یعنی اثر جنسیت را هم بررسی کنیم.

متغیر کنترل: یک متغیری است که سطوح مختلفی دارد. حالت های مختلفی دارد. ما نمی خواهیم اثر همه ی این سطوح و حالت های این اثر را بررسی کنیم می خواهیم یک سطح را وارد کنیم به عبارتی اثر آن متغیر را داریم حذف می کنیم در مطالعه (به نوعی کنترل می کنیم)

مثال: تاثیر آموزش الکترونیکی در نگرش کارافرینانه دانشجویان پسر دانشکده کارافرینی:

اینجا جنسیت متغیر کنترل است. جنسیت دو بعد دارد (مذکر و مونث) ما اینجا یک جنس را وارد کردیم. در تعدیل کننده ما اثر را وارد می کنیم، مطالعه می کنیم و تفاوت را در دو سطح متغیر مورد بررسی قرار می دهیم ولی در کنترل یک سطح متغیر وارد می شود.

متغیر مداخله گر یا مزاحم

متغیر وابسته همه تغییراتش تابع متغیر مستقل نیست صرفاً. متغیرهایی که بر خلاف میل ما و متغیر وابسته اثر می گذارند و ممکن است نتایج متغیر مستقل را مشتبه کنند و ما نتوانیم تحلیل درست کنیم. این متغیر بهش می گویند متغیر مزاحم یا مداخله گر. متغیری هستند که به اسانی قابل حذف و کنترل نیستند و پژوهشگر باید اثر آنها را خنثی و مشاهده کند. بررسی کند.

مثال: می خواهیم روش آموزش را بر تمرکز دانشجویان بررسی کنیم سر کلاس. کدام روش می تواند بیشترین تمرکز را روی دانشجو داشته باشد؟ ممکن است دانشجویی که سر کلاس باشد اتقاقی ساعت قبل از کلاس برایش پیش آمده باشد و این اتفاق متغیر مزاحم هستش و ما نمی توانیم به اسانی انرا حذف کنیم ولی در متغیر وابسته که بحث تمرکز هست اثر می گذارد که به ان مداخله گر گویند. و به اسانی قابل سنجش نیست.

مثال: بررسی تاثیر الگوی نقش در نگرش کارافرینانه دانشجویان دانشکده کارافرینی

متغیر مستقل: الگوی نقش متغیر وابسته: نگرش کارافرینانه متغیر تعدیل کننده: اشتغال وعدم اشتغال
کنترل: رشته تحصیلی فقط دانشجویان کارافرینی مزاحم: میزان علاقه مندی به درس - و..

گام ۵- بخش دوم: مقیاس اندازه گیری متغیر ها

مفهوم اندازه گیری: همان نسبت دادن اعداد به اشیا، صفت، ویژگی و گروهها بر اساس یک قاعده مشخص. به بیان ساده تر یعنی کمی کردن، یعنی عدد نسبت دادن به یک ویژگی.

مقیاس اندازه گیری چیست؟

مثال: فردی را در نظر بگیرید علی نام که دانشجوی یک دانشگاهی است که ۲۰ سال سن دارد و در درس روش تحقیق نمره ۲۰ گرفته، علی عضو تیم فوتبال دانشگاه است و شماره پیرهنش ۲۰ است.

سوال: آیا از لحاظ ارزش عددی این سه ۲۰ ارزش یکسانی دارند؟ خیر

مقیاس اندازه گیری میخواهد این را به ما برساند که اعدادی که ما در اندازه گیری به کار میبریم یا کمی می کنیم یا نسبت می دهیم همه جا ارزش های یکسان عددی ندارند و با هم متفاوتند. یک جا ارزش عدد کامل دارد و جای دیگر عدد نیست یک اسم است. یک قرار داد است.

مثلا نمره پیرهن علی یک اسم است. عدد دوم نمره روش تحقیق رتبه است.

مقیاس به چهار دسته تقسیم می شود:

۱- اسمی -۲- رتبه ای -۳- فاصله ای -۴- نسبی

اسمی: برای نام گذاری به کار می رود و طبقه بندی-مثلا شماره هایی که به کلاس و .. داده می شود. جهت نامگذاری است و هیچ ارزش و اولییتی بر هم ندارد و قراردادی هستند.

رتبه ای: ما افراد و یا ویژگی را در اصل مرتب می کنیم. اعداد دارای ارزش می شوند و سیر صعودی یا نزولی دارند. یک روند منطقی دارند. مساله ای که در رتبه ای وجود دارد این است که وقتی رتبه ها مشخص شد فاصله ای بین رتبه ها نیست.

یعنی فاصله بین رتبه ۱ و ۲ مثل فاصله رتبه ۲ و ۳ یکسان و برابر نیست ممکن است فاصله بیشتر یا کمتر باشد. این یک مقیاس رتبه ای است که د حقیقت ضمن مرتب کردن میزان آن و فاصله بین واحدها را مشخص نمی

کند. مقیاس فاصله ای در حقیقت همان مقیاس رتبه ای است اما با فرض اینکه فاصله بین رتبه ها با هم برابر و مشخص است یعنی فاصله ۱ تا ۲ همان است که بین ۳ تا ۴ است. بین ۲ تا ۳ است. پوشش دهنده اول عدم تساوی مقیاس بین رتبه ایست.

مساله ای که ما در مقیاس فاصله داریم این است که ما صفر هم داریم ولی صفر، صفر مطلق نیست. صفر قرار دادی است.

مثال: در درس روش تحقیق شخصی نمره صفر میگیرد این یعنی چیزی از این درس یاد نگرفته است در صورتی که چنین چیزی نیست ما ممکن است خیلی چیزها از این درس یاد گرفته باشیم ولی بر حسب تصادف سوال هایی که استاد مربوطه طرح کرده را نخوانده و عدم جواب منجر به گرفتن صفر شده باشد. این صفر، صفر قراردادی است یعنی اگر به این سوال پاسخ ندهد صفر می شود.

معمولا در اندازه گیری های فیزیکی، مادی، جامدات رخ می دهد مثلا وزن چند کیلو، قد، و.. مواردی است که اندازه گیری نسبتی

سوال: کاربرد آن کجاست؟ در تحلیل داده ها کاربرد دارد وقتی که با مجموعه ای از اندازه ها و کمیت ها مواجه هستیم بالطبع این داده ها باید طبقه بندی و تحلیل شوند به کمک تکنیک های آماری. یکی از کاربرهای مقیاس ها مشخص کردن روش های تحلیل آماری است.

جلسه ششم:

گردآورنده: آرش خیرابی

به عنوان تکلیف فصل یک و دو یک پایان نامه مورد بررسی قرار گرفت حالا برداشت کلی از روش منظر شناسی چه چیزی هستش؟

بر اساس این دیدگاه باید به سراغ **پیشینه تحقیق** رفت و چهارچوب پیشینه تحقیق که از سه قسمت تشکیل شد است:

دانش نظری (ادبیات و ساختار فکری)

پیشینه تجربی

دیدگاه یا الگوی نظری (جمع بندی و ارایه چهارچوب فکری)

گام ۶: ابزار اندازه گیری

منظور از ابزار گردآوری داده ها چیست و کجای تحقیق کاربرد دارد؟
در بخش میدانی تحقیق کاربرد دارد.

آن جایی که بناست ما متناسب با هدف ها و سوال های تحقیق متناسب با متغیر های تحقیق یا فرضیه های تحقیق
بریم گروه مورد مطالعه / جامعه مورد مطالعه / کیس مورد مطالعه ، داده های مورد نیاز را جمع آوری کنیم بر اساس
متغیر ها و گزاره ها.

هر هدف و سوال / فرضیه ای که مطرح کردیم باید برای آن داده گردآوری نماییم تا بر اساس داده ها فرضیه هامون
مورد آزمون واقع گردد و یا به سوال های تحقیقمون پاسخ داده شود.
حالا چه ابزاری برای گردآوری داده های مورد نیاز ، باید انتخاب کنیم.
معمولا به ۴ طریق داده های مورد نیاز گردآوری می گردد.

پرسش نامه

مصاحبه

مشاهده

اسناد و مدارک

از اینکه از چه ابزاری استفاده کنیم که بستگی به هدف تحقیق / شرایط تحقیق / روش تحقیق جامعه مورد مطالعه دارد .

محدودیت های تحقیق و مجموعه ای از عوامل است که مشخص می کند ما از چه ابزاری استفاده کنیم .

پرسش نامه

یک ابزار مکتوب برای گردآوری داده ها می باشد .

از تعدادی سوال یا گویه برخوردار است .

