

در روش تحقیق مقدماتی با فضای مساله علمی آشنا شدیم. یک مقدار هم اینکه فهمیدیم که ویژگی های مقاله علمی چیست.

در این درس می خواهیم هم بحث های روش شناسی تحقیق علمی و هم یک سری متدها و تکنیک های تحقیق را به شما بگوییم.

- در این کلاس می خواهیم به انسجامی برسیم که مفهوم روش شناسی را بفهمیم که بتوانیم تحقیق انجام دهیم.

- کتاب نیومن را می خواهیم بخوانیم که یک کار سهل و ممتنع است.

- بحث روش شناسی یک تحقیق ابتدا و انتهای دارد. مساله که شروع می شود سوالاتی پیدا می کنی در این سوالات ادبیات موضوع را بررسی می کنی و در این ادبیات متغیر های خاصی را پیدا می کنی و آنها را دنبال می کنی بعد داده جمع آوری می کنی بعد از جمع آوری داده ها، تحلیل و ارائه گزارش است. در این سیر کتاب نیومن خیلی مفصل وارد شده است. تجربه ای هست که نمی توان در سه واحد این کتاب را تمام کرد.

- در کلاس هم ترجیح بنده این است که یک موضوع را برای تحقیق خودتان انتخاب کنید. و تک تک گام هایی که در تحقیق می گوییم را دنبال کنید. تحقیق را چون نمی خواهیم به جواب برسانیم ولی می خواهیم یک اتدی برای پروپوزال پایان نامه فوق لیسانس تان انجام دهید. دنبال این هستم پروپوزالی که می نویسید تمام آنچه را که می خوانید دائم از آن استفاده کنید. پروپوزال یک امر کاملاً راحت است که یک شبه می توان نوشت و هم آن امری است که تمام آن چه را خوانده اید می توانید به عرصه عمل بیاورید. بعدا که وارد بحث بشوید مثلاً ده نوع SAMPLING را نیومن گفته است.

- خواندن متد زمانی خوب است که آدم مساله داشته باشد. متد چیزی است که در عمل دنبال آن چیزی که هستید برای شما ...

- دنبال تحقیقاتی باشید که نتایج آن برای شما ملموس باشد و نیاز به عرصه عملیات و اجرا نداشته باشد.

- روش شناسی تحقیقات علمی

- علم و تحقیقات علمی

- جایگاه علم چیست؟

همه کارهایی که انجام می دهیم به پشتوانه علم است.

می خواهیم ببینیم که علم چه موقع جدید شد؟ بعد از رنسانس بود که خیلی جدی

شد. همیشه بشر برای حل مشکلاتش و جاهایی که به گره می خورد و می خواست

ملاک قضاوتی داشته باشد یعنی جایی که نمی توانست تصمیمی بگیرد یعنی جایی که در دوراهی مانده بود یا راه برایش غیر شفاف بود به یک چیزی تمسک پیدا می کرد یک زمانی به عقل زمانی به باورها و... تمسک می کرد. بعد از رنسانس و توفیق دیدگاه مدرن، علم گرایی یا هر چیز دیگر به این نتیجه رسیدند که باید یک مفهومی را که برای همه قابل حس و تجربه باشد باید سازه ای به نام علم بوجود بیاوریم که آن سازه مبنایی برای کشف حقیقت باشد که به آن علم می گوئیم. بعد از آن science بیشتر به علوم تجربی اطلاق می شد یعنی شناختی از حقیقت توسط حواس ما. می خواهم توجهی به شما بدهم که خیلی از چیزهای که در ذهن ما بدیهی می پنداریم این ها علم نیست. وقتی در کتاب های روش تحقیق کتابهایی همش دنبال این هستند که پژوهش علمی را مطرح کنند وقتی حرف از science می زنند به طور نا خود آگاه دنبال تجربه گرایی عین چیزی که قابل تجربه است می روند. چیزهایی مثل وحی و شهود را در قالب علم نمی گنجانند. می گویند انسان شناختی پیدا می کند که در این شناخت که بعضی از شناخت را معتبر می دانند و بعضی را هم خیر. کارکرد علم در جامعه مدرن حل آن مشکلاتی است که با آن مواجهیم. تیپ ایده آل این است که همه کارهایمان را توسط علم انجام دهیم. علم همان مفهوم مهمی است که قبل از رنسانس دین متولی آن بود. مشکلات را علم قرار است حل کند. اما همیشه علم در حل مشکلات و شناخت ها یکسری بدیل هایی را هم دارد. علم می تواند توسط یک سری از چیزهای دیگری جایگزین شود برای انتخاب های ما. آنها به جای علم کار می کنند. بدیل های علم در واقع چیزایی هستند که به جای خود علم در تصمیم گیری ها و شناخت های ما به ما کمک می کنند و ما هم آنها می پذیریم و از آنها پذیرش داریم. این ها چه هستند؟

۱. کسانی که در ذهن ما قابلیت حجت دارند. یعنی در ذهن ما حجت دارند.

۲. عرف ها و سنت ها

۳. شعور متعارف و درک عمومی

• در طرح بدیل ها دنبال این هستیم که بعضی از چیزها کارکرد علم را

دارند و در کارهای ما در اجتماع و در سیاست گذاری ما در کارخانه

ایران خودرو در همه جا استفاده می شود ولی علم نیست. و خیلی

اوقات از آنها در مسیر زندگی مان استفاده می کنیم.

□ اولین مورد طبق نظر استاد: بدیل های علم

۱. تجربه شخصی/شعور متعارف: خیلی اوقات تجربه های شخصی را مبنای علم قرار می دهیم. علم خودش یک تجربه نظام مند است. آن چیزی که می بینید را باور خواهید کرد. هر چیزی که چند بار تجربه کرده باشید و این امر برای شما مسجل شده باشد این را به عنوان مبنای کنش و تصمیم گیری خود قرار خواهید داد. مثل اینکه اگر هر چه ما به استاد های دانشگاه اجازه دهیم خودشان حضور و غیاب کنند دیگر کسی سر کلاس نمی آید. اگر مجازات قتل کم شود تعداد قتل زیاد می شود. این را از چه شناختی؟ می گوئیم مسلم است که اگر حضور و غیاب نگذاریم دیگر کسی سر کلاس نمی آید. این شعور متعارف چگونه شکل می گیرد؟ در رفت و برگشت های زندگی اش به یک چیزی رسیده است. فکر کرده گفته که این چیز یک امر بدیهی است. یک استدلال عامیانه است. خیلی در این شعور متعارف از لفاظی گری هم استفاده می کنی یعنی چنان صغری و کبری را کنار هم میچینی که استدلال شما قبول می شود مثلا می گویی که ادم ها راحت طلب هستند پس اگر حضور و غیاب را برداریم دیگر کسی سر کلاس نمی آید.

#### • خطاها:

۱. تعمیم پذیری افراطی: این تجربه شخصی پر از خطاهای ادراکی ما می باشد. مثلا تعمیم پذیری افراطی. این تعمیم های عامیانه ناشی از تجربه چند نفر است ولی آن را به همه تعمیم می دهند. این ها هیچ وقت مورد بازنگری قرار نمی گیرید مگر اینکه در طول زمان تغییر کند. این ذهنیت باید در طول زمان تغییر کند.

۲. مشاهده گزینشی: از آنجایی که در این تجربه و شعور متعارف دنبال این نیستیم که تبیین علمی ارائه دهیم لذا مشاهده هایمان را خیلی اوقات با آن چیزی که دوست داریم تطبیق می دهیم. مثلا اگر در ذهن ما این باشد که امام صادقی ها خیلی مذهبی هستند و اگر کسی باشد خیلی مذهبی نباشد ولی اگر یک بسم الله بگوید می گویی ببین، این هم مذهبی است!! یک تجربیاتی که موید نظر شماست را انتخاب می کنید که علم می گوید این اشتباه است.

۳. کفایت زودرس: خیلی وقت ها چند مورد که می بینیم می

گوییم دیگر بس است و باید وارد کار شد؛ من اینها را می شناسم و نمی توانیم با آنها کار کنیم. ما عجول هستیم. در سازمان ادراکی چون با ابهام مواجه هستیم دنبال این هستیم که یک نظام ادراکی بسازیم بعد دیگر وقتی شکل گرفت تغییر آن خیلی سخت است. یعنی برای ساختن نظام ادراکی و خروج از ابهام عجول هستیم و زیاد نمی توانیم ابهام را تحمل کنیم.

۴. خطای هاله ای: خیلی از اوقات در تجربه شخصی مثلا یکی از

اشتباهات بزرگی که در تصمیم گیری هایمان می کنیم این است که تمام کارها را به مهندسان می دهیم بچه مهندس باهوش هست ولی تصمیم گیری هم می تواند بکند؟ اگر مهندسان می توانستند کاری بکنند که ...!! این خطای هاله ای یعنی یک بعد را می بینی و بقیه ابعاد پیشت آن قایم می شود. آدم های باهوش همه کاری می توانند بکنند!!

۵. توهم وفاق: احساس می کنیم که ممکن است در شعور

متعارف یک حرف بزنیم و و هر کسی یک برداشت کند و فکر کند که برداشتش با بقیه یکی است.

• همین خطاها نشان می هد که شعور متعارف قابلیت اعتماد ندارد. اگر چه خیلی اوقات بر اساس همین ها تصمیم می گیریم و جای علم قرار می دهیم و نتیجه درست هم می گیریم. ما در علم تجربی دنبال این نیستیم که بگوییم همه چیز درست است چون تجربه نازل ترین سطوح تعقل انسانی است. اما ما مجبوریم در بعضی از جاها بپذیریم. حال به جای اینکه تجربه های شخصی و متعارف داشته باشیم این تجربه ها را به تجربه های قابل اعتماد تبدیل می کنیم. یک سری باید هایی یاد می گیریم و سعی می کنیم که این خطاها را کاهش دهیم.

صاحب نظران و خبرگان (ذی نفوذان): افرادی که در زندگی ما حجت دارند و

خبرگان هستند. یعنی نوعی پذیرش و تبعیت از آنها داریم به هر دلیلی. حالا اینها در زمان های مختلف هم متفاوت می شوند. گاهی اساتید حرفی میزنند که مبنای علمی ندارد ولی چون استاد است که این حرف را می زند شما می

پذیرید. هیچ مبنای مطالعه ای هم ندارد. خیلی اوقات چیزی را که قبول می کنیم به سبب اقتداری است که آن طرف دارد. مثلا ورزشکار می گوید که سیگار ضرر دارد و مردم حرف وی را می پذیرند.

**رسانه ها:** خیلی اوقات فیلم ها و اینترنت و ... و آن چیزی که به صورت مکتوب به ذهن ما می رسد روی ذهن ما اثر می گذارد. مثلا در ماهواره راجع به تربیت فرزند حرف می زند.

**سنت:** چیزی است که از قبلی ها رسیده است. خیلی اوقات سنت ها ریشه در مبنای دقیق دارند و خیلی اوقات هم بدون مبنا هستند. بعضی از این سنت ها مبنای واقعی دارد مثلا در طب سنی بوده است و خیلی ها هم اینطور نیست. سنت ها از گذشته گان به ما رسیده است.

□ علم ادعایش این است که آمده ام که همه کارها را انجام دهم. غرب الان دارد فقط در مورد حس حرف می زند. حس و تجربه.

## جلسه دوم

Monday, February 09, 2015

7:23 AM

پام درد می کرد نوشتم

بسم الله الرحمن الرحيم

• **انواع تئوری** (غربی ها معمولا تئوری را به دو دسته تقسیم می کنند):

○ اثباتی

○ هنجاری

• این تقسیم بندی را بر اساس این قرار می دهند که می گویند تنها مبنای کسب معرفت صحیح تجربه است. در نتیجه علم را می توانیم از طریق تجمیع صحیح این تجارب (استقراء) و یا در یک فرآیند قیاسی - استقرایی فهم کنیم و به دست آوریم.

• اهمیت این مسئله این است که ما در مباحثمان، مبنای شناخت را می توانیم متفاوت از این مبنا بگیریم.

• **مبنای فهم حقیقت از نظر اسلام**

○ **وحی:** که همان زبان قرآن و تفسیر آن که کلام اهل بیت است می باشد. مبنای فهم قرآن هم می شود فهم جوهره ی الفاظ. کتابی داریم به نام گوهر معنا که همان حرف امام که فهم معنای الفاظ مصداق تفکر ساعه افضل من عبادۀ سبعین سنه است می باشد.

○ **عرفان و شهود:** که همان قلب است که البته منظور از قلب در عرفان و شهود آن قلبی است که قرآن می فرماید: **لهم قلوب لا یعقلون بها** و نه قلبی که با آن صرفا احساسات درک می شود.

○ **برهان و استدلال:** که همان عقل نظری است. در عقل نظری، استدلالات و مستغلات عقلی بحث می شود؛ مانند این که: جمع نقیضین محال است. فلسفه ی سینوی بیش تر در این حوزه بحث می کند ولی فلسفه ی صدرایی هم این حوزه و هم عرفان و شهود.

○ **عقل نیمه تجردی:** مانند **ریاضیات** که مفاهیم را در قالب اعداد آورده اند.

○ **عقل تجربی:** غربی ها می گویند مبنای ما در فهم دنیا، این عقل تجربی است. مبنای علم در غرب عقل تجربی است. البته آن ها عقل تجربی را نظام مند کرده اند و در یک غالبی ریخته اند به نام علم (science). و می گویند که قطعا ما یک سری بدیل هایی هم برای علم داریم ولی این بدیل ها مکمل عقل تجربی هستند. در نگاه ماده گرایی و اصالت تجربه، ۴ مورد قبلی تقریبا کنار گذاشته شده اند.

○ **نظر آیت الله جوادی در مورد عقل تجربی**

• می فرمایند که عقل تجربی ظن آور است و نه قطع. این ها یک حجت ظنی می آورند که شاید واقعیت این است. برای ما یک اطمینان ظنی می آورد. و تا زمانی که این اطمینان ظنی به وسیله ی اطمینان دیگری رد نشده باشد قابل قبول است.

• رجوع به کتاب هندسه ی معرفت دینی از آیت الله جوادی آملی: این کتاب مجموعه جلساتی بوده است که با اساتید دانشگاه داشته اند در مورد رفع شبهات مربوط به تقابل علم و دین.

○ از مورد ۵ که به سمت مورد ۱ حرکت می کنیم میزان معرفت دهی اش بیش تر می شود و وحی معرفت کامل را می دهد.

○ **حتما یک بار scientific methode را بخوانیم.**

• **علم؛ یک نهاد اجتماعی**

○ نیومن می گوید آن چیزهایی که ما داریم به عنوان علم از آن صحبت می کنیم، همیشه واقعیت نیست و همیشه هم قرار نیست که واقعیت را کشف کند. در حالی که علم در قاموس اسلامی ما **یک نوری است که خداوند در قلب هر کسی بخواهد قرار می دهد.** در حالی که این ها می گویند **علم یک سازه ی اجتماعی است که افرادی که در این وادی قرار دارند به آن می گویند علم!**

○ نیومن می گوید علم در بافتی دارد معنا پیدا می کند که به آن ها می گوئیم اندیشمندان و یا دانشمندان. به علاوه علم همراه با یک مفهوم دیگری است به نام **جامعه ی علمی** که این جامعه ی علمی یک سری اصول و قواعد و هنجارهایی دارد که این هنجارها سبب می شود که این جامعه ی علمی و یا نهاد علم حفظ شود. حالا در مورد این جامعه ی علمی و هنجارها صحبت خواهیم کرد.

○ **منظور از علم**

- علم هم به یک **نظام شناخت حقیقت** اطلاق می شود و هم به **نتایج و یافته ها**.

## ○ **غایت علم**

- **غایت علم تئوری است**. یعنی هر چیزی که از علم استخراج می شود در قالب گزاره هایی است که تئوری نام دارد.
- **تعریف تئوری**

- تئوری نظامی از انتزاعات یا ایده های در ارتباط با هم هستند که دانش مرتبط با جهان های اجتماعی را انباشت و سازمان دهی می کند.
- تئوری ابطال پذیر است و باید اثبات شود. یعنی تئوری مانند فرضیه است.

## ○ **جامعه ی علمی**

- **مجموعه ای از افراد که یک سری هنجارهای مشترک دارند و هدف خودشان را شناخت حقیقت گذاشته اند**. این هنجارها یک سری رفتارهای خاصی را برای این جامعه ی علمی ایجاد کرده است. این هنجارها هم در تعامل بین استاد و شاگرد منتقل می شوند. و یا از طریق نظام های آموزشی. چیزی که جامعه ی علمی را حفظ می کند همین هنجارهاست.
- **هنجارها:** در این کتاب در مورد برخی از این هنجارها بحث شده است:

- **جهان شمولی:** اگر می خواهید یک حرف علمی را ارزیابی کنید نگاه نکنید که چه

کسی این حرف را زده است بلکه نگاه کنید که چی گفته است. یعنی می گوید علم مربوط به جای خاصی از دنیا نیست بلکه مربوط به همه ی دنیا است. هر کسی حرف علمی از هر جای دنیا زد آن را بپذیر. **اساس ارزیابی، شایستگی است.**

- **شکاکیت سازمان یافته:** در جامعه ی علمی، یکی از هنجارهایی که همه ی آدم ها باید داشته باشند این است که هیچ چیز را نباید بپذیرند و جلوی هر گزاره ای یک **علامت سؤال(?)** بگذارند.

- **بی طرفی:** شما نسبت به حرف های دیگران سعی کن بدون هیچ نوع قصد و بایست ذهنی و با بی طرفی کامل آن را دریافت کنی. **خنثی باش.**

- **به اشتراک گذاری:** شما باید یافته های علمی خود را در اختیار دیگران نیز قرار دهی. (البته این افسانه ای است که این ها دارند می گویند و الان عمل نمی کنند چرا که فهمیدند دانستن، قدرت است).

- **صداقت:** آن چیزی که می گویی واقعی باشد و سعی نکنی با داده سازی و ... چیزی را انکار کنی. (معمولا در تحقیقات به خصوص تحقیقات کمی این داده سازی صورت می گیرد. در فرآیند تحقیق باید یک بار این فرآیند تا آخر رفته شود و ببینیم آیا می توانیم به فرضیه هایمان برسیم یا نه).

- **نگرش علمی:** جامعه ی علمی ما باید یک نوع نگرش و شیوه ی خاص دیدن داشته باشد (علمی نگاه کردن به مسائل). مثلا باید مسئله محور به موضوع نگاه کند، نوآوری و خلاقیت داشته باشد. فردی که جزء جامعه ی علمی است باید به مسائل مختلف نگاه علمی داشته باشد.
- **مقالات علمی:** مقالات علمی ما قرار است کدام یک از مشکلات ما را حل کنند. و اصلا چند نفر این مقالات علمی را می خوانند تا چه رسد به این که بخواهند اجرا شوند و مشکلات را حل کنند.

### • **چرایی مطالعه ی علم تجربی**

- شناخت هستی و اعتباریات مستلزم این است که یک منطقی برای کشف تجربه ها و شناخت این دنیا داشته باشیم. اصل خواندن این کتاب برای این است که چطور می شود از همین عقل تجربی و شواهد اطرافمان به یک شناخت درستی برسیم.
- خیلی وقت ها خود اندیشمندان غربی از یک سری مطالعات و استقرهای ناقص یک سری تئوری هایی داده اند. مثلا فروید بر اساس مشاهده ی یک سری آدم بیمار یک سری تئوری داده است. روش، روش علمی نبوده است ولی به آن ها صورت و قالب علمی داده است. ما هم با این تئوری ها در جاهای مختلف روبرو می شویم.
- خیلی وقت ها در کتب غربی ممکن است چیزهایی باشد که علمی به تعبیر غربی ها نباشد.

## جلسه سوم

Monday, February 09, 2015

7:23 AM

به نام خدا

- بحث روش تحقیق را هفته قبل تا به اینجا رساندیم که یکی جامعه علمی را بحث کردیم و دیگری مبنای شناخت که هر چه باشد روش خاص خودش را می طلبد. علم را در جامعه علمی تعریف می کنیم که جامعه علمی کسانی بودند که علم را با هنجارهای خاص خودشان دارند تولید و بازتولید می کنند. نکته ی اولی که هفته ی قبل می خواستیم به آن برسیم که علمی بودن و جامعه علمی تعریف شدگی خاص خودش را دارد و در آن چارچوب باید برای پذیرش در جامعه علمی روی آن حرکت کنیم. معمولا پروپوزال ها که می آید بعضی می گویند که من می خواهم همه این ساختار ها را بشکنم و جور دیگه ای حرف بزنم. خود این قالب ها یک قالب های سفتی است که خودش را بازتولید می کنند و کسانی که آن را قبول دارند اجازه شکستن آن را نمی دهند و اینطور هم نیست که نشود آن را تغییر داد.
- بحث دوم مبنای شناخت بود و رسیدیم به اینکه آن چیزی که در علم در مورد آن صحبت می کنیم یک مبنای تجربی دارد لذا علم یک مبنای تجربی دارد و آن مفهوم علمی که در مورد آن حرف می زنیم



science است. تجربی هم یعنی با حس ما قابل شناسایی است یا از طریقی آن را به حس خودمان می‌رسانیم. بعد یک نکته ای به شما بگویم در بحث های اسلامی، مطالعات تجربی در رشته‌های مثل ریاضی مدیریت یک امر فرار نکردنی است. نمی‌توانیم مطالعات تجربی را کنار بذاریم. مدیریت یک سپهر نظر و یک زمینی دارد. ما نمی‌توانیم زمین تجربه را رها کنیم. اگر شما جستجویی کنید یک مقاله ای هست مطالعات تجربی در مدیریت اسلامی. که در مطالعات اسلامی هم نیاز داریم که مبنای تجربی هم داشته باشیم. مدیریت سنخاً یک تکنیک عملی است که آن چیزی که اتفاق می‌افتد یک تکنیک عملی است.

• امروز حالا دو تا مبنای موجود در علم تجربی را می‌خواهیم بگویم که **در علم تجربی دو رویکرد**

### **اساسی داریم:**

۱. کمی: رویکردی که ابتدا در علم وجود داشت کمی بود و ملهم از پوزیتیویسم بود. این رویکرد ابتدا در علوم تجربی بود. در علوم تجربی خیلی راحت جواب می‌داد. وقتی بسیاری از اندیشمندان مثل دورکیم در جامعه شناسی وقتی در مورد رویکرد های علم صحبت کردند مبنای روی تجربیات گذاشتند و در اثبات گرایی به این رسیدند زمانی می‌توانیم یک حرف را علمی کنیم که اطلاعات بدست آمده را به اعداد و ارقام تبدیل کنیم. اگر بتوانیم به اعداد و ارقام تبدیل کنیم خیلی دقیق می‌توانیم راجع به آن صحبت کنیم. پس در اثبات گرایی به دنبال کمی کردن داده‌ها برای افزایش دقت بودند. نیوتون در جهان خلقت دنبال پیدا کردن این بود که بتوانیم قوانین ثابت و غیر متغیری پیدا کنیم که قابل تعمیم به تمام جهان باشد. نگاهی که نیوتون داشت معتقد بود که باید برای جهان قوانین شمولی پیدا کنیم که در همه جا جواب دهد. این تلاشش منجر شد به این که یک سری قوانینی داد و برای دانشمندان هم جذاب بود. در این جا چون داده‌های کمی برای افزایش دقت بود آن چیزی که برای ما مهم بود سنجش بود. مفهوم دیگری که مطرح شد بحث سنجه‌ها و مقیاس‌ها بود. گفتند به صورت عینی و امور عینی را بررسی کنیم و کار به ذهنیات و آن چیزی که تفهم است کاری نداریم. عینی گرایی یک روی دیگری از بحث حس گرایی و تمایل به سنجس ملموسات بود. در این نگاه رفتارگرایی شکل گرایی گرفت. دنبال بررسی این بودند که رفتار انسان‌ها را بتوانند از طریق مشاهده دقیق که ابزاری مثل پرسشنامه مشاهده دقیق به ما می‌دهد بتوانند رفتارها را سنجش کنند. رفتارها رابه اعداد تقلیل دادند. در این نگاه معتقد بودن که پدیده‌ها رفتارهای ثابتی دارند و این رفتارها ثابت هم انعکاسی است و در بازخور به هستی است و لذا وقتی می‌خواستند آدم را بررسی کنند آدم را در قالب رفتارهایی که انعکاسی به هستی است ببینند. رنگ ابزار را تغییر می‌دادند ببینند چقدر آدم کار بیشتر می‌کند. این را در مطالعات افراد هم دیده‌اید. مثلاً می‌گویند تاثیر رضایت از زندگی بر تعهد سازمانی. این نگاه ابتدا در علوم طبیعی خیلی قشنگ جواب می‌داد چون این‌ها درگیر یک پدیده‌های بی‌شعور بودند. یعنی اینها خودشان فکر نمی‌کردند و احساس و تعقل نداشتند و رفتارشان انعکاسی از بازخور رفتار بیرونی بود. ولی یواش یواش وقتی این نگاه را به علوم انسانی و علوم اجتماعی تعمیم دادند دیدند که بعضی از جاها

جواب نمی دهد. در اثبات گرایی ما بیشتر دنبال پیدا کردن واقعیت فارغ از افراد و قالب هستیم. قالب یعنی محیط. معتقد بودند که ما می توانیم واقعیت را به صورت جهانشمول ببینیم. چیزی که در علوم انسانی درگیر آن بودیم چون دنبال قوانین جهانشمول بودیم قوانین زیادی را بررسی می کردیم. چون ادعای نگاه کمی قواعد جهانشمول است. این قواعد جهانشمول باید sample بزرگی داشته باشد که بتواند هر جا که هست جواب دهد. معتقد بودند که در رویکرد کمی دارند فارغ از ارزش هستیم. تعبیری که کتاب در مورد رویکرد های کمی دارد condenser است که مثل عدسی محدب است. یعنی می خواهد یک تابلوی بزرگ را در یک نقطه متمرکز کند. خاصیت تحقیقات کمی محدب بودن آن است. سعی می کند تمام هستی را جمع کند و بگوید که اگر پاداش انسان ها را افزایش دهید بهره وری زیادی خواهند داشت. تمام قالبی که در تحقیقات کمی دنبال آن هستیم اعداد و ارقام ناشی از فرمول های ریاضی است. این نگاه به انسان در علوم طبیعی خوب جواب داد ولی در علوم انسانی گفتند که این موضوع شوخی است.

۲. **کیفی:** انسان ها در محیطی که زندگی می کنند انعکاس دهنده شرایط بیرونی نیستند و در درون خودشان تفسیر و فهمی دارند که این فهم و تفسیر کنش آنها را کنش معنا داری میکند که در این رویکرد رویکرد تفسیرگرایی غالب است. گفتند اگر می خواهید حقیقت را متوجه شوید این نیست که می خواهید رفتار یک سری افراد را در قالب تعهد سازمانی بررسی کنید. یک سری تئوری هایی که قبلا بدست آورده ای بیایی آنها را تست کنی و ببینی که فرضیات شما پذیرفته می شود یا نه. واقعیت در هر نقطه نسبت به نقطه ی دیگر متفاوت است چون کنش انسان کنش معنا دار اجتماعی است چون در هر بافتی هر کنش یک معنا دارد. و این کنش معنا دار به انگیزه های درونی افراد بر می گردد لذا هر پدیده ای که می بینید یک مطالعه منحصر به فرد خودش است. هر چیزی که در ظاهر یکسان است ولی معنای آن متفاوت است لذا محقق باید درک همدلانه داشته باشد لذا محقق باید با آن کسانی که آنها را بررسی می کند با آنها زندگی کند. در این نگاه گفتند اگر می خواهی پدیده را بشناسی و سنجی ای به آنها بدهی که پر کنند نمی توانی بفهمی که مفهوم مثلا رضایت در زندگی این فرد چه است و این را شوخی می دانند. وقتی می خواهند زندگی افرادی را بشناسند می روند بیست سال مثلا در تبت بین اقوام بودایی زندگی می کند و جزیی از اینها می شود و بعد شروع می کند به نوشتن. این ها معتقدند که فرهنگ خیلی عوض نمی شود و نظری که می دهند راجع به همان مکان است و محدود می شود به زمانی که آن قالب فرهنگی باقی بماند. در رویکرد کیفی داده هایی که با آن سرو کار داریم بیشتر توصیفات و داده های نرم مثل عکس و صدا و فیلم و این جور چیزهاست. در تحقیقات کیفی آن چیزی که از آن استخراج می شود تئوری های مربوط به همان مورد خاص می باشد که آن را بررسی کرده ایم. در اینجا ذهنیت گرایی است. اگر اینجا در حقیقت ذهن مهم است. داده ایی که در فرآیند کیفی مهم است در یک فرآیند تعاملی

است که تحقیق شکل می گیرد. غالباً در داده های کیفی معمولاً حوادث مهم است. یعنی محقق حساسیتش به آن حوادث است و آن حوادث را در آن قالب شروع به تفسیر و بیان می کند. حوادث یعنی جاهایی که خیلی حساس است. مثلاً با استادی مصاحبه می کردم ناگهان گریه کرد و حرفش این بود که وی را زیر دست آدمی گذاشته اند که از خودش پایین تر بوده است. دقیقاً اینجا همان مفهوم enhancer است که برعکس محذب بودن که داده های زیادی را در اثبات یک فرضیه می آورد این جا تازه داره باز می کنه دو تا مصاحبه می کند و برای آن ۵۰ صفحه می نویسد و آن بافتی که خودش را فهم کرده است باز نویسی می کند برای اینکه طرف مقابل با این یافته هم زبان شود. داره گزارش تفصیلی می کند.

- **رویکرد کمی زیاد خوب نیست** و انسان را بی شعور فرض می کند اما خیلی از اوقات رویکرد کمی در مواردی که دنبال پیدا کردن قاعده هایی برای مقیاس وسیع هستیم جواب می دهد. رویکرد کمی به ما کمک می کند که صحنه بزرگی را در جای کوچکی ببینیم.
- هر دو رویکرد به ما کمک می کنند تا حقیقت را بشناسیم.
- **رویکرد ترکیبی** هم از رویکرد کمی و هم از رویکرد کیفی استفاده می کنیم.

□ رویکرد ترکیبی: مثال: مثلاً از مصاحبه هایمان گزاره هایی میگیریم سپس آن گزاره ها را بین افراد پخش می کنیم ببینیم بین همه مشترک هست یا نه. اولی کیفی و دومی کمی است. رویکرد کمی به شما کمک می کند که قواعد مربوط به تعداد اندکی از افراد را به کل جامعه منتشر کنید. در تحقیقاتمان می توانیم دو را ترکیب کنیم. مثلاً داده های کیفی جمع کنیم و کمی تحلیل کنیم. با تقدم و تاخر اینها می توانیم اینها را با هم تحقیق خودمان را معتبر تر کنیم.

- ما دنبال این هستیم که بگوییم ایده های کمی و کیفی بدنبال تجربه ای از واقعیت هستیم. نمی توانیم بگوییم کمی ارجح است یا کیفی. ما در هر تحقیقی باید ترکیبی از اینها را باید برای رسیدن به حقیقت استفاده کنیم.
- ما در علم به دنبال کشف واقعیت هستیم.
- یکی از بدی های تحقیق کیفی این است که خود محقق یک چیزهایی در ذهنش است و کاملاً روی روند تحقیق اثر می گذارد.
- تحقیق کیفی کاملاً به خود محقق بر می گردد و محقق یک آدم کاملاً تاثیرگذار است. انگیزه ها و تجربه های پیشین وی اثر گذار است و درون خودش را بیرون می ریزد.
- رویکرد کمی محقق داره از تحقیق کنده می شود و تحقیق هیچ ربطی به خود محقق ندارد.