انواع پرسش نامه از حیث نوع پاسخ دادن :

باز پاسخ

بسته پاسخ

باز پاسخ :

سوالات تشریحی است که بهش پاسخ ساز هم می گیم که متناسب با هدف های تحقیق سوال هایی مطرح کردیم و

پاسخ دهنده به سوالات پرسش نامه پاسخ های مکتوب می دهد

بسته پاسخ یا چند گزینه ای یا تستی:

پاسخ دهنده اقدام به انتخاب پاسخ می کند یا انتخاب گزینه ای که با نظرش هم خوانی دارد مصداق بارز آن پرسش

نامه چند درجه ای طیف لیکرت می باشد

از موافقم تا مخالفم / از خیلی زیاد تا خیلی کم

بسته یا باز بودن پرسش نامه در کل از پرسش نامه بیشتر از سایر روش های گردآوری داده ها استفاده می شود

سوال : چرا از پرسش نامه بیشتر استفاده می کنیم یا به عبارتی در چه مواقعی ما می تونیم از پرسش نامه استفاده کنیم

در مدت زمان کوتاهی تعداد زیادی از پرسش نامه را اجرا و به عبارتی از تعداد زیادی افراد نظرات آنان گردآوری

می کنیم

بحث زمان و هزینه

دسترسی و عدم دسترسی که می توانیم از طریق پست کردن / استفاده از فضای مجازی در قالب email و شبکه

های اجتماعی استفاده کنیم

به عنوان مثال یکی از آشنایان موتور جستجوگر گوگل google document است که قابلیت بالایی در

خصوص ساختن پرسش نامه و همچنین تحلیل جواب ها دارد

در دنیای دیجیتال و کاربرآماتور به راحتی کار می کند user friend هستش

معایب پرسش نامه

پرسش نامه اطلاعات گسترده را جمع آوری می کند لیکن اطلاعات عمیق نیست به سوال های چستی خوب جواب می دهد ولی چرایی ها و چگونگی ها را نمی توان از طریق پرسش نامه پرسید ، گاهی نیاز به اطلاعات بیشتر در جریان تحقیق هستیم که از طریق پرسش نامه نمی شود. سوال های پرسش نامه گاهی ابهام آمیز و گنگ است.

تعداد سوال زیاد باشد دقت لازم در پاسخ دادن رخ نمی دهد .

دلایل کاربرد زیاد پرسش نامه به ویژه پرسش نامه بسته پاسخ راحتی تحلیل داده های حاصل از پرسش نامه هست . وقتی ما مجموعه ای از پرسش نامه را اجرا می کنیم نهایتاً باید مورد تحلیل و یک پارچه گردند و خروجی در قالب شاخص های آماری گزارش شوند .

پرسش نامه به خاطر ویژگی هایی که دارد به راحتی می توانیم کمی پذیرش کنیم مزید بر علت شده که کاربرد پرسش نامه بیش از ابزار دیگر باشد .

پرسش نامه از نظر چگونگی ساخت به دو دسته تقسیم می شوند

۱. پرسش نامه های استاندارد

۲. پرسش نامه های محقق ساخته

مهم

استاندارد : پرسش نامه هایی هستند که معمولاً توسط گروه های حرفه ای و صاحب نظر در حوزه سنجش و اندازه گیری به همراه گروه های متخصص موضوعی در یک زمینه متناسب با اهداف مورد نظر پرسش نامه طراحی و طی فرایند های مخالف آن ابزار را برای گروه های مورد نظر **استاندارد** می کنند .

هم روا هست و هم پایا

هم همان چیزی را که می خواهد می سنجد و هم ثبات در اندازه گیری دارد .

اگر متغیر های تحقیق طوری انتخاب شود که متناسب با پرسش نامه استاندارد باشد خیلی از مشکلات کار در راستای گرد آوری داده ها است حل می شه .

برای پیدا کردن پرسش نامه استاندارد منطبق با موضوع هامون باید پایان نامه های مشابه را انتخاب کنیم و ببینیم آنان از چه ابزاری استفاده کردن.

پرسش نامه محقق ساخته

پرسش نامه استاندارد ی که متناسب با هدف ها و متغیر های تحقیق ما وجود نداشته باشد قطعاً محقق یا پژوهشگر باید خود پرسش نامه استاندارد ی تهیه کند که ساختن این پرسش نامه کار آسانی نیست و چالش های خاص خود را دارد که آیا روایی و پایایی لازم را دارد یا خیر .

خود این تحقیق زمان بر / انرژی بر و گاهی حتی بیشتر از میدانی خود تحقیق زمان می برد . پرسش نامه محقق ساخته بر چه مبنایی ساخته می شود و یا برای ساختن پرسش نامه محقق ساخته به چه نکاتی باید توجه کنیم .

ابتدا قسمت های پرسش نامه را مشخص می کنیم.

بخش اول پرسش نامه مقدمه و راهنمایی هستش که مخاطبین پرسش نامه را مشخص می کنیم که هدف ما چیست و با ادبیات حرفه ای باید نشان بدهیم داده های تحقیق برای ما مهم است و امانت داری می کنیم و پاسخ های شما اهمیت دارد

بخش مقدمه اطلاعات کلی درباره تحقیق را دارد

بخش دوم که بخش اطلاعات است که در اغلب پرسش نامه ها مشترک هستند

اطلاعات کلی / فردی / دموگرافیک اطلاعاتی هستند که متناسب با جامعه مورد مطالعه / متناسب با هدف های مورد تحقیق اطلاعات کلی افراد را می گیریم .

به عنوان مثال : متغیر جنسیت را وارد می کنیم از دو جنس مقایسه به عمل می آید .

متغیر تحصیلات / تجربه / سابقه کار / پایگاه اجتماعی .

این سوالات را بسته پاسخ ارایه کنیم ، پاسخ دهنده علاقه / میل بیشتری به پاسخ دارد چون دوست دارد تیک بزند .

گاهی وقت ها اسم پاسخ دهنده را می خواهیم ، اغلب پرسش نامه ها لزومی ندارد نام و نام خانوادگی را پرسیم که فرد احساس شناخته شدن بکند و این مانع پاسخ دادن واقعی فرد می شود و از هر نوع سوالی که منجر به شناسایی افراد شود باید پرهیز کرد تا داده ها دقیق تر شود و فرد با صداقت جواب بدهد و افراد با احساس امنیت پاسخ دهند .

بعد از اطلاعات دموگرافیک یا اطلاعات فردی که در حقیقت اطلاعات تکمیلی است و ما می توانیم در تحلیل ها از آن استفاده کنیم بخش اصلی پرسش نامه و سوال ها و گویه های اصلی پرسش نامه مطرح می شود .

سوال: این سوال ها و گویه ها بر چه اساسی مطرح می شود (باز و بسته بودن فعلا بماند)
یک پرسش نامه محقق ساخته داریم که بیست سوال دارد این بیست سوال را فرد بر چه اساسی تدوین کرده است .

نوع تدوین گویه ها و سوال های پرسش نامه چیست ؟
بر اساس متغیر ها و سوال ها و اهداف و فرضیه های تحقیق ما باید گویه های پرسش نامه را مشخص کنیم (جواب بچه ها) .

جواب استاد که ضمن تایید پاسخ دوستان اضافه فرمودند .

عامل اساسی: مدل تحقیق و مدل مفهومی که اثرش را در تعریف عملیاتی می بینیم آنچه مشخص می کند با چه گویه هایی یا با چه سوال هایی را در پرسش نامه تعیین کنیم و تدوین کنیم منوط است به تعریف عملیاتی ما.

تعریف عملیاتی متغیر: کاربردش چی بود، چی را مشخص می کرد ؟

چگونه متغیر ها را اندازه گیری کنیم ؟

حالا بر اساس تعریف عملیاتی است که ما باید برویم به سراغ گویه (سوال) های پرسش نامه و تعداد آنها بر اساس تعداد متغیر ها ، اهداف و سوال های تحقیق ما مشخص خواهد شد .

آنچه که ما در گزاره های تحقیق شامل هدف / سوال و فرضیه ادعا کردیم باید برای آن داده داشته باشیم که بوسیله پرسش نامه داده جمع آوری می شود.

پرسش نامه باید طوری طراحی شود که به هدف و سوال های خواسته شده ما پاسخ دهد .

این ارتباط را که چگونه مدل مفهومی / تعریف عملیاتی / گزاره های تحقیق / متغیر ها چگونه در تدوین پرسش نامه نقش دارد.