○ تا آخرترم انشاءالله تمام مراحل تحقیق را که می گوییم روی این دو سوار می کنیم. این دو رویکرد دو نوع روش تحقیق خاص می طلبد. در کتاب در مورد این دو یک فصل به طور مفصل بیان کرده

است که وارد آن نمی شویم و به اجمال آن را توضیح می دهیم. بر اساس این دو نوع نمونه گیری و نوع تجزیه و تحلیل متفاوت می شود.

- این بحث هم که تمام شود از مبانی انتزاعی مباحث خارج می شویم و وارد این می شویم که تحقیق چگونه اجرا می شود.

### • گام های تحقیق رویکرد کمی

۱. انتخاب موضوع: در تحقیق های کمی بر عکس تحقیق های کیفی که می گویند در گام اول انتخاب موضوع نیست و بحث اعتراف از خود و شرایط است. در تحقیق کیفی شما می خواهید یک فهم همدلانه رخ دهد لذا شما باید درون بافتی که زندگی می کنی یک مساله را فهم کنی ولی در کمی یک موضوعی را انتخاب میکنی. موضوع یک حوزه کلی است مثل مثلاً رضایت از زندگی زناشویی. سطح خود کشی در اجتماع. خشونت والدین به فرزندان.

۲. تدقیق سوال: در تدقیق سوال شما می آیی یک گستره زیاد موضوعی را که داری می آیی آن را باریک می کنی و این را به جایی می رسانی که تحقیق پذیر شود. مشاهده پذیر شود. یعنی می آید مثلاً در مورد رضایت زندگی زناشویی می آیی می گویی خوب باید رضایت زندگی را در دانشجویان ببینیم و در همه ایران نمی توانیم ببینیم و موضوع را به بررسی رضایت از زندگی زناشویی امام صادقی ها تغییر می دهیم. در تدقیق سوال از فرآیند تفکر، مشاهده و مطالعه استفاده می کنیم. مثلاً می گردیم می بینیم که در بحث های جامعه شناسی خیلی از اوقات در این حوزه کار شده است و آن تحقیق به شما کمک می کند که سوال خودت را علمی تر و دقیق تر بررسی. مشاوره با دو تیپ آدم هست: یک سری آدم های متخصص در آن حوزه و دیگری افرادی که در آن موضوع درگیر هستند مثل دانشجویان متاهل. آنها موضوع را برای شما باریک می کنند. در رویکرد های کمی همیشه نه، اما غالباً به یک سری فرضیاتی می رسیم. جواب مفروض را به آن فرضیه می گوئیم. این سوالات وقتی ریز می شود باید به یک سری فرضیاتی برسد. ممکن است شما در تدقیق سوال تان در بحث رضایت از زندگی زناشویی برسید به مطالعه دانشگاه امام صادق حالا می خواهید تحقیق کنید.

۳. طراحی مطالعه: این جا باید مطالعه را طراحی کنید. طراحی، آن مسیری است که می خواهید بروید. در این جا مسیری پر از نقطه تصمیم است. باید در دوراهی ها تصمیم بگیرید که چگونگی آن مسیر را بروید. طراحی مطالعه پیدا کردن نقطه جواب برای تصمیم هاست. مثلاً بگوئیم جامعه ما کیست؟ نمونه های ما چه شکلی است؟ وقتی داده یافتیم چگونه آن را تحلیل کنیم؟ معمولاً سوال تحقیق یا در انتخاب موضوع می گوئیم که برای اینکه بقیه راه ها آسان باشد می گوئیم موضوعات را از مسائلی بردارید که تخصص دارید یا آنقدر دغدغه دارید که می توانید آن را مطالعه کنید. در طراحی مطالعه مهم این است که مساله ای که داشتید چه بود که بتوانید درست به آن جواب دهید.

۴. **جمع آوری داده ها:** مثلا به این نتیجه رسیدی که می خواهیم از بچه هایی که بیش از دو سال است که ازدواج کرده اند می خواهیم سطح رضایت آنها را از زندگی مشخص کنیم.

۵. **تحلیل داده ها:**

۶. **تفسیر:** در تفسیر گذاشتن می آیی می گویی که چطور شد که سطح رضایت از زندگی در این ها بیشتر بود. یک پرسشنامه به کسانی میدهم که زیر دو سال ازدواج کرده اند و عده ای که بالای دو سال است و بعد آنها را باهم مقایسه می کنیم.

۷. **اشاعه تحقیق (آگاه کردن دیگران):** ارائه تحقیق معمولا قالب های متفاوتی دارد که در مقالات علمی یکی از انواع آن است. کتاب، انواع مختلف مقالات و سبک های جدیدی که الان است نحوه های آگاه کردن دیگران از نتایج تحقیق است. معتبرترین جا برای ارائه مجلات علمی پژوهشی در ایران می باشد. چون خاصیت علمی و باریک دارد قابلیت آن را ندارد که کتاب شود.

- این اجمالی از گام های تحقیق بود.
- انشالله در این ترم تک به تک اینها را جاهای مختلف در موردش توضیحاتی خواهیم داد.
- از یک قیف بزرگ می خواهیم به جایی برسیم که کوچک شود و دوباره آن را با اشاعه بزرگ می کنیم شبیه ساعت شنی.

## جلسه چهارم

Tuesday, February 10, 2015  
10:38 AM

### بسم الله الرحمن الرحيم

- برای جلسه بعد یک تحقیق کمی و کیفی انتخاب می کنید و مراحل تحقیق هر کدام را می نویسید.
- اسلوب نگارش: با فونت بی لوتوس ۱۴ گوشه بالای سمت راست می نویسید گزارش شماره یک، نام درس، نام دانشجو و زیر آن تاریخ.
- تحقیقات کمی معمولا در ایران به سبب خوب اجرا نشدن یا دلیل دیگری نگاه خوبی بهش نداریم. اگر خوب شود در بحث های خط مشی عمومی خیلی خوب است.
- **گام های پژوهش کیفی:** در پژوهش کیفی یک مقدار مسیر تحقیق با کمی فرق می کند. در پژوهش کیفی می گویند که گام اول

۱. **آگاهی و اعتراف از خود و شرایط پیرامونی:** یک خوداظهاری از خود و شرایط پیرامونی اش داشته باشد. شرایطی که فکر می کند، سنجشی که از محیط اجتماعی اش فهم می کند و آن چیزی را که در درون خودش به عنوان مساله فهم کرده آن را بیان می کند. این نشان می دهد که یک

تحقیق کیفی بر بافت ذهنی محقق سوار است چون ممکن است که هر کسی از پدیده برداشتی متفاوت داشته باشد. می گوید من در تحقیق چنین چیزهایی در ذهنم بود. برای این بیان می کند که بفهمیم چطور روایت می کند و دنیا را چطور می بیند.

۲. **انتخاب و اتخاذ یک رویکرد:** یک رویکردی را که از نظر شناختی انتخاب کرده است را بیان می کند. نگاه فلسفی و تئوریک خودش را می گوید. مثلاً می گوید من دارم انتقادی عمل می کنم. یا مثلاً تفسیری را می خواهم از واقعیت داشته باشم.

۳. **طراحی مطالعه، جمع آوری و تحلیل داده ها:** گام سوم تا ششم است. دقیقاً عین موضوعی که دیروز برایتان در مورد پایان نامه خودم گفتم دیدم که بعد از گذشت زمانی باید به مرحله جمع آوری بر گردم. در تحقیق کیفی آن چیزی که مهم است یک منطق در عمل داریم. تحقیق کمی از یک تا هفت این اتفاق ها می افتد. در تحقیق کیفی چون می خواهی بررسی به تئوری ای مبتنی بر بافت این مرحله همیشه با هم قاطی است. یک منطق سفت و خشکی نداری که بگویی که همین راه باید انجام شود. مثلاً با روش انتقادی جلو می رویم و در جمع آوری داده ها به مشکل می خوریم و از نو طراحی مطالعه می کنیم. یکی از کارهایی که انجام می دهیم مرور روش های قبلی است. مثلاً می خواهیم حس افراد نسبت به مرگ را بررسی کنیم بعد می گوییم که ده کار انجام شده است مثلاً در غسلخانه رفته اند یا با افرادی که نزدیک به مرگ بوده اند مصاحبه کرده اند یا به افراد گفته اند دو رویدادی که در مورد مرگ برای شما مهم است را بگو. بهترین راه در طراحی و جمع آوری و تحلیل داده ها روش های قبلی است. محقق سفر پژوهشی خودش را می نویسد. منطقی که مصاحبه کرد را می نویسد که نفر بعدی هم بفهمد که این راه هم وجود دارد. اینجا کاملاً ذهن و خلاقیت محقق است که اینها را می سازد. در تحقیق کیفی باید بین خودتان جلسه بگیرید که من باید چکار کنم. معمولاً در تحلیل داده ها قرار نیست یک تحقیقی که قبلاً انجام شده است می خواهید در مطالعه کیفی به یک تئوری برسید. شما نهایتاً به یک سری گزاره هایی می رسید که خاصیت ساخت تئوریک دارد و مفاهیم، مفاهیم جدیدی است. مثلاً یکی از دوستان ما در مورد رفتار سیاسی در بین انسان ها کار می کرد. بروز رفتار سیاسی در مراجعین فرمانداری مشهد. می رفت با آدم ها صحبت می کرد می گفت به نظرت آدم هایی که مخاطب شما هستند چطور می خواهند سر شما کلاه بگذارند. بعد دید آدم ها تکنیک هایی دارند بعد برای این تکنیک ها اسم گذاشت گفت آدم هایی که می خواهند برون مالیات یک لباس کهنه می پوشند ولی برای گرفته پروژة خیلی شیک می روند. این مفهوم جدید بود ولی اینها را خیلی صورت بندی های جدید کرده بود. می گفت ۸ استراتژی برای اغنای دیگران داریم. شاخص در تحقیق کیفی چیست؟ روایی و پایایی که شنیده اید برای تحقیق های کمی می باشد البته بیشتر. چند مفهوم داریم مثل اعتبار و قابلیت اعتماد. هر تحقیقی آنقدر اعتبار دارد که به محقق اعتماد داشته باشیم. ملاک دیگر این است که به محقق می گوییم آن چه را که انجام داده ای بنویس. مثلاً می گوییم

که روش جمع آوری ما چه بوده است. از یک سری افراد کمک گرفته ایم که داده هایمان را ارزیابی کنند و ... و نهایتاً آن مفهوم جدید بیرون می آید و غالباً در قالب بافتی است که محقق آن را حس کرده است. خیلی اوقات نباید اینجاها نباید احساس کنید که تئوری خیلی شاخ و دم خاصی دارد. مثلاً دکتر دانایی فرد با مردم ایران سال ها زندگی کرده و به یک تئوری با نگاه علمی رسیده است. ناشی از این نگرش به مفهوم جدیدی رسیده است و این تئوری فقط در همین بافت صادق است.

۴. ارائه و اشاعه تحقیق (مرحله هفته است). که این تحقیق را، تحقیق های کیفی، یک مقدار نوع بیانش با تحقیق های رایج کمی متفاوت است. معمولاً سفر تحقیق بیان می شود. معمولاً تئوری هایی را که ساخته است بیان می کند. باید بگوید که چه شد این اتفاق در ذهن من افتاد. باید طرف مقابل را اغنا کند که این کار درست و علمی انجام شده است.

- مقالاتی وجود دارد که چگونه می شود تحقیقات کیفی را بهبود داد.
- معمولاً حالا در طول ترم اینها تک به تک اینها را توضیح می دهیم و چگونه می شود با اینها کار انجام داد و معیارها و ملاک هایشان چیست. هر چقدر تحقیق بیشتری ببینید این مفاهیم بیشتر برایتان روشن می شود. اینها برایتان ملموس می شود.

#### • گونه های مختلف تحقیقات

##### ۱. از حیث مخاطب و کاربرد

- بنیادین: تحقیقات که فقط مخاطبان آن دانشگاهیان آن هم نه همه شان هستند. به تحقیقات بنیادین تحقیقات آکادمیک یا علمی می گوئیم. اینها معمولاً به تحقیقاتی می گویند که راه حل های نویی را ارائه می دهد. نهایتش این است که به بدنه دانش اضافه می کند. معمولاً یک جواب سر راست برای مشکلات ما نیستند. مبنایی برای دانش ایجاد می کند و بعداً بر اساس آن مبنا عمل می شود. مثلاً کسانی که سلول های بنیادین را تشخیص دادند که بعداً ایدز بر اساس آن تشخیص داده شد. یا مثلاً در تحقیقات خودمان یک نفر یک سنجه ای می گوید که تعهد سازمان سه بعد دارد. عاطفی، هنجاری و مستمر. بر اساس این سه بعد یک سنجه ای می سازد. این مشکلی از الان ما را حل نمی کند. اما بعداً به درد می خورد. یا در تحقیقات علوم انسانی وقتی یک مبحث انسان شناسی قوی را بحث می کند که انسان را یک موجود زیستی ببینیم یا یک موجود متاله است بعداً اینها در یک جایی کاربرد خواهد داشت. خیلی از اوقات این تحقیقات ابزار ساز است ولی از نگاه یک آدم بیرونی یک سری چیزهای بی ارزشی محسوب می شود.

- کاربردی: بدنبال حل یک مساله ملموس و مشخص هستیم. یک ارائه یک راه حل مشخص که بافت و کف زمینمان را به تئوری ها مشخص می کند. مثلاً می گوید اگر اینها کار نمی کنند شما نیازهای انگیزشی آنها را رعایت نمی کنی. می گوید چه می شود دانشجویان

دانشگاه امام صادق در پیدا کردن شغل توفیق دارند یا ندارند؟ پیدا کردن این که برنامه درسی ما چه مشکلی دارد؟ دلایل افت تحصیلی دانشجویان چیست؟ فلان برنامه ای که دولت اجرا کرد به هدفش رسید یا نه؟ دولت در حجاب سیاست گذاری می کند حال مردم با حجاب تر می شوند یا بی حجاب تر؟ مهم این است که یافته هایمان را بتوانیم به کسانی که درگیر سازمان های اجرایی هستند و .. اینها باید قضیه را بفهمند. نحوه ارائه اش باید طوری باشد که مصرف کننده اش آن را متوجه شود. خیلی اوقات تحقیق کاربردی می نویسیم که تحقیق ما در سطح ۹۵ درصد فرضیه H1 ما قبول شده است که یک نفری هم که آمار خوانده این را نمی فهمد. در کتاب هم بیان کرده که ما زیاد دنبال این نیستیم که تر و تمیزی تحقیق را ببینیم بلکه دنبال این هستیم که ببینیم این تحقیق طوری بیان شده است که مشکلی را حل کند یا نه؟ تحقیقات کاربردی باید پیشنهاد عملیاتی داشته باشد. باید بگوییم که من این را فهمیدم و اگر می خواهی این کارها را انجام دهی مدیر باید این الزامات کارکردی را در سازمان خودش داشته باشد. تحقیقات کاربردی مان هم که می خواهیم علمی باشد باز به زبان علمی می نویسیم نه علمی در حالی که باید به زبان افراد وسط گود باشد. در این پژوهش ها دنبال این هستیم که راه کار هایی ارائه دهیم. سه فعالیت داریم:

- ارزشیابی
- اقدام پژوهی
- سنجش اثر اجتماعی

## ۲. هدف تحقیق

- کشف
- توصیف
- تبیین

## ۳. زمان

- یک تصویر می گیریم و بر می داریم و روی آن تحقیق می کنیم
- در طول زمان داریم باهانش می ریم جلو
- بخش بخش دوره های زمانی را تقسیم می کنیم.

## ۴. فنون جمع آوری داده ها

- کمی
- کیفی

## ۵. مورد مطالعه

- مطالعه یک مورد



- مطالعه از میان چند مورد

## جلسه پنجم

Monday, February 16, 2015  
8:39 AM

## بسم الله الرحمن الرحيم

### • پژوهش

#### ○ استفاده از پژوهش

- بنیادین
- کاربردی

۱. تحقیقات evaluation یا ارزشیابی: به تحقیقات کاربردی گفته می شود که در آنها تلاش می شود مشخص کنند که یک برنامه یا یک سیاست به خط مشی درست کار کرده یا به اهداف خودش رسیده یا نه. از زمانی که زیاد این تحقیق مطرح شد از ۱۹۶۰ به بعد بود که می خواستند ببینند دولت فدرال آمریکا سیاست هایی که می گذارد به اهدافش رسیده یا نه. خیلی از اوقات در طرح های اجتماعی به چیزی که قصد داشتیم نمی رسیم و خیلی اوقات آن چیزی که قصد نداشتیم حاصل می شود. در ارزشیابی مقاومت و مخالف ها با آن زیاد است. یک الزامات اخلاقی و سیاسی دارد. معمولا افراد ذی نفوذ کسانی هستند که خودشان بودجه داشته اند و این طرح را اجرا کرده اند و مثلا دولت اجرا کرده و حالا می خواهد در معرض ارزیابی قرار گیرد و تن به این کار نمی دهد و منشا ارزیابی هم اطلاعاتی است که دست دولت هست بخاطر همین خیلی اوقات نمی شود که ارزیابی انجام شود. معمولا تحقیقات ارزشیابی دو جور است:

- **Formative: سازنده:** مثلا دولت می آید بحث نقدینگی یارانه ها را مطرح می کند. در همین حال می آید یک فاز را اجرا می کند و قبلی را بررسی می کند.

معمولا تغییرات عمده اجتماعی باید در طول زمان خاصیت سازندگی داشته باشد. خیلی از اوقات در برنامه های دولت برنامه های ارزشیابی جای خالی است. در خیلی از اقداماتی که دولت انجام می دهد چون بودجه ای هم به نام بودجه نفت داریم هیچ وقت کاربرد برنامه ها مشخص نمی شود. تحقیقات ارزشیابی می تواند دولت ها را مورد نقد قرار دهد و عملکردشان را اصلاح کند.

• **Summative: تراکمی:** برنامه کلا اجرا می شود و آخر کار خروجی را بازنگری می کنیم.

۲. **Action research: اقدام پژوهی:** یک موضوعی است که اصلش در مدیریت تغییر این را می خوانید. یکی از تکنیک هایی که در درس تحول سازمانی می خوانید اقدام پژوهی است. اقدام پژوهی یک نوع ایجاد دانشی است که از کف بازار ایجاد می شود. یک تئوری و یک نظر را می گیریم و همین را با کسانی که در آن موضوع درگیر هستند سهیم می کنیم و آنها شروع به تغییر می کنند و ما هم این تغییرات را ثبت می کنیم. مثلا در آموزش و پرورش یک متدی برای زبان آموزی می دهد و خود معلم درگیر آن می شود و همان روش اجرا می شود و می گوئیم که **reading** اینها اینجوری شد **speaking** شان اینطوری و به همین ترتیب. بعد می گوئیم که نتایج این روش زبان آموزی این است. می بینیم بهبود هایی که به آنها یاد دادیم و آنها اجرا کردند را بررسی می کنیم که چه نتیجه ای داشت. در اقدام پژوهی دانش شکلی از قدرت است و معمولا تحقیقات اقدام پژوهی ملازم و همراه با نوعی تغییرات اجتماعی است جهت دسترسی به اهداف خاص در اقدام پژوهشی معمولا ما یک تغییر را ایجاد می کنیم و مسیر حرکت خود را ثبت می کنیم. اقدام پژوهی دقیقا یک تغییر برنامه ریزی شده است که یک مبنای تئوریک هم دارد. تئوری هایی که بنیان کار است را در عمل پیاده سازی می کنیم. نهایتا شما به یک مدلی می رسید که مدل بهبود و تغییر سازمانی می شود. **چند ویژگی دارد اقدام پژوهی:**

- افراد مورد مطالعه خودشان درگیردر پژوهش هستند.
- مطالعه دانش رایج و علائق افراد ترکیب می شود. مثلا مشاور هایی که در شرکتی وارد می شود و من با مشاوره صحبت می کردم می گفت ۷۰-۸۰

درصد کارهای ما کارهای علمی است و بقیه مخصوص عقاید و علائق افرادی است که با آنها صحبت می کنیم تا بهبود رخ دهد.

- نتایج این تحقیق در جهت افزایش آگاهی و تسهیم دانش است. در اقدام پژوهی ما افراد را دانش پژوه می کنیم و ملازم بهبود و تغییر است. مثلا در کتاب مثالی زده است می گوید در آمریکا تحقیقی در مورد کیفیت زندگی انجام شد می خواستند کیفیت زندگی شهروندی را زیاد کنند. این دو محقق اول افراد کلیدی شهر را شناختند و آمار و ارقام از این شاخص ها به این ها دادند. مثلا به افرادی که نفوذ داشتند ارقام و شاخص هایی به آنها دادند و گفتند که وضعیت جامعه شما این است سپس از طریق مجلات و .. آگاهی مردم را در مورد کیفیت زندگی زیاد کردند. اقدام پژوهی معمولا یک برنامه تغییر است. برنامه می گذارد و یک سری هم اقدامات انجام می دهد اول و آخر آن را ارزیابی می کند. آن نتیجه پژوهشی که بیرون می آید برای سایر شهر ها هم قابل استفاده است. این نوع اقدام پژوهشی نوعی است که در عمل کاربرد دارد. یعنی نحوه تغییرات اجتماعی را بیان می کنند. مثل بچه های ایتان.

### ۳. Social impact assessment: ارزیابی آثار اجتماعی: در ارزشیابی خود برنامه را

می دیدیم که به هدف رسیده است یا نه اما در اینجا یک تحقیق کاربردی است که پیامدها و آثار مختلف زندگی اجتماعی که یک تغییر یا پدیده اجتماعی ایجاد کرده است را مستند می کند. معمولا آثار آن نقاطی است که ما حواسمان نبوده و در برنامه اجتماعی برای ما عارض شده است. مثلا در آمریکا می گوید که قماربازی یک امر غیر قانونی بود بعد در دو سه ایالت وجود داشت و حدود ده میلیون دلار درآمد داشت ولی الان اومدند این موضوع را قانونی کردند و در ۴۸ ایالت قماربازی هست و حدود ۵۰ میلیون دلار هم که درآمد دارد که به اقتصاد آمریکا کمک کرد. ارزیابی کردیم و دیدیم که درآمد زیاد شده است بعدا دیدیم که این موضوع چه پیامدهای اجتماعی داشت که ما اینها را ندیده بودیم حالا باید بباییم شهرهایی که در آنها قماربازی قانونی است با شهرهایی که قانونی نیست مقایسه کنیم. اول دیدیم که شغل ایجاد کرده که خوب است ولی نرخ جرم و فسادهای جنسی و مصرف مواد مخدر و نرخ طلاق زیاد شده است و خشونت های اجتماعی هم زیاد شده است. در تحقیقات

ارزیابی معمولاً توجهی که باید بکنیم که از نظر سیاسی با آنها مخالفت می شود و ثانیاً ممکن است چیزهایی را روی آن دست بگذاریم که فقط ناشی از این برنامه اجتماعی نباشد یعنی ممکن است که علل دیگری هم داشته باشد. این جا پیامدهای پیرامونی را می سنجیم. معمولاً در این حوزه ها تصمیم گیرندگان علاقه دارند که روش های سرانگشتی و حدسی را استفاده کنند چون تحقیقات هزینه بر و زمان بر است و جلوی کار آنها را می گیرد. معمولاً چون افراد از ارزیابی کارهایشان می ترسند علاقه ای به اجرای این تحقیقات ندارند.

### □ در تحقیقات کاربردی دو ابزار رایج دارد:

- نیازسنجی: چون تحقیقات کاربردی مبتنی بر یک نیاز هستند باید مهمترین نیازهای اجتماعی را شناسایی کنیم و شدت آنها را هم در نظر داشته باشیم. در سنجش این نیازهای که دنبال پیدا کردن علت هستیم خیلی اوقات علت را بررسی نمی کنیم بلکه پیامدها را بررسی می کنیم.

- هزینه فایده: در تحقیقات اجتماعی یک سری هزینه هایی داریم و یک سری پیشنهادهایی که ناشی از انجام تحقیق است. هزینه ها ناشی از مادی و نیروی انسانی و ... در تحقیقات کاربردی باید هزینه سنجی کنیم. خیلی از اوقات تحقیقاتی انجام می شود که عایدی ندارد. یکی از چیزهایی که باید در تحقیقات کاربردی لحاظ شود بحث هزینه است.

- **کتاب طراحی پژوهش های اجتماعی برای بلی کی و انتشارات نشر نی.**  
**خیلی خوب بررسی کرده که یک پروپوزال خوب را چگونه بنویسیم.**

تحقیقات با توجه به نوعی دانشی که تولید می کند و مخاطبی که دارد و طراحی پژوهشی که انجام می شود در طیف گسترده ای از تحقیقات کاربردی یا بنیادین قرار می گیرد.

### ○ هدف پژوهش:

۱. اکتشافی: تحقیق اکتشافی (یک تحقیق ممکن است) در واقعی زمانی است که یک موضوع علمی داریم که می خواهیم آن را به جامعه علمی بیان کنیم. وقتی چیزی در مورد آن موضوع کم می دانیم یا اطلاعات جسته گریخته ای داریم. سوال اکتشافی **WHAT** است. بیشتر آشنا شدن با واقعیاتی است که کف سازمان است. یک تصویر کلی می سازد و زیاد در جزئیات وارد نمی شود. معمولاً فضای جدیدی را جلو محققین باز می کند. خیلی اوقات این

تحقیقات تئوری می دهند و سنجه می سازند. خاصیت کشف فضای جدید را دارند. این تحقیقات غالباً کیفی است. کم اتفاق می افتد که کمی باشد. مثلاً با تحلیل عاملی می توانید که فاکتور های قبلی که وجود داشته است را خوشه بندی جدید می کند.

**۲. توصیفی:** یا **how** است یا **who** یک تصویر دقیق و کاملی از پدیده مورد بررسی می دهد. مثلاً وقتی دکتر لطیفی می آید گونه شناسی انضباط از منظر اسلام را بررسی می کند یک کار توصیفی می کند. وقتی یک طبقه بندی می دهد اینها تحقیقات توصیفی می شود. می تواند یک پیمایش باشد. یک عکس می گیرد و واقعیت را بازنمایی می کند. یا می تواند تحلیل محتوا کند و بگوید فلان رئیس جمهور اینجوری حرف می زند و تئوری پس ذهنش این است. یا پیمایش می کند. معمولاً روی یک تئوری و اکتشاف قبلی سوار است. این ها هم می تواند کمی و هم کیفی باشد.

**۳. تبیین:** دنبال این است که سبب را بشناسد که یک پدیده چرا اتفاق می افتد. سوالش **why** است. معمولاً دنبال پیش بینی تئوری هایی هستیم و اینکه چه شرایطی پیش بیاید آن پدیده اتفاق می افتد. و علت شناسی است. مثلاً شما می توانید یک تبیین جدیدی از موضوعی ارائه دهید که مثلاً چرا در جامعه ایرانی مردم نسبت به امر ازدواج انقدر بی رغبت شده اند. این باید یک سری شواهدی جمع کند و سبب شناسی کند.

## جلسه ششم

Monday, February 23, 2015  
8:43 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

• پژوهش

○ از حیث مخاطب

• بنیادین

• کاربردی

○ از حیث هدف

• اکتشافی

- توصیفی

- تبیینی

- از حیث مورد مطالعه

- یک یا چند مورد محدود

- شماری از موارد

- از حیث زمان

- داده ها

- پژوهش

- از حیث مورد مطالعه

- **یک یا چند مورد محدود: case study:** غالباً کیفی است. ما در **Case study** کامل می

خواهیم غور کنیم در ویژگی های خاص یک مورد. مثلاً می خواهیم فرهنگ سازمانی دانشگاه امام صادق را استخراج کنیم. در اینجا که کمی هم داریم مثلاً از تحلیل عاملی هم می توانیم استفاده کنیم ولی غالباً کیفی است. **Case study** هم کشف می تواند باشد هم توصیف. مثلاً رفتار اداری دانشگاه را توصیف می کنیم یا تبیین می کنیم مثلاً چرا دانشجویان ما این نوع رفتار خاص را دارند. خود **Case study** معمولاً یک روش تحقیق است که مفصل در کتاب های کیفی به آن پرداخته شده.

- شماری از موارد: گاهی هم می توانیم داده هایمان را از چند مورد استخراج کنیم. مثلاً

تاثیر استراتژی های سازمان بر رضایت مشتریان. روی یک سازمان و دو سازمان خاص متمرکز نیستی. در اینجا ها غالباً کار ما کمی است و دنبال پیدا کردن عکس بزرگ هستیم. می خواهیم بین تمام صنعت لوازم خانگی یک مخرج مشترک بگیریم و از آنها یک استنتاجی بکنیم. یک تصویر بزرگ را در یک نقطه متمرکز می کند. در تحقیقات بچه های خودمان زیاد رخ می دهد که بعضی روی مورد خاص تمرکز می کنند یا اینکه میاید و یک گستره ای از موارد را دارد و از آن یک مخرج مشترک می گیرد.

- از حیث زمان

- تک مقطعی: تحقیقات تک مقطعی می گوئیم **snapshot** می زند. یک عکس می گیرد و بر

می دارد. در اینجا ما معمولاً سعی می کنیم که یک عکس بگیریم و بر داریم. پیمایش معمولاً

**تک مقطعی** است. بررسی رضایت شغلی بر بهره وری.

- **طولی:** این ها را در طول زمان رصد می کنی و معمولا دنبال این نیستی که یک بار یک توصیفی از پدیده ارائه دهی.

- **سری های زمانی:** این ها معمولا در اقتصاد و اقتصادسنجی بکار می رود. دنبال پیدا کردن تفاوت ها و پایین و بالاشدن ها در طول زمان هستیم. یک سری زمانی ایجاد کنی و در زمان های مختلف از آن عکس بگیری.

- **مطالعات پنل:** یک مطالعاتی است که بیشتر در رشته روانشناسی و علوم تربیتی کاربرد دارد. اطلاعات را در مورد افراد یکسان در طول زمان ثبت می کنی. یک سریال آمریکایی بود که چهل سال از اینها فیلمبرداری کرده بودند و جلو آمده بودند. مطالعات پنل این شکلی است. با همین آدم ها جلو می رود. مثلا در مطالعات علوم تربیتی و روانشناسی می خواهیم عوامل موثر در رشد کودکان را پیدا کنیم. پیازه یک نظریه رشد دارد و مبنای نظریه اش مطالعه رفتار دو کودک خودش بوده است. البته همه نظریه اش بر اساس این دو نفر نیست. شما گاهی در مطالعات دولتی یک اتفاقی رخ می دهد می خواهید رفتار مردم را ببینید که در طول دو سال مثلا چه می شود. مثلا از زمانی که سطح نقدینگی در بین مردم زیاد می شود چه اتفاقی رخ می دهد. تمرکزش روی افراد یکسان است در طول زمان. اینها در طول زمان یک سان هستند و ممکن است بعضی از آنها در طول زمان از تحقیق خارج شوند.