حالا پرسش نامه را ساختیم با رعایت مواردی که ذکر کردیم زمانی می توانیم به داده های حاصل از این پرسش نامه اعتماد کنیم که این دو ویژگی را داشته باشد :

(۱) پایایی (۲) روایی

هر ابزار اندازه گیری و هر نوع ابزار گرد آوری داده ها باید این دو ویژگی را داشته باشد در غیر اینصورت داده های حاصل از آن از اعتبار لازم برخوردار نیستند

Validity

روایی / روا بودن و یا اعتبار ابزار بیانگر چیست ؟

کی ما به ابزار می گوئیم معتبر است / روا است

ابزار همان چیزی را اندازه گیری می کند که برای آن ساخته شده

ابزار قدرت اندازه گیری آن هدف هایی که مد نظر هست را داشته باشد
به عبارتی دیگر آیا ابزار ، هدف مورد نظر تحقیق ما را محقق می کند
ابزار تا چه اندازه در اندازه گیری متغیر مورد نظر یا هدف های مورد نظر موفق است
ابزار اگر آن چیزی را که ما می خواهیم نسجد قطعاً داده های که به ما می دهند ، اطلاعاتی که حاصل می
شود ، اطلاعات درستی نیست و چیزی که می خواهد نسجد و چیز دیگری را بسنجد
ورایی یعنی آن چیزی را که ما می خواهیم بسنجد

Reliability

پایایی : به چه چیز ابزار اشاره می کند

دقت اندازه گیری

روایی : به هدف تحقیق اشاره می کند ، ابزار همان چیزی را بسنجد که هدف ما هستش
پایایی یا قابلیت اعتماد به دقت اندازه گیری اشاره می کند تا چه اندازه ابزار در اندازه گیری از دقت لازم
برخوردار است

تا چه اندازه ثبات دارد

مثلاً فشارسنجی که هر دفعه به چیزی را نشون می ده پس دقت ندارد

چه چیزهایی ثبات / دقت را در اندازه گیری بالا می برد

۱. خود روا بودن هستش اگر ابزار را برای هدفی که ساخته شده اگر درست ساخته شده باشد قطعاً در

پایایی اش هم دخیل است

۲. هر چه تعداد سوال بیشتر باشد به نوعی می تواند پوشش دهنده خوبی از پایایی باشد

تعداد سوال های زیاد در بالا رفتن پایایی موثر هستش

از کجا بدانیم ابزار ما از روایی یا پایایی مطلوب برخوردار است ؟

برای محاسبه روایی

Content Validity

روایی صوری

روایی همزمان

روایی سازه که شامل (واگرا - هم گرا - تحلیل عاملی) می باشد

برای محاسبه پایایی:

متداول ترین روش بحث بازآزمایی که دو بار بر روی گروه اجرا می کنیم

ولی پژوهشگر دنبال روشی است که زمان و هزینه کمتری را ببرد یعنی روشی که با یک بار آزمایش انجام دادن هم ما می توانیم به محاسبه پایایی ابزار برسیم که روش همسانی درونی ابزار را می سنجیم و شامل روش دو نیمه کردن
آلفای کرونباخ
کودر ریچارسون
که روش های متداول برای محاسبه پایایی هستند .

جلسه پنجم:

گردآورنده: سمیرا اسداله زاده

در جلسه امروز می خواهیم راجع به اینکه چگونه گام هایی که تا کنون درباره آنها بحث کردیم به یکدیگر ربط دارند و تاثیر هر گام در گام بعدی چیست و یا به عبارتی دیگر چگونه می توانیم یک نقشه مفهومی از پروپوزال تحقیق را در ذهن خودمان مجسم کنیم ، صحبت کنیم.

همانطور که گفتیم گام اول انتخاب موضوع بود. در انتخاب موضوع باید به مواردی توجه داشت که مهمترین آنها ارتباط بین مدل مفهومی، پرسشنامه و تعریف متغیرهای کلیدی می باشد. ارتباط تنگاتنگی بین این ۳ بعد وجود دارد. اگر پرسشنامه را در نظر بگیریم، پرسشنامه ها از حیث چگونگی ساخت به ۲ دسته استاندارد و محقق ساخته تقسیم می شوند. اگر ما بخواهیم پرسشنامه ای بسازیم (محقق ساخته) از کجا باید شروع کنیم؟

این بحث، بحث بسیار مهمی است. چون بسیاری از پژوهشگران در مرحله تدوین پرسشنامه یا به عبارتی ساخت پرسشنامه محقق ساخته با چالش بزرگی در این مرحله مواجه می شوند. ما چگونه و بر اساس چه منابعی و با توجه به چه ابعادی باید پرسشنامه معتبر بسازیم؟

در راس تدوین پرسشنامه ، هدف اصلی تحقیق وجود دارد. به عبارتی دیگر نقطه شروع ما، هدف اصلی است که این هدف تحقیق ریشه در عنوان تحقیق دارد. با این هدف کار ما استارت می خورد. متناسب با هدف های کلی ، هدف های جزئی را مینویسیم که به کمک متغیرها و مدل مفهومی است. پس ما یک دسته هدف و سوال و فرضیه داریم که تحت عنوان گزاره های تحقیق هستند و ما هر چیزی را که به عنوان هدف، سوال و فرضیه ادعا می کنیم باید در مرحله میدانی برای آنها data داشته باشیم که این داده ها را باید از طریق پرسشنامه به دست آوریم. پس یکی از عواملی که در تدوین پرسشنامه باید به آن توجه کنیم، گزاره های تحقیق است. خیلی اوقات پژوهشگر هدف هایی را مطرح می کند که در مرحله گردآوری داده و در نهایت تحلیل دچار مشکل می شود چون نتوانسته است داده ها را جمع آوری کند.

منبع دیگر تدوین سوالات پرسشنامه توجه خاص به متغیرهای تحقیق است. اگر بنا بر این است که وضعیت متغیرها را در جامعه آماری و نمونه توصیف کنیم حتما باید شاخص هایی که متغیر را اندازه گیری می کنند را در پرسشنامه لحاظ کنیم. ما چگونه می توانیم برای سنجش متغیرها سوالات یا شاخص های مورد نظر را در پرسشنامه مشخص کنیم؟

به طور کلی می توان گفت که ما یک مسئله داریم که در قالب موضوع بیان شده است، هدف کلی را برای آن نوشتیم و پس از آن به دنبال پیشینه تحقیق می رویم که در آن مسئله تحقیق باز می شود و از ابعاد مختلف مسئله مفهوم پردازی می شود. این مسئله ممکن است در برگیرنده ۲ متغیر باشد که می تواند تاثیر آنها بر روی هم و یا رابطه آنها با هم باشد. یعنی با داشتن مسئله مشخص در پیشینه تحقیق به دنبال جستجوی دانش نظری و پژوهش های تجربی مرتبط هستیم تا مسئله را از ابعاد مختلف به صورت بهتر، عمیق تر و گسترده تر بشناسیم. مدل های مختلف را بررسی می کنیم (بحث، بحث پژوهش های کمی است) و نهایتا به این قسمت میرسیم که یک مدل را به عنوان مدب مبنا قرار دهیم. قسمت مخم این پروسه، مدل مفهومی تحقیق ماست که حتی در تدوین هدف ها و گزاره های تحقیق هم ما نیازمند توجه و استفاده از مدل مفهومی هستیم. مدل مفهومی بر اساس متغیرهای تحقیق ما مشخص می شود. برای یک متغیر ممکن است مدل های مختلفی وجود داشته باشد که از میان آنها پژوهشگر باید یکی را به عنوان مبنای کار خود قرار دهد. وقتی که مدل مفهومی را نبنی قرار دادیم به کمک آن به سراغ تدوین گزاره های تحقیق می رویم (هدف، سوال، فرضیه)

یک پژوهشگر دور اندیش در انتخاب موضوع حداکثر سعی خود را می کند که در search مدل های مختلفی را بررسی کند و یک مدل مناسب و معتبر را به عنوان base کار خود انتخاب کند. به عنوان مثال می خواهیم کیفیت یادگیری دانشجویان را ارزیابی کنیم. مدل های زیادی در این زمینه ارائه شده است ولی ما می خواهیم از طریق مدل سازگارگرای ، یادگیری را مورد بررسی قرار دهیم. مدل مفهومی در پژوهش های کمی در حقیقت جهت دهنده اصلی فرایند تحقیق است و به عبارتی محور تحقیق را مشخص می کند.

دومین نقش مدل در تعاریف متغیرهاست. ما با مشخص شدن ابعاد متغیر در مدل مفهومی تحقیق متناسب با آن، شاخص های اندازه پذیر را تعریف می کنیم. پس به کمک مدل مفهومی است که در ابتدا تعریف عملیاتی صورت می گیرد و بر اساس تعریف عملیاتی شاخص های ابزار اندازه گیری ما روشن و مشخص می شود. پس با

توجه به گزاره های تحقیق، تعریف متغیرها و مدل مفهومی تحقیق باید پرسشنامه را بسازیم و نهایتاً با عنایت به آنها به سراغ تدوین سوالات برویم.