- **مطالعات گروهی:** تمرکزش روی یک گروه یا طبقه می باشد. مثلا می خواهیم ببینیم باورهای دینی بچه های امام صادقی در طول زمان چه تغییری کرده است. بچه ها میایند و میروند. چیزی که باقی می ماند دانشگاه و **lable** است که روی این افراد است. مثلا سبک زیست یک طبقه اجتماعی. مثلا افراد دهک اول اقتصادی. که این **lable** ها و ویژگی های خاصی دارد و در یک نگاه اینها در طول زمان وجود داشته است. کشف این تغییرات منجر به کشف تحولاتی است که در درون آنجا دارد رخ می دهد.

○ از حیث داده

- **کمی:**

- **مطالعات تجربی:** می خواهیم بررسی کنیم که چرا شهر تهران آلوده است. مثلا می خواهیم آلودگی شهر تهران را درست کنیم. تأثیر آلاینده های سوخت (به طور خاص:

بنزین پالایشگاهی) برای این کار باید چه کار کنیم؟ باید مثلاً در یک سال از بنزین وارداتی و یک سال دیگر از بنزین پالایشگاهی استفاده کنیم و تأثیر آن را هم ببینیم. البته باید همه ی متغیرهای دیگر را هم دید؛ مانند دمای شهر، بارندگی ها، باد، میزان مصرف و ... تازه یک سال هم کم است باید در طول زمان بررسی شود. در این جا با داده های کمی مواجه هستیم. در تحقیقات تجربی یک سری شرایط آزمایشگاهی به وجود می آوریم و یک سری متغیرهای مزاحم، وابسته و مستقل و ... را مشخص می کنیم. الان در حوزه محیط زیست یک بحث های خیلی جدی داریم. تحقیق کاربردی است و تبیین است از حیث مورد یک مورد است. از حیث زمان هم طولی است. تحقیق تجربی یعنی شرایط خاصی را بوجود می آوریم و یک سری متغیرهای مزاحم و یک سری متغیرهای غیر مزاحم داریم. تحقیق آزمایشگاهی می رود در یک فضای خاص. مثلاً می رود در یک اتاق و افراد را قرار می دهد و نور را کم و زیاد می کند. □ **پیمایش:** پرسشنامه ای را پر می کنند.

#### • کیفی:

• هر تحقیقی که می خواهید انجام دهید باید قبلش انواع هر کدام را مشخص کنید. در تحقیق در مورد حداقل این ۵ گره یا سوال و دوراهی باید جواب دهید. امروز توضیح می دهیم که در ادبیات موضوع باید اینها را پیدا کنید. مثلاً می توانی رفتار هیات مدیره ایران خودرو در محدودیت هایی که دولت ها برایش گذاشته اند را بررسی کنید.

#### • تفاوت فرضیه با مفروضه

○ فرضیه را باید اثبات کنی و مفروضه را آزمون می کنی و تست می کنی و ان قلت و بحثی در موردش نیست.

• وقتی که موضوع را مشخص کرده ایم. برای مشخص کردن سوال باید از ادبیات موضوع استفاده کنیم. باید ببیند که تا به حال چه خبر بوده است. سوالی را طراحی کند که گام بعدی را برود. مساله از ذهن محقق به این دریا می خورد و دوباره بر میگردد. مثلث مطالعه مشاوره و تفکر. در مرور ادبیات پژوهش ما معمولاً یک فضایی که تحقیقات قبلی انجام شده را هم می خوانیم و هم می گوئیم که اینها را خوانده ایم.

#### برای چه می خوانیم؟ برای چه ادبیات موضوع را می نویسیم؟

۱. قوت تحقیق: اگر اول تحقیق بنویسد که من اینها را مطالعه کرده ام قوت کار خود را نشان می دهد.



۲. نشان دادن مسیرهای پژوهش می باشد.

۳. تلخیص تحقیقات پیشین. خیلی اوقات می توانیم یک بازنمایی از تحقیقات پیشین را نشان دهیم.

۴. یاد گرفتن از دیگران. خیلی از اوقات ما سوالی که داریم قبلا جواب داده شده است. شما با مرور

پیشینه در واقع داری می گویی که هم از دیگران خوب یاد گرفتم که کجاها رفته اند.

• ما به این دلایل وارد بحث ادبیات تحقیق می شویم.

## جلسه هفتم

Tuesday, February 24, 2015

10:36 AM

### بسم الله الرحمن الرحيم

• **انواع مرور پیشینه:** ما در واقع ۶ نوع مرور پیشینه خواهیم داشت. در مرور پیشینه وقتی داریم بحث می کنیم دو کار انجام می دهیم. پیدا کردن فضایی که آن کلید واژه های تحقیق ما در آن جستجو می شود. مثلا وقتی در مورد تعهد سازمانی صحبت می کنید تو تحقیقاتتان دو چیز را باید پیدا کنید. معنا و مفهوم تعهد سازمانی چیست. با چه متغیرهایی ربط و نسبت دارد و این متغیر از کجا آمده و سابقه اش چیست. که اینها حالت ثابت دارد و زیاد به روز نیست. اما مرور تحقیقات پیشین داریم. که شما داری پژوهش هایی که در این حوزه انجام شده را می گوید. پژوهش هایی که نزدیک به کار شما می باشد. مثلا می گوید فلان کس آمد در تحقیق من که رابطه تعهد سازمانی با رضایت شغلی می باشد دیگران هم شبیه این کار را کرده اند. اینهایی که می گوئیم بعضی هایش مربوط به مرور ادبیات است و بعضی مربوط به مرور پژوهش هاست. ادبیات کلی تر است و در ادبیات از اینجا شروع می کنند که واژه تعهد سازمانی است که اولین نفر فلانی بوده که آن را مطرح کرده و .. بدنه اول را مرور ادبیات و دومی را پژوهش های مرتبط می گوئیم.

۱. **Context. زمینه ای.** اولین نوع مرور زمینه ای است. معمولا مشخص می کنیم این متغیر، این سازه

و این مفهوم در تار معنایی که اطرافش هست کجا قرار گرفته است. نسبت تحقیق خودمان را با

سایر تحقیقات مشخص می کنیم. می گوئیم تا اینجا ادبیات تحقیق پیش رفته و ما از این به بعدش

را می خواهیم پیدا کنیم.

۲. تاریخی. در تاریخی کاری که انجام می شود سیر شکل گیری مفهوم و تحقیق ها را می گوئیم. مثلا می گوئیم که فلانی فلان سال فلان حرف را زد. همینطوری میایم جلو و ابعاد مفهوم را توضیح می دهیم. به مخاطب می گویی که از اول تا الان را گفتم که هم تسلط خودم را نشان دهم و هم جایگاه خودم را در این سیر مشخص کنم.

۳. تلفیقی. معمولا محقق دانش در این حوزه را جمع می کند. معمولا دویست سیصد مقاله را در یک حوزه جمع آوری می کند و می گوید اگر می خواهید مفهوم فلان مقاله را بفهمید ذیل این ده بحث می توانید آن را بفهمید. اگر می خواهید در یک حوزه ای کار کنید برید مقالات review را ببینید خیلی خوب است و مقدار زیادی از مقالات را به شما نشان می دهد. این تقسیمات در عرض هم نیستند. تلفیقی ها را آدم هایی انجام میدهند که حجم زیادی از تحقیقات را خوانده باشند.

۴. روش شناسانه. بعضی مواقع روش شناسانه عمل میکنیم. مثلا می گوئیم هر کس خواسته بفهمد قرار داد روان شناسی چیست یا کمی کار کرده یا کیفی و یا ترکیبی. کمی ها از این سه روش و کیفی ها از این ۵ روش و ترکیبی ها هم از این ۵ روش استفاده کرده اند. تمام روش شناسی هایی که محققین در این نوع پژوهش ها استفاده کرده اند را می نویسیم.

۵. خود مطالعه. مطالعه شخصی است که این روش در واقع نویسنده یک بعد این نوع مرور پیشینه بیشتر این است که آموزشی است یعنی یک تکه ای از آن کرس درسی است. محقق می رود می خواند که بفهمد موضوع چیست. این نوع را در دکتری هایی که بای ریسرچ هستند در آنجا بهشان می گوید که شما باید این ده تا کتاب را بخوانی. خاصیت این نوع بیشتر شخصی است. خود محقق است که از حوزه آشنایی و تسلط پیدا می کند.

۶. نظری. مرور تئوریک پیشینه بر می گردد به مبانی نظری و مفروضات بنیادی که در این تئوری داره بحث می شود حتی تئوری ها را ارزیابی می کند. می بیند یک ثبات و ربط و نسبت در این تئوری وجود دارد یا نه. می روی در ساخت و مبنای نظریه بحث می کنی.

#### • انواع منابع اطلاعاتی مورد استفاده

○ هر کتابی یا مقاله ای که می خوانید ناشی از یک پژوهش نیست. پژوهش با مطالعه و گزارش فرق می کند و ما دنبال پژوهش ها هستیم. نتایج پژوهش در ۴ جا بیان می شود:

۱. کتاب پژوهشی.

۲. مقالات پژوهشی (در ایران به اسم علمی پژوهشی شناخته می شود)

### ۳. فصول کتب ادیتوریال

۴. نشست های علمی (اینها انواع منابع اطلاعاتی مورد استفاده نمی باشد و به عنوان نکته بیان شد). گاهی نتیجه پژوهش ها در نشست علمی می آید. پژوهش هایشان را در این نشست ها ارائه می دهند. که اینها در دنیا بعضی اوقات این نشست ها ارزشش خیلی بیشتر از این مجلات می باشد ولی در ایران مکانیزمش نیست.

### ○ کتب

- متن درسی. بیشتر خاصیت آموزشی دارند. بیشتر مولف هدفش آموزش بوده است. اصلا لزومی ندارد که آخرین نتایج تحقیقات در آن باشد. معمولا یک سیر بحث را برای آموزش به شما یاد می دهد. حواستان جمع باشد که نخواهید آخرین تحقیقات را بباید که هیچ و پژوهش ها هم در آن نمی آیند معمولا مبتنی بر تئوری هایی است که قبلا انباشت شده البته در یک طبقه بندی جدید.
- دایره المعارف ها. دایره المعارف ها هم به شما بیشتر بعد پژوهشی ندارند. مطالعات عمیقی هستند که گستره یک بحث را مشخص می کند. دایره المعارف های عمومی داریم و یک سری هم دایره المعارف های تخصصی که اینها غالبا هم بر خط یا آن لاین هستند. در آنها یک سری مداخلی را تعریف می کنند مداخل در واقع موضوعات خاصی هستند که در حوزه وجود دارد. مثلا در دایره المعارف اسلام یک مدخلش ابن سینا، یک مدخلش تشیع، یک مدخلش آب یا چیز های دیگر می باشد. یکی با نگاه تاریخی می گوید تشیع یکی از فرق است که خودشان را منتسب به ائمه می دانند و آن را توضیح می دهد. در این ها دنبال آموزش نیستید. دارید مطالب ذیل یک بحث را طبقه بندی می کنید. این ها پر از منبع هستند. دایره المعارف ها را افراد متبحر در هر زمینه می نویسند.
- ادیتوریال. معمولا از افراد خواسته می شود به بزرگان یک حوزه گفته می شود که در مورد این مطلبی که تئوری اش را داده ای یک مطلبی را بنویس و ممکن است این ناشی از پژوهش هایش باشد.
- Handbook. این ها برای پایان نامه نویسی جون می دهد. هندبوک را معمولا دانشگاه های معتبر می نویسند مثل آکسفورد. که هندبوک هایش خیلی معروف است. یک نفر که محقق یک حوزه است و در آن حوزه ورود دارد تمام مطالب آن حوزه را جمع بندی می کند. بهترین سازماندهی ذهن برای نوشتن پایان نامه همین ها هستند.

## مقالات

۱. خبر. اینها را معمولا در پایان نامه در ادبیات موضوع قابل استفاده نیست و بهترین جای آن برای استفاده در پایان نامه در بیان مساله و شواهد می باشد.
۲. Essay. معمولا اینها دیدگاه ها، باور ها و ایده های ارزشی، باید ها ونباید ها را می نویسند. معمولا ایجاد تشکیک میکنند و غالبا هم تحقیق علمی ندارند. متن نگارش آن هم پر از علامت های سجاوندی و تعجب می باشد. بیشتر خاصیت نقدی و انتقادی دارند. این ها معمولا قابلیت ارجاع ندارند. قابلیت ارجاع دارند ولی چون ناشی از پژوهش نیستند می توانید از آن ایده بگیرید.
۳. مجلات تحلیلی عمومی. مثل سوره مهر در ایران. گفتمان الگوی روزنامه خراسان. یا مهرنامه. در ایران مجلاتی به نام علمی پژوهشی داریم. یک سری مجلات مروری یک سری مجلات نظری و یک سری پژوهشی است که در ایران همه اش را در مجله علمی پژوهشی می ریزیم. نظری در آن تئوری هایی ایجاد می شود که ناشی از جمع آوری ها و داده های کف کار نیست مثلا از پرسش نامه استفاده نشده اما از منطق نظری و دو دو تا چهار تا به یک موضوع رسیدی. مثلا در حوزه استخدام گونه شناسی کنی. در حوزه مباحث اسلامی بر اساس کتب فقهی بیایی یک دیدگاه بدهی در روش شناسی علوم اسلامی. مروری هم کپسول شده ی تحقیقات گذشته است. مثلا در دهه ۱۹۹۰ هر تحقیقی انجام شده است را دیده. پژوهشی ها هم ناشی از جمع آوری داده های کف کار می باشد که مثلا با پرسشنامه جمع شده.
۴. تخصصی/ترویجی. در ایران چند دسته از مجلات از وزارت علوم مجوز دارند. برای ارتقا باید از وزارت علوم اجازه داشته باشند. در سایت sid که بروید می توانید تمام مجلات علمی ترویجی و علمی پژوهشی را که مجاز هستند را پیدا کنید.
  - پایان نامه ها و رساله ها. تفاوت تز با دیزرتی شن ها یک تفاوت فنی دارد. اینها معمولا منبع خیلی خوبی است. یک اشکال جدی که داریم این است که برای تعریف واژه در فصل دو پایان نامه به پایان نامه دیگری ارجاع می دهد. پایان نامه ها و رساله ها تنها جاییش که ارزش ارجاع دهی دارد یافته های فصل ۴ و ۵ آن می باشد یا فرا تحلیل هایی است که در ادبیات موضوع انجام داده و گرنه ارجاع دسته دو می شود.
  - آمار و گزارش ها.

- ایران داک دات ای سی دات آی آر. [irondoc.ac.ir](http://irondoc.ac.ir)
- سیویلیکا [civilika](http://civilika.com)
- نورمگز
- سید
- مگیران
- کتابخانه ملی
- پرتال جامع علوم انسانی
- سایت هایی در مورد کتب انگلیسی
- [Libgen.info&prg](http://Libgen.info&prg)
- [Sci-hub.org](http://Sci-hub.org)
- سایت های روی معاونت پژوهشی دانشگاه
- Researchgate
- Elearnica.ir
- هیچ موتور جستجویی روی دست گوگل نیومده. در گوگل اسکالر مقاله خود را جستجو کنید که یا **doi** یا **isbn** برای آن می آید. این را بروید در ایلرنیکا بزنید. ایلرنیکا لینک دانلود مقاله را به شما می دهد.
- [Bookfi](http://Bookfi.com) کتب مرتبط را هم بهتر می آورد.
- [Torrent](http://Torrent.com) فایل های به اشتراک گذاشته را شناسایی می کنند. مطالبی که به اشتراک گذاشته است را به شما می دهد. یک نرم افزار بیت تورنت دارد که باید روم کامپیوتر نصب باشد تا کار کند.
- [Isu.articlegate.ir](http://Isu.articlegate.ir)
- مدیریت منابع اطلاعاتی داشته باشید و اگر در بحث های اسلامی کار می کنید از پژوهیار استفاده کنید. از [citavi](http://citavi.com) هم استفاده کنید.

جلسه هشتم

Monday, March 02, 2015  
8:08 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- هر منبعی ارزش خواندن ندارد. برای ارزیابی اول سراغ عنوان می روید. عنوان ها معمولا حوزه کلی موضوع را ریز می کند و کاری که انجام داده است را می گوید و خاصیت جذاب و بازاریابانه دارد. معمولا حوزه های کلی را ریز می کند. معمولا داخلش مورد مطالعه را می نویسد. اگر روش شناسی جدید است را در عنوان می نویسیم.
- چکیده: اول ضرورت و هدف را در دو خط می نویسند. در ضرورت و هدف، حوزه مساله را می نویسیم. هدف و ضرورت تحقیق را می نویسیم. چکیده را خودمان می نویسیم و نیاز نیست که منبع دهی کنیم. معمولا بین ۱۵۰ تا ۳۰۰ کلمه است. در چکیده روش شناسی را هم می نویسند. در نهایت هم به نتایج می رسد.
- متن مقاله: خیلی از اوقات شروع می کنیم به خواندن متون و سعی می کنیم که هیچی را از دست ندهیم. باید گستره ای از تحقیقاتی که وجود دارد را در ذهن خودطبقه بندی کنیم. معمولا سعی کنید مقالات کلیدی حوزه تان را پیدا کنید و آنها را سعی کنید که در نصف صفحه خلاصه کنید. حوزه و روش شناسی آنها را خلاصه کنید. در تلخیص یک مقاله چه مواردی باید ذکر شود؟
- ۱. فرضیات یا مدل پژوهش. فرضیه حدس بخردانه ای است که محقق از تحقیقات قبلی آن را بدست آورده و بر اساس آن می گوید که نتایج محتمل تحقیق این خواهد بود. یا از تحقیقات قبلی یا از استدلال منطقی قوی بدست می آید. که این فرضیات نتایج مورد انتظار تحقیق است.
- ۲. اندازه گیری مفاهیم مهم. مثلا فرهنگ سازمانی را با چه سنجه ای اندازه گیری کرده و این اندازه گیری چه جوابی داده است.
- ۳. مهمترین یافته ها
- ۴. طرح پایه ای پژوهش. مرور این خیلی به شما به خلاقیت شما کمک می کند.
- ۵. ایده ها برای پژوهش های آتی
- در متن ابتدا تصویر جامعی از مقاله بدست بیاورید. بامرور سریع عناوین مقاله، جملات اول هر پاراگراف و خواندن جمع بندی می توانی این کار را انجام دهید. پاراگراف های کلیدی به علاوه جمع بندی و نتیجه گیری.
- با این کار ها می توانید تصویر جامعی از حوزه مساله تان بدست بیاورید. تا این کار انجام نشود تحقیقتان تحقیق جذابی نمی شود.

- سعی کنید در متنی که می خوانید بعد از مشخص شدن مساله و روش، طراحی تحقیق که انجام شد، حالا باید وارد مطالعه تفصیلی متون شوید. که اینها شامل کتب، پایان نامه ها و مقالات جدی در این حوزه می شود. سعی کنید از همه متونی که نیاز دارید فیش برداری کنید.
- فیش برداری
  - در هر فیش یک مطلب بنویسید. فیشی که می نویسید خلاصه مقاله نباشد.
  - ارجاع از منبع اصلی باشد.
  - نقل قول مستقیم. تنها چیز هایی ارزش نقل مستقیم دارد که عین جمله برای ما مهم است. مثلا امام راجع به فرهنگ سازمانی حرفی زده مستقیم بیان می کنیم.
  - نقل به مضمون یا نقل قول غیر مستقیم. به زبان خودت بیان می کنی. مقاله باید با زبان خودتان بازنویسی شود.
  - خلاصه. خیلی از اوقات یک مقاله را می خوانیم و از کل مقاله یک پارگراف ارائه می دهیم.
  - نقد و نظر. خیلی از اوقات موضوع را می خوانی. می خواهی تکمیلش کنی یا تبصره بزنی.
- در مرور اولی باید یک تصویر کلی از بحث پیدا کنید.

## جلسه نهم

Tuesday, March 03, 2015  
10:40 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

### • اخلاق پژوهش

۱. سرقت ادبی: در سرقت ادبی در واقع چند نوع می شود. گاهی بدون ذکر منبع یک مطلبی را بدون استناد در مطلب خودشان می آورند. اینکه چقدر از مقاله ارجاع باشد را هنجار جامعه علمی مشخص می کند. گاهی خودمان را آنقدر محدود در منابع می کنیم که جایی برای فکر خودمان باقی نمی گذاریم. نقل قول غیر مستقیم و نقل به مضمون و خلاصه و اینها هم هر چه مقدارش کم شود و با تفکر خودتان یک مطلب را بنویسید خیلی بهتر است. حتما نگارشتان را بر اساس ادبیات خود بنویسید. گاهی ادبیات موضوع را از کسی دیگر بر می داریم یا ایده های کسان دیگر را بر می داریم.

- علامت سوال در بیان سوال های تحقیق و گاهی اوقات هم اگر نقل قول مستقیمی می کنی و یا جاهای خاص این علامت را می گذاریم.
- پرهیز از داده سازی و تقلب: در پژوهش واقعا به صداقت محقق بر می گردد. این که پرسشنامه را پر کنند و خودش داده درست نکند.
- رعایت حریم و امنیت افراد تحت آزمون:
- جسمی. در کتاب مثال زده که در آلمان نازی وقتی می خواستند ببینند که ادم در چند درجه می میرد آنها را در فریزر می گذاشتند.
- روانی: ما ها گاهی اوقات تحقیقاتی داریم که می خواهیم استرس شغلی را زیاد کنیم. مثلا می خواهیم ببینیم که تغییر حقوق چقدر امنیت روانی افراد را دستکاری می کند. این ها معمولا در تحقیقات آزمایشگاهی است. تحقیقات تجربی. این ها خیلی رخ می دهد که در محیط دستکاری می کنیم. در تحقیقات رفتاری زیاد رخ می دهد مثلا در سازمان یهو شایعه پراکنی می کنیم تا ببینیم چه تاثیری روی افراد دارد.
- حقوقی: مثلا از ادم ها می پرسیم که مالیات می دهند یا نه. می خواهیم ببینیم که اثر مالیات چیست یا هر چیز دیگر به خاطر همین از فرد می پرسیم که مالیات می دهد یا نه.
- امنیت شغلی: مثلا با تحقیقمان به این نتیجه می رسیم که فساد در سازمان زیاد است و رئیس هم تمایل به اخراج این افراد می کند.
- پژوهش مخفی. مخفی کاری در پژوهش. این یکی از الزمات جدی است. شما خیلی از اوقات صدای کسی را ضبط می کنید که نمی داند. مثلا ادم های در زندان هستند که با دوربین رفتارشان را بررسی می کنند. دانش آموزانی که در حال آزمایش هستند ولی این را نمی دانند. وارد حریم شخصی افراد می شوید. این ها خیلی از اوقات افراد نمی فهمند که وارد زندگی شخصی وی شده اید. همان قدر که نفهمد شما چه اطلاعاتی داری از وی جمع می کنیم این اتفاق رخ می دهد. اگر پژوهشی این چنینی بود باید از افراد قبل از شروع پژوهش یک رضایت نامه بگیرید.
- بروز رفتارهای سیاسی افراد. خیلی اوقات پژوهش ها می تواند مورد استفاده سیاسی قرار گیرد یا در پژوهش دستکاری می شود. یا از پژوهش سوء استفاده می شود یا در پژوهش دستکاری می شود. تحقیقات ارزشیابی و ارزیابی پیامدها خیلی ممکن است تحت تاثیر این قرار بگیرد و پژوهشگر را محدود کند. مثلا پژوهش هایی داریم که نتایج آن منتشر نمی شود. هم پژوهشگر باید



دقت کند که نتایج را عمومی منتشر نکند و از آنها سوء استفاده اخلاقی نکند از آن طرف هم نباید به خاطر اهمیت این موضوع دچار سانسور یا تحریف شود.

- هر کدام از این ها در دنیا مجازات های خاص خودش را دارد.
- طراحی پژوهش. یعنی کم کم دیگه باید این مساله را که مشخص و موضوع تحدید شد حالا باید پژوهش را طراحی کنیم. باید یک مسیری بشناسیم که بر اساس این مسیر یا مسیری مبهم با خطوط مشخص، که پژوهش بر اساس آن طی شود. مثلا داده هایم را از کجا بیاوریم جنسش چیست و چطور آن را تحلیل کنم. مثلا می توانیم تحلیل محتوا کنیم یا از گرندد تئوری استفاده کنیم و چگونه می توانیم تحلیل صحیحی داشته باشیم و چگونه می توانیم آن را ارائه دهیم. این فاز طراحی پژوهش بر می گردد به اینکه کمی فکر می کنید یا کیفی یا آمیخته.

○ **مفهوم سه سویه سازی.** در واقع چیزی بوده که در صنایع دریایی بوده که بتوان نقطه را درست تشخیص داد. ایده است که در آن کشف حقیقت از طریق نقطه های ورود متعدد جهت اطمینان از صحت داده ها داریم. می گوید با یک جاهایی برسیم که مطمئن باشیم که می توانیم حقیقت، حداکثرش را بدست آوریم.

- سنجش. گاهی در سنجش است. مثلا می خواهیم میل به ازدواج را بفهمیم. هم می شود مصاحبه کرد هم می شود از اداره ثبت احوال آمار گرفت یا روش های دیگر. یک بار می خواهی افسردگی را بررسی کنی یا تست می گیری یا مصاحبه می کنی. **در سنجش مان می توانیم روش های مختلف را برای به نتیجه رسیدن استفاده کنیم.**

- مشاهده گران. گاهی مشاهده گران را متنوع می کنیم. مثلا شما می خواهی بری ایران خودرو فرهنگ سازمانی ایران خودرو را بدست بیاوری. مثلا اگر مدیریتی برود میگوید که تعهدشان چطوری است یک روانشناس می گوید که مثلا معتاد هستند یا ... هر چه بتوانیم آدم های متنوع با زمینه ها و نقش های اجتماعی متنوع استفاده کنیم خوب است. در مشاهده گران گاهی کارگران یک نگاهی دارند که هیچ وقت یک پژوهشگر ندارد. مثلا ادمی که وضعش خوب است متوجه مشکل اقتصادی آدم ها نمی شود.

- تئوریک. ما خیلی از اوقات می خواهیم یک موضوعی را تبیین کنیم. مثلا می خواهیم فرهنگ دانشگاه امام صادق را بررسی کنیم. می شود مدل دنیسون یا مدل شاین را گرفت و کار کرد یک بار هم می شود ترکیبی از این تئوری ها را بکار بگیرد چون هر تئوری یک نقطه نظری دارد. هر کدام از تئوری ها را بگیرد تحلیل های متفاوتی خواهید داشت. پدیده

همان پدیده است ولی تبیین ها متفاوت می شود. فرهنگ دانشگاه امام صادق یک فرهنگ است ولی هر طور تبیین کنی این تبیین به آن می چسبد. برای رسیدن به حقیقت یک راه این است که تنوع تئوریک داشته باشیم.

- روشی. روش آمیخته است. شما می ایید به جای اینکه از یک روش داده های خود را جمع آوری و تحلیل کنید از چندین روش استفاده می کنید. مثلاً یک بار می گوئید کمی بعد کیفی. یک بار کیفی بعد کمی. یک بار می شود این ها با هم موازی باشد.
- خیلی از اوقات طراحی پژوهش را خشک می بندیم یعنی یا کمی است یا کیفی. تحقیقات کمی یک نگاه جمعی و نگاه عکس بزرگ دارد و همه را مثل عدسی محدب در یک نقطه به شما نشان میدهد.

- در پژوهش دنبال رسیدن به حقیقت هستیم. شاید نتوانیم صد درصد بشناسیم ولی دنبال این هستیم که بهتر آن را بشناسیم. در طراحی پژوهش باید نقطه ورود ها را آنقدر متعدد کنیم که پژوهش ما مطمئن تر شود.

مقاله های خوب زیاد بخوانید و آنها را از یاد ببرید و حال شروع به نوشتن کنید. با این که کار سیاق مقاله های خوب در ذهنتان هست ولی تقلید نمی کنید.

از خودمان هم می توانیم در مقاله بنویسیم.  
ادعایی که نیاز به پژوهش دارد نکنید.

جلسه دهم

Tuesday, March 10, 2015  
11:33 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- **عوامل مؤثر در طراحی پژوهش**

- **داده و ماهیت آن**

- مثلاً وقتی داده های ما عددی شد می رویم به سمت مدل های کمی

- **مفروضات کلیدی در مورد حقیقت**

- مثلاً وقتی می خواهیم در مورد مسائل رفتار شناسی کار کنیم مفروضمان این است که باید این مسائل را در دل افراد جستجو کرد لذا می رویم با آن ها زندگی می کنیم. خب این نگاه باعث می شود که نوع تحقیق ما متفاوت شود.

## • ماهیت آن چه می خواهیم بشناسیم

## • منطق و سیر پژوهش ما

- این منطق می تواند دو جور شکل بگیرد: کمی و کیفی.
- گاهی در تحقیقات، کاری که می خواهیم انجام دهیم یا منطق بازسازی شده است و یا منطق در عمل

## • منطق پژوهش

### • بازسازی شده

- یک سری فرضیاتی را بر اساس مطالعات قبلی ایجاد می کند. سنجه های این فرضیات مشخص است و آن ها را در نرم افزار می ریزد تا ببیند فرضیه تأیید می شود یا خیر. مشخص است که می خواهیم چی کار کنیم. انگار که داریم از روی کتاب آشپزی، آشپزی می کنیم. همه ی تحقیقات کمی چنین روندی را طی می کنند.
- ویژگی های منطق بازسازی شده
  - استاندارد است.
  - رویه دارد.
  - محقق دخالت ندارد.

### • در عمل

- در منطق بازسازی شده، مسیر را استاندارد می کنیم ولی در منطق در عمل، پژوهشگر را استاندارد می کنیم.
- در این منطق، قضاوت ما مؤثر می شود و اهمیت پیدا می کند.
- باید طرفندهای حرفه ای ها را بشناسیم و آن ها را تکرار کنیم. یعنی باید ببینیم که محققان قبلی از چه طرفندهایی استفاده کرده اند.
- از سفر پژوهشی پژوهش های قبل استفاده می کنیم.
- در این منطق زیاد نمی توانیم مسیر مشخصی برویم.
- پس می بینیم مسیر ها دو گونه شدند: خطی (در پژوهش های کمی) و غیر خطی (در پژوهش های کیفی) که یک فرآیند چرخه ای دارد.
- در تحقیقات کیفی داده ها واگرا هستند.
- محقق یک نظم درونی ایجاد می کند. انتقادی که کمی ها به کیفی ها وارد می کنند همین است که می گویند شما کیفی ها معلوم نیست دارید چی کار می کنید!!