پژوهشگری علاقه مند است که سازمانی را از نظر گرایش کارافرینانه مورد ارزیابی قرار دهد. به عنوان مثال ارزیابی شرکت ایران خودرو از منظر گرایش کارافرینانه (متغیر اصلی = گرایش کارافرینانه). سوالاتی در ذهن پژوهشگر ایجاد می شود مثل اینکه گرایش کارافرینانه چیست < آیا از ابعادی تشکیل شده است یا خیر؟ این سوالات را مدل مفهومی پاسخ می دهد. در مورد گرایش کارافرینانه چارچوب ها و مدل های زیادی ارائه شده است، در ادبیات نظری بحث های فراوانی صورت گرفته و الگوها و مدل های متفاوتی وجود دارد. در اینجا این سوال مطرح می شود که ما از چه مدل و الگو و منظری می خواهیم این سازمان را از لحاظ گرایش کارافرینانه مورد ارزیابی قرار دهیم؟ پس از مشخص شدن این موضوع یک مدل را به عنوان مبنای کار خود قرار می دهیم و بر اساس این مدل می گوئیم که گرایش کارافرینانه به چه صورتی تعریف شده و چه مولفه هایی دارد و برای سنجش این مولفه ها، شاخص هایی در این تحقیق ذکر شده است. فرض می کنیم یکی از مولفه ها در این مدل گرایش کارافرینانه، تحمل ابهام است. این مولفه ها به عنوان مبنای پرسشنامه قرار می گیرند و سپس باید برای آنها باید تعریف عملیاتی داشته باشیم و شاخص های اندازه پذیر را برای آنها به کمک ادبیات تحقیق، خبرگان در این زمینه و همچنین مقالات موجود در مورد آنها مشخص کنیم.

جلسه حضوری:

گردآورنده: پردیس عاقلی

اساس در روش تحقیق **قیاس** و **استقرا** است. قیاس از کل به جزء و استقرا از جزء به کل نگرستن است. استقرا روند تولیدی دارد، قیاس روند آزمایشی. استقرا به تولید می‌رسد؛ قیاس یک نوع تست یا آزمایش است.

قیاس: در قیاس ما یک کلیتی را پذیرفته‌ایم، مثل یک تئوری، چارچوب یا اصل؛ حال این اصل یا در یک نمونه یا قالب خردتر تست می‌کنیم، و می‌گیم این به درد اون می‌خوره؛ به این مورد قیاس می‌گویند.

استقرا: با مشاهده مصدایق و نمونه‌ها شروع می‌شود، یعنی از جزئیات شروع می‌شود. مثلاً شرکت‌های موفق را پیدا کرده، بعد از اینا به چارچوب برای موفقیت پیدا می‌کنه.

سوال کمی مانند عینک است، یعنی می‌دونیم با چه دیدی داریم نگاه می‌کنیم ولی در سوال کیفی می‌خواهیم یک دید جدید (لنز جدید) بسازیم.

تعیین ابزارهای اندازه‌گیری پرسشنامه:

(۱) **پایایی:** یا قابلیت اعتماد؛ به دقت اندازه‌گیری اشاره دارد.

(۲) **روایی (اعتبار):** ابزار تا چه اندازه به اهداف نزدیک باشد. «در روایی جامع بودن و مانع بودن مهم است.»

اهمیت روایی و پایایی در تحقیق:

چون ما می‌خواهیم داده‌های حاصل از این ابزار را ببریم تست کنیم، و با این داده‌ها به فرضیه‌ها و اهداف برسیم، پس اگر داده‌ها درست نباشند، به آنچه می‌خواهیم نمی‌رسیم.

روش های محاسبه روایی (ابزارهای روایی):

الف) اعتبار محتوا: یعنی بررسی اجزای تشکیل دهنده ابزار اندازه گیری. یعنی وقتی یک ابزار را طراحی کردیم، ابزار را به خبرگان اون صنعت می دیم تا ببینیم کامل هست یا نه، مثلا کسی ادعا می کنه یک کتاب ریاضی طراحی کرده که همه ی مباحث ۴ سال دبیرستان رو پوشش می ده، برای اینکه ببینیم درست می گه یا نه، میایم به معلم ریاضی که به همه ی اون مباحث تسلط داره کتاب رو نشون می دیم تا ببینیم حرفش درست بوده یا نه. (مهم ترین همین محتوا)

ب) روایی صوری: یعنی ظاهر آزمون تا چه اندازه به هدف آزمون نزدیکه

ج) روایی ملاکی: کارآمدی ابزار اندازه گیری در پیش بینی رفتار یک فرد در موقعیت های خاص. دو نوع هم دارد؛
۱) اعتبار پیش بینی؛ که نتیجه اش در آینده مشخص می شود. ۲) اعتبار همزمان؛ یعنی داده های حاصل از دو اندازه گیری در یک زمان در دسترس باشند.

د) روایی سازه: مفهومی است که سطح انتظار و پیچیدگی بالایی دارد. مثل شهود کارآفرینان.

روش ها محاسبه پایایی:

الف) روش بازآزمایی: از معتبرترین آزمون های پایایی است. یعنی یک آزمون روی یک گروه، به فاصله ی نزدیک تکرار شود. از معایب این روش می توان به زمان بر بودن، هزینه بر بودن و همچنین آشنایی پاسخ دهندگان با سوالات را نام برد. بازآزمایی یک طیف بین صفر و یک است، که از ۰/۷. مطلوب بوده و هرچه نتیجه به یک نزدیک تر باشد، پایا تر است

ب) آلفای کرونباخ: معروف ترین و مشهورترین روش ارزیابی پایایی پژوهش ها می باشد. این هم مقادیری بین صفر و یک است، که صفر نشان دهنده عدم قابلیت اعتماد و یک نشان دهنده اعتماد کامل است.

ج) روش کودر- ریچاردسون

د) روش دو نیمه کردن

ه) روش آزمون موازی یا همتا

مصاحبه:

یکی از ناب‌ترین روش‌های گردآوری اطلاعات است. بیشتر در تحقیقات **کیفی** کاربرد دارد، کمتر در تحقیقات کمی. زمانی از مصاحبه استفاده می‌شود که به دنبال «**چرایی و چگونگی**» هستیم، نه چستی. یعنی تیپ سوالات در مصاحبه چرایی و چگونگی است.

روش مصاحبه، با اینکه زمان‌بر است ولی اطلاعات عمیقی را به دست می‌دهد.

برای یک مصاحبه خوب، اولین کار تعیین هدف در مصاحبه است. در مصاحبه گوش دادن فعال و Feed back دادن عاملی مهم در ترغیب مصاحبه‌شونده در جهت ادامه‌ی صحبت است. «**بیشترین خطا در مصاحبه کلی‌گویی است.**» تحلیل داده‌های مصاحبه از پرسشنامه بسیار سخت‌تر است؛ چون شامل متن، حس، حالت و ... است.

انواع مصاحبه:

۱) مصاحبه بسته: این روش بیشتر برای تازه‌کارها مناسب است؛ در این روش شخص سوالات را از قبل آماده می‌کند.

۲) مصاحبه کاملاً باز؛ یا بدون سازمان: سوالات از قبل آماده نشده است، و بر اساس نوع گفت‌وگو و جهت مصاحبه سوال را همان لحظه مطرح می‌کنند. بیشتر در مشاوره و روان‌درمانی کاربرد دارد.

۳) مصاحبه ترکیبی؛ یا نیمه ساختاریافته: در این روش یه سری سوال از قبل آماده شده و بقیه یوالات بر اساس پاسخ‌ها مطرح می‌شود.

مشاهده:

هرجایی که بخواهیم رفتار و عملکرد رو مورد سنجش قرار دهیم از «مشاهده» استفاده می‌کنیم.

Observe؛ یعنی مشاهده، منظور از مشاهده یعنی هدفمند نگریستن.

ثبت اطلاعات در مشاهده می تواند باز یا بسته باشد. مشاهده باز به معنی اینکه هر چیزی را که می بینیم ثبت می کنیم، و بسته به این معنی که یک چک لیست داریم؛ یه سری موارد توش ذکر شده، فقط در صورت داشتن یا نداشتن اون موارد تیک می زنیم جلوی گزینه مورد نظر.

بین ثبت و تفسیر اطلاعات فرق است، یعنی باید اطلاعات را همانطور که هست ثبت کنیم، نه برداشت خودمان را از موضوع. بعد از ثبت دقیق هم می وان تفسیر انجام داد.

جامعه و نمونه آماری:

جامعه: گروهی که حداقل یک صفت مشترک داشته باشند، جامعه نام دارد.

جامعه آماری: گروهی که برای تحقیق از آن ها استفاده می شود و همچنین نتایج تحقیق را نیز به آن ها نسبت می - دهیم.

گردآوری اطلاعات از جامعه آماری به دو صورت:

الف) تمام شماری: زمانی استفاده می شود که جامعه محدود بوده و به افراد دسترسی داشته باشیم.

ب) نمونه گیری: زمانی استفاده می شود که جامعه آماری گسترده است، بحث هزینه، امکان، زمان و ... نیز دخیل است.

نمونه گیری:

گام اول در نمونه گیری، تعریف جامعه آماری است. مشخص کردن جامعه آماری را تعریف جامعه آماری می گوئیم. تعریف جامعه آماری باید جامع و مانع باشد.

انتخاب گروهی از افراد جامعه که ویژگی های جامعه را دارا باشند. بحث کلیدی در نمونه گیری این است که نمونه ها معرف جامعه باشند. به اصطلاح مشت نمونه ی خروار باشد. هرچه معرف بودن بیشتر باشد، به تعمیم دادن به جامعه بیشتر می شود.

روش های نمونه گیری: (۱) احتمالی (۲) غیر احتمالی

انواع روش های نمونه گیری احتمالی:

متداول ترین روش های نمونه گیری احتمالی هستند:

(۱) تصادفی ساده (۲) سیستماتیک (۳) طبقه ای (۴) چند مرحله ای

(۱) تصادفی ساده: یعنی هیچ دخل و تصرفی در انتخاب نداریم. همه باید در انتخاب شانس برابر داشته باشند

جلسه نهم

کردآورنده: پردیس عاقلی

ادامه مبحث نمونه گیری:

۲) سیستماتیک: براساس نسبت حجم جامعه به نمونه؛ فاصله‌ی نمونه گیری را مشخص می‌کنیم. به عنوان مثال اگر حجم جامعه ۴۰۰ نفر و حجم نمونه گیری ۴۰ نفر باشد، فاصله نمونه گیری عبارت است از ۴۰۰ تقسیم بر ۴۰ که برابر است با ۱۰؛ یعنی فاصله نمونه گیری می‌شود ۱۰. در ادامه کار؛ لیست ۴۰۰ نفره را داریم، یک عدد را به صورت کاملاً تصادفی از میان لیست انتخاب می‌کنیم مثلاً عدد ۷، این عدد ۷ اولین نمونه ما است، بعد ۱۰ تا ۱۰ تا میریم بالا تا بقیه نمونه‌ها مشخص شوند. پس سایر نمونه‌ها میشه ۱۷، ۲۷، ۳۷ و

به این نظم و توالی منطقی که در نمونه گیری و انتخاب نمونه‌ها هست بهش می‌گیم نمونه گیری سیستماتیک.

۳) طبقه‌ای:

زمانی از روش نمونه گیری طبقه‌ای استفاده می‌کنیم که جامعه آماری ما به چند زیرجامعه تقسیم شده باشد. به عنوان مثال در تحقیقی با عنوان «بررسی نگرش کارآفرینانه‌ی دانشجویان دانشگاه تهران» جامعه‌ی کلی دانشجویان دانشگاه تهران است؛ حال این جامعه‌ی کلی به چند زیر جامعه تقسیم می‌شود برحسب جنسیت، رشته تحصیلی، مقطع تحصیلی و پس در اینجا باید بر اساس زیرجامعه‌ها اقدام به نمونه گیری کنیم. مثلاً می‌گیم ۴ تا رشته داریم پس از هر رشته باید تعدادی در نمونه ما باشن؛ همین روند نسبت به جنسیت و مقطع تحصیلی و ... هم رعایت می‌شود.

نمونه گیری طبقه‌ای خودش به ۳ قسمت تقسیم می‌شود:

الف) طبقه‌ای مساوی: به این معنی که اگر ۱۲۰ نمونه بخواهیم و زیرجامعه ما ۴ گروه باشند، سهم هر گروه ۳۰ می‌شود.

ب) **طبقه‌ای متناسب:** در طبقه‌ای متناسب حجم هر زیرجامعه باید در حجم نمونه هم انعکاس پیدا کند. به این معنی که اگر (در همان مثال دانشجویان) دانشجویان انسانی ۲ برابر فنی‌ها باشند، این نسبت هم باید در حجم نمونه رعایت شود و در نمونه هم تعداد انسانی‌ها ۲ برابر فنی‌ها باشد.

ج) **طبقه‌ای بهینه:** براساس اهداف تحقیق و متغیرها ممکن است جامعه به چند زیرجامعه تقسیم شود. گاهی اوقات در ظاهر جامعه آماری ما به زیرجامعه تقسیم نشده و یک‌دست به نظر می‌رسد؛ ولی واقعیت این است که براساس متغیر یا صفت مورد مطالعه جامعه به زیرجامعه‌هایی تقسیم شده که پژوهشگر در بررسی و تعریف دقیق جامعه به آن رسیده است. به عنوان مثال در بررسی قصد کارآفرینانه بین دانشجویان کارآفرینی؛ همه در حال آموزش و تحصیل هستند ولی این موضوع که بعضا دارای تجربه کسب و کار بوده و بضعی اصلا هیچ تجربه‌ای در این زمینه ندارند سبب می‌شود جامعه به دو زیر جامعه تقسیم شود. در ظاهر چیز خاصی نیست ولی پژوهشگر با توجه به متغیر این موضوعات رو لحاظ می‌کند.

۴) چند مرحله‌ای یا خوشه‌ای:

اگر جامعه آماری خیلی گسترده و وسیع باشد و ما در بررسی جامعه آماری به این نتیجه برسیم که در همان مرحله اول نمی‌توانیم نمونه‌ها را انتخاب کنیم؛ بلکه باید یک سری مراحل را طی کنیم
مثلا در بررسی نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان دبیرستانی شهر تهران:

جامعه آماری: دانش‌آموزان دبیرستانی شهر تهران. تهران شهری است کلان شهر که دارای مناطق مختلف از شمال، جنوب، شرق و غرب است که از لحاظ کانتکست اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی با هم متفاوتند. پس می‌یابیم از هر ناحیه مناطقی رو به طور تصادفی انتخاب می‌کنیم (مثلا شمال تهران ۲ و ۵؛ جنوب ۱۷ و ۱۸ و ...) و از این ۴ ناحیه ۸ منطقه رو به صورت تصادفی انتخاب می‌کنیم. پس در مرحله‌ی اول نمونه‌گیری مناطق رو انتخاب کردیم. در مرحله‌ی بعد میریم از هر منطقه‌ی منتخب چند دبیرستان رو انتخاب می‌کنیم (مثلا از هر منطقه ۲ تا، پس میشه جمعا ۱۶ تا دبیرستان). یعنی در مرحله دوم هم سراغ دانش‌آموزان نرفتیم؛ سراغ دبیرستان‌ها رفتیم. به عبارتی در این مرحله واحد نمونه‌گیری ما فرد نیست، دبیرستان است. تازه در مرحله سوم سراغ افراد می‌ریم و واحد نمونه‌گیری ما فرد می‌شود.

وقتی ما در هر مرحله گروه‌هایی را انتخاب می‌کنیم؛ مثل گروهی از افراد یا مناطق رو بیان می‌کنیم، می‌شود چند مرحله‌ای.

❖ اگر در هر مرحله کل افراد اون خوشه رو انتخاب کنیم؛ اصطلاحاً واژه «خوشه» به کار برده می‌شود. به عنوان مثال یک دبیرستان رو انتخاب می‌کنیم و به جای انتخاب ۴ یا ۵ دانش آموز از دبیرستان، یک کلاس را به طور کامل انتخاب می‌کنیم.

حجم نمونه:

مرور: ابتدا باید جامعه آماری را تعریف کنیم. جامعه آماری باید کاملاً مشخص باشد و براساس سه قلمرو (۱) موضوعی (۲) لوکیشن یا جغرافیایی (۳) زمانی تعریف شود. مثل کلیه دانش آموزان مقطع دبیرستان شهر تهران در سال تحصیلی ۹۴-۹۵؛ این می‌شود تعریف جامعه آماری.

جامعه اگر گسترده باشد، باید نمونه‌گیری کنیم. همانطور که قبلاً هم اشاره شد نمونه باید معرف جامعه باشد. انواع نمونه‌گیری هم احتمالی و غیراحتمالی. احتمالی بیشتر در پژوهش‌های کمی (که ۴ روش داره)

مبحث مهم در نمونه‌گیری حجم نمونه است. یعنی پاسخ دادن به این سوال که چند نفر نمونه باید انتخاب کنیم؟

در دو جامعه با حجم یکسان؛ لزوماً تعداد نمونه‌ها را باید یکسان انتخاب کنیم؟

خیر؛ به این علت که هرچه جامعه ما متجانس‌تر باشد؛ می‌توانیم با نمونه‌ی کمتر هم طوری انتخاب کنیم که نمونه معرف جامعه باشد.

پس یک عامل موثر در حجم نمونه *واریانس جامعه و یا پراکندگی صفات مورد مطالعه* است. هرچقدر جامعه از منظر متغیر نامتجانس‌تر باشد؛ یا به عبارتی *واریانس متغیر مورد مطالعه* در جامعه بالاتر باشد به طبع باید تعداد نمونه هم بیشتر باشد.