- رویکردهای خطی کارآیی دارد و هزینه ی کمی دارد ولی مسیرهای غیرخطی اثربخش تر است و به آن حقیقتی که می خواهیم بررسی راحت تر می رسی. در تحقیقات کمی ما به دنبال عینیت بیرونی بودیم چرا که می خواهد صرفا آن چه که در بیرون هست را توصیف کند و در نتیجه فاعل شناسا هیچ تأثیری ندارد ولی در اثربخشی می گویند صداقت مهم است چرا که فاعل شناسا مؤثر است. چرا که مثلا می خواهد پیش زمینه های فکری افراد یک جامعه را بررسی کند در نتیجه نیاز است که خود فاعل شناسا درگیر قضیه شود.
- عینیت ما را به این سمت می برد که یک سری استانداردهای فرآیندی داشته باشیم ولی در صداقت به سمت عدم سوگیری و منصف بودن می رویم.
- در تحقیقت کمی انسان حذف می شود ولی در تحقیقات کیفی انسان نقش محوری پیدا می کند.
- در کمی ها اصل تکرارپذیری مطرح می شود (هر کسی این تحقیق را انجام دهد همین نتیجه را می گیرد) ولی در کیفی ها، اعتمادپذیری ( = موثق بودن) (هر کسی این تحقیق را انجام دهد نتیجه متفاوت ممکن است بگیرد).
- در تحقیقات کیفی ما یک کلیت و یک تصویر مبهمی از مسیر داریم.
- **در تکرارپذیری دو نکته مطرح می شود:**
  - **روایی:** همان چیزی که می خواستیم را اندازه گیری کردیم.
  - **پایایی:** اگر تکرار کنیم دوباره همان جواب را می دهد.
- **معیارهای ارزیابی اعتمادپذیری**
  - متنوع کردن شواهد
  - جمع آوری حجم زیاد از داده ها
  - سبب می شود که پدیده از چند نوع و زبان دیده شود.
  - استفاده از محققین مختلف و مشاهده گران
  - توضیح رویه ی کار
- این ها مواردی است که به وسیله آن ها می توانیم میزان اعتماد دیگران به تحقیقمان را افزایش دهیم.
- موضوعات تحقیقات کیفی مبهم و ضعیف هستند و خیلی کلی هستند.
- **محدود کردن سؤال تحقیق**
  - **مطالعات قبلی**
    - این که ببینیم چه کارهایی کرده اند و چه کارهایی نکرد اند.
  - **مشورت**
  - **جامعه، محور مطالعه را مشخص می کند.**
  - **هدف و نتایج برای ما مهم باشد.**

- اکتشافی
- توصیف
- تبیین
- ویژگی سوالات تحقیق
- دارا بودن قابلیت آزمون
  - آزمون پذیری یعنی قابلیت اندازه گیری و مشاهده پذیری داشته باشد.
  - کلی گویی نباشد
  - هر چقدر دقیق تر و جزئی تر باشد بهتر است.
  - ابهام نداشتن
    - سوالات به سمت خاص شدن می رود. باریک شود.
  - پرسش های تحقیق الزاما به فرضیه تبدیل نمی شود ممکن است به سمت گزاره رود. البته در تحقیقات کمی معمولا به فرضیه تبدیل می شود.

## جلسه یازدهم

Tuesday, March 10, 2015  
11:33 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- کتاب روش تحقیق در علوم اجتماعی
- در تحقیق کمی باید متغیرهای کلیدی را پیدا کنی. در تحقیق کمی می روی حرف بزنی می گویند متغیر شما چیست و برای این متغیر چه فرضیه هایی را درست کرده ای. متغیر مفهومی است که در تحقیق می تواند مقدارهای ارزشی یا عددی متفاوت بگیرد. مفهوم یا ثابت است یا متغیر. مفهوم ثابت مثل تیپ ایده ال وبر که یک مفهوم ثابتی است که در بیرون تجلی پیدا می کنید. متغیر یعنی با اندازه گیری می تواند شدت ان کم و زیاد شود.
- در اندازه گیری هایمان یک مدل کلی داریم این مدل یک سری فرضیه ها دارد یک سری مفاهیم دارد مثلا فرهنگ سازمانی یک مفهوم است که ابعاد دارد و این ابعاد یک سری مولفه و این مولفه ها هم شاخص دارد.
- در تحقیق کمی برای اینکه بتوانیم یک مفهوم کلی را اندازه گیری کنیم باید انقدر بشکنیم که به واحد های خردی تبدیل شود که قابل اندازه گیری و مشاهده باشد.

- متغیر چیزی است که می تواند نسبت های مختلف بگیرد و تا جایی ان را می شکنیم که هر فردی بتواند در مورد ان نظر دهد.
- معمولا در تحقیقاتی که مبتنی بر فرضیه هستند یک روش قیاسی داریم. یعنی از مدل به سمت فرضیه، مفاهیم، ابعاد و مولفه و شاخص حرکت می کنیم.
- اگر از سمت شاخص به و مولفه به سمت مدل حرکت کنیم کار استقرا می شود.
- افرادی که کار کمی دارند باید متغیر ها و فرضیه های آن متغیر ها را تولید کنند.
- فرضیه می تواند به سنجش دو متغیر یا یک متغیر به تنهایی مربوط باشد.

## جلسه دوازدهم

Tuesday, March 17, 2015  
10:37 AM

### • متغیرها

- مستقل
- 
- وابسته
- 
- میانجی (مداخله گر)
- 
- تعدیل کننده
- 
- کنترلی (مزاحم)

## جلسه سیزدهم

Tuesday, March 17, 2015  
10:37 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- جلسه قبل به این رسیدیم که در تحقیقات یک سری متغیر داریم
  - وابسته : معمولا متغیر مورد تحلیل ماست.

- مستقل: فاکتور هایی که روی این اثر می گذارد متغیر مستقل می شود.
- میانجی:
- تعدیل کننده: روی این رابطه مستقل و وابسته اثر گذار هستند. مثلا در ازدواج پایدار ممکن است فرهنگ محلی اثر بگذارد. ولی فرهنگ محلی با یک متغیری به پابندی به آداب. اگر افراد فرهنگ محلی خوبی داشته باشد پابندی به آداب ...
- کنترل: اثرشان را در رابطه مستقل و وابسته خنثی می کنیم. به این ها متغیر های مزاحم هم می گوئیم.

## • فرضیه

- در تحقیقات کمی کاری که داریم باید فرضیه بدهیم. بر اساس هدف تحقیق فرضیه ها یا می توانند کشفی یا توصیف و یا تبیین باشند. فرضیه های اکتشافی و توصیفی خیلی بهم نزدیک هستند. در فرضیه های کشفی گاهی فرضیه را در قالب کیفی بیان می کنیم مثل کاری که پلیس ها می کنند. فرضیه گاهی صورت کیفی دارد گاهی هم صورت آماری دارد. توصیفی مثلا فرهنگ دانشگاه امام صادق گروهی یا بوروکراتیک است. و در تبیینی معمولا دنبال فرضیه های علی هستیم. یعنی پیدا می کنیم فلان چیزی که بر کیفیت این رابطه اثر دارد. مثلا همیری می گوید که باور های مذهبی بر ازدواج پایدار اثر دارد. توجه کنید گاهی می توانید بگوئید که این ها با هم رابطه دارند. دو فرضیه داریم مثلا باور های مذهبی بر ازدواج پایدار موثر است که این رابطه علی را بیان می کند. دومین فرض این است که باور های مذهبی با ازدواج پایدار رابطه مثبت و معنا دار دارد که در اینجا فقط رابطه داشتن را مورد نظر قرار داده است. معلوم نیست که مثلا این دو مفهوم از مفهوم سومی نشات می گیرد و سبب می شود که این ها با هم پایین و بالا بروند ولی در فرضیه اولی می گوید که قطعا باور مذهبی بر ازدواج پایدار اثر دارد. می گوید این علت آن است پس رابطه در فرضیه ها فرضیه دوم دیگر علی نیست و همبستگی است. در مجله ها بعضی اوقات فرضیه ها علی و گاهی همبستگی بیان می شود که همبستگی گاهی در توصیف و گاهی در کشف است. به این همبستگی ها رابطه سنجی می گوئیم.
- هر وقت می خواهد رابطه علی بدهد ماتریس کواریانس می دهد. اگر تحقیق همبستگی شد یا رگرسیون یا ضریب پیرسون می روید. نوع فرضیه ای که می دهید کلی روی نوع آزمونی که انتخاب می کنید موثر است. مثلا برای کشف فرهنگ دانشگاه امام صادق از آزمون میانگین استفاده می کنیم تا بدانیم فرهنگش کدام است. جنس فرضیه ها نوع آزمون را مشخص می کند.

هر فرضیه ای که می نویسد مسیر شما را مشخص می کند. اگر تحقیق شما (بررسی فرهنگ سازمانی دانشگاه امام صادق ع) را بگویید که توصیف است آن انتخاب روی تجزیه و تحلیل داده ایشان اثر می گذارد. ولی اگر بگویید که تحقیقش تبیینی است نیاز به پرسشنامه بیشتری دارد. پس پرسشنامه توصیفی برای این کار کمتر از پرسشنامه مورد نیاز برای بررسی تبیینی این کار است.

○ فرضیه به لحاظ دیگر

• پژوهشی:

• آماری:

□ وقتی که در تحقیق مان فرضیه را می نویسیم چطور می خواهیم ان را ازمون کنیم؟ به

این فرضیه پژوهشی می گوئیم. مثلا باور مذهبی بر ازدواج پایدار موثر است حالا می

خواهی چطور این را بسنجی؟

○ در فرضیات یک نگاه نگاه اثبات گرایان و نگاه دیگر نگاه ابطال گرایان است. اثبات گرایان معتقدند

که فرضیه های تحقیق مان را اثبات می کنیم. مثلا دنبال شناخت فرهنگ دانشگاه هستیم و فرض

می کنیم که گروهی است و با پرسشنامه ان را اثبات می کنیم. ولی ابطال گرایان می گویند که نمی

توانیم فرضیات علمی را اثبات کنیم بلکه یک فرض خلاف را می سازیم و می گوئیم مثلا فرهنگ

دانشگاه امام صادق گروهی نیست و بعد این گروهی نیست، رد می شود. بنابراین گزاره های علم

هیچ وقت اثبات نمی شود بلکه نقیض شان رد می شود و فرضیات ما فعلا اثبات می شود. فرضیه

در نگاه ابطال گرایی فرضیه یا رد می شود یا به خاطر رد نقیضش تایید می شود. یعنی فعلا هست

تا زمانی که رد شود. این بسیار اصطلاح محتاطانه ای در علم است. ما در ابطال گرایی دنبال این

هستیم که فرضیه پژوهشی را باید به یک شکل آماری تبدیل کنیم. مثلا فرضیه آماری کار صادقی

کیا این است که  $\mu \geq 3$  یا  $\mu > 3$ . فرض صفر فرضی است که علامت مساوی دارد و فرض یک

اونی ه که مساوی نداره. اگر اونی که مساوی داره تایید بشه فرضیه ما فعلا درست است. بنابراین

ادعای صادقی کیا فرض صفر بود. مثلا در کتاب گفته است  $h_1$  را خلاف حرف خودمان می

گذاریم و ان را ازمون می کنیم و اگر رد شود فرضیه ما تایید میشود. ما در نگاه ابطال گرایی ابتدا

یک فرض خلاف ادعای فرضیه خود می سازیم بعد فرض خلاف را رد می کنیم و فرضیه ما تایید

می شود. اگر فرض خلاف حرف ما تایید شد حتی با شواهد کم این نشان می دهد که فرضیه

تحقیق ما حتی با یک استقرا ناقص رد شدنی است. چون در استقرا یک نمونه خلاف برای رد کل

فرضیه کافی است.



## ○ فرضیه ها یا

- جهت دارد.

- یا بدون جهت است.

○ **فرضیه دو سویه.** دیدند در محله ای فقر وجود دارد یکبار می توانیم بگوییم که فقر بر جرم اثر دارد یک بار می گوید تعداد جمعیت بر جرم اثر دارد یک بار می گوید فقر و جمعیت بر جرم اثر دارد. اصلا نباید در یک فرضیه مشخص نباشد که کدام اثر می گذارد. در یک فرضیه همواره یک رابطه سنجیده می شود مثلا نمی توانیم فقر و جمعیت را همزمان اثرش را بر جرم بسنجیم. مورد سوم نمی تواند باشد. یکی از فاکتورهای موثر سطح تحلیل است. گاهی متغیر ها به جای هم دیگر گرفته می شود که این اشتباه است. گاهی عارضه را با علت اشتباه می گیریم. خیلی از اوقات متغیر ها با هم قاطی می شود.

○ مفروضه های فکری بر ثبات ازدواج موثر است.

○ فرضیه حکمی است که رابطه بین دو متغیر را بیان می کند. فرضیه حدسی است که نتیجه

احتمالی تحقیق ماست. یک فرضیه را از مون می کنیم. یا ابطال گرا هستیم یا اثبات گرا. در اثبات گرایی دنبال این هستیم که بگوییم فرضیه ما درست است اما در ابطال گرایی یک فرض خلاف ایجاد می کنیم اگر این رد شود فرضیه ما فعلا اثبات می شود. مثلا در دانشگاه امام صادق علیه السلام ازدواج های دانشجویی پایدار است و در دانشگاه امام صادق ازدواج های دانشجویی پایدار نیست. در اثبات گرایی دنبال این است که این گزاره ای که می گوید پایدار است را اثبات کنی اما در ابطال گرایی می گوید خلاف این فرض را در نظر بگیری که ازدواج دانشجویی در دانشگاه امام صادق پایدار نیست. اگر این نیست را رد کنی فرضیه اول فعلا پایدار می ماند. به اینها فرضیه پژوهشی می گوئیم. اما فرضیه آماری اینها چیست؟ اگر ایشان در نظر بگیرد که  $\mu \geq 3$  است. این فرضیه آماری می شود. معمولا فرضیه های پژوهشی را به فرضیه های آماری تبدیل می کنیم و این فرضیه های آماری را می توانیم اندازه گیری کنیم. که فرض صفر و فرض یک برای آن به وجود می آوریم. فرض خلاف را اندازه گیری می کنیم اگر این فرضه خلاف رد شد فرض اصلی ما تایید می شود و فعلا می توانیم با آن کار کنیم.

جلسه چهاردهم

بسم الله الرحمن الرحيم

• فرضیات علی

- فرضیه های هستند که در پی کشف علل حوادث و پدیده ها هستند. مثلا در دانشگاه امام صادق پایداری ازدواج را پذیرفته ای حالا می خواهی عللی که در اینجا رخ داده است را پیدا کنی. لذا فرضیه می دهی و می گویی باور های دینی در پایداری خانواده اثر گذار است. که صورت فرضیه اثر گذار است علت آن است موثر است می باشد. به اینجور الفاظ تکیه می شود. در فرضه های علی دنبال این هستی که یک فاکتور و یک متغیر مستقل علت متغیر وابسته است. اگر خاطرتان باشد قبل از عید هم گفتیم که گاهی دنبال همبستگی و گاهی دنبال علت یابی هستیم.
- امروزه در تحقیقات تجربی و کمی دنبال فرضیات متقن علی هستیم و می خواهیم علت را کشف کنیم.
- در فرضیات علی اولین بحث، بحث صورت است که باید چه شکلی اینها را بیان کنیم. اثر گذار است علت است و اینها.
- بحث دیگر نحوه انجام پژوهش است. شما یک مطالعه را یا از طریق مطالعه میدانی یا از طریق تجربه میدانی یا از طریق تجربه آزمایشگاهی انجام می دهی.

۱. مطالعه میدانی: فیلد یا همان تحقیقاتی که به آن پیمایش می گوئیم شما در محیط هیچ تغییری ایجاد نمی کنی. هیچ دخالتی در محیط نداری فقط یک اسکنی از محیط انجام می دهی. مثلا یک تحقیق علی می خواهیم انجام دهیم که علل پایداری ازدواج در دانشگاه امام صادق چیست ما هیچ تغییری در تحقیق انجام نداده ایم ولی دنبال پیدا کردن علل بوده ایم. این دشوار است. چون شما هیچ تغییری ایجاد نمی کنی و باید یک علت یابی انجام دهی. شما باید فرضیات علی تبیین کنید بر اساس مطالعات قبلی، به علاوه اینکه نوع خاصی از تحلیل داده ها داشته باشید. برای علی بودن نوع خاصی از تحلیل را می خواهد. اگر می خواهی ادعای یک پژوهش علی داشته باشید باید از نوع خاص تحلیل استفاده کنید. مثلا تحلیل مسیر انجام دهید.

۲. تجربه میدانی: مطالعات تجربی میدانی. تجربی میدانی شما می ایی در میدان عمل می کنی اما چون تجربی است یک مداخله در مورد مطالعه انجام می دهی. مثال علت اقبال

مردم به سرمایه گذاری در بانک چیست. مثلا می گوییم نرخ سود آوری است برای این تحقیق نرخ سود را کم و زیاد می کنیم. به ۵ تا بانک خصوصی می گوییم که نرخ سودتان را زیاد کنید. بعد از شش ماه مطالعه کنید و ببینید زیاد شد یا نه.

۳. تجربه آزمایشگاهی: آزمایشگاهی که می شود به معنای جدا کردن زمین مطالعه از بقیه است. اینجا می آید افراد را در محیط محدود و بسته آزمایش می کنید. مثلا ان چه در مطالعات هاثورن رخ داد. که افراد را در محیط خاصی قرار دادند و نور محیط را کم و زیاد کردند. این ها را در محیط های مجزایی جدا می کنند و محیط هم از محیط طبیعی خودش بیرون می آید.

### ○ خطاهای رایج در فرضیات علی.

۱. همانگویی (تکرار مکررات). خیلی از اوقات نمی توانیم ادعا کنیم که یک سری مسائل علل مسائل دیگری است ولی با شعور متعارف چنین ادعایی می کنی. مثلا توان گویی را تکرار مکررات است. خیلی از اوقات یک استدلال های دوری انجام می دهیم و آن چیزی که در فرض اولمان نسبت به آن آگاهی داشتیم آن را علت معرفی می کنیم. مثلا ادم هایی که به اقتصاد ازاد معتقد هستند می گویم افرادی هستند که می گویند دولت باید کم تر دخالت و قانون گذاری کند و غیره. اگر بیایم یکی از همین هایی که معتقد به اقتصاد ازاد هستیم بگوییم آقای فلان معتقد به اقتصاد ازاد است زیرا معتقد است که دولت نباید قانون گذاری کند. برای اینکه تایید کنیم که ایشان دیدگاه اقتصاد ازاد دارد می گوییم که معتقد است که دولت نباید قانون گذاری کند. مثلا در فرهنگ نظام خانواده علت اینکه نظام سستی دارند نرخ طلاق پایین است. فرهنگ سستی را اگر بخواهیم بشناسیم از پایین بودن نرخ طلاق می شناسیم.

۲. فرجام انگاری. خیلی از اوقات ما ها نمی توانیم چیز هایی را که قطعی می بینیم به صورت فرضیه علی بیان کنیم. مثلا انسان ها خلاف کار هستند چون ماهیت و سرشتشان این است. علت خلاف کاری انسان را ماهیت وی بدانیم. یعنی موکول کنیم به یک امر مبهم و غیر قابل آزمون. معمولا فرضیات علی باید به شکلی باشد که بتواند آزمون پذیر باشد. مثلا پایداری خانواده را نمی توانی به سرشت انسان برگردانی. کار علی دنبال این است که این را تجربه پذیر کند. در کتاب می گوید خانواده هسته ای شکل قالب خانواده در جوامع مدرن است زیرا بقای جامعه وابسته به این نوع شکل خانواده است. ایا می دانی که جوامع مدرن باقی

می مانند؟ خیر. پس چرا این را علت معرفی می کنی؟! چیزی که هنوز رخ نداده و فرجامش معلوم نیست چیزی که مبهم است اینها را نمی توانی در فرضیات بیاوری.

۳. مغالطه بوم شناختی. شما مطالعه ات را در یک سطحی انجام می دهی علت یابی ات را در سطح دیگری تحلیل و استنتاج می کنی. مثلاً در کتاب مثال زده که یک شهری را مثال می زند که این شهر بسیار ثروتمند است اما در این شهر نرخ موتور سواری هم بیش از حد متوسط است. در شهر دیگری ثروت کمتر و استفاده از موتور هم کمتر است. این را به شهر دیگری تعمیم داد و گفت که افراد ثروتمند میل به استفاده از موتور دارند. آن سطح تحلیل شهر بود و واقعا هم رابطه علیت مشخص نبود. این سطح را به سطح افراد می رساند. این نمی تواند دلیلی بر این باشد که اگر شهری مطالعه شد افراد هم همان ویژگی های شهر را داشته باشند. مثلاً در رفتار شهروان بین مذهب و رفتار اقتصادی رابطه باشد ولی در سطح خانواده چنین رابطه ای نباشد.

۴. مغالطه تقلیل گرایی. این است که در سطح پایین به سطح بالاتر تعمیم دهی. معکوس بالایی است.

۵. مغالطه همزمانی. آخرین اشتباه بزرگی که رخ می دهد این نوع است. خیلی از اوقات چیزهایی که در ذهن مان علت می دانیم علت نیست. مثلاً همیشه اول پاییز برگ درخت می ریزد و بخاطر هوا مسافرت کم می شود و خراب شدن لاستیک هم کم می شود حال ما بیاییم و بین ریختن برگ درخت و خراب شدن لاستیک ماشین ارتباط برقرار کنیم.

### ○ بعد از مشخص شدن فرضیات باید چکار کنیم؟

• بعد از اینکه فرضیات را در تحقیقات کمی ایجاد کردیم. از موضوع، مساله، بعد سوال، بعد فرضیات، بعد داده و بعد تحلیل و نهایتاً به نظریه می رسیم. بعد از اینکه فرضیات ایجاد شد باید برویم سراغ اینکه بتوانیم فرضیاتمان را مشاهده کنیم و آنها را در تحقیقات کمی اندازه گیری کنیم. در تحقیقات کمی معمولاً به فرضیات که رسیدی بقیه مسیر یک مسیر مشخص و روتینی است.

### • اندازه گیری

ما وقتی تحقیق را انجام می دهیم حالا در تحقیق کیفی دیگر این بحث فرضیات را نداریم و بحث از مساله و سوال که داریم بعدسراغ داده ها می رویم و آن را تحلیل می کنیم به نظریه می رسیم. در هر دوی اینها بحث اندازه گیری داریم و متناظر آن مفهوم سنجه مطرح می شود. سنجه

در واقع چیزی است که به ما کمک می کند که داده ایی که نیاز داریم را جمع کنیم. معمولا صبح تا شب برای گرفتن تصمیم های مختلف اندازه گیری های مختلف انجام می دهیم و این ها معمولا می تواند قالبش دقیق باشد یا قالب های کلی داشته باشد. مثلا می گوئیم رضایت دانشجویان دانشگاه امام صادق متوسط است. اما بعضی وقت ها از اندازه گیری دقیق و گاهی از اندازه گیری کلی استفاده میکنیم. گاهی که می خواهید ایده جدید بدهید نیاز دارید که بگوئید یک چیزی کم است زیاد است و اندازه این را بیان کنید. چون در اندازه گیری می فهمی که تغییرات چقدر است و این مقوله ای را که بررسی می کنی حائز چه رتبه و اندازه ای است و می توانی راجع به آن صحبت کنی. در مجموع به طور خلاصه اندازه گیری و سنجش است که سبب می شود تحقیق شما بتواند محقق شود. در تحقیق کمی و کیفی این اندازه گیری متفاوت است.

در تحقیقات کمی. در تحقیقات کمی قبل از جمع آوری داده متغیر ها را مشخص می کنیم و برای هر متغیر ابزار خاصی می سازیم که به این ابزار سنجه می گوئیم. در تحقیقات کیفی هیچ وقت این اندازه گیری یک باره انجام نمی شود شما در حین فرایند تحقیق اندازه گیری خودتان را انجام می دهیم. همین که مصاحبه می کنید و استنتاج هایی که در حین کار انجام می شود اینها اندازه گیری است. و این اندازه گیری از کجا شروع می شود؟

در تحقیقات کیفی. اندازه گیری کی رخ می دهد؟ معمولا اینجا که فرضیات داریم یک سری متغیر های خاص را مشخص می کنی مثلا می گوئیم اثر باور مذهبی بر پایداری خانواده. وقتی متغیر خاصی را مشخص کردیم یک سری اقدام هایی را انجام می دهیم و در یک بازه زمانی انجام می شود. منظورم از اندازه گیری وزن و متر کردن و توزیع پرسشنامه نیست. خیلی از اوقات این اندازه گیری ما یعنی مشاهده، یعنی جمع آوری داده. یعنی یک پدیده را به طور کامل بشناسی. وقتی می گوئیم اندازه گیری الزاما این نیست که به یک عدد و رقم خاص بررسی. قطعا رویکرد کمی دنبال این است. در رویکرد کیفی همین که داری داده جمع آوری می کنی این اندازه گیری است. سنجه شما سنجه های متناسب با داده هایتان خواهید داشت. منظور ما از اندازه گیری جمع آوری داده هایی است که با استفاده از آن می توانیم به سوال تحقیق مان جواب دهیم. در عرف حس می کنیم که اندازه گیری الزاما یک عدد و رقم است در حالی که چنین نیست. در تحقیق کیفی اندازه گیری آن همیشگی است. همیشه شما داری یک سنجشی از محیط انجام می دهی.

**نفس داده ها**

- معمولا در تحقیقات کمی دنبال عدد هستیم یا دنبال این هستیم که بتوانیم داده های خودمان را به عدد تبدیل کنیم. مثلا می گوییم مرد و زن، وی آن را تبدیل به یک و دو می کند. و بعد با همین عدد و رقم هاست که اندازه گیری صورت می گیرد اما داده ها در داده های کیفی هر چیزی می تواند باشد؛ کلمات، نحوه صحبت کردن ها، تن صدا و اشیا و پدیده ها و چیز های دیگر.

نحوه پیوند داده ها و مفاهیم

## جلسه پانزدهم

Tuesday, April 07, 2015

11:36 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- مفهوم اندازه گیری این بود که فرآیند اندازه گیری اتصال مفاهیم، ایده ها یا سازه ای درون ذهن ما با آنچه در جهان بیرون قابل مشاهده است می باشد که این اتصال توسط یک فن، فرآیند یا رویه انجام می شود.
  - در اندازه گیری کاری که می خواهیم انجام دهیم،
  - خیلی از کتاب ها بین **concept** و **construct** فرقی نمی گذارند. بعضی می گویند که مفهوم ذهنی تر و دومی عملیاتی تر است. تبدیل به سازه هایی می شود که قابل اندازه گیری باشد. این یک تفاوت. یک فرق دیگر این است که وقتی می خواهیم این مفاهیم را در واقع تحقیق پذیر کنیم به **construct** تبدیل می کنیم.
  - رویه و فرآیند و تکنیک. در اندازه گیری میایم یک چیز انتزاعی در ذهن داریم و می خواهیم این را با چیزی که در بیرون قابل مشاهده و ملموس است. چیز مشاهده شدنی و ملموس قابلیت این را دارد که به عدد و رقم و **fact** تبدیل شود که این مفهوم انتزاعی در ذهن ما تمایز قائل بشیم در مورد های مختلف. مثلا آی کیو در افراد مختلف متفاوت است. آی کیو را توان تحلیل فرد در بحث های شناختی و ریاضی می دانیم. این را می خواهیم بسنجیم. این **variable** است. یعنی در افراد مختلف مقادیر مختلف می گیرد. باید برسیم به یک تکنیک. پروسیجر. پروسیجر خاص تر از فرآیند است. فرآیند روی پروسیجر ها شمول پیدا می کند. رضایت شغلی یک مفهوم انتزاعی است. برای اینکه این را اندازه بگیریم باید با یک سری از شواهد بدست بیاوریم. این شواهد چیست؟ گاهی به فرد پرسشنامه می دهیم و می گوییم نگرشت به این ها را توضیح بده. می گوید من دوست دارم که

با رئیس ارتباط داشته باشیم. یک بار رفتارش را مشاهده می کنیم. مثلاً آدم هایی که سر وقت می آیند اینها افرادی هستند که رضایت بیشتری دارند. یک بار سنجه می دهیم یک بار مشاهده می کنیم و یک بار از اطرافیان راجع به وی می پرسیم. در همه اینها داریم یک مفهوم ذهنی که خودمان داریم با شواهد عینی بیرونی پیوند می زنیم برای اینکه بین افراد مختلف تمایز قائل شویم.

○ پس این نشان می دهد که وقتی می خواهیم فرهنگ سازمانی را اندازه گیری کنیم وقتی می خواهیم قابلیت مرجعیت علمی را برایش سازه ای درست کنیم و دانشگاه را هر سال با آن بسنجیم برای اینکه می خواهد به مرجعیت برسد باید سازه و سنجش داشته باشد و اینکه چطور می خواهیم این را اندازه گیری کنیم این خیلی مهم است. بعضی اوقات در کشور می گویند ایران در دنیا در تولید محتوای علمی اول است ولی هنوز در تولید آفتابه مشکل دارد!! آن چه شاخص هایی بوده و چه را ارزیابی کرده که از نظر تولید علم اول هستیم ولی در کشور هنوز جواب نمی ده؟! این جا بحث اندازه گیری مهم است. که چه شاخص و ابزاری را باید در اندازه گیری به آن توجه کنیم.

○ سنجه ابزار اندازه گیری شواهد عینی است. مثلاً شما در مورد رضایت شغلی ممکن است بگویید ابزاری که استفاده میکنم پرسشنامه است. شواهد عینی نگرش آن فرد. یا سنجه شما مشاهده رفتار کارکن است که یک نفر را می گذاری که رفتار آنها را مشاهده کند. سنجه ابزاری برای اندازه گیری مشاهده شدنی ها و تبدیل آن ها به عدد و رقم برای استفاده از آن ها در تحقیق است.

سنجه می تواند حوزه های مختلفی را در بر بگیرد و فراتر از پرسشنامه می باشد.

○ یک طرف اندازه گیری مفاهیم ذهنی و ایده ها هستند و یک طرف بحث شواهد تجربی و ملموس است. جلسه قبل بحث دیگری را آغاز کردیم و گفتیم؛

○ **اندازه گیری در کمی و کیفی با هم متفاوت است.** به لحاظ

۱. زمان بندی. معمولاً در تحقیق های کمی معمولاً یک باره اطلاعات را طی یک سنجه جمع

آوری می کنیم در حالی که در تحقیق کیفی معمولاً شواهد در عین کار جمع می شود و این روی هم ریختن ها منجر به شکل گیری مفهوم در ذهن ما می شود. در تحقیق های کمی یک مفهومی در ذهن ما هست و آن را در طی تحقیق سنجش می کنیم. مثلاً مفهوم خانواده پایدار از ابتدا شکل گرفته است. یواش یواش مفهومش را عملیاتی می کند و سنجه ای برای آن درست می کند و آن را می سنجد. اما در تحقیق کیفی شواهد جمع می شود و بعد به مفهومی به عنوان مثال به نام فساد اداری می رسد. در تحقیقات کیفی یک پوسته ای را داریم ولی هنوز مشخص نیست که این چیست. فرآیند تحلیل کیفی جمع شواهد و داده ها برای

رسیدن به مفهوم است ولی در کمی بر عکس است و از ابتدا مفهوم را داریم. در تحقیق کیفی یکی از ویژگیهایش این است که با اسمی وارد قضیه می شوید و بعد چند اسم دیگر هم بوجود می آید.

۲. نفس داده. در اندازه گیری در تحقیقات کمی معمولا به اعداد و ارقام می شود و حتی خوب و بد هم تبدیل به یک و دو می شود اما در تحقیقات کیفی همه چیزی می تواند این شواهد تجربی و ملموس باشد.