مسئله‌ی دیگر در تعیین حجم نمونه، بحث سطح اطمینان است. یعنی اینکه می‌خواهیم بر اساس چه درصد اطمینانی وضعیت جامعه را از طریق نمونه برآورد کنیم. چون ما نمونه‌گیری می‌کنیم و با مطالعه بر روی نمونه‌ها نتایج را به جامعه تعمیم می‌دهیم. زمانی می‌توانیم تعمیم دهیم که نمونه معرف جامعه باشد؛ به طبع اگر معرف نباشد تعمیم دادن کار نادرستی است. پس معرف بودن شرط کلیدی است.

پس واریانس جامعه و سطح اطمینان یا اشتباهی که جایز می‌دونیم را در فرمولی که به نام فرمول کوکران از شما نام می‌گذاریم تا حجم نمونه را برآورد کنیم. همچنین جدول دیگری به نام جدول مورگان هم برای اندازه‌گیری حجم نمونه وجود دارد. که در جدول مورگان یک سری عدد ثابت داریم ولی در کوکران می‌توانیم منبعی را به عنوان منبع تکمیلی معرفی کنیم.

گام ۸ روش تحقیق :

روش تحقیق در حقیقت به چگونگی گردآوری، تحلیل و نتیجه‌گیری داده‌ها اشاره می‌کند. بر این اساس دسته‌بندی‌های زیادی از روش تحقیق شده است.

یک دسته بندی بر اساس نحوه گردآوری داده است. قبلاً دسته‌بندی‌ها بر اساس پارادایم‌های فکری، معرفتی یا مکاتب معرفتی و ... است. دو رویکرد و دو روش کلی تحقیق داریم:

۱) کمی (۲) کیفی

رویکرد کمی:

ریشه در مکتب فکری یا فلسفه فکری (اثبات‌گرایان) دارد. این دسته معتقدند پدیده‌ی مورد مطالعه یا یک چیز عینی یا خارجی (خارج از ذهن ما) است و پژوهشگر می‌تواند با کنترلی که روی آن دارد به بررسی و مطالعه آن پردازد. در فرآیند تحقیق و مطالعه موضوع مورد نظر نتیجه متاثر از ساختار ذهنی شناختی پژوهشگر نمی‌شود.

در مقابل این دیدگاه (اثبات‌گرایی)؛ دیدگاه تفسیرگرایی است. نکته‌ی اصلی در این است که پدیده‌های علوم انسانی و به ویژه رفتاری که تحت عنوان کنش‌های انسانی هستند را نمی‌توانیم مانند کنش‌ها و تعاملات اجسام و فیزیک در علوم طبیعی یا پایه ببینیم. زیرا کنش‌های انسانی تحت تاثیر افکار، نگرش‌ها، ذهن، شناخت و نظام باورهای فرد است.

پس پژوهش کمی متأثر از فلسفه‌ی فکری و پژوهش فکری است.

رویکرد کیفی:

در پژوهش کیفی کاملاً سیستم متفاوت است و این ضرب‌المثل که: «هر کسی از ظن خود شد یار من» در اینجا مصداق دارد. در این نوع تحقیق ادراکی که پژوهشگر از پدیده مورد مطالعه دارد، برداشت، تفسیر، یا نگاهی که داریم در شناسایی و توصیف پدیده بسیار حائز اهمیت است. به عنوان مثال در اینکه به چه کسی کارآفرین می‌گویند، دیدگاه‌ها و نظرات متفاوتی وجود دارد.

این تفسیر و ادراکات متفاوت از پدیده‌های علوم انسانی و رفتاری منجر به ایجاد رویکردی به نام روش کیفی شده است.

در دهه ۷۰ میلادی با ظهور متدلوژی‌های انتقادی و اندیشمند معروف هابر ماکس، این بحث را مطرح کرد که با بحث‌های اساسی اثبات‌گرایی و راهی که در تحقیقات علوم طبیعی طی کردیم را نمی‌توانیم برای علوم رفتاری هم به کار ببریم. چند دهه است که نیاز به رویکردهای کیفی در تحقیقات دانشگاهی حس می‌شود و این رویکردها سرعت توسعه پیدا کرده است. پژوهشگران معتقدند که پژوهش کمی به تنهایی جواب‌گو و اثربخش نیست. این به معنی ناکارآمدی پژوهش کمی نیست؛ بلکه در بسیاری از موارد به تنهایی جواب‌گوی انتظارات نیست که نیاز به پژوهش کیفی حس می‌شود. به عنوان مثال در موضوعی مانند اینکه افراد چه تفسیری از یک پدیده دارند به پژوهش کیفی نیاز دارد.

پژوهش‌ها بر اساس هدف تحقیق به سه دسته تقسیم می‌شوند:

(۱) بنیادی (۲) کاربردی (۳) تحقیق و توسعه

۱) بنیادی:

در پژوهش‌های بنیادی نتیجه‌ی تحقیق منجر به تولید علم می‌شود و توسعه‌ی دانش را به دنبال دارد. در واقع اکتشافی است. یعنی پژوهشگر با مسئله‌ای مواجه است که حل آن مسئله می‌تواند علم تولید کند یا تایید یک آزمون تئوری باشد. پژوهش بنیادی زیاد به کاربردی بودنش توجهی ندارد؛ که به معنی کاربردی نبودنش نیست، بلکه پژوهشی است که منجر به تولید علم، دانش، نظریه‌پردازی و به طور کلی توسعه دانش می‌شود. مثل پژوهش‌های حوزه روانشناسی که بیشتر ریشه در انگیزه‌های شخصی پژوهشگر دارد.

۲) کاربردی:

از نامش پیداست؛ یعنی تحقیق و پژوهش را انجام می‌دهیم تا با استفاده از نتایج آن بتوانیم گرهی از مشکلات را باز کند. بسیاری از پژوهش‌های ما جنبه کاربردی دارند مانند علل شکست SME ها در صنعت X . بسیاری از پژوهش‌های کاربردی؛ بنیادشان پژوهش‌های بنیادی می‌تواند باشد. به عبارتی پژوهش بنیادی با واسطه می‌تواند نقش کاربردی هم پیدا کند. مثل تحقیقات ژان پیازه؛ یکی از روانشناسان قرن ۲۰ که در خصوص مراحل رشد ذهنی کودک و افراد کار کرد. این پژوهش بنیادی بوده ولی امروزه بر اساس اون پژوهش و پروسه می‌آییم برنامه‌ریزی‌های درسی می‌کنیم؛ پس امروزه نقش کاربردی پیدا کرده است. یا مثال دیگر در حوزه کارآفرینی؛ مثلا پژوهش‌هایی که در راستای ایجاد و توسعه کسب و کار انجام می‌دهیم جنبه کاربردی دارند ولی نتایج تحقیقات شومپیتر و کرزنز را اگر بخواهیم در نظر بگیریم می‌شوند پژوهش بنیادی، چون نتایج این تحقیقات برای ما الگو و مداد هستند.

یعنی می‌توانیم از دل پژوهش بنیادی؛ پژوهش کاربردی هم بیرون بکشیم.

۳) تحقیق و توسعه:

در سازمان‌ها و شرکت‌ها بخشی به نام R&D دارند که مصداق همین پژوهش است. تحقیق و توسعه به این معنی است که یک محصول یا فرآورده‌ای داریم و با تحقیق روی ابعاد آن منجر به بهبود توسعه‌ی کیفی آن خواهیم شد.

پژوهش‌ها بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها نیز به سه دسته تقسیم می‌شوند:

۱) تحقیق توصیفی (غیرآزمایشی) ۲) تحقیق آزمایشی ۳) تحقیق تاریخی و سایر تحقیقات

۱) تحقیق توصیفی:

تحقیقی است که مبتنی است بر مشخص کردن و شناساندن آنچه رخ داده و یا در حال وقوع است. یعنی فرآیند

توصیف از آنچه که در حال وقوع است؛ معطوف به گذشته و واقع محور بودن.

مثال: بررسی وضعیت قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشکده کارآفرینی توصیفی است زیرا می‌خواهیم ویژگی یک

صفت را در یک گروه همانطور که هست توصیف کنیم.

تحقیق توصیفی خود، به ۵ دسته تقسیم می‌شود:

الف) تحقیق پیمایشی: تحقیقی که در آن اصطلاحاً به بررسی چستی یک متغیر می‌پردازیم. مثال: وضعیت اشتغال

در دانش‌آموختگان کارآفرینی چگونه است؟ دیدگاه دانشجویان کارآفرینی نسبت به شرایط کسب و کار در ایران

چست؟

ب) تحقیق همبستگی: در این نوع تحقیق به بررسی رابطه میان متغیرها می‌پردازیم. در این تحقیق حداقل نیاز به دو

متغیر است که بتوانیم به بررسی رابطه‌ی بینشان پردازیم. مثل: رابطه هوش هیجانی و قصد کارآفرینانه. یا رابطه

ادراکات محیطی و توسعه‌ی کارآفرینی.

ادامه تحقیق توصیفی:

ج) مطالعه موردی (Case Study): پژوهشی است که در آن واحد، جامعه یا گروه مورد مطالعه محدود است؛ اما از نظر متغیرها یا ویژگی‌های مورد مطالعه گسترده است. یعنی یک واحد کوچک داریم ولی مطالعه را از ابعاد مختلف و به طور عمیق انجام می‌دهیم. یعنی از حیث تعداد متغیر و گستردگی ابعاد وسیع است. مثال: نوآوری در SME ی X. همه‌ی ابعاد یا متغیرهایی (از متغیر پیشین، متأخر، آینده، موجود و فعلی) که می‌تواند نوآوری شرکت را متأثر کند مورد بررسی قرار می‌دهد. مورد مطالعه‌ی ما می‌تواند یک کلاس درس، گروهی از افراد، SME، سازمان و شرکت بزرگ باشد؛ حتی در مواردی می‌تواند یک فرد باشد (Single Case) باشد. نکته‌ی مورد توجه در مطالعه موردی این است ما قصد نداریم نتایج حاصل از مطالعه موردی را تعمیم بدهیم. بع عبارتی اصلا قابلیت تعمیم ندارد. پژوهش مطالعه موردی بیشتر خاستگاه کیفی دارد تا کمی.

د) اقدام پژوهی: از پژوهش‌های بسیار ارزشمند و مفید و ناب است؛ که در عین حال انجام آن بسیار سخت و پیچیده و زمان‌بر است.

اقدام پژوهی چند ویژگی کلیدی دارد:

- ۱) مسئله باید به گونه‌ای باشد که پژوهشگر را به چالش بکشد و به نوعی با مسئله درگیر باشد. پژوهشگرانی که به نوعی درگیر مسائل کاری، سازمانی، حرفه‌ای و ... هستند که با آن مسئله درگیر هستند.
- ۲) مهم‌ترین دغدغه در این نوع تحقیق این است که پژوهشگر بتواند آن وضعیت یا مشکل را حل، تعدیل و یا بهبود ببخشد. این پژوهش صرفاً توصیف مسئله نیست. در این نوع تحقیق به دنبال تعمیم‌پذیری و مسائل فنی تحقیق و روش‌های آماری نیستیم.

اقدام پژوهی چند گام کلی دارد؛ گام اول: Planing یا برنامه‌ریزی است. یعنی مسئله را برنامه‌ریزی کند تا به یک شناخت از مسئله، علل احتمالی وقوع، ابعاد و چرایی مسئله و ... برسد. گام دوم: پس از شناخت مسئله باید راه‌حل یا راهکارهایی برای بهبود مسئله از بین راهکارهای پیشنهادی انتخاب کند.

در پژوهش‌های عادی این قسمت؛ یعنی انتخاب راه‌حل پایان کار ما است؛ ولی در اقدام پژوهی داستان اصلی تازه از این قسمت شروع می‌شود. گام سوم: چون آن راهکار را باید در مرحله‌ی عملیاتی ببریم و در شرایط کاملاً طبیعی انجام دهیم. گام چهارم: ارزشیابی، یعنی اثر این راهکارهایی که اعمال کردیم را ارزیابی می‌کنیم که بینیم آیا مسئله حل شده، تعدیل شده یا کلاً چه تغییری کرده؟ گام بعد هم بازخورد است. یعنی از گردآوری داده‌ها و نتایج درمی‌یابیم که آیا این راهکار تأثیر مثبت می‌گذارد که ادامه‌اش بدهیم و یا اگر نتایج منفی بود راهکار را عوض کنیم. مثال: بررسی افزایش علاقه دانش‌آموزان به درس ریاضی

« به طور کلی اقدام پژوهی، پژوهشی است که به حل مسئله، بهبود و یا تعدیل وضعیت کمک می‌کند »

ه) علی - مقایسه‌ای (پس رویدادی): قبل از توضیح تحقیق علی - معلولی ابتدا تحقیق آزمایشی را توضیح می‌دهیم. تحقیق آزمایشی: تحقیقی است که در شرایط آزمایشگاهی رخ می‌دهد. یا اگر پژوهشگر شرایطی را فراهم کند که بتواند متغیر مستقل را خودش اعمال کند می‌شود تحقیق آزمایشی.

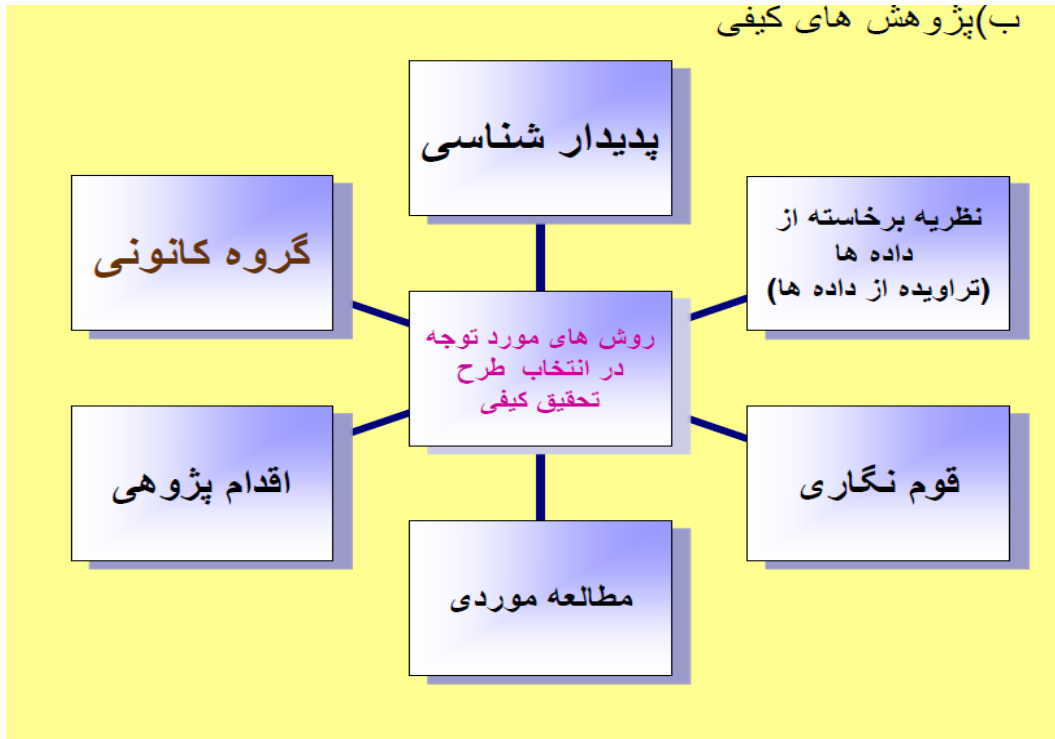
مهم‌ترین ویژگی تحقیق آزمایشگاهی دخالت پژوهشگر است. به این معنی که پژوهشگر شرایط آزمایشگاهی را برای حل مسئله فراهم کرده و متغیر مستقل یا همان علت را خودش اعمال می‌کند. نکته: در پژوهش توصیفی پژوهشگر دخالتی ندارد و آنچه را که هست توصیف می‌کند ولی در تحقیق آزمایشی، پژوهشگر شرایط آزمایشگاهی را خود فراهم کرده و متغیر مستقل را خودش اعمال می‌کند. به عنوان مثال: پژوهشگر فیزیک می‌خواهد اثر مادون قرمز را در وضعیت رنگ اجسام داخل یک اتاق بررسی کند. به دو صورت می‌تواند این کار را انجام دهد؛ توصیفی و آزمایشی. توصیفی: پژوهشگر دو اتاق مشابه از لحاظ فاکتورهایی مثل گرما و سرما و اجسام و ... پیدا کند که در یکی نور مادون قرمز می‌تابد و در یکی نمی‌تابد؛ سپس وضعیت این دو اتاق را باهم مقایسه کند، این تحقیق توصیفی است زیرا پژوهشگر هیچ دخالتی نداشته و فقط آنچه که بوده را توصیف کرده است. آزمایشی: پژوهشگر دو اتاق مثل هم پیدا کند و خودش نور مادون قرمز را بر اساس شرایط لازم در یک اتاق می‌تاباند. متغیر

مستقل مادون قرمز است که توسط پژوهشگر اعمال می‌شود. مثال‌های دیگر: تأثیر میزان نور بر رشد گیاهان آپارتمانی / بررسی تأثیر ورزش بر سلامتی افراد / تأثیر وجود شبکه‌های اجتماعی موبایل بر توسعه دانشجویان مجازی / بررسی تأثیر روش آموزش سخنران مهمان بر نگرش کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه X. متغیر مستقل: روش آموزش سخنران مهمان، متغیر وابسته: نگرش کارآفرینانه.

دومین ویژگی رابطه علی - معلولی است. همواره باید علت (متغیر مستقل) قبل از معلول (متغیر وابسته) رخ دهد، علت باید توسط پژوهشگر اعمال شود تا بتواند تأثیرش را بر معلول مشاهده کند. دشوارترین و مهم‌ترین بخش تحقیق آزمایشی بحث کنترل متغیرها است.