۳. نحوه پیوند داده ها و مفاهیم. در تحقیق کمی قبل از جمع آوری داده ها به خوبی روی مفاهیم فکر می شود و فنون اندازه گیری جهت خلاصه سازی مفاهیم با استفاده از داده های تجربی است اما در تحقیقات کیفی مفاهیم پس از جمع آوری داده ها شکل می گیرد و البته در کل فرآیند تحقیق بین داده ها و مفاهیم رفت و برگشت وجود دارد. در تحقیق کمی آنقدر مفهوم را عملیاتی کرده ای دیگر نمی توانی آن را تغییر دهی اما در تحقیق کیفی داده هاست که نظریه را خواهند ساخت و این فرآیندشان معکوس است. در تحقیق کیفی استقرا و در تحقیق کمی قیاس حاکم است. وقتی در تحقیقات این قیاس و استقرا با هم است.

○ یک بدی در اندازه گیری تحقیق کیفی این است که علاوه بر جمع آوری داده، محقق به عنوان فاعل شناسا و تفسیر کننده اثر دارد. شواهد در تحقیق کیفی آن چیزی است که در ذهن شما تولید می شود. شواهد این است.

○ در تحقیق های کیفی وقتی می خواهید سنجش کنید باید مطمئن باشید که هر چه وجود داشته است را گفته اند.

○ در تحقیق کیفی باید مطمئن شویم که با اندازه گیری مان همه داده ها را جمع می کنیم و دوم اینکه درست تفسیر می کنیم. یک سری فنون اعتماد پذیری به تحقیق است. در این نوع باید تمام انقلت هایی که افراد از شما می پرسند، باید جوابی برای آن داشته باشید.

### ○ فرآیند های اساسی اندازه گیری

• مفهوم سازی: در مفهوم سازی ما داریم یک تعریف شفاف و واضح و صریح، یعنی یک تعریف مفهومی را از یک سازه ذهنی می گیریم. از یک مفهوم انتزاعی می گیریم. یک سازه ذهنی هست که کاملا انتزاعی است و خشک است ما داریم در قالب الفاظ و در یک تعریف مفهومی آن را واضح و شفاف می کنیم. در مفهوم سازی از یک مفهوم انتزاعی که شامل یک سری ایده های ذهنی است داریم یک تعریف مفهومی در قالب واژگان و کلمات علمی بیان



می کنیم. مفهوم ذهنی تبدیل به یک تعریف می شود. اینجا یعنی چی؟ یعنی داریم کمک می کنیم که آن چیزی که در ذهن ما هست را بیان کنیم. اینجا کاملاً به این سمت می رود که تعریف خوب باید جامع افراد و مانع اغیار باشد. یعنی تمام چیزی که مد نظر ما هست را بگوید و آن چه را که مد نظر ما نیست را بیرون کند. یک تعریف باید واضح، شفاف و مانع اغیار و جامع افراد مصادیق آن ایده باشد. ارائه یک مفهوم این است که بقیه تعاریف را بخوانیم و خیلی از اوقات باید اینها را جمع کنیم و در ذهن خود انتزاع کنیم. بحث بعدی نگاه خود اندیشمند است.

- **نگاه خود اندیشمند:** خیلی از اوقات یک مفهوم را ممکن است در نگاه رشته ای خاص تعریف کنیم. مثلاً مفهوم تعارض. ولی همین تعارض را به روانشناس که می گویی می گوید که یک حالت ناپایدار ذهنی است که باعث می شود فرد به طور آگاهانه در مقابل منافع بایستد. هر کسی یک چیزی می گوید. خیلی از اوقات مفهوم سازی که می گوئیم شاید شما در تحقیق خاص به تعریف خاص از یک مفهوم و ایده کلی بروید.

- **عملیاتی کردن:** عملیاتی کردن فرآیند حرکت از تعریف مفهومی به سمت فعالیت ها یا سنجه هایی خاص که به محقق اجازه می دهد تا مفهوم را بطور ملموس و تجربی مشاهده کند. یعنی تعریف مفهومی در اینجا تبدیل می کنیم که توسط فعالیت یا سنجه مشاهده پذیر و تجربه پذیر شود. در این عملیاتی کردن شما می آیی می گویی مفهوم رضایت شغلی مثلاً می گویی احساس خوب بودن فرد از کارش، یا مثلاً تعهد سازمانی به این معناست که فرد نسبت به سازمان و کار خود نوعی پایداری دارد که باعث بقای فرد در سازمان می شود. حالا برای اینکه این را می خواهی مشاهده پذیر کنی باید انقدر تکه تکه اش کنی که این فرد که می خواهد در سازمان بایسید بخاطر این است که کار دیگری پیدا نمی کند یا بخاطر رابطه عاطفی اش است. حالا با این دو تا می سنجمیم که مثلاً من بیرون نمی روم چون کار دیگری پیدا نمی کنم یا من بیرون نمی روم چون رابطه عاطفی دارم. با چند پرسش می توانی بررسی که این آدم متعهد هست یا نیست. از یک چیز کاملاً ذهنی به امری کاملاً قابل اندازه گیری تبدیل می شود.

○ در اندازه کتاب سه سطح را بیان می کند

- سطح نظریه

□ سازه ذهنی و مفهوم پردازی در این سطح است.

- سطح عملیاتی

- تعریف مفهومی و عملیاتی سازی در این سطح است.

- سطح تجربی

- مولفه یا سنجه ذیل این سطح است.

- در این فرآیند چند چیز مهم است. اول اینکه تشخیص دهید که سازه دنبال چیست. در تعریف مفهومی باید آن را از آن چه غیر از آن است متمایز کنید و در آخر باید به یک سنجه برسید.

- یک سنجه خوب چه ویژگی هایی باید داشته باشد؟

- در این مفهوم که در تحقیقات کمی قوت کار روی کیفیت سنجش شماست. اگر دیده باشید در تحقیقات کمی در روش شناسی اش دو بحث روایی و پایایی دارد که ویژگی های این سنجه است و کل این تحقیق را با همین می سنجند. اما در تحقیقات کیفی معمولا داده ها سازماندهی شده و معنا بخشی می شوند یعنی تفسیر می کنیم و به آن معنا می دهیم تعاریف مفهومی معمولا در حین یا بعد از گردآوری داده ها ایجاد می شود و عملیاتی سازی در واقع توصیفی تفصیلی از نحوه گردآوری و اندیشیدن پژوهشگر در مورد داده های خاص است که بر اساس آن داده ها مفاهیم ایجاد می شود.
- در تحقیقات کیفی مفهوم پردازی در حین و بعد از جمع آوری داده است. و عملیاتی سازی توصیفی از آن چه که انجام شده است می باشد. که چگونه در مورد داده ها فکر می کردی و چگونه اینها را از هم متمایز کرده ای. در تحقیق کیفی باید بگویی که چکار کردی و چه فرآیند و چه چیزی برای شما مهم بود و چطور داده ها را جمع کردی و چطور تفسیر کردی و چطور معنا بخشی کردی؟ مبنایی برای معنا بخشی داشتی یا نه؟
- بعضی اوقات در تحقیقات خارجی می بینید که می گوید فقط مشاهده کرده است. خوب به بحث سنجه رسیدیم که سنجه شاخص های ارزیابی به نام روایی و پایایی دارند و اینکه چگونه شکل می گیرند.
- دکتر مقیمی کتابی ترجمه کرده اند که ۱۱ جلد است و همه اش پرسشنامه است.
- برای خیلی از جاهایی که نمی توانید سنجه پیدا کنید برید در پایان نامه های خارجی. معمولا پیوست پایان نامه سنجه هایشان را می گذارند. بهترین جاها برای پیدا کردن سنجه هاست.

بسم الله الرحمن الرحيم

- تا اینجا رسیدیم که در واقع گفتیم که سه سطح داریم. یک سازه انتزاعی داریم. ذیل آن یک تعریف مفهومی و ذیل این هم یک مولفه یا سنجه داریم.
- گفتیم برای اندازه گیری در تحقیقات کمی اول یک سازه انتزاعی که با آن درگیر هستیم را پژوهشگر در این سطح انتزاعی یک رابطه بین سازه و بین فرضیه مفهومی خودش برقرار می کند. اگر تعهد سازمانی مد نظرش هست که در سطح انتزاعی می باشد می آید و بین مولفه ها می گوید احتمالا بین دل بستگی فرد و اینکه دوست دارد در سازمان باقی بماند بین این ها ارتباط هست که همه اینها نشان دهنده مفهوم تعهد است. معمولا اینجا یک نظریه کمکی داریم. در تعریف مفهومی یک نظریه کمکی داریم. این نظریه مشخص می کند که اگر گفتیم تعهد سازمانی اینجا چند بعد دارد؟ مثلا تعهد مستمر، تعهد هنجاری و تعهد عاطفی. این یک نظریه کمکی برای نظریه است. مثلا تعهد سازمانی را پورتر گفته و این سه را میر گفته است. این نظریه به شما کمک می کند که این سازه انتزاعی را با این نظریه بهتر بشود تبیین کرد. در این فرآیند قیاس وارد جهان تجربی می شویم و در این جهان دنبال این هستیم که تک تک این سه را با تجربه عالم واقع ارتباط دهیم. شما در این قسمت مولفه و سنجه دارید منطقا یک سازه را با آن چه که در جهان رخ می دهد ربط می دهید و این کار دشواری است و نیاز به مهارت خاصی دارد. مثلا در نظریه رهبری فیدلر در این نظریه وقتی که می خواهد مفهوم انتزاعی که دارد که رهبری است و رهبری ممکن است دو مولفه داشته باشد ۱۶ گویه به افراد می گوید و می گوید بهترین و بدترین همکارانت را در این موقعیت برای من توصیف کن. می خواهد ببیند که بدترین و بهترین رفتار چیست. می خواهد یک مفهوم پیچیده را از طریق ارتباط با عالم واقع اندازه گیری کند. اندازه گیری منظور انتصاب عدد به یک حقیقتی نیست که خیلی از اوقات اندازه گیری اینطور نیست و بلکه به معنای مشاهده می باشد. اندازه گیری یعنی اینکه بتوانید بین آن سازه انتزاعی خودتان با عالم واقع ربط و نسبت برقرار کنید. تفاوتی بین نظریه پردازی و آزمون نظریه باید داشته باشیم. در نظریه پردازی یک فرایند استقرایی را جلو می رویم. در تحقیق های کیفی این رفت و برگشت همیشه هست و هیچ وقت محقق این سه را منفک از هم انجام نمی دهد ولی در تحقیق کمی مرحله ای است.

- یکی از مهمترین کارهایی که باید انجام دهیم این است که مفهوم را خوب شفاف کنید و بعد این را خوب با تجربه گره بزنید.
- یکی از مشکلات جدی که داریم این است که در عملیاتی کردن ما همیشه فکر میکنیم که باید هرچه محققان قبلی انجام داده اند ما هم باید عین به عین آن را استفاده کنیم.
- شما ممکن است از بین چندین تعریف یک تعریف مختار داشته باشید یا حتی از بین تعاریف مختارتان یک تعریف ترکیبی درست کنید.
- در تدوین سنجه شما الزاما نباید سراغ سنجه هایی که قبلی ها داشته اند بروید این البته کار خوبی است. ولی نباید الزاما همان باشد.
- درون گرایی یک مفهومی است که هم می تواند خوب باشد و هم بد. شما می خواهید کجای این را برداری؟ شما باید بگویید که درون گرایی چه هست و چطور می خواهید آن را اندازه گیری کنی.
- همین الان در مفاهیمی که با آن درگیر هستیم این که همیشه افراد ما با وب درگیر هستند این درون گرایی هست یا نیست؟ یک تعریف مفهومی می گوید که این درون گرایی نیست و دانه ارتباطاتش را در جهان مجازی زیاد می کند.
- در سیاست گذاری همیشه یک طرف آن سنجش است.
- می توانید
- یک اشتباه بزرگی که در تدوین سنجه ها رخ می دهد این است که چند وقت پیش
- در اندازه گیری مثلا می خواهید بگویید که تعهد سازمانی بر رضایت شغلی اثر دارد یا اثر مثبت مستقیم دارد باید در تحقیق باید تعهد سازمانی را جدا و رضایت شغلی را هم جدا می سنجیم. در تحلیل می سنجیم که این ها چه ربط و نسبتی دارد.
- در تحقیقاتمان این اشتباه را کم ندیده ام که فرضیه را در پرسشنامه می پرسد.
- خیلی از این پرسشنامه ها اندازه گیری نیست بلکه نظر سنجی از خبرگان است که این نظر سنجی فنون تصمیم گیری است و ارزشش برای آن لحظه ای است که تصمیم گیری می کنید.
- پس نکته دوم این است که باید تک به تک این ها را بسنجیم و بعد فرضیه های خودمان را به اینها تحمیل کنیم.
- سنجه در هر محیط و شرایط و هر زمان و مکانی متفاوت است. سنجه ها مولفه های زبانی و فرهنگی شان اینکه الفاظ در یک بافت فرهنگی چه معنایی دارد متفاوت است. همین که تفاوت دارد نمی توانی مطمئن شوی که این سنجه در فرهنگ ما هم همین معنا را دارد یا نه. این تفاوت را باید توجه کنید.

- یکی از چیزهای مهم در پرسشنامه الفاظ است. تقدم و تاخر قيد مهم است. اینکه تاکيد شما بر کدام قسمت جمله است.
- مفهوم پردازي و عمليات سازي در تحقيق هاي كيفي تفاوت دارد.
- در تحقيقات كيفي مفهوم پردازي بعد از گردآوري داده ها اتفاق مي افتد و بر اساس يك فرآيند استقرائي است. محقق داده ها را سازمان دهی و معنا بخشي می کند. در تحقيق كيفي اين فرآيند به صورت خطی نیست ولی همیشه به صورت رفت و برگشتی می باشد. عملياتی کردن یعنی چی؟ یعنی توصيف تفصيلی از نحوه گردآوري داده ها و نحوه اندیشيدن پژوهشگر در مورد داده هايی خاص که مبنای مفاهيم ما هستند. عملياتی کردن در واقع توصيف واقعیت پس از وقوع آن می باشد. در عملياتی کردن الگوی معنابخشي تان را بيان می کنید. در مفهوم پردازي آن اتفاق رخ می دهد ولی در عملياتی کردن آن اتفاق را توصيف می کنی.

- پژوهشگر در مورد پردازي يك مورد(يك واقعیت عینی) در حال ساختن یا خلق آن می باشد و هر پژوهشگری می تواند این مورد را متفاوت خلق و ایجاد کند. وقتی سنجه در نظر می گیرید فکر کنید که مثلا متر است.
- می رویم دنبال اینکه سنجه ای که طراحی کرده ایم قابلیت این را دارد که از ان استفاده کنیم یا نه.

### • روایی و پایایی در سنجه ها

- روایی ترجمه validity است که در کتاب هایی مثل کتاب خانم زهره سرمد اگر نگاه کنید روایی را اعتبار ترجمه کرده است. پایایی به معنای ثبات ترجمه شده است. پایایی یعنی نتایج سنجه در طول زمان و در بین گروه های متعدد و در شرایط متعدد همان جواب را می دهد یا نه. در واقع

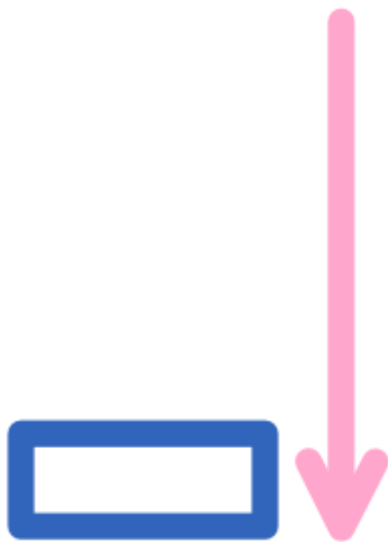
پایایی بیشتر به ما می خواهد اطمینان دهد که این ترازویی که با آن اندازه گیری می کنید هر بار که از آن استفاده کنید جواب های یکسان دارد.

○ روایی می گوید که اگر شما بر اساس یک سری شواهد و بر اساس یک مدل مفهومی می گویی که داری این ها را می سنجی آیا واقعا داری همان را می سنجی یا داری چیز های دیگری را هم می سنجی.

○ هر چه سازه های ما کیفی تر یعنی انتزاعی تر می شود این روایی سنجیدن بسیار بسیار سخت می شود.

○ می خواهیم بگوییم که داده هایی که با آن بازی می کنیم آیا توانسته ایم بین سازه های انتزاعی و آن چه که در جهان واقع رخ می دهد ارتباط برقرار کنیم یا نه. اینجاست که روایی به نظریه کمکی هایی که استفاده می کنی خیلی ربط پیدا میکند. روایی و پایایی در تحقیق های کمی مفهوم پیدا میکند. روایی به شما اطمینان می دهد که هر چیزی را که می خواهی بسنجی سنجیده ای و دنبال چیز دیگری نرفته ای.

○ روایی و پایایی دو خصیصه مربوط به سنجه ماست. آن چیزی که ما داریم عالم انتزاعی را بوسیله آن به عالم واقع پیوند می زنیم. در این رابطه بین دو عالم انتزاعی و واقع کیفیت ارتباط بین این دو را ...



سازه انتزاعی

مفهوم پردازی



تعریف مفهومی

عملیاتی کردن



مولفه یا سنجه

## جلسه هفدهم

Tuesday, April 21, 2015

10:36 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

• پایایی به دو خصصیه بر می گیرد

○ فرآیند اندازه گیری که چقدر دقت دارد

○ دقت و پایداری خود ابزار و گویه ها و آن سنجه مان. لذا اگر می خواهیم پایایی مان را افزایش

دهیم هم باید به فرآیند اجرا هم به ابزار هایمان توجه کنیم. البته معمولا تنها چیزی که می توانیم

بسنجیم خود ابزار است فرآیند را بیشتر از طریق توصیف خود محقق ارزیابی می کنیم.

○ انواع پایایی

۱. پایایی ثبات. این نوع بیان می کند که در ادوار زمانی با شرط ثبات تمام شرایط آزمون ما در

آن جامعه جواب یکسان خواهد داد. برای سنجش این کارهایی که می توانیم انجام دهیم

یعنی مطمئن شویم که این آزمون دوباره این جواب را خواهد داد عبارت اند از: ادوار زمانی:

□ اولی آزمون مجدد است. مثلا آزمونی از شما در مورد رضایت شغلی می گیرد.

□ آزمون های شکل بدیل آزمون طراحی شده. مثلا آزمونی داریم اول پیاده اش می کنیم

بعد یک آزمون درست کرده ایم شبیه همین آزمون. مثلا در تست ریبین خیلی قشنگ

می شود آزمون های شبیه آن را درست کرد. طراح چندین آزمون درست می کند بعد

یک آزمون را تست می کند آزمون دیگری را هم که از لحاظ تمام شرایط به این نزدیک هست را هم تست می کند.

۲. **پایایی معرف.** در پایایی معرف به دنبال این هستیم که ابزار مورد استفاده برای خرده جمعیت ها یا خرده گروه های مختلف در جامعه آماری مورد مطالعه جواب یکسان می دهد. مثلا جامعه مورد مطالعه ما دانشگاه امام صادق ع است. مثلا کیفیت خدمات پژوهش و آموزش کل را می خواهیم بررسی کنیم. باید ابزار ما در دانشکده های مختلف جواب یکسان بدهد. یا مثلا رضایت شغلی را می خواهیم بسنجی در بخش های مختلف سازمان باید یکسان جواب دهد. این آزمون را اگر از کدهای مختلف برگزار می کنی دانشکده ای بودن و غیره دخیل نیست و داری رضایت پژوهش را می سنجی اگر دیدی دانشکده دخیل شد پس احتمالا ویژگی هایی را می سنجی که خود دانشکده موثر است. یا اگر بین کدهای مختلف تفاوت می کند یعنی داری خدمات متفاوتی را می سنجی. داری یک متغیر دیگری را کنار آن می سنجی. در بحث های کیفی سراغ قابلیت اعتماد می رویم.

۳. **پایایی همسنگ.** خیلی از اوقات شما در درون سنجه خودتان از دو سه تا مولفه مختلف استفاده می کنید. از دو شاخص و معیار مختلف. در یک سنجه ممکن است زیر بخش های متفاوتی داشته باشد. یک سازه توسط چندین سنجه اندازه گیری می شود. در پایایی همسنگ دنبال این هستیم که سنجه منجر به نتایج یکسان در مولفه ها و شاخصه های متفاوت می شود یا نه. وقتی رضایت شغلی را می پرسید در رضایت شغلی مفهوم این است که فرد نسبت به همکار و مدیریت و شرایط کاری اش راضی باشد. برای پرسش از اینها ممکن است چند گویه موازی مطرح کنی که ممکن است با تعداد کمتری هم جواب دهد ولی برای اطمینان این کار را می کنی. آزمون را دو تکه می کنی بعد می بینی که آن دو تکه ای که می تواند اندازه و همسنگ هم باشد آیا با هم ارتباطی دارد یا نه؟ مثلا می گوییم که ۵۰ گویه داریم که این ۲۵ تا با آن ۲۵ تا یکسان عمل می کند. این را SPSS از طریق مسیر داده ها می فهمد. آزمون را نصف میکند بر اساس این آزمون نصف شده می آید رابطه بین این دو را می سنجد. آیا جواب هایی که این نصفه داده با جواب های دیگر تناسب دارد یا نه. این نشان می دهد که ابزار شما با یک ابزار دیگر تست می شود. این روش یکی از چیزهایی که خیلی متعارف است و در مقالات دیده اید ضریبی به نام ضریب آلفای کرونباخ داریم. در این ضریب در واقع کاری که انجام می دهد این است که عددی به شما می دهد. ابزاری که



استفاده می کنی درون آن ۲۰ تا گویه هست. گویه سوالاتی است که در پرسشنامه پرسیده می شود. به تک تک این سوالات گویه می گویند. الزامی ندارد که سنجه های شما پرسشنامه باشد. یکی از تست های SPSS تست پایایی است که ضریب آلفای کرنباخ را می سنجد. معمولا در همه تحقیقات پایایی را با ضریب آلفای کرنباخ می سنجند. چه ضریب آلفایی برای ما خوب است؟ معمولا می گویند ضریب ۷/۰ به بالا. معمولا می گویند بالای ۷/۰ پایا است. بین ۷/۰ تا ۶/۰ قابل قبول است. زیر ۶/۰ را غیر قابل قبول می گویند. سنجه ای که زیر ۶/۰ شد دیگر کارامدی ندارد. کل پرسشنامه را نباید آلفای کرنباخ بگیرد بلکه باید تک تک سنجه هایتان را آلفا بگیرید.

○ حالا چکار کنیم که این پایایی را افزایش دهیم؟ دقت کنید که خیلی از اوقات شما این تست و ری تست را انجام نمی دهید. البته اگر کارتان جدی باشد انجام می دهید. بعضی جاها تست و آزمون مجدد خیلی راحت است. برای افزایش پایایی چند کار هست :

۱. مفهوم سازی واضحی داشته باشیم. یکی از دلایلی که پایایی و روایی پایین می آید نحوه نگارش شماست. گویه هایی که دارید می نویسید. نظریه خودتان باید یک معنا داشته باشد. یک مفهوم و یک معنا را باید بپرسید. در هر گویه یک چیزی پرسیده می شود. از کلمات دو پهلو نباید استفاده کنید. از کلماتی که برای عموم قابل فهم است استفاده کنید.

۲. افزایش سطح اندازه گیری است. این یعنی چی؟ شما در پرسشنامه هایتان باید آنقدر ریز شوید که تک تک رفتارهای قابل مشاهده را از افراد بپرسید درجه تمرکز یا عدم تمرکز را می خواهی بسنجی. می پرسی که مدیر کارها را به شما می سپارد یا نه؟ یک بار می پرسی که مدیر من در فلان مورد به من کار می سپرد؟ یعنی آنقدر ریز می شوی که تک تک کارهایی که مدیر می تواند به کارمند بسپاری را اندازه گیری کنی. یک بدی که این افزایش سطح اندازه گیری دارد این است که پرسشنامه بزرگ می شود. جالب است که به سطح بهینه این رفتار ریز شدن می رسد. مثلا می گویند که سه رفتار خاص را بپرسی انگار که همه رفتارها را پرسیده ای. این را از طریق تحلیل مسیر بدست می آوردند.

۳. استفاده از مولفه های چندگانه. یا همان ابزارهای چندگانه است. اگر می توانید در سنجستان حتی اگر می توانید از دو سنجه در مورد یک موضوع استفاده کنید یا وقتی داری رضایت شغلی را می سنجی تعداد ساعت حضور و غیبت افراد را هم بسنجی و بین این ساعت های حضور با... مثلا برای رضایت شغلی می توانی پرسشنامه بدی یک بار می توانی

ساعت حضور را بررسی کنی برای افزایش پایایی می توانی از همه این ابزار ها استفاده کنی. چون هر سنجه و ابزاری یک بعد را می سنجد.

۴. استفاده از پیش آزمون، مطالعه مقدماتی و تکرار. در آن کاری که در رساله کردیم یک

پرسشنامه در آوردیم و دادیم به اساتید و گفتند که خوب است. می خواستیم توزیع کنیم که یک ماه طول کشید. اول اومدم بین ۳۰ تا آدم مطمئن توزیع کردم همین که توزیع کردم همین که پیش آزمون انجام دادم دو گویه من کاملا عوض شد چندتایی هم تغییراتی کرد. یک بار جواب دهند و تحلیل عاملی کنی می فهمی که داری یک چیز را نمی سنجی و گروه های مختلف به شما جواب نمی دهند. این پیش آزمون ها به شما خیلی کمک می کند.

• خیلی از این ها به خلاقیت شما برمی گردد که ادبیات خوبی داشته باشید. اینکه با دقت عمل به رفتارهای مشاهده شدنی نگاه کرده باشید. ببینید در کاری که می کنید از چه ابزار هایی می توانید استفاده کنید.

• **انواع روایی.** در روایی دنبال این هستیم که ببینیم که آن چه را که می خواهیم بسنجیم را می سنجیم یا نه. نکته ای که هست این است که خیلی احساس می کنیم که سنجه های ما اگر در جوامع مختلف بررسی شود باید جواب یکسان دهد ولی تحقیقات نشان می دهد که اینطور نیست. بین دانشگاه ها و بین جوامع و بین پست ها، هر تفاوتی ممکن است سنجه شما تفاوت ایجاد کند. روایی خیلی دشوار تر از پایایی است.

**روایی صوری.** این است که خبرگان در مورد آن نظر دهند که آیا این ابزار آن چیزی که می خواهی را می سنجد یا نه. مثلا پرسشنامه در مورد رضایت شغلی طراحی می کنی و افرادی که در حوزه منابع انسانی کار کرده اند راجع به این نظر می دهند.

**روایی محتوا.** در این روایی محتوا در واقع شما این را می گوید که آیا محتوای کامل تعریف مفهومی تان در این سنجه و این ابزار منعکس شده است یا نه؟ شما از یک نظریه کمکی استفاده می کردی. آیا نظریه کمکی را پوشش می دهد یا نه. لذا برای بدست آوردن روایی محتوا اولاً باید تعریف مشخص و مدونی داشته باشید. ثانياً در همین های نمونه گیری کنی و در همه حوزه های تعریف حرف داشته باشی. یکی از کارهایی که در پایان نامه کرده ام این است که آدم اول از قراردادهای روانشناختی مفهوم سازی کردم. دقیقاً در ابزار آمدم از تمام مضامین پایه ای که این مولفه ها از آن در آمده بود استفاده کردم. مثلاً گفتم که وظایف دانشگاه این ها است و برای نوشتن این ها از داده هایی استفاده کردم و این داده ها را در گویه هایم ریختم. از طریق تحلیل مسیر یا

تحلیل عاملی می توانی روایی محتوا را اندازه بگیری. تحلیل عاملی که می کنی. نتیجه تحلیل عاملی می گوید که همه پرسش های شما ۷۰ درصد پدیده ای که مد نظر شما بوده است را بررسی می کند.

**روایی ملاک.** در این روایی ما می رویم بین سنجه ای که طراحی کرده ایم با سایر ابزار هایی که وجود دارد مقایسه می کنیم. یعنی مقایسه می شود بین ابزار خودمان با سایر ابزار هایی که وجود دارد.

یکبار اجرای همزمان با سایر آزمون ها می باشد.

یکبار هم پیش بین است. مثلا در پیش بین شما می آبی می گوید که اگر (داریم برای استعداد تحصیلی آزمون می سازیم) استعداد آدم ها بالا باشد موفقیت تحصیلی شان هم بالا خواهد بود. یک آزمون برای استعداد تحصیلی می سازی و به پیش بینی موفقیت اینها ربط می دهی. در یک مولفه یا ابزار رویدادهای آتی که منطقا به این سازه مرتبط می شود را پیش بینی می کنی. اگر اینها به هم مربوط بود لذا این آزمون یس بینی کننده موفقیت خواهد بود. پس رویدادهای آتی که منطقا به سازه ای که می سنجیم مرتبط است و قابلیت پیش بینی آن را دارد. یک بار پیش بینی برای آتی است یکبار گروه هایی را که مطمئن هستیم ویژگی ها را دارند. مثلا می خواهی آزمون ترس بگیری می دانی که یک سری از این آدم ها ترسو هستند. در گروه هدفی که می دانی این ویژگی را دارد آزمون میکنی می بینی که جواب می دهد یا نه.

**روایی سازه.** یکی از انواع دیگر روایی سازه است. اگر یک مولفه بین یک عده بالا بود ولی بین بقیه هم بالا بود و هم پایین این نشان می دهد که بین مولفه های مختلف شما سازگاری نیست.

جلسه هجدهم

Monday, April 27, 2015  
8:40 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- اول جلسه رو بگیرم.
- نمی توانید روایی و پایایی را در حالت ایده آل با هم محقق کنید و این کار دشوار است.

- روایی درونی به این معناست که در فرآیند تحقیق هیچ نوع خطایی در مسیر پژوهش اتفاق نیفتاده است و روایی بیرونی به این معناست که ما می توانیم سنجه ی اندازه گیری خود را یا همان مسیر تحقیق خود را به محیط های دیگر تعمیم دهیم. که در روایی و پایایی تحقیق های کیفی این موضوع قشنگ خودش را نشان می دهد. روایی درونی نشان می دهد که مسیر تحقیق را درست رفته ایم و روایی بیرونی نشان می دهد که اگر چیزی را در آزمایشگاه ارزیابی کردی اگر آن را در محیط خارجی هم ارزیابی کنی همان نتیجه را می گیری. روایی چیزی است که آن چیزی را که می خواستیم اندازه گیری کرده ایم.
- روایی و پایایی در تحقیقات کمی معمولاً قابل بحث است اما اگر خاطرتان باشد گفتیم روایی و پایایی در تحقیق های کیفی مفهوم دیگری دارد.

### • روایی و پایایی در تحقیقات کیفی

- عملیاتی شدن در تحقیقات کیفی یعنی بیان آن چیزی که اتفاق افتاده است.
- مفهوم روایی و پایایی با مفهوم این دو در تحقیق های کمی نمی شود. چون در تحقیق های کیفی بر اساس آن چیزی که محقق از محیط فهم می کند آن را بیان می کند و تفسیر می کند و این تفسیر می تواند از پژوهشگری به پژوهشگر دیگری متفاوت شود لذا در این جا بیشتر نگاه مکانیکی است.....
- در تحقیقات کیفی با این مفاهیم کار داریم.

- اعتبار پذیری. در تحقیقات کیفی به معنای واقعی بودن توصیف ها و یافته های پژوهش و اعتبار آنهاست. و عبارت است از درجه اعتماد به واقعی بودن یافته ها برای شرکت کنندگان پژوهش در قالب زمینه ای که پژوهش انجام شده است. می شود آن چیزی که در عالم واقع هست با آن چیزی که پژوهشگر توصیف کرده است با هم منطبق است. تحقیق های کمی آن است که مسیر پژوهش درست انجام شده باشد که رسیده باشد. این هم به نحوی گزارشگری کنی که آن چیزی که هست را بگویی. آن چیزی که در واقعیت بوده است را بیان کرده باشی. در تحقیقات کیفی یکی از مخاطرات جدی اش این است که پژوهشگر است و پژوهشگر. مثلاً به یکی بگویی با چند مصاحبه کردی می گه با ۸ نفر و پدیده فساد اداری را دیده است. می گوید در مصاحبه ۶ ام به کفایت نظری رسیده ام و بعد برای اطمینان ۲ مصاحبه دیگر کردم. دیگر اینجا کسی نیست که ببیند راست می گوید یا نه. ترفند هایی را می گوئیم که مخاطب به شما اطمینان کند که اگر گفتیم با ۸ نفر به کفایت نظری رسیدم، به مخاطب اطمینان دهیم. باید ملاک هایی را در اینها بررسی کنیم که ذیل این ملاک

ها بگویند که تحقیق ما اطمینان پذیر است. در این جا دنبال این هستیم که آنچه در واقعیت بوده است را بیان کرده. منظور از اینجا اعتبارپذیری است. یعنی تمام واقعیت را مشاهده کرده است. در این جاها یک سری از الزامات و یک سری از کارها را محقق در حین تحقیق انجام می دهد یا در ارائه گزارش انجام می دهد و بعد گزارش می دهد که برای اعتبار پذیری کار، این کارها را انجام داده ام. اینجا محاسبه کردنی نیست بلکه استانداردپذیری محقق است. از جمله کارهایی که برای اطمینان بخشی باید بکند:

□ مشاهده طولانی/تماس مستمر. در اینجا محقق با عجبین شدن با مورد مطالعه اولاً به مدت طولانی به مشاهده مورد مطالعه خود می پردازد و ثانیاً سعی می کند با حضور همیشگی موارد احتمالی و ویژگی های زمینه اتفاق را متوجه شود. این است که یک جایی تلب شود. اگر می خواهد سازمانی را مشاهده کند باید همیشه درگیر اینها باشد.

□ بررسی مساله از زوایای مختلف است. یعنی مثلاً قبلاً یادتان هست که می گفتیم سه سویه سازی؟ اینجا همان سه سویه سازی است. شما از منظر داده های مختلف به این موضوع نگاه می کنید. یک بار مصاحبه می کنید یک بار مستندات سازمان را می خوانید یک بار آمار و ارقام را نگاه می کنید.

- داده ها.
- مشاهده گران مختلف. خیلی از اوقات شما خودتان وقتی در یک مساله ممکن است بخواهید ظهور و بروز داشته باشید ممکن است نتوانید بعضی از ابعاد مساله را متوجه شوید. برای اینکه مطمئن شوید که آن چه که واقعیت بوده را بیان کردید باید از چند نفر دیگر هم استفاده کنید. مثلاً می خواهید فرهنگ سازمانی شرکت بزرگی را بررسی کنید. در تیم شما حتماً باید روانشناس، جامعه شناس و غیره باشد. و خود همین ها خیلی از اوقات می بینند که خیلی از عارضه فرهنگی است که روانشناس یک بعد آن را می بیند و دیگری بعد دیگری را.

- تنوع در نظریه ها. نظریه های پشتیبان تحلیل های خودتان را متنوع کنید. یک بار مساله را از حیث فرهنگ سازمانی می بینید یک بار هم ممکن است از

حیث وفاق جمعی ببینید که این مثال خیلی دقیقی نیست. همین نظریات پس ذهن را برای تحلیل متفاوت کنید نگاه شما هم متفاوت می شود.

• روش شناسی های متفاوت است. که این روش شناسی ها هم می توانید فنون جمع آوری داده هایتان را تغییر دهید.

□ تبادل نظر با همتایان. گاهی از کسانی می خواهید که به شما در تحلیل کمک کند. این خودش یکی از راه های افزایش اعتبارپذیری است.

□ کفایت مراجع داده ای. یعنی شما باید بتوانید تحقیق تان را که انجام دادید داده های خامتان را نگه داری کنید و بین این داده های خام با آن چیزی که انجام داده اید ارتباط برقرار کنیم. خیلی از اوقات احساس می کنید که چیزی از این داده برداشت می شود و اگر اصل منبع حفظ شود ممکن است که بعدا اگر کسی خواست این مسیر را برود اصل آن باشد داده ها را داشته باشد.

□ کنترل از سوی اعضای مورد مطالعه. مفهومی را نیومن می گوید که شما گاهی که همان جایی که داری برداشت می کنی و مصاحبه می کنی یک مموهایی در ذهن شما شکل میگیرد. ممو آن چیزی است که محقق در حاشیه مصاحبه در ذهنش شکل میگیرد و یک ایده شکل میگیرد. می گوید همان جایی که داری باهاش مصاحبه می کنی بگو من این حرف را از صحبت شما برداشت کردم آیا درست است؟ یا مثلا از مصاحبه یک مدلی در میآوری بعد به مصاحبه شونده می گویی که این درست است؟ که ایشان باید تایید کند.

• انتقال پذیری. معادل همان اعتبار بیرونی تحقیق است. از یک فضای آزمایشگاهی قابل تعمیم به یک فضای کلان تر می باشد. از یک فضا می شود به فضای دیگر رفت. در انتقال پذیری ایا می شود گفت که تحقیق کیفی انتقال پذیر است؟ چون گفتیم که برای یک مورد خاص بوده است. این تحقیق اگر قرار باشد که برای یک مورد خاص باشد و نشود آن را به جای دیگر تعمیم دهیم پس برای چه آن را انجام می دهیم؟ عین کار باستان شناسان می باشد که نمی گذارند ساختار تکان بخورد انتقال پذیری در تحقیق کیفی است. با توجه به اینکه پژوهش کیفی کاملا به شرایط و زمینه های محیطی مورد پژوهش بستگی دارد انتقال پذیری در این تحقیقات به این معنا می باشد که محقق با توصیف کامل زمینه، پیش فرض های فکری و شرایط پژوهش و ارائه جزئیات کامل، شرایط ایجاد شده برای استنتاج نتایج

تحقیق را کاملا توصیف می کند تا در مورد صحیح بودن آن استنتاج ها دیگران ارزیابی کنند. یعنی می گوید که در این شرایط با این پیش فرض ها با این مبناهای ارزشی این استنتاج شد. در اینجا معمولا دنبال تعمیم پذیری های عام مکانیکی نیستیم اما اینجا می گوئیم که پدیده به اضافه زمینه؛ اگر این آنگاه این.

- قابلیت اطمینان. قابلیت اطمینان تقریبا معادل پایایی در تحقیقات کیفی است. و در پی آن است که خواننده تحقیق متقاعد شود با توجه به فرآیند طی شده در پژوهش یافته ها قابلیت اتکا و اطمینان دارد. بدین منظور باید در تحقیقات یک مسیر نمای حسابرسی داشته باشیم. بدین معنا که در این مسیر نمای تحقیق محقق جزئیات مربوط به گردآوری داده ها، نحوه تصمیم گیری های در تحقیق، نحوه تحلیل ها و این موارد را بیان می کند. الان می گوئیم که چه چیز هایی را باید رعایت کند. دقیقا فضایی که رفتیم و کاری را که کرده ایم را بیان می کند. شما وسط تحقیقت یک تیکه ای مصاحبه ات را می گذاری. می گویی این جمله را گفت و من از این، این برداشت را کردم!! برای اینکه بگویی تحقیق اصالت داده ای دارد همان تیکه را وسط تحقیق می گذاریم. داده های خام، نحوه گردآوری، نحوه خلاصه سازی، مموهای تحقیق، یادداشت های روش شناختی (چرا از این روش رفته ایم) منظور از این ها بیان ما فی الضمیر است. مولف باید آن چه که برایش رخ داده است از هر حیثی، حیث داده ای و روشی و غیره، اتفاقی که افتاده است را باید بیان کند. این ها را که گفت هر کسی می تواند بخواند. به مخاطب قدرت اغنا می دهد. هر محقق باید یادداشت نگار داشته باشد. همینطوری که داره راه میره بگوید که این را دیدیم. یادداشت نگار های خیلی پشتیبان این موضوع است.

- تایید پذیری. در واقع معادل عینیت داشتن تحقیقات کمی است. بدین معنا که اگر کسان دیگری هم به تفسیر داده های ما پردازد همین نتایج تایید می شود. در تایید پذیری میسر ردیابی یافته ها تا منابع اصلی بیان می شود. تمام این هایی که گفتیم تحقیقات کیفی اعتبار پذیری شان، انتقال پذیری شان و غیره، همه کاملا یک فرآیند کاملا آمیخته همراه با خود پژوهشگر است. خیلی از این ها یک سری وقایع نگاری است. یکی از کار های جدی در تحقیق کیفی واقع نگاری است.

○ نکاتی که در گزارش تحقیق باید به آنها اشاره شود

- محیط انتخاب شده. باید توصیف خوبی از محیط داشته باشی.

- بیان کامل فعالیت های پژوهش. یعنی آن راهبرد منسجمی که در طول تحقیق پیگیری می کردید را بیان کنید.

- بحث انتخاب مضمون ها و اینکه چگونه این اسم گذاری ها بیان کننده واقعیت محیط شماست. کف داده های شما را بیسبک تم می گویند. یعنی هر شاهدهی که به عنوان مشاهده بر می داری.

کتاب اصول و روش های پژوهش کیفی تالیف خانم نجلا حریری. انتشارات دانشگاه آزاد. برای بحث کیفی در مقطع ارشد کافی است.

## جلسه نوزدهم

Tuesday, April 28, 2015  
10:38 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- بحث روایی و پایایی تحقیقات کیفی را گفتیم و به اینجا رسیدیم که بحث اندازه گیری را مطرح کنیم.
- اندازه گیری: مفهومی که داریم این است که سنجش چیست؟ در واقع تطبیق آن چه که در بیرون است و آن چیزی که در ذهن داریم. انتصاب یک عدد و رقم یا یک حالت به یک سازه انتزاعی. برای اینکه بعدا روی این کار انجام دهیم. معمولا متغیرها از نظر سنجش:

- گسسته. متغیرهایی هستند که تعداد حالات محدودی رو به خود می گیرند. یعنی مجموعه نسبتا محدودی از ارزش ها و صفات. متغیرهای گسسته متغیرهایی هستند که برای انتصاب حالت ها یا ارزش ها، عددهای محدودی را می توانند بگیرند. مثلا مثل گروه خونی. یا جنسیت. وضعیت تاهل. گسسته آن است که حالت ها یا ارزش های معدودی می گیرد. تعداد دانشجویان کلاس هم گسسته می شود.

- پیوسته. می تواند طیف نامحدودی از ارزش ها را به خود بگیرد. صفات یا ارزش های عددی. حالت های مختلفی می تواند برایش رخ دهد مثل رضایت. شادابی. قد و وزن.

- با توجه به این دو نوع متغیر، چهار سطح اندازه گیری داریم؛ وقتی اندازه گیری می کنیم می توانیم در ۴ سطح یک چیزی را ارزیابی کنیم.



□ اسمی: مثلا مثل گروه خونی. طبقاتی وجود دارد و تفاوت طبقات را مشخص می کند. یعنی مشخص می کند که مثلا اگر می گوئیم گروه خونی A و B اینها باهم متفاوت است.

□ ترتیبی: در ترتیبی هم تفاوت طبقات مشخص می شود و هم رتبه بندی می کند. مثلا کارشناسی، کارشناسی ارشد، دکتری و پست دکتری. اینها ترتیبی است.

• اسمی و ترتیبی گسسته است. گسسته ها یا اسمی ارزیابی می شود یا ترتیبی.

□ فاصله ای: هم تفاوت طبقات مشخص می شود هم رتبه بندی می کند و هم فاصله بین آنها مشخص می شود. فاصله ای صفر مطلق ندارد و صفر آن قرار دادی است لذا نسبت بین دو عدد نمی توان ایجاد کرد و فقط فاصله آن را می شود فهمید. مثلا ضریب هوشی یک مقیاس فاصله ای است. صفر آن صفر قراردادی است. نمی توانیم بگوئیم این صفر چیزی است که هیچی ندارد. کسانی داریم که ۷۰ هستند که شاید هیچی ندارند. این ها فاصله هایشان معنادار است. فقط می توانی بگویی کسی که ۱۳۵ است با کسی که ۱۳۰ است ۵ واحد تفاوت دارد.

□ نسبتی: که در اینجا در واقع صفر حقیقی هم برایش در نظر می گیریم. این هایی که صفر حقیقی دارد مثل قد، سطح درآمد خانوارها. چیزهایی هستند که صفرشان حقیقی است. مثلا کسی می تواند بگوید که درآمد این ماه من صفر بوده است.

• ما وقتی می خواهیم اندازه گیری کنیم پیدا کردن اسمی از همه راحت تر است. بحث های نگرشی را هیچ وقت نمی توانید که نسبتی آن را بدست بیاورید. اگر فاصله ای و نسبتی بدست بیاورید می توانید به ترتیبی و اسمی تبدیل کنید ولی اسمی و ترتیبی را نمی شود به فاصله ای و نسبتی تبدیل کرد.

• **مقیاس ها: SCALE:** مقیاس گذاری همانند شاخص سازی نوعی سنجه ترتیبی، فاصله ای یا نسبتی از یک متغیر را که در قالب یک نمره عددی نشان داده می شود بدست می آورد. سنجه ابزارش بود. در تدوین سنجه از مقیاس استفاده می کنی. مقیاس به شما کمک می کند که به گویه ها عدد بدهی. مثلا در طیف لیکرت شما می زند که موافق و کاملا موافق و مخالف و کاملا مخالف و بدون نظر به اینها عدد می دهد. اولین مقیاس برای اندازه گیری

○ طیف لیکرت. مقیاس مناسبی برای سنجش دیدگاه های افراد می باشد. طیف لیکرت ۵ تا ۷ تایی یا ۹ تایی می تواند باشد. یک دانه عدد فرد هم بدون نظر یا ندانستن است و بقیه دوطرف این قرار

می گیرد. این مقیاس معمولاً در پژوهش های پیمایشی و نظر سنجی استفاده می شود و سطح ترتیبی نگرش یک فرد را نسبت به موضوعی مشخص می کند. در لیکرت فاصله ها مفهوم دار نیستند. مثلاً می شود کاملاً موافق، موافق، بی نظر، مخالف، کاملاً مخالف. فاصله ها معنادار نیست. پس توجه کنید که خیلی از اوقات طیف لیکرت را بر می داریم و می خواهیم از آن همه استفاده ای بکنیم در حالی که عددهایش فقط خاصیت ترتیبی دارد. که البته بعداً تحلیل که می کنیم می توانیم تفاوت بین افراد را مشخص کنیم.

○ افتراق معنایی. در اینجا شما می خواهید از یک نفر نظر بخواهیم که بینیم نسبت به موضوعی چه حسی دارد. یک سری از صفات را می نویسی و می گویی روی این طیف علامت بزن که کجاست. مثلاً می گویی نسبت به اینها چه حال و وضعی داری؟ مثلاً نسبت به این گزینه و تغییر موافقی یا مخالفی. برایش ۷ آیت می گذاری که علامت بزند. کاری که فیدلر در تحقیق سبک سنجی رهبری انجام داد و گفت نسبت به بهترین و بدترین همکارت، نظرت را نسبت به این صفاتش بیان کن. مثلاً خوب، بد، صادق، کاذب، قوی، ضعیف. و این وسط برایش این خطوط را می گذاری و باعث می شود که خواننده یک تیپ ایده ال از بهترین حالت و بدترین حالت تصور میکند و یکی را انتخاب می کند. وقتی خوب است که مثلاً می خواهید که یک کارمند را ارزیابی کنید و مثلاً ۱۶ تا شاخص دارید. که نقطه مقابل آن را هم می دانید که چیست. یک کیفیت و یک صفت را در یک نفر اندازه گیری می کنید و بحث موافقت و یا مخالفت نیست. بعضی از اوقات از یک تا نه را شماره گذاری می کنند.

خوب.....بد

عمیق.....ضعیف

صادق.....کاذب

بین اینها از یک تا نه شماره گذاری میکنیم که مخاطب نمره بدهد.

۳. بوگاردوس. این مقیاس برای فهمیدن فاصله اجتماعی است. مثلاً می خواهیم بفهمیم که دانشجویان یک دانشگاه نسبت به مهمان شدن یک نفر از خارج از کشور چه حسی دارند. یک دانشجوی اهل آلمان و یک نفر اهل نیجریه. مثلاً میگوییم که نسبت به مهمان شدن این فرد چه حسی دارید. مثلاً نیجریه هشتاد درصد موافق بوده و نسبت به آلمانی نود درصد موافق بوده اند. نسبت با هم کلاس شدن، هم اردو شدن و هم سفر شدن و غیره. درصد اینها را می سنجد و سپس فاصله تفاوتی که نیجریه با آلمانی دارد هم فاصله بین نیجریه و آلمانی مشخص می شود و هم فاصله بین فاکتور ها

مثل هم کلاسی شدن و هم خوابگاهی شدن و هم سفر شدن و اینها. درصد موافقت و مخالفت افراد را می خواهیم. حالا چند مورد دیگر هم کتاب مثلا زده است.

۱. حیدرعلی هومن پدر سنجش و روش تحقیق های کمی است. مثلا کتابی در مورد دو متغیره ها دارد. این ها را بخوانید در کتاب ایشان پر از این مقیاس ها می باشد. توجه کنید که گاهی برای سنجش هایتان معمولا دوست داریم که با طیف لیکرت قضیه را تمام کنیم ولی گاهی با همین بله و خیر پرسیدن ها خیلی راحت تر یا طیف بالایی به نتیجه می رسیم. یا مثلا بخوانیم که نمره بدهند. خیلی اوقات اینکه حس افراد را از فرد بخوانید. مهم است که پس نظریه شما چیست که چگونه مقیاس درست کنید. در سنجش باید هدف را بفهمی و دیگری اینکه سطح دقت شما هم خیلی مهم است. بهترین راه برای اینکه چطور می توان یک مدل را اندازه گیری کرد سراغ تحقیقات قبلی بروید. این برگشت به تحقیقات گذشته در مقیاس ها خیلی مهم است. با توجه به این حرف هایی که زدیم در سنجش های کیفی و کمی دیدیم که در کمی دنبال مقیاس هایی بودیم که خاصیت عدسی بودن را داشته باشد که بتوانیم از جامعه بسیار بزرگ نتایج چکیده ای بگیریم ولی در کیفی می آیم داده هایی را گزارش می کنیم که الزاما شاید متمرکز تر نشود و شاید هم گسترده تر شود. الزاما همیشه نمی توانیم از یک جامعه سرشماری کنیم. معمولا تحقیقات خودمان را محدود در یک زمان و مکان می کنیم. مثلا شما می خواهی فرهنگ دانشگاهی را بسنجی دانشگاه امام صادق را می سنجی. شما معمولا مجبورید برای اینکه یک تحقیقی را انجام دهید بروید و همه کسانی که در متغیر و ویژگی مشترک هستند را سنجش کنید. به آنهایی که در آن ویژگی مشترک هستند جامعه می گوئیم. جامعه انقدر کوچک می شود که....

## جلسه بیستم

Monday, May 04, 2015  
8:36 AM

بسم الله

- مطالعه در فضای تجربی که می خواهد انجام شود باید روی فرد خاصی انجام شود. می توانید مجموعه گروه ها را هم در نظر بگیرید. گروه می شود عنصر و مجموع عناصر یا اعضا که در مطالعه ما دوست

داریم آنها را مطالعه کنیم جمعیت می گوئیم. معمولا جمعیت در یک ویژگی خاصی مشترک هستند و آنها را از بقیه افراد مجزا می کند مثلا شما می خواهی در مورد حس هویت یابی در جوانان ۱۸ ساله مطالعه کنی. این ۱۸ سالگی این ها را از بقیه متمایز میکند. انتخاب جامعه و نمونه در کیفیت تحقیق و وثاقت یافته ای تحقیق خیلی مهم است.

- این عناصر را اعضا می تواند یک فرد یا سازمان یا یک گروه یک رفتار یا یک صحبت باشد. مثلا می خواهید تحلیل فرهنگی کنید می گوئید که فقط نوع سلام علیک اینها را بررسی می کنیم. این می شود اعضای جامعه شما. می خواهم نوع صحبت کردن اینها را بررسی کنم. می خواهم رفتار خاص وی را در مقابل نماد مذهبی بررسی کنم. همین رفتار آنها عضو یا عنصر می شود. عضو یا عنصر را هر چه تعریف کنید می توانید کلی تر به شما جواب دهد.

- جامعه که مشخص شد خیلی از اوقات نمی توانید همه جامعه را بررسی کنید. به مطالعه کل جامعه سرشماری میگوئیم. معمولا به دو دلیل نمی توانیم سرشماری را خوب انجام دهیم کی وقت و هزینه بالا و یکی هم کاهش دقت. به خاطر سنگین شدن موضوع دقت کار شما را پایین می آورد لذا مجبور می شویم نمونه گیری کنیم که نمونه به تعداد محدودی از اعضای جامعه می گوئید که بتواند معرف خوبی برای اعضای جامعه باشد. توجه کنید که انتخاب نمونه می شود گفت که در جمع آوری اطلاعات حساس ترین کاری است که شما انجام میدهید. نمونه گیری معمولا بر اساس ۴ چوب نمونه انجام می شود. این ۴ چوب خیلی تعیین کننده است که کیفیت کار شما چگونه باشد. مثلا شما می خواهی در مورد رضایت خانوارهای ایرانی از برنامه های صدا و سیما نمونه گیری کنی. یک مفهومی داریم به نام رضایت از برنامه های صدا و سیما که پرسشنامه ۱۰ گویه ای دارد مثلا. نمی توانید که تمام خانواده ها را بسنجید پس افراد در دسترس را می سنجید. می گوئیم نمونه گیری تصادفی سیستماتیک انجام می دهید. شماره تلفن هایی شهر تهران را sort میکنیم و هر صد شماره یکی را بر می داریم. کی زنگ بزند؟ توی روز زنگ بزنی پیرزن ها یا خانم های خانه دار بر می دارد. اینکه با چه کیفیتی زنگ بزنید اینها برای اینکه نمونه می تواند معرف جامعه باشد یا نه موثر است. این که چطور داری شماره ها را انتخاب میکنی موثر است. خیلی از اوقات فکر میکند که حجم نمونه بسیار مهم است ولی معرف بودن نمونه خیلی از حجم ان مهم تر است. لذا چیزی که مهم است باید یک استراتژی صحیح برای جمع آوری داده ها داشته باشیم. وقتی سرشماری میکنیم اگر خاطرتان باشد اطلاعاتی که ناشی از سرشماری خود جامعه بود به آن پارامتر و اطلاعاتی که ناشی از مطالعه نمونه بود به آن آماره می گفتیم. استتیک ها معمولا اگر بتوانیم از چارچوب

نمونه گیری استفاده کنیم ارزشش از پارامترها کمتر نیست بلکه چون تعمیم پذیری بیشتری دارد شاید ارزشش هم بیشتر باشد.

- این از مفهوم نمونه گیری و اینها. در خیلی از مطالعاتی که انجام می دهیم نیاز داریم که نمونه از جامعه وسیع تر را برداریم.
- چارچوب نمونه گیری من باید چطور باشد؟ که معرف نمونه من که دانشگاه امام صادق است باشد؟؟؟؟؟؟
- توجه کنید که در هر کاری مجبور به نمونه گیری هستید. حتی اگر تحلیل متن انجام می دهید مثلا متن سخنان رهبر است بالاخره از اینها هم نمونه گیری می کنید.
- نمونه گیری معمولا به دو صورت انجام می شود:

○ نمونه گیری تصادفی: نمونه گیری تصادفی فرآیند انتخاب اعضای یک جامعه مورد مطالعه بر اساس قوانین احتمال و یک الگوی بدون ساختار جهت دار توسط محقق اطلاق می شود. در واقع در نمونه گیری تصادفی دنبال این هستیم که محقق بدون اینکه دیدگاه خودش را در انتخاب افراد دخیل کند به صورت رندم افراد انتخاب شود. درستی این قسمت بررسی شود. در نمونه گیری تصادفی نرمال بودن جامعه نشان می دهد اگر تعداد زیادی از این نمونه گیری انجام شود نقطه میانی منحنی پاسخ های سنجش ما به پارامتر جامعه نزدیک می شود. هر چه تعداد نمونه زیاد شود پارامتر و آماره به هم نزدیک می شود.

○ تصادفی ساده. یک چارچوب نمونه گیری درست می کنید بعد می آید همه عناصر جامعه خود را شماره گذاری می کنید و از جدول اعداد تصادفی یا رندم هایی که در کامپیوتر هست اینها را انتخاب می کنید. در این تصادفی می توانید به صورت جایگذاری یا بدون جایگذاری انتخاب کنید. در بدون جایگذاری احتمال انتخاب آن عضوی که مطالعه شده وجود ندارد. ولی گاهی هم با جایگذاری داریم مثلا احتمال اینکه در کیسه ای . مثلا افراد را دوباره از سر جایگذاری کنید. معمولا در نمونه گیری اگر هدف دریافت اطلاعات گسترده تری از تمام عناصر جامعه باشد بدون جایگذاری نمونه گیری می کنیم.

○ تصادفی نظام مند یا سیستماتیک: مثالی که زدم مثلا می خواهی محصولات فرهنگی ارائه شده در سوپری های تهران را بررسی کنی می بینی که در منطه دو تهران دو هزار سوپری هست و شما محاسبه کردی که تعداد نمونه است ۲۰۰ است می آبی از هر ده تا سوپری یکی را انتخاب می کنید. مثلا شماره ۳ سوپری یا سومین سوپری را انتخاب میکنی بعد ده تا به آن

اضافه می کنی و شماره ۱۳ و بعد شماره ۲۳ و بعد شماره ۳۳ و به همین ترتیب را انتخاب می کنید.

○ طبقه ای: معمولا در طبقه ای می آیی جامعه خودتان را برای اینکه نمونه بازنمایی بهتری داشته باشد جامعه را به یک سری خرده جامعه ها تقسیم می کنیم و از اینها بر اساس آن منطقی که می خواهید استفاده کنید نمونه گیری می کنید. مثلا می خواهید بدانید که چقدر از دانشجویان راضی هستند. نزدیک به دو هزار دانشجو داریم و در این دو هزارتا این ها مربوط به ۶ دانشکده هستند. می گوئیم دانشکده حقوق ۵۰۰ دانشکده مدیریت ۴۰۰ دانشکده الهیات ۲۰۰ دانشکده ارتباطات ۳۰۰ و دانشکده سیاسی ۲۵۰ و دانشکده اقتصاد ۳۵۰ نفر است. برای اینکه این دو هزار تا نمونه گیری کنید یک روش این است که دم مسجد دو هزار تا را از اداره آموزش از الف یا ی شماره گذاری کنید و با جدول رندم از اینها نمونه گیری کنی. یک بار این است که سیستماتیک باشد. در طبقه ای می گوید که نسبت دانشکده حقوق به کل دانشگاه چند نفر است؟ می گوید که یک چهارم است و باید یک چهارم ۲۰۰ نفر شما که می شود ۵۰ نفر از دانشکده حقوق باشد. ۴ نفر از مدیریت باشد و به همین نسبت. شما طبقه بندی می کنی و با توجه به تعداد آن نسبت را برداری. در این نوع می شود اطمینان بیشتری به نمونه کرد. چون رضایت از کیفیت یک امر نگرشی است بنابراین اگر حقوق بیشتر است باید تعداد بیشتری هم از آنها باشد. با این کار اثرات چیزهایی که می تواند تاثیر گذار باشد را کنترل می کنید.

○ خوشه ای: در خوشه ای معمولا اگر یک چارچوب دقیقی از نمونه گیری نداریم یا هزینه دستیابی به همه عناصر زیاد می شود معمولا خوشه ای درست می کنیم. مثلا می خواهیم ببینیم در سوپر مارکتی های تهران چه محصولات فرهنگی ایجاد میشود؟ میگوید اول یک خوشه هایی ایجاد کنید و از بین این خوشه ها از دسته های کلی به صورت رندم مناطقی را انتخاب کنید و یک بار از بین همان خوشه ها یک سری مناطق ریزتری را انتخاب کنید و از بین این عناصر ریز نمونه گیری تصادفی را انجام دهید. این خوشه ای معمولا در آموزش و پرورش و علوم تربیتی خیلی کاربرد دارد. به شما اطمینان می دهد که در جوامع گسترده و با پراکندگی بالا بتوانید بازنمایی بهتری از جامعه داشته باشید.

○ غیر تصادفی: از افراد یک مجموعه ای را می پرسد و درست می کند. از همین جامعه ممکن است به صد نفر برسد و باید الان نمونه گیری کند. گاهی انقدر جامعه را قید می زیند که خود به خود

محدود می شود. ولی گاهی نمی توانید انقدر جامعه را قید بنزید. این جامعه ممکن است وسیع باشد ولی خیلی از اوقات با قید زدن جامعه را محدود می کنی. به معنای این نیست که نظم خاصی دارد و نشان می هد که از خاصیت تصادفی بیرون آمده. یا نظر خودش را اعمال کرده یا یک محدودیتی را اعمال کرده است. توزیع را از تصادفی بودن خارج کرده است.

- اتفاقی: معمولا در این اتفاقی دنبال آن چیزی هستیم که در دسترس است یا برای ما راحت تر است که ازش پرسیم. شما می خواهی رضایت دانشجویان دانشگاه امام صادق را بسنجی می گویی برم مسجد ده دقیقه قبل از اذان اینهایی که می آیند بیکار هستند و به هر کسی که می آید یک پرسشنامه می دهید. نماینده جامعه نیست. غیر تعمیم پذیر و غیر دقیق است و نمی شود راجع به آن حرفی زد. تصویر تحریف شده ارائه می دهد. معمولا خوب است و شما یک مزاج سنجی می کنی ولی قابلیت این تعمیم را ندارد.
- سهمیه ای: تقریبا مثل طبقه ای است. انتخاب تعداد از قبل تعیین شده از مورد ها که از پیش طبقات یا گروه های مختلفی در جامعه ایجاد کرده ایم. فقط تفاوتش با طبقه ای این می شود که در سهمیه ای اتفاقی این را انتخاب می کنی. یعنی در دسترس انتخاب میکنی. هر مبنایی می توانید برای این بگذارید. مثلا سن، جنیست و غیره.
- قضاوتی:

- در نمونه گیری تصادفی بر اساس یک روند غیر تعیین شده افراد را انتخاب میکنی. اگر یادتان باشد بر اساس قوانین احتمال وقتی تعداد نمونه گیری ما از یک جامعه به صورت تصادفی زیاد می شود بر اساس قانون حد مرکزی می توانید به یافته های حاصل از آنها اعتماد کنید و یافته ها به حقیقت نزدیک می شود و نمونه معرف جامعه است.

کتاب دکتر مقیمی که کتاب ایشان پرسشنامه دارد.

پیشینه انگلیسی هم بررسی شود.

## جلسه بیست و یکم

Tuesday, May 05, 2015  
10:37 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- نمونه گیری

## ۱. احتمالی

- تصادفی
- سیستماتیک
- طبقه ای
- خوشه ای

## ۲. غیر احتمالی

- اتفاقی
- سهمیه ای

• قضاوتی: در این نوع ما در واقع بیشتر در تحقیقات اکتشافی یا میدانی استفاده می شود و بیشتر دنبال این هستیم که در انتخاب افراد بر اساس قضاوت خودمان یعنی قضاوت محقق یا قضاوت دیگران افراد را انتخاب میکنیم. احتمالی نیست و کاملاً افراد را با یک دیدگاه خاص انتخاب می کنیم. در سه شرایط از این جا استفاده می کنیم. در این سه حالت بهتر است که از نمونه گیری قضاوتی استفاده شود.

□ یکی این است که پژوهشگر می خواهد از افراد منحصر به فردی که در یک حوزه دانش و آگاهی خاصی دارند استفاده کند. مثلاً می خواهی در مورد بحث رواج فمینیسم در مجلات ایران تحقیق کنی. می دانی که سراغ هر مجله ای نباید بروی و سراغ مجله هایی می روی که رویکرد نویسنده اش به فمینیسم نزدیک تر است. دنبال روند های خاصی هستیم که بعضی از افراد دارند.

□ نوع دوم وقتی است که خیلی از اوقات در مورد جوامع خودمان اطلاعات را نمی توانیم به راحتی بدست بیاوریم. مثلاً کسانی که ایدز دارند یا هنجاری های اخلاقی دارند نمی توانی در اجتماع به طور تصادفی پیدا کنی. مثلاً کسانی که در سازمان فساد اخلاقی دارند را باید از رئیس پرسی. و

□ سومی جایی است که می خواهی با بررسی موارد خاص یک مورد را عمیق بررسی کنی. در اینجا دیگر دنبال این نیستیم که موضوع تعمیم پذیر باشد بلکه می خواهی فهم عمیق پیدا کنی. در این سه مورد نمونه گیری قضاوتی انجام می دهی.



- گلوله برفی: در این روش شما در واقع این شکلی عمل می کنید که می آید یک شبکه ای از افراد را درست می کنید مثلا می گوید که این سه نفر می توانند به من جواب دهند. بعد نفر دوم را انتخاب میکنید و نفر دوم یک نفر دیگری را معرفی می کند که در ردیف وی چند نفر دیگر هم هستند. شبکه ای از افراد را درست می کنید که آن چیزی که مد نظر آنها هست را بیان می کند. اینها را که می خواهی گردند استخراج کنی به مفهومی که نزد آنها مشترک است می رسی. شبکه ای را ایجاد می کنی که به شما در شناخت نظریه ای که در پس ذهن آنها هست کمک می کند.

□ این روش هایی که گفتیم در عرض هم نیستند و می توانید گاهی چند تا از این روش ها را انتخاب کنید.

- مورد ناهمسان: در این نمونه گیری مورد ناهمسان شما می روید برای فهم موضوع گاهی می توانید یک پدیده را از طریق اعضایش بشناسید یک بار هم می توانید از طریق خلافش بشناسید. مثلا کسانی که با این موضوع مشکل دارند. مثلا در مورد ترک تحصیل میگویند در خانواده های پرجمعیت و با این ویژگی ها رخ می دهد. مثلا اینکه در خانواده های فقیر رخ می دهد یعنی آنهایی که فقیر هستند ترک تحصیل می کنند. حال برای فهم ترک تحصیل باید سراغ کسانی بروید که پولدار بوده و ترک تحصیل کرده اند. مثلا می گویند کسانی که سابقه کیفی دارند ترک تحصیل می کنند و شما می روی سراغ کسانی که سابقه کیفی ندارند ولی ترک تحصیل کرده اند. این کار خوب پدیده را برای شما توصیف میکند. این روش هدفمند و خیلی با قضاوت خودتان همراه است. شما می توانید مورد ناهمسان را شناسایی کنید و از آن اطلاعات بگیرید.

- متوالی: این مورد متوالی در حقیقت نمونه گیری ای است که انقدر شما نمونه گیری را ادامه می دهی که به نقطه اشباع برسی. هدف رسیدن به نقطه اشباع است. انتخاب مورد ها و مطالعه افراد تاجایی جلو می رود که دیگر اطلاعات جدیدی در دسترس نباشد. می خواهیم به اشباع داده ای برسیم. این سبک هم در جایی که تحلیل متن انجام می دهید این را زیاد می بینید.

- نظری: این نوع در واقع شما یک مفهوم نظری در ذهن دارید وقتی با نفر اول مصاحبه می کنید به یک جاهایی می رسید که می گویی من هم در تحقیقم باید این مورد و این

بعد خاص را هم ببینیم لذا با توجه به الزمات نظری که بدست آورده ایم نفر بعدی را انتخاب می کنیم. انتخاب موارد مورد تحقیق در واقع بر اساس علایق و الزمات نظری ای است که در خلال تحقیق به وجود می آید و بر اساس آن نمونه هایی که می تواند نظریه مد نظر ما را تکمیل کند انتخاب می شود.

□ نمونه گیری های معروف تقریباً همین ها هستند. نمونه گیری منحصر در آدم ها نیست.

• جامعه های پنهان آنهایی هستند که می خواهیم مطالعه کنیم ولی در تحقیق ما نمی شود خیلی آن را مطرح کرد. روش شناسایی جامعه پنهان خیلی دشوار است. مثلاً فردی فساد را در سازمانی مطالعه کرده ولی نام آن سازمان را بیان نکرده است.

• حجم و کیفیت نمونه. اینکه نمونه ما چگونه ایجاد شد در تعمیم پذیری پژوهش ما مهم است. کیفیت جابر حجم نمونه هم هست. در حجم نمونه چند فاکتور مهم است:

○ اینکه مساله مورد نظر ما چیست. در مساله ماتعمیم پذیری تا کجا هست و بعد اینکه تعداد متغیرهای ما چقدر است. مثلاً در تعداد متغیرها در تحلیل عاملی شما هر تعداد متغیر را وارد مدل میکنی باید چند برابر گویه هایتان نمونه داشته باشید. اگر در تحلیل عاملی ۵۰ گویه دارید باید ۲۵۰ تا ۵۰۰ نمونه باید داشته باشید. مثلاً در معادلات ساختاری هر چه تعداد متغیرهای شما زیاد می شود پرسشنامه بیشتری می خواهد.

○ نوع جامعه. هر چه جامعه متنوع تر باشد پرسشنامه بیشتری می خواهد.

○ سطح دقت. معمولاً در تحقیقاتمان اگر خاطرتان باشد در آمار می گفتیم که سطح اطمینان ۹۰ درصد. هر کدام از این عدد ها را انتخاب کنید حجم نمونه زیاد تر می شود.

○ نوع تحلیل. یعنی می خواهید اگر فنون ناپارامتریک استفاده کنید نتایج شما با موقعی که بخواهید فنون پارامتریک استفاده کنید متفاوت می شود. نوع آزمونی هم که استفاده می کنید موثر است. در کتاب های آماری فرمولی برای پیدا کردن تعداد نمونه مورد نظر داریم که بر اساس انحراف معیار و فاکتورهای موجود و غیره تعداد نمونه را حساب می کند. هر چقدر تعداد جامعه کمتر باشد نسبت نمونه بیشتر خواهد بود. در بعضی از مطالعات که تعداد جامعه از یک تعدادی که بیشتر شد باید به خبرگان مراجعه کنید که چند تا می خواهید. بعضی از فرمول های کران بالا و پایین به شما می دهد خودتان باید تشخیص دهید که اگر تعداد متغیرها زیاد است تعداد نمونه بیشتری بگیرید.

- خطاهای در نمونه گیری ناشی از تعداد و تنوع می باشد. هر چه تنوع کمتر خطا هم کمتر. هر چه تعداد نمونه بیشتر خطا هم کمتر می شود.
- از این به بعد وارد این می شویم که نوع تحلیل داده هایمان یعنی استراتژی هایی که می توانیم برای جمع آوری و تحلیل داده ها داشته باشیم چیست. یک سری از روش های کمی را توضیح می دهیم و یک سری از روش های کیفی را. در روش های کمی اولین موردی که کتاب در روش شناسی بحث کرده است پژوهش آزمایشی است.

۱. پژوهش آزمایشی. آزمایش یا تجربه همان چیزی است که خیلی از اوقات در زندگی مان استفاده می کنیم. مثلا وقتی شما می خواهید ببینید که یک چیزی علت چیز دیگری هست یا نه چکار می کنید؟ مثلا می گوئیم ممکن است سه راهی اش سوخته باشد یا برق آشپزخانه قطع شده باشد. یکی یکی اینها را بررسی می کنیم. اول یک فرضیه علی بیان می کنیم که سوختن سرایی موجب خاموش شدن یخچال است بعدا می آیی بر اساس این فرضیه علی تغییر ایجاد می کنید. یک دخالت می کنید و یک کاری می کنید. سرایی را عوض می کنید و بعد استنتاج علی می کنید که سوختن این سه راهی باعث خاموش شدن یخچال شده است. این چارچوب تحقیقات آزمایشی است. در پژوهش تجربی دنبال این هستیم که به فرضیات علی برسیم و این فرضیات علی را بر اساس دستکاری و اصلاح در موقعیت بررسی کنیم که آیا نتایج می تواند علل را به ما بگوید یا نه. معمولا سوالات تحقیقات آزمایشی علی است. از علل می پرسد و فرضیاتش هم قطعا همین قالب را خواهد داشت. این نوع نگاه هم بیشتر در علوم تجربی ایجاد شد. در علمی مثل فیزیک و زیست شناسی یک عامل را کم و زیاد کردند که ببینند این عامل رخ می دهد یا نه. مثلا می خواستند تاثیر سیگار بر سرطان را ببینند یا یک سری از افراد را سیگاری کردن یا دو جامعه کاملا یکسان را... اولین بار در مطالعات روانشناسی در بحث های مدیریت وارد شد و مهمترین آن نگاه های رفتارگرایی بود. مطالعات هاثورن انجام دادند که ببینند نور در بهره وری اثر دارد یا نه. اول فرضیه داشتند و بعد نور را کم و زیاد کردند و بعد استنتاج کردند و گفتند نور می تواند اثر داشته باشد یا نداشته باشد. در نگاه رفتارگرا ها این نگاه شروع شد. پژوهش آزمایشگاهی انواعی دارد که بعدا بیان می شود انشاءالله.

جلسه بیست و دوم

Tuesday, May 12, 2015

بسم الله الرحمن الرحيم

## • سبک و سیاقی که انتخاب می کنیم برای پژوهشمان

### ○ پژوهش آزمایشی

- مثلاً وقتی شما می خواهید ببینید که یک چیزی علت چیز دیگر هست یا خیر مثل این که می خواهید ببینید چرا یخچال خونه سوخته است. علت های مختلف را در ذهن می آورید و یکی یکی این فرضیه ها را آزمون می کنیم. پس ابتدا یک فرضیه ی علی تعریف می کنیم. سپس بر اساس این فرضیه یک مداخله ای ایجاد می کنیم (مثلاً سه راهی را عوض می کنیم) و بعد استنتاج می کنیم و می گوئیم که علت سوختگی یخچال خرابی سه راهی بوده است.
- در تحقیقات آزمایشی به دنبال این هستیم که به فرضیات علی برسیم و صحت این ها را بر اساس دستکاری و اصلاح در موقعیت بررسی کنیم.
- سؤال تحقیقات آزمایشی علی است و از علل سؤال می کند و فرضیاتش هم همین قالب را دارد.
- این نوع نگاه بیش تر در علوم تجربی مثل فیزیک و زیست شناسی ایجاد شد. یک عامل را کم و زیاد می کردند که ببیند فلان اتفاق می افتد یا خیر. مثلاً بررسی اثر سیگار بر سرطان. این کار را با آزمایش انجام دادند. این بحث ها در مطالعات مدیریتی ابتدا در مباحث روان شناسی وارد شد؛ مانند مطالعات هائورن.
- پس می بینیم که کاملاً یک نگاه پوزیتویستی حاکم بوده است.
- در این نوع به دنبال یافتن رابطه ی علی بین متغیر مستقل و وابسته هستیم که چه طور می شود که متغیر مستقل سبب ایجاد متغیر وابسته می شود.
- برای یافتن علت یک پدیده سه مرحله را باید طی کنیم:

۱. داشتن فرضیه

۲. مداخله و تغییر

۳. آزمون و استنتاج

- گاهی اوقات در تحقیقات نمی شود این مراحل صورت گیرد. ماهیت تحقیق این را سبب می شود. مثلاً اگر سؤال پژوهشمان این باشد: با افزایش سطح تحصیلات، سطح درآمد افراد نیز

افزایش خواهد یافت. این را می شود علی در نظر گرفت ولی وقتی وارد واقعیت اجتماع می شویم می بینیم که شرایط مختلف بر این قضیه مؤثر است در نتیجه عملاً امکان پیاده سازی یک تحقیق علی برایمان امکان پذیر نیست. لذا پژوهشی را می توانیم آزمایشی اجرا کنیم که بتوانیم شرایط آن را یا کنترل کنیم یا بتوانیم عوامل مؤثر و متغیرهای مستقل متفاوت را احصاء کنیم و اثرات آن ها را بتوانیم در تحقیق خود کنترل کنیم. پس ما هر مسئله ای را نمی توانیم به شکل آزمایشی آزمون کنیم، مسئله ای که یکی از شرایط زیر را داشته باشد می توان به شکل آزمایشی آزمون کرد:

### ۱. امکان تغییر (مداخله) در محیط

### ۲. امکان کنترل محیط

- تحقیقات علی همراه و ملازم با یک نوع تغییر و مداخله است. خیلی از اوقات در پژوهش های اجتماعی امکان مداخله و تغییر را خواهیم داشت. مثلاً می خواهیم ببینیم سبک تدریس زبان در بخش عربی سبک مؤثر و خوبی است یا خیر. نوع طراحی به این صورت می شود که مثلاً بخش را به دو قسمت تقسیم می کنیم و دو سبک را در دو کلاس مختلف امتحان و مقایسه می کنیم و در نهایت بررسی می کنیم که کدام کلاس مهارت بیشتری پیدا کردند. ولی خیلی وقت ها هم مداخله در علوم اجتماعی به این راحتی نیست. مثلاً می خواهیم تأثیر میزان ترس کودکان بر کیفیت خواب آن ها را اندازه گیری کنیم. خیلی وقت ها در پژوهش های اجتماعی اجازه نداریم وارد زندگی افراد شویم که مثلاً با نشان دادن چند فیلم خطرناک به کودکان میزان ترس آن ها را کم و زیاد کنیم. پس یک اصل کلی: گاهی می توانیم مداخله و تغییر ایجاد کنیم و گاهی مجبوریم با تغییر فنون تجزیه و تحلیل داده ها این روابط را بفهمیم و گاهی هم می رویم سراغ نگرش سنجی و پیمایش (به جای ایجاد ترس می آیم نگرش آن ها را در مورد این که مثلاً اگر یک آدم ترسو شد را بسنجیم و یا تجربیات آن ها را در مورد ترس هایی که داشته اند بپرسیم و بگوییم که در آن زمان چه حسی داشته اند). لذا هر پژوهشی را نخواهیم توانست به صورت یک پژوهش علی بررسی کنیم.

- پژوهش های آزمایشی را به سه نحو می توانیم انجام دهیم:

### ۱. آزمایشگاهی: آن هایی که در یک شرایط خاصی اتفاق می افتند. مانند اتافی که

هاتورن درست کرده بود.

۲. **میدانی:** در این نوع هم جامعه به دو دسته تقسیم می شود ولی دیگر تحت کنترل نیستند. مثلا این طور نیست که در یک اتاق در بسته تحت کنترل باشند بلکه افراد دارند کار و زندگی خودشان را انجام می دهند ولی ما آن ها را به دو صورت مثلا تدریس می کنیم.

?

تغییر در تحلیل داده ها (استنتاج علی):؟؟؟

### • مراحل انجام پژوهش آزمایشی

#### ۱. ایجاد فرضیه

• مثال: سبک تدریس بر خرد ورزی مؤثر است.

۲. **انتخاب گروه ها:** برای این که در زمین عمل خود، موضوعش را بررسی کند. دو نوع انتخاب داریم:

• **تصادفی:** در مقایسه ی بین گروه ها (که خود این مقایسه مبنای فهم علیت است) باید تمام شرایط به جز علت ها مشابه باشند. بنابراین در انتخاب تصادفی ما به دنبال ایجاد گروه های مشابه (انتخاب اعضا) اما به صورت تصادفی هستیم و بر اساس قوانین احتمال فقط دقت می کنیم که عوامل مورد توجه ما مشابه یا عدم مشابه باشند. (انتخاب دو گروه از دو مدرسه متفاوت)

• **همتاسازی:** سعی می کنیم گروه هایی را ایجاد کنیم که از همه لحاظ به هم شبیه باشند. سعی می شود در تمام مواردی که احساس می کنیم باید یکسان باشند گروه ها را همتا و یکسان کنیم که در عالم واقع چنین امری ممکن نیست. (انتخاب دو گروه با ضریب هوشی بالای ۱۲۰)

۳. **انتخاب ابزار** - انتخاب پرسش نامه

#### ۴. پیش آزمون

• سنجش سطح متغیر وابسته قبل از مداخله

• مثلا دو کلاس را بررسی کرده است و حالا می خواهد ببیند دو نوع سبک تدریس چه تفاوتی ایجاد کرده است. ابتدا می آید بر اساس سنجه ی خود

سطح خردورزی این دو کلاس را اندازه گیری می کند. به این می گویند  
پیش آزمون. حالا بعدش تازه شروع می کند به مداخله کردن و دو تدریس  
متفاوت را ایجاد کردن.

#### ۵. مداخله

#### ۶. آزمون پسینی

- سنجش سطح متغیر وابسته پس از مداخله

#### ۷. استنتاج

- می سنجد که آیا با این روش توانستم سطح خردورزی را افزایش دهم یا خیر.

- تحقیقات آزمایشی می تواند به سبک های مختلفی انجام شود.
- نکته ی مهم در این تحقیقات آن مداخله ای است که ما انجام می دهیم. مداخله باید به شکل صحیح اتفاق افتد. اگر قرار باشد رابطه ی علی و معلولی از آن استنتاج شود مداخله باید به شکل علمی طراحی شود؛ یعنی بتوانیم ادعا کنیم که این علت آن معلول است.
- در تحقیقات علی هم پیش آزمون و هم آزمون پسینی داریم.
- **متغیر کنترل:** متغیرهایی است که در طول تغییر باید حواسمان به آن ها باشد و اثر آن ها را بر تحقیق یا خنثی کنیم و یا محاسبه کنیم. در غیر این صورت نمی توانیم ادعا کنیم که تحقیقمان درست است.

- انواع گونه های پیاده سازی و اجرای طرح های آزمایشی

#### ۱. آزمایشی کلاسیک

- هم گروه کنترل داریم و هم پیش آزمون و پس آزمون.

#### ۲. مطالعه ی موردی تک گروهی

- فقط پیش آزمون و پس آزمون: یعنی دیگر متغیرهای کنترل را بررسی نمی کند. در این جا دیگر نباید در حین مداخله متغیرهای کنترل را کنترل یا حذف کنیم. یعنی همه ی کارها را با یک گروه انجام می دهیم. در آزمایشی کلاسیک هم می گفتیم نسبت به روش قبلی این روش هم خود این گروه را بهتر کرد و هم نسبت به گروه دیگر بهتر جواب داد. اگه فهمیدی!

### ۳. دو گروه مقایسه می شود (شبه آزمایشی)

- برای زمانی خوب است که مداخله ای انجام دادی و پیش آزمون نداشتی و فقط با یک آزمون این دو گروه را مقایسه می کنی در نتیجه گروه هایی را انتخاب می کنی که نسبت به گروه های کنترل خیلی به هم شبیه باشند.

### ۴. تحلیل سری زمانی با وقفه

- مثلا در مورد خرید تضمینی می آیم سی سال تولید گندم را در ایران بررسی می کنیم.

### ۵. سری زمانی هم ارز

- گاهی نمی توانیم ادعا کنیم که یک اتفاق مؤثر است یا خیر. این اتفاق بیش از یک بار رخ می دهد و ما بر اساس آن چند بار رخ دادن بررسی می کنیم که چه اثری می گذارد. مثلا می خواهیم بررسی کنیم که اگر نرخ جریمه های رانندگی را بالا ببریم آیا بر میزان تخلفات اثر می گذارد یا خیر.
- در هم ارز یعنی این که مداخله مان چند بار ایجاد می شود و برطرف می شود. مثلا خرید تضمینی کم و زیاد می شود و یا نرخ جریمه ها بالا و پایین می شود تا نتیجه اش ارزیابی شود ولی در با وقفه یک بار این اتفاق می افتد.

### ۶. مربع لاتین

- یک سری مداخله های چندگانه اینجا انجام می دهیم و سعی می کنیم در حالت های مختلف و زمان های مختلف اثر را بررسی کنیم. مثلا در دانشگاه امام صادق علیه السلام می خواستند امتحان کند که ترکیب زبان آموزی، معارف و دروس تخصصی با چه ترتیبی ارائه شود بهتر اثربخشی دارد. خوب باید حالت های مختلف را در زمان های مختلف آزمایش کنیم. همان طور که می بینیم، در این نوع پژوهش ها اصلا حرفی از پرسشنامه زده نمی شود.

### ۷. الگوی سولومون

- ما به طور موازی به منظور رفع آثار پیش آزمون می آیم دو گروه را به صورت پیش آزمون پس آزمون و دو گروه را هم به صورت انتساب



تصادفی ترکیب می کنیم و حالت های مختلفی که امکان دارد را آزمون می کنیم که اثر سوء پیش آزمون حذف شود.

- گاهی پیش آزمون ما بر کیفیت پژوهش اثر دارد و روایی درونی پژوهش را از بین می برد. مانند این که مثلا دانش آموزان کلاس احساس می کنند که تحت آزمایش هستند. لذا ممکن است رفتارشان را کنترل کنند. لذا ما تقسیم می کنیم و حالت های مختلف با پیش آزمون و پس آزمون را بررسی می کنیم.

## جلسه بیست سوم

Tuesday, May 12, 2015  
10:36 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- جلسه قبل بحث پژوهش های آزمایشی را شروع کردیم. گفتیم که پژوهش های آزمایشی چه ویژگی بارزی دارند؟

- در آزمایش بحث این بود که باید یک تغییری ایجاد کنیم و نتایج این تغییر را ببینیم. انواع آن:

○ آزمایش های کلاسیک:

○ شبه آزمایشی

○ سری زمانی هم ارز

○ سری زمانی با وقفه

- طرح مربع لاتین: در این طرح در حقیقت ما یک سری مداخلات چند گانه ای انجام می دهیم و در این مداخلات سعی می کنیم با ترتیب های زمانی، اثر را در حالت های مختلف سنجش کنیم. مثلا در دانشگاه امام صادق می خواستند تست کنند که ترکیب زبان آموزی، معارف و دروس تخصصی چه نتیجه ای دارد؟ اوایل زبان آموزی و معارف بوده و بعد(در سال های بالاتر) وارد بحث های تخصصی می شدند. یا بعد از مدتی ابتدا دروس تخصصی و بعد زبان و معارف آموزش داده می شد. یا در خارج از کشور ابتدا زبان آموزش می دهند. بعد اینکه بخواهی بررسی کنی که

کدام یک از اینها اثربخشی دارد باید حالت های مختلف را انجام دهی بعد ببینی که کدام اثر بخشی دارد. در این پژوهش ها حرف از پرسشنامه و مصاحبه نیست.

○ **الگوی سولومون:** ایشان زیست شناس بوده است. به منظور رفع آثار پیش آزمون ما می آیم دو گروه را به صورت پیش آزمون و پس آزمون و دو گروه را به صورت انتصاب تصادفی ترکیب می کنیم و حالت هایی مختلفی که ممکن است را آزمایش میکنیم که اثر سوء پیش آزمون حذف شود. خیلی از اوقات پژوهشی که انجام می دهیم پیش آزمون ما بر کیفیت پژوهش اثر دارد و روایی درونی پژوهش را از بین می برد. لذا حالت های مختلف را با پیش آزمون و پس آزمون انجام می دهیم که ان اثرات سو حذف شود. در پژوهش آزمایشی می شود فکر کرد و خارج از اینها هم حالت هایی متصور باشد که آزمایش را طراحی کرد.

• آزمایش یکی از **بدی های جدی اش** این است که چون فرد حس می کند که تحت آزمایش است لذا روایی اش خدشه دار می شود.

• در آزمایش بحث روایی درونی و بیرونی در آزمایش است. این بحث جدی در آزمایش است. خیلی از اوقات ما یکی از مشکلات جدی مان در آزمایشات بحث روایی درونی و بیرونی است. قبلا روایی درونی یا همان حالتی که در حقیقت مطمئن شویم که تحقیق به شکل درستی انجام شده و از نظر نظم و منطق تحقیق، تحقیق خدشه دار نیست و به شکل صحیحی پیاده سازی شده است. یعنی توان این را داشته ایم که اگر تبیین های اشتباه بوده توانستیم اثرات ان را حذف کنیم. اگر در تبیینی علی فاکتور موثری بوده یا ان را حذف کرده ایم یا فهمیده ایم که اثر داشته باشد. چه فاکتور هایی در آزمایش این را انجام میدهد؟

### چه چیز باعث می شود که آزمایش روایی درونی اش پایین بیاید؟

○ **تورش انتخاب آزمودنی ها.** همان هایی که تحت آزمایش ما هستند. یکی از مشکلاتی که روایی درونی ما را تهدید میکند این تورش است. وقتی انتصاب غیر تصادفی باشد سبب می شود که افراد ویژگی های خاصی داشته باشند و از توزیع نرمال خارج شوند. وقتی از توزیع نرمال نمودار خارج شود به این تورش گفته می شود. وقتی گروه های هم عرض نداشته باشیم به این تورش می گویند. خیلی از اوقات عمدا گروه هایی را که انتخاب می کنیم از انتصاب تصادفی خارج می شود و با این کار دچار تورش شده ایم. اینها باید هم سنگ باشند یعنی یک جور باشد.

○ **گذشت زمان.** خیلی از اوقات در مطالعات آزمایشی ما گذشت زمان سبب می شود که افراد چیزی یاد بگیرند، اطلاعات جدیدی به آنها برسد. ممکن است با دیگران در ارتباط باشند و دیدگاه هایشان متفاوت باشد.

- **بلوغ افراد.** خیلی از افراد علاوه بر اینکه از محیط یاد می گیرند در درون خودشان هم این رخ می دهد. مثلا ممکن است هورمون هایشان متفاوت شود. این در مطالعات پزشکی خیلی جدی است. مثلا افرادی که نیکوتین مصرف می کنند را در بازه ۵ ساله بررسی می کنند ببینید که سطح هوششان فرق کرده یا نه. در تحقیقات پزشکی این برایشان جدی است.
  - **اثر آزمون.** مهمترین چیزی که آزمون هائورن را بهم زد این بود که داشتند آزمون انجام میدادند. مطالعه آزمایشی بود. برای چه بهم ریخت؟ چون افراد فهمیدند که تحت آزمون هستند.
  - **اثر ابزار.** خیلی از اوقات ابزار ما، بر نوع سنجش و اندازه گیری ما اثر گذار است. گاهی ابزار عوض می شود. سبب می شود که روایی درونی ام از بین برود.
  - **افت یا حذف برخی آزمودنی ها** می باشد. شما می خواهید اثر مثلا مصرف بعضی مواد غذایی را روی افراد ببینیم. ممکن است در بازه ۵ ساله خیلی از این ها به رحمت خدا بروند یا از مطالعه صرف نظر کنند. این حذف هم اثر دارد.
  - **اثر بازگشت آماری.** بعضی از اوقات آزمودنی هایمان را از کران و از غایت بر می داریم. ادم هایی را بر می داریم که هر چه هم تغییر بدی این تغییر نمی تواند روی اینها اثر بذاره. اگر بخواهی اثر حادثه بد را روی افسردگی افراد ببینی نمی توانی افراد افسرده را انتخاب کنی چون اینها در کران آن ویژگی هستند.
  - **سرایت ان مداخله** است. بچه ها را دو کلاس می کنیم و روش یادگیری زبان را در اینها تست می کنیم (دو کلاس می کنیم و در یک کلاس تغییر ایجاد میکنیم و کلاس دیگر را ثابت نگه می داریم). خیلی از اوقات ممکن است این ها در زنگ تفریح باشند و به هم بگویند که اگر می خواهی این لغت را یاد بگیری معلم ما به ما اینطوری یاد داده است. اینها به هم سرایت میکنند و کار شما را بهم می ریزد.
  - **رفتار جبرانی.** مثلا شما داری افراد را مطالعه می کنی در یادگیری شان. به انها می گویی به جای اینکه زنگ تفریح ده دقیقه باشد بیست دقیقه باشد. کلاس هایی که زنگ تفریح ندارند حس خوبی ندارند. بخاطر همین کاری می کنند که انها هم زنگ تفریح داشته باشند.
  - **انتظارات آزمایشگر.** در آزمایش معمولا خود محقق است که داره مشاهده و ثبت رفتار می کند. خیلی از اوقات معلم داره با افراد درگیر می شود. از افراد یعنی نمی پرسیم.
- i. اینها روایی درونی است.

- خیلی از تحقیقات آزمایشی علاوه بر اینکه روایی درونی اش تهدید می شود روایی بیرونی اش (اینکه بتوانیم آنچه در این فضای آزمایش رخ داده را به سایر حالت ها تعمیم دهیم می باشد) هم تهدید می شود.

## روایی بیرونی انواعش:

۱. واقع گرایی. خیلی از اوقات نمی توانیم به خاطر همین اثر واقع گرایی افراد نمی توانیم مطمئن شویم که تحقیق در محیط غیر آزمایشگاهی هم همین جواب را می دهد یا نه. ممکن است افراد تحت تاثیر آزمایش باشند. خیلی از اوقات شرایطی را داریم که این فقط در آزمایش رخ می دهد و این شرایط آزمایش واقعا شبیه فضای جدی بیرون نیست. مثلا وقتی می آیم افراد را مجزا می کنیم شرایط مادی بیرون این است که ادم ها با هم حرف می زنند ولی این چون از واقع دور شده نمی توان نتایج آن را به واقع تعمیم داد.

۲. واکنش پذیری. خیلی از اوقات افراد نوع خاصی عمل می کنند چون

۱. می دانند که الان تحت آزمایش هستند.

۲. مثلا اثر تازگی. چون فضا برایش جدید است شاید بهتر عمل کند.

۳. ویژگی های مطلوب. کاری می کند که در چشم مشاهده شوند بهتر دیده شود. همه اینها

نشان می دهد که افراد نسبت به آزمایش دید خاصی دارند.

۳. میدانی / غیر میدانی. خیلی از اوقات پژوهش های آزمایشگاهی غالبا چون شرایط کنترل می شود

روایی درونی زیاد و روایی بیرونی کم دارد ولی تحقیقات میدانی عکس این است.

## چند نکته:

- اینها تهدیدهای یک آزمایش می باشد. معمولا در آزمایش چند نکته مهم هست.
- اتمام آزمایش: معمولا در آزمایش یکی از بحث های جدی که داریم اتمام آزمایش است. خیلی از اوقات در آزمایش به افراد دروغ گفته ایم. بعد از آزمایش به افراد باید بگوییم که این شرایط واقعی نبود و اینکه بدانیم هر چیزی را نمی توانیم آزمایش کنیم.
- مبنای مقایسه: نکته دیگر این است که مبنای مقایسه ما چیست. می توانیم گروه هایمان را به هر نوعی تفکیک کنیم ولی مبنای تفکیک مان باید عقلایی باشد. این باید منطق داشته باشد و گرنه هر چیزی را می شود که تبیین علی کرد در حالی که علت نباشد.
- باید یک منطق قوی در پس این مقایسه باشد یا سوابق تحقیقات گذشته این را تایید کند. به هر شکلی نمی شود چیزی را آزمایش کرد.

- در پژوهش‌ها چیزی که برای بچه‌های دولتی اثر دارد ارزیابی اثر است. یکی از نقاط مهم طراحی آزمایش‌هایی است که می‌خواهیم اثر خط‌مشی را ارزیابی کنیم.

- اینکه چه فاکتوری جزء شرایط

- محدودیت پژوهش آزمایشی

- نمی‌توانید فرضیات زیادی را بررسی کنید

- از مودنی‌های زیادی را نمی‌توانی مطالعه کنی

- پیمایش یا survey

- در پیمایش که یکی از دیگر استراتژی‌های کلانی است

- خیلی از تحقیقاتی که با آن درگیر هستیم اینها پیمایش است. پیمایشها تحقیقاتی هستند که بیشتر

برای سنجش رفتارهای ملموس یعنی پرسیدن نگرش‌ها و باورهای افراد است. توجه کنید که در

پیمایش بیشتر داریم از افراد سوال می‌کنیم. مثلا در آزمایش شما می‌امدی یک فیلم خشن نشان

می‌دادای بعد می‌دید که بچه وقتی دارن از سینما در میان چه حالی دارند؟ در آزمایش غالبا رفتار

ها به عنوان مشاهده گر می‌بینید. از شمارش تعداد کارهایی که افراد می‌کند. ولی در پیمایش که

همین روشی که معمولا پرسشنامه می‌دهند که معمولا یا پرسشنامه پر می‌کنیم یا مصاحبه می‌کنیم.

دیگر شما به دنبال نگاه کردن به فکت‌های بیرونی نیستید.

- دومین استراتژی کمی پیمایش است که اولین آن آزمایش بود.

- اینجا مبنای خوداظهاری فرد است. در پیمایش شما یا

- رفتار می‌پرسید

- نگرش می‌پرسید مثل شادابی و رضایت شغلی

- یا ویژگی می‌پرسید. شما به نظر خودتان ادم رئالیستی هستید یا ایده‌الیست؟

- از افراد انتظاراتشان را می‌پرسیم.

- دانششان را پرسیم.

- چه موقع از آزمایش و چه موقع از پیمایش استفاده می‌کنیم؟

- بیان مساله. مثلا در مقایسه دو روش تدریس از آزمایش استفاده می‌کنیم. هیچ وقت نباید

فرضیه‌ات را از افراد پرسسی. امتحان می‌شود آزمایش. وقتی امتحان می‌کنی یعنی داری

آزمایش می‌کنی. پیمایش را زمانی انجام می‌دهیم که بتوانیم رفتار ملموس یا نگرش یا مواردی

که بالا نوشته شده است را از آنها پرسیم.

- گاهی برای رصد وضعیت اجتماع از پیمایش استفاده می شود و منطق پیمایش قیاس است. پیمایش سطح گسترده تری را انجام می دهد. معمولا پیمایش ها تک مقطعی است و گستره زیادی از افراد را در بر میگیرد. در آزمایش نمی شود گستره زیادی از افراد در بر بگیرد. نکته دیگر در پیمایش این است که غالبا پیمایش به همان تحقیقات همبستگی است. یعنی در فرضیه به جای اینکه بیایند یک ادعای علی و معلولی کنند می گویند بین تعهد سازمانی و رضایت مشتریان رابطه معناداری وجود دارد. یعنی این دو با هم اتفاق می افتد. خاصیت پیمایش این است که به شما عکسی از واقعیت می دهد. همین که تعهد زیاد می شود رضایت هم زیاد می شود. دیگر در پیمایش مکانیزم رابطه اینها را مشخص نمی کند. البته می توانید از پیمایش ها هم روابط علی در بیاورید البته با رعایت شرایط.
- در پیمایش دو ابزار جدی داریم. می خواهیم از افراد پرسسیم.
  - پرسشنامه
  - مصاحبه
- که معمولا پیمایش ها با این دو روش و ابزار اطلاعات را جمع آوری می کند. برای فرهنگ می شود از آزمایش استفاده کرد. روشی را اجرا کنیم و بعد اثر آن را ببینیم.

## جلسه بیست و چهارم

Monday, May 18, 2015  
8:40 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- قالبی که امروز می خواهیم در موردش حرف بزنیم پرسشنامه است. زمانی از آن استفاده می کنیم که می خواهیم حجم زیادی از اطلاعات را در وقت کم جمع آوری کنیم. پرسشنامه را حضوری یا از طریق پست الکترونیک یا پست معمولی یا از طریق یک پرسشگر به مخاطب می دهیم. متناسب با نوع مخاطب این کار را می کنیم.

### • پرسشنامه

۱. نامه معرفی
۲. دستورالعمل
۳. پرسشها و سوالات

- برای سنجش باید ابزار داشته باشیم. خیلی از اوقات در پرسشنامه ها می توانید از ابزارهای قبلی استفاده کنید و خیلی از اوقات باید سوال طراحی کنید. مثلا در ابتدای یک پرسشنامه ممکن است ده مورد در مورد اطلاعات جمعیت شناختی افراد بپرسید. مثلا اینکه میزان درآمدشان چقدر است. سطح تحصیلاتشان چقدر است و غیره. طراحی سوالات و پرسش ها یک سری فنونی دارد که باید به آن توجه شود.

- در پرسش ها از زبان فنی و تخصصی یا خلاصه استفاده نکنید. مثلا احساس نکنید واژگانی که شما بلدید همه عالم و ادم باید بلد باشند. مثلا مفهوم تعهد سازمانی را نباید در پرسش هایتان داشته باشید چون فقط خودتان آن را می دانید و آنها هم تعهد را از منظر خود معنا می کنند. از خلاصه استفاده نکنید. چیزهایی که شما می فهمید مردم شاید ندانند. مثلا واژگانی که فرهنگستان استفاده می کند در پرسش نامه هایتان استفاده نکنید. الفاظی باشد که نه از کوچه و بازار باشد نه علمی آکادمیک. ادبیات عامه مردم باشد. در روزنامه ها چه می شنوید؟ می توانید از این ها استفاده کنید. نیاز نباشد که فرد به فرهنگ معنی مراجعه کند!!

- از پرسش های نامعلوم و پریشان استفاده نکنید. از چیزهایی که ابهام دارد استفاده نکنید. مثلا پزشک از شما می پرسد که آیا به طور منظم از میوه استفاده می کنید؟ منظور از منظم چیست؟ هر روز یا هر هفته یا چیز دیگر؟

- از واژگانی که بار عاطفی دارد یا سوگیری وجهه دارد نباید استفاده کنید. مثلا می گوید که ایا شما از خشونت علیه کودکان انزجار دارید؟ مثلا رئیس جمهور معتقد است که کشور باید به npt ملحق شود نظر شما چیست؟ یا مثلا می گوئیم که شما حاضری برای رفع محرومیت در کشور مالیات بیشتری بدهید؟ خب چه کسی به این سوال جواب منفی می دهد!!

- پرهیز از سوالات دو سویه است. در یک سوال نباید دو چیز را بپرسید. در هر سوال باید یک چیز را بپرسید. آیا از وضعیت شغلی خود راضی هستید و میل به ماندن دارید؟ در این سوال ها یادتان باشد که نباید فرضیه را بپرسید. به نظر شما اگر معلم مهربان تر باشد جذاب تر است؟

- سوالاتی که افراد را به جهت خاصی می کشاند نپرسید. مثلا ایا شما موافقید که شهردار برای زیباسازی شهر مالیات بیشتری بگیرد؟ سعی کنید تصمیم را در سوال ننگنجانید.

- سوال هایی که فراتر از قابلیت افراد است پرسیده نشود. در کشور ما مثلا به دانش آموز ها گفته بودند که قلمی که در دست شما است چقدر است؟ در امریکا حدود ۴۰ درصد دقیق

گفته بودند ولی از دانش آموزان ایرانی که پرسدیه بودند متوسط ۷۰ سانتی متر بوده است چون آنها مفهومی از سانتی متر نداشته اند. مثلا روزی چند لیتر آب می خوریم یا اینکه بیایم از گذشته فرد سوال کنیم. مثلا اینکه کلاس دوم که بودی چه حالی داشتی؟ سوالات پس نباید گذشته نگر باشد. سوالات گذشته نگری که در حافظه باقی نمی ماند. و سوالاتی که افراد توانمندی جواب دادن به ان را ندارند.

- از مقدمات غلط یا آنچه که ممکن است افراد با ان مخالف باشند، پرهیزید. مثلا می خواهی در مورد ساعات کار بانکی بررسی. می گویی ساعت کار بانکی در ایران بیش از حد است. حالا به نظر شما دو ساعت از صبح کم کنیم یا عصر ها دو ساعت زودتر مرخص شوید؟ در این سوال باید مقدمه اول حذف شود و قسمت اخر باقی بماند. این پیمایش ها مقدمات غلط زیادی دارد.
- از پرسش برای آینده آدم ها پرهیزید. آیا در این طرح شرکت خواهید کرد؟ ایا اگر قیمت فلان چیز کم شود شما بیشتر خواهید خرید؟ ادم ها در مورد آینده خودشان نمی توانند تصمیم بگیرند. در پیمایش باید حال و گذشته نزدیک را پرسیم نه گذشته دور و آینده را.
- پرسش در حال نفی نباشد. انقدر پرسش را نگردانید که مثلا با منفی در منفی شدن پرسش مثبت شود.
- طبقات متوازن و ناهمپوشان باشد. مثلا در مورد سابقه افراد در سازمان می پرسیم می گوئیم صفر تا ۵، ۵ تا ۱۰، و ۱۰ تا ۱۵. در قسمت دوم باید از ۶ و در قسمت سوم باید از ۱۱ شروع شود.

□ این ها ویژگی های پرسش ها بود.

۴. مساعدت در یادآوری: در پرسشنامه باید مساعدت در یادآوری داشته باشید. مثلا پیشمایشی در دانشگاه انجام می دهید که ببینید دانشجویان در روز چند ساعت مطالعه می کنند. یک بار این است که از افراد بپرسید که در هفته ای که گذشت هر روز چند ساعت مطالعه کرده اید؟ دیگر چه روشی هست که افراد دقیق تر به ان جواب دهند؟ یک راه دیگر این است که بیایم تک تک وقایع مهم یا ساعت هایشان را برایشان تقطیع کنیم. مثلا ۵ موضعی که مطالعه می شود را پرسیم مثلا اینکه در تالار مطالعه چند ساعت مطالعه کردید؟ مثلا قبل از خواب چقدر مطالعه کردید؟ یا قبل از کلاس چقدر مطالعه کردید؟ چند موضع مشخص را بیان کنید. یعنی سعی کنید این ها را تقطیع



کنید. اینکه افراد را بخواهید که چقدر مرور وب می کنند. مثلا پرسید که سرکار چقدر مرور وب می کند. تقطیع زمانی به یادآوری کمک می کند. خیلی از اوقات یک مشکل دیگری

۵. **تلسکپی دیدن.** این مشکل دیگر در پرسشنامه ها می باشد. اگر یادتان باشد در بحث های ادراک در رفتار یک خطای ادراکی داشتیم و آن خطای تقدم و تاخر بود. می گفتیم حوادثی را به یاد می آوریم که نزدیک ترین زمان به ما بوده است. خیلی از اوقات در پیمایش ادم ها تلسکپی می بینند. یعنی حوادثی که دم دستشان هست را می بینند و احوال گذشته شان را فراموش می کنند. برای اینکه دچار تلسکپی دیدن نشیم باید سعی کنیم افراد را با حوادثی که در گذشته رخ داده به خاطراتشان برگردانیم و بگوییم که راجع به آن نظر دهند. باید به اتفاقات واقعی برش گردانی.

۶. **موارد مثبت و منفی.** خیلی از اوقات در نگرش سنجی مثلا همیری در مورد بحث خانواده پایدار، اینکه سطح خشونت در زندگی داره زیاد میشه بدانی که خیلی از افراد راجع به خیلی از رفتارهایشان نمی خواهند که با شما حرف بزنند. در مورد رفتارهای خشونت آمیزشان نمی خواهند صحبت کنند. شما باید اصل محرمانگی را برای آنها پررنگ جلوه دهید. یا مثلا به افراد اطمینان دهید که افراد شناسایی نمی شوند. مثلا مکانیزمی درست کنید که حضوری به آنها پرسش نامه ندهید و نگیرید و مثلا صندوقی درست کنید که افراد پرسشنامه را در آن بیاندازند. یا مثلا برای حل این مشکل بیاید چیزهای منفی را عادی جلوه دهید. به نحوی که فرد به شما اطمینان کند. بحث دیگر جنسیت است که مردها مثلا به مردها راحت تر هستند که جواب دهند. در این موارد می توانید موارد مثبت و منفی را استخراج کنید.

۷. **مواردی که در مورد دانش است.** باید فضایی در پرسشنامه ایجاد شود که افراد "نمی دانم" را راحت بگویند. باید طوری پیمایش انجام شود که ادم ها اگر نمی دانند راحت بگویند که نمی دانیم. مثلا نمی دانم را در اول پرسشنامه بگذاریم. خیلی از اوقات یک دانش عرفی دارند. روی این دانش عرفی نمی شود حساب کرد. مثلا در ایران هر کسی در مورد شیوع "ازدواج های سفید" می داند. مثلا از هر کسی می پرسی نرخ آن را هم می داند.

۸. **سوالات می تواند باز یا بسته باشد.** خیلی از اوقات در پیمایش می توانید دقیقا همین سوالی که می خواهید در مصاحبه پرسید را در پرسشنامه پرسید. مثلا به نظر شما ایران می تواند با فلان پیمان جهانی متصل شود یا نه؟ این پرسش نباید ناظر به آینده باشد مثلا پرسیم که اگر ایران با این کشور ها متصل شود چه می شود ولی این سوالی که پرسیده شده است ناظر به حال است. در پرسش های باز اجازه می دهی که مشارکت کننده هر چه به ذهنش می آید را بتواند بنویسد ولی بدی اش

این است که تحلیل اینها دشوار است. در پرسش های باز مشارکت کننده های با سواد مزیت دارند. مثلا آنهایی که سواد کمی دارند برای این کار مفید نیستند. در پرسش های باز جواب های نامربوط زیاد می بینید. در واقع افراد به فراخور دیدگاه خودشان جواب میدهند. برعکس پرسش های بسته محدود است، کاملا قابل تبدیل شدن به داده های آماری می باشد ولی اطلاعات بسیار حداقلی بدست می آید. در پرسش های بسته از مقیاس اسمی اطلاعات جمع آوری می کنی. شما اطلاعات تفصیلی را نداری و نتایج کیفی کمتری به دست می آید. سعی کنید در پیمایش ها یک قسمت باز بگذاری که افراد نظرتشان را بپرسند که باعث اصلاح پرسشنامه شما هم می شود.

۹. در پرسشنامه مواضع بی نظری را حذف کنید. ادم ها در مواردی که اطلاع ندارند یا افراد میل به بی طرفی یا در حقیقت می گوئیم که میل به زدن گزینه وسط دارند چون ادم ها در مورد مثبت یا منفی باید تصمیم گیری کنند ولی چون این کار اضطراب دارد، گزینه وسط می زنند. این میل به وسط پیمایش ما را مخدوش می کند.

- الفاظ باید با دقت استفاده شود. مثلا اگر بگوئید موضوعی ممنوع است یا مجاز نیست این دو معنی دارد.

۱۰. پرسشنامه باید کوتاه باشد.

۱۱. ترتیب پرسش ها. از سوال اسان به سمت سخت میل کند.

- پرسش ها نباید قاطی شود. بعضی می گویند این کار را بکنیم که سو گیری افراد کم شود.
- از کلی به جزئی بروید.
- از خوشایند به سمت ناخوشایند برویم.

- در پرسشنامه باید بگوئیم که اطلاعات افراد محرمانه می ماند. یک قسمتی است که پرسشنامه ها دشوار می شود. مثلا شما وقتی پرسشنامه وقتی می خوهی از MADM یعنی فنونی که رتبه بندی اش مقایسه ای است استفاده کنیم و افراد باید توجه و دقت داشته باشند دستورالعملی روی آن می گذاریم که افراد بتوانند جواب دهند.

- خیلی از اوقات ها شما scale شسته رفته ندارید. خودتان باید پرسشنامه آماده کنید.
- مصاحبه

- در اینجا نسبت به پرسشنامه می توانید اطلاعات دقیق تری بدست بیاورید. سبب می شود که اطلاعات عمیق تری از افراد بدست بیاورید. سه دست مصاحبه داریم.

- مصاحبه ساختار یافته. اینها معمولا افرادی که نمی توانید شما پرسشنامه بهشون بدید یا به سبب فوریت زمانی می خواهید زود جواب را جمع کنید مثلا می ایید مصاحبه تلفنی ساختار یافته انجام دهید. مثلا ده پرسش است و گزینه هایش هم جوابش اره یا خیر است. سوالات کاملا مشخص است و عمق اطلاعات کمتری از افراد می خواهید و می توانید روند مصاحبه را کنترل کنید. مصاحبه تلفنی از جمله مصاحبه های ساختار یافته می باشد.
- نیمه ساختار یافته.
- بدون ساختار.

○ سوال مصاحبه ان نیست که بتوانید به طور مستقیم برسید. خیلی از اوقات سوال هایی را می پرسید و از ان استفاده های دیگر می کنید. معمولا مهم ترین نقش را مصاحبه شوند دارد.

## جلسه بیست و پنجم

Monday, May 25, 2015

8:41 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- یکی دیگر از ابزارهای جمع آوری اطلاعات در پژوهش های کمی و کیفی مصاحبه است.
- بحثی که جلسه قبل گفتیم مصاحبه بود. بحث مصاحبه را به فراخور اینکه بعدا هم خواهیم داشت یک مقداری ملاحظات کمی و کیفی آن را با هم مطرح می کنی.
- در بحث مصاحبه چیزی ک در حقیقت مهم است این است که باید مشخص کنیم که در مصاحبه ما رویکرد کمی است یا کیفی. که این تفاوت را آخر بحث بیان می کنیم. در پیمایش رویکرد یک رویکرد کمی است. مصاحبه هایی که در پیمایش انجام می شود در ان سه دسته مصاحبه ای که گفتیم (ساختار یافته-نیمه ساختار یافته- بدون ساختار ) اینها معمولا از ساختار یافته یا نیمه ساختار استفاده می شود و لی در پژوهش های کیفی به سمت بدون ساختار می رویم. مثلا پیمایشی در مورد ریاست جمهوری انجام می دهند که افراد در ریاست جمهوری چه ملاک هایی دارند. مثلا اینکه شما می خواهی رئیس جمهور انتخاب کنی به چه چیز هایی توجه می کنی و کدام یک از این فاکتور ها مهم تر است برایتان؟ یا چه کسانی در انتخاب رئیس جمهور برای شما موثر هستن. خیلی از اوقات مصاحبه گزینه هایی ممکن است مد نظر افراد باشد که فراتر از ان باشد لذا از مصاحبه استفاده می شود. ویژگی مصاحبه نسبت به پرسشنامه این است که یک پیام سه قسمت دارد. الفاظ و عوامل همراه زبانی و زبان. در اتباطات حدود سی

درصدش الفاظ است. حدود ۲۵ درصد هم عوامل همراه زبانی مثل تن زبان می باشد و حدود ۵۰ درصد زبان بدن است. لذا می گویند ما مصاحبه می کنیم که یک پیام را به طور کامل منتقل کنیم. لذا مجبور می شوید در تحقیق به سراغ مصاحبه بروید.

• **ساختار مصاحبه.** معمولاً مصاحبه ای که می کنید توجه کنید که مصاحبه یک قسمت قبل از مصاحبه و حین مصاحبه و پس از مصاحبه دارد. نکاتی هم که می گوئیم برای دو رویکرد کمی و کیفی است. گاهی اوقات مثل همان مصاحبه ای که در پیمایش بحث نظرات مردم در مورد انتخاب ریاست جمهوری می بینید که برنامه مشخص و از پیش تعیین شده است. قبل از مصاحبه اولین چیزی که باید مشخص شود سناریو مصاحبه است که این سناریو مشخص کننده گام های یکه است که می خواهید در مصاحبه انجام دهید.

○ قبل از مصاحبه

• سناریو: در ایجاد این سناریو (چگونه مصاحبه آغاز شود- چند سوال پرسید و چطور تمام کنید) این سناریو بر می گردد به اینکه شما دنبال این هستید که می خواهید یک پیمایش انجام دهید یا از طریق گراندد یک موضوعی را استخراج کنید و اینکه عمق موضوعی که می خواهید بدست بیاورید باید ساختار خاصی داشته باشد.

• مطالعات پیشینی. قبل از مصاحبه باید مطالعات پیشینی داشته باشید. این به شما کمک میکند که کجا ها برای شما نقطه مهم است. به کجا باید تاکید کنید و از کجا باید سریع رد شوید. تئوری پس ذهن و ساختار باید در این مطالعه پیشینی شکل بیگیرد.

• آماده سازی مصاحبه شونده: خیلی از اوقات شما باید بتوانید طرف مقابل خودتان را برای انجام مصاحبه آماده کنید. مثلاً حتماً هدف تحقیق تان را طرف قبول داشته باشد. پس در آماده سازی باید اطمینان بخشی کنیم که این مصاحبه بازجویی و بحث های درمانی نیست. دوماً اینکه باید حداقل پرسش ها و سناریو اولیه را به مصاحبه شونده بدهید. که از طریق ایمیلی چیزی را به آنها برسانید که مطالعه ای داشته باشند. معمولاً این نوع آماده سازی که پرسش ها را بدهید این ها رد پژوهش های کیفی بیشتر مفهوم دارد تا در پیمایش ها.

○ حین مصاحبه: در اینجا چند نکته جدی هست.

• برقراری ارتباط دوستانه: شما بالاخره با هر کسی بخواهید مصاحبه کنید باید با شما تعامل بگیرد و به میزان تعامل شما و جدیت شما به شما اطلاعات می دهد. اولین برخوردهایی که با ادم می کنید ادراک کلی از شما در ذهن طرف شکل می گیرد. لذا بر اساس اثر اولین

برخورد باید اعتماد طرف را جلب کنید. بفهمد که شما آدم علمی هستید و همه هدف شما این است.

- بی طرف و عدم قضاوت: خیلی از اوقات ما دچار انواع خطاهای ادراکی در حین مصاحبه می شویم. شما باید دقت کنید که در مصاحبه کاملاً بازخور های یکه به افراد می دهید باید بی طرفانه و بدون قضاوت باشد. یک نفر ممکن است با نظر شما موافق باشد یا نباشد. هیچ وقت به افراد نگوئید که نکته ای که شما دوست را دارید را ادامه دهد یا نکته ای که دوست ندارید را ادامه ندهد. البته منظور این است که این را به طور ضمنی بگوئید. لذا آدم های که شاید بیشتر به نظر شما نزدیک هستند را شاید بیشتر تایید کنید.
- دقت در ثبت اطلاعات: یک نکته خیلی جدی این است که هیچ وقت در حین مصاحبه شروع به تحلیل نکنید. اینجا جای تحلیل نیست. بهترین حالت در مصاحبه ضبط ویدیویی است. این باعث می شود که طرف مقابل محدود شود که این بد است. آدم ها اجازه نمی دهند که صدایشان را ضبط کنید. حساب کنید که طرف به شما اجازه ضبط ندهد این جا شما باید سرعت در نوشتن باشید هم ضابط باشید و هم صادق باشید تا مفهوم ذهن خود را بنویسید. لذا در ثبت اطلاعات هم حجم بیشتری از اطلاعات را بنویسید هم دقیق بنویسید. هر جقدر می توانید همان شرایط و همان الفاظ را پیاده سازی کنید بعداً در تحلیل به شما کمک می کند. در حین مصاحبه باید سنسور های شما خیلی فعال باشد.
- برقراری رابطه همدلانه: ارتباط خوب ارتباطی است که با طرف تماس چشمی داشته باشید. به طرف بازخور دهید. ارتباطات غیر کلامی داشته باشید. اینکه در واقع ماشین نوشتن در مصاحبه نباشید و باید با طرف همراهی کنید.
- شواهد ارائه دهید یا آنجایی که ناقص یا مبهم است را توضیح بخواهید. اینکه شما گفتی یعنی چی؟ توجه کنید که آدم ها دفاینه عقول هستند و توشون مبهم است و توشون هست ولی بیرون کشیدنش بر عهده شما می باشد.
- بیان نظرات: هیچ وقت در مصاحبه بیان نظرات نکنید. در حین مصاحبه شما یک آدم مزاحم برای طرف هستید. چون مصدع اوقاتش شده اید. چیزهایی می پرسید که ممکن است بعداً برایش درد سر شود. در حین مصاحبه بدانید که با چنین افرادی در طرف هستید.

○ پس از مصاحبه

- در مورد مصاحبه شونده: اطمینان از اینکه نظرات شما را به دقت بیان می کنیم. اینکه مصاحبه را به آخر برسانیم.
- ثبت اطلاعات اضافه. شما از مصاحبه که در آمدید شاید بیست دقیقه نیم ساعت باید وقت بگذارید که همان جا چیزی را که متوجه شده اید بنویسید. هیچوقت به حافظه خودتان تکیه نکنید.

## • سوگیری های مصاحبه

### ○ مصاحبه کننده

- خطای ادراک اولین برخورد. یک نفر در ذهنش از شما یک چیزی بوجود می آید و تا آخر مصاحبه شاید راجع به آن ده بار از شما بپرسد.
- مصاحبه کننده ادراک انتخابی داشته باشد. بعضی از چیزهایی که دسوت دارد را بشنود یا برداشت خاصی که دوست دارد بکند.
- مصاحبه کننده دفاع ادراکی: با سیستم سوالات فرد را به سمتی ببرد که چیزهایی که دوست ندارد را نشود.
- خطای فرافکنی در تحلیل. یعنی اطلاعات را طوری ارزیابی کنید که خودتان فکر می کنید.
- تغییر عمدی: شما در پیمایش هایتان ممکن است بیست نفر مصاحبه کننده داشته باشید که باید به این ها توجه کنید.

### ○ در مصاحبه شونده

- فراموشی/خجالت/کژفهمی/محافظه کاری
- تایید طلبی. مصاحبه شونده دنبال تایید طلبی است. مصاحبه شونده دنبال حرف هایی است که شما دوست داری بشنوی چون می خواهد وجهه اش پیش شما خراب نشود.
- ویژگی های مصاحبه شوند. مثلا خانم ها توضیحات بسیار مستفادی می دهند.
- هیچ وقت در مصاحبه از ابرویشن استفاده نکنید. مثلا ناسا. اصطلاحات تخصصی استفاده نکنید. بعضی مواقع امام صادقی ها استفاده می کنند که طرف مقابل این ها را نمی داند. الفاظی که احساس می کنید که فقط خودتان را می دانید استفاده نکنید.
- تفاوت مصاحبه های کمی و کیفی.
- در مصاحبه های کیفی اولاً غالباً مصاحبه بدون ساختار انجام می شود و حتی ممکن است با یک فرد بیش از یک مصاحبه انجام شود. در مصاحبه کیفی فهم همدلانه مهم است. چون بحث بحث

فهم همدلانه است باید در سیر ذهنی طرف بروید. همراهی در مصاحبه کیفی خیلی در تئوری پردازی کمک می کند. گراند تئوری یعنی ذهن طرف را تک به تک بازخوانی می کنی که این پس ذهنش چیست. لذا مصاحبه کیفی اجتناب از کنترل است. سعی می کنید که ادم از موضوع زیاد دور نشود. در مصاحبه باید اجتناب از کنترل داشته باشید و بگذارید طرف حرفش را بزند. جهت گیری مصاحبه باید پاسخ دهنده محور باشد نه پژوهشگر محور. در حالی که در مصاحبه های پژوهشی معمولاً پژوهشگر محور هستیم. این تقریباً تفاوت جدی در مصاحبه های کمی و کیفی می باشد. الزامی ندارد که در مصاحبه های کمی این فهم همدلانه رخ دهد. مصاحبه گاهی از پرسشنامه کم هزینه تر است. در مصاحبه های پیمایشی گاهی ابزار مصاحبه انتخاب می شد نه برای اینکه می خواهیم فهم همدلانه رخ دهد چون پیمایش راحت تر انجام دهد. گاهی پیمایش مجبور می شوی انجام دهی چون طرف مقابل سواد ندارد. خیلی از اوقات در مصاحبه در پیمایش وارد حریم خصوصی افراد می شوید و به آنها اضطراب وارد می کنید. این را باید حفظ اطلاعات کنید و ادم را به حالت قبلی اش برش گردانید و به وی اطمینان دهید. توجه کنید که در مصاحبه اگر افراد مشارکت اختیاری با شما نکنند اطلاعاتشان به درد شما نمی خورد مثلاً اینکه طرف زنگ بزند و سفارش شما را به فرد مصاحبه شونده بکند.

- در بحث بعدی که می خواهیم وارد شویم بحث پژوهش های غیر واکنشی و تحلیل ثانویه است. در آزمایش و پژوهش ما معمولاً از افراد در پیمایش اطلاعات خاصی را می خواهیم و طرف جواب می دهد. این ها در واقع تحلیل ما واکنشی است. یعنی یک اتفاقی در محیط ایجاد می کنیم جواب می گیریم. اما یک کار دیگری میتوانیم انجام دهیم که تحلیل ثانوی است. یعنی طرف متوجه نشود که داره ازمون می شود و شما هم تغییری ایجاد نکنید که بخواهید جوابش را بگیرید. ازمون شدنی آگاهی از اینکه داره آزمایش می شود ندارد. لذا در این نوع تحقیق سوم که در تحقیقات کمی است شما کاملاً می آیی از این ثمرات عملی می آیی اینها را بررسی می کنی. یعنی یک چیزهایی مصرف شده و بعد شما سراغ آن می روید. در این تحقیقات کمی شما نمی توانید در مسیر اثر بگذارید. می خواهید اتفاقی که افتاده است را گزارش کنید. لذا دست شما زیاد باز نیست. مثلاً شما بیای در محیط خوابگاهی رفتارهای بچه ها را تعداد سنجی کنی.
- سنجه های غیر واکنشی. اطلاعات تحلیل ثانوی را از کجا می شود بدست آورد.

## پژوهش غیرواکنشی (تحلیل ثانوی)

سه شنبه، ۲۶ مه ۲۰۱۵

۱۰:۴۲ ق.