پس تحقیق علی - مقایسه‌ای، تحقیقی است که از معلول به علت می‌رسد. با مثال برای درک بهتر توضیح می‌دهیم. به عنوان مثال؛ ما می‌توانیم تأثیر تشویق رو بر یادگیری به صورت آزمایشی بررسی کنیم، ولی تأثیر تنبیه فیزیکی را نمی‌توانیم. یا نمی‌توانیم اثر اعتیاد را بر دوام ازدواج زوجها به صورت آزمایشی بررسی کنیم، چون برای این کار باید یک گروه را معتاد کنیم! پس در تحقیق اینگونه موردها می‌رویم کسانی را که برایشان این اتفاق رخ داده پیدا کرده و با کسانی که شرایط مشابه داشته ولی این اتفاق برایشان رخ نداده مقایسه می‌کنیم. به این نوع از تحقیق که از معلول به علت می‌رسیم؛ تحقیق علی - مقایسه‌ای می‌گویند. و این تحقیق توصیفی است، زیرا پژوهشگر شرایط را دستکاری نکرده و متغیر مستقل را اعمال نکرده؛ بلکه آنچه وجود داشته را توصیف کرده است.

معروف‌ترین روش‌های تحقیق کیفی:



مطالعه موردی و اقدام پژوهی، خاستگاه‌شان پژوهش‌های کیفی است.

ویژگی های اجرای طرح های تحقیق کیفی

۱. بررسی پدیده مورد مطالعه در شرایط طبیعی
۲. گردآوری داده ها به وسیله پژوهشگر به عنوان مشاهده گر به طور مستقیم
۳. گردآوری داده ها به صورت واژگان یا تصویر
۴. حاصل انجام پژوهش به عنوان یک فرایند و نه برونداد
۵. تحلیل داده ها از طریق استقرایی و توجه به ویژگی های خاص موارد مشاهده شده
۶. تمرکز بر نقطه نظرهای شرکت کنندگان و درک آنان از پدیده های مورد مطالعه
۷. استفاده از زبان گفتاری در ثبت داده های مورد گردآوری
۸. پی جویی مسأله مورد بررسی از طریق استدلال

توضیح شماره ۵: با مطالعه بر روی نمونه ها، مصادیق و مشاهده ها به یک سری مفاهیم، کلیات و اصول می رسیم.

توضیح شماره ۶: اینکه بدانیم پدیده مورد مطالعه از دید پژوهشگر چگونه است؟ چه درکی از موضوع دارد؟ این موضوع بسیار مهم و سخت می باشد.

پژوهش کیفی چگونه پژوهشی است؟

- پژوهشهایی که در محیط واقعی انجام می شوند، اساس تفسیرهای آنها روشهای آماری نیست و بجای متغیرهای مشخص کلّیت در هم تنیده متشکل از عناصر موجود در موضوع پژوهش را در نظر دارند.
- پژوهشهایی که با رویکردی استقرایی به جستجوی معانی ساخته شده توسط انسانها و در تعاملی که با یکدیگر دارند می پردازند.
- پژوهشهایی که با مفاهیم و ساختارهای غیر کمی در ارتباط هستند.

مبانی فلسفی پژوهشهای کمی و تفاوتهای آن با پژوهشهای کیفی

- پژوهش کمی مبتنی بر تجربه گرایی و جزء نگری است اما پژوهش کیفی مبتنی بر طبیعت گرایی و کل نگری می باشد.
- پژوهش کمی اغلب قیاسی و پژوهش کیفی معمولا استقرایی است.
- پژوهش کمی به "چقدر" و "چه وقت" و پژوهش کیفی به "چرا" و "چگونه" می پردازد.

روشهای کمی و کیفی: متعارض یا مکمل؟

- این دو رویکرد معمولاً مکمل هم هستند.
- پژوهش کیفی به پرسشهایی پاسخ می دهد که امکان پاسخ آن در پژوهش کمی نیست.
- پژوهش کیفی در سطحی محدودتر ولی با عمقی بیشتر به موضوع پژوهش می پردازد.

نمی توان گفت که تحقیق کمی به کیفی یا کیفی به کمی برتری دارد یا خیر. زیرا بسته به مسئله ی تحقیق دارد که از روش کمی استفاده کنیم یا کیفی. به نوعی مکمل هم هستند که می توانند یک تحقیق آمیخته را ایجاد کنند.

طرح تحقیق ترکیبی

پژوهش های که از ترکیب دو مجموعه روش های تحقیق کمی و کیفی به انجام می رسند

انواع طرح های تحقیق ترکیبی

طرح های ترکیبی بهم تنیده Triangulation
طرح های ترکیبی تشریحی explanatory
طرح های ترکیبی اکتشافی exploratory

الف) طرح های بهم تنیده

هر دو مجموعه داده های کیفی و کمی وزن مساوی دارند
داده های کیفی و کمی می توانند همزمان گردآوری شوند

داده های کمی و کیفی؛ به طور همزمان و با وزن برابر جمع آوری می شوند.

ب) طرح های تشریحی

• وزن اصلی به داده های کمی داده می شود
جهت تشریح ابعاد یک مسئله به کار می رود (بخش کمی)
داده های کیفی برای توضیح بیشتر و آشکار کردن جنبه های مبهم
استفاده می شود.
مثال: فرایند اشتغال دانش آموختگان کارآفرینی

اصطلاحاً «کمی - کیفی» هم بهش گفته می شود. یعنی ابتدا یک کار کمی انجام داده ولی برای تبیین نتایج از روش تحقیق کیفی استفاده می کنیم.

ج) طرح های اکتشافی

پژوهشگر با یک موقعیت نامعین روبرو است
ابتدا داده های کیفی برای توصیف جنبه های بیشتر پدیده
گردآوری می شود تا به صورت بندی فرضیه ها بپردازد
و در ادامه از طریق داده های کمی فرضیه ها مورد
آزمون قرار می گیرد

ابتدا یک تحقیق کیفی صورت می گیرد بعد تحقیق کمی انجام می شود.

دیدگاه فلسفی	هستی‌شناسی	معرفت‌شناسی	روش‌شناسی	روش‌های پژوهشی
اثبات‌گرایی	واقعیت یک پدیده‌ی مادی و مستقل است و باید کشف شود	دانش می‌تواند عینی باشد و با ارزش‌ها در هم نمی‌آمیزد	متخصصان گزاره‌های تحقیق را صورت‌بندی کرده و تحت شرایط کنترل‌شده آنها را بررسی می‌کنند	تحقیقات آزمایشی با استفاده از ابزارهای اندازه‌گیری کمی کاملاً کنترل شده
پسا‌اثبات‌گرایی	واقعیت یک پدیده‌ی مادی و مستقل از ماست اما نمی‌توانیم بطور کامل بدان پی ببریم	عینیت دانش یک هدف آرمانی است و اگر کنترل صورت‌نگیرد ارزش‌ها موجب ایجاد آریبی می‌شود	دانش از گردآوری تدریجی یافته‌ها، آزمون فرضیه و پی‌بردن به روابط بین آنها حاصل می‌شود	تحقیقات شبه‌آزمایشی، دو‌گروهی پس‌آزمون-پیش‌آزمون، تحقیقات غیرآزمایشی کنترل شده

دیدگاه فلسفی	هستی‌شناسی	معرفت‌شناسی	روش‌شناسی	روش‌های پژوهشی
تفسیری	واقعیت یک پدیده‌ی مادی نیست و وابسته به تجربه و تفسیر انسان از آن است و بطور اجتماعی ساخته می‌شود.	دانش عینی نیست بلکه ذهنی است و از تعامل بین پژوهشگر و موضوعات پژوهشی حاصل می‌شود.	دانش از طریق ارائه تفسیرهای مختلف و متعدد از واقعیت و ایجاد یک الگوی مورد توافق حاصل می‌شود	مطالعه موردی، قوم‌نگاری، گروه‌های کانونی، پدیدارشناسی و تحقیقات تاریخی
انتقادی	واقعیت یک پدیده‌ی مستقل از ماست اما هرگز نمی‌توانیم بطور کامل بدان پی ببریم.	دانش عینی نیست بلکه ذهنی است و ارزش‌ها و قدرت‌نقشی اساسی در ایجاد دانش دارند. دانش و مواردی مثل قدرت و عدالت با هم ترکیب شده‌اند	تحقیق در پی شناسایی اثرات قدرت و نابرابری به جستجو می‌پردازد و افراد را در قبال محیط و اجتماع توانمند می‌کند	تحقیقات مشارکتی، اقدام پژوهی، قوم‌نگاری انتقادی

« از همه‌ی دوستانی که در تهیه این جزوه همکاری لازم را داشتند، کمال تشکر را دارم. »

پروفسور عاقلی

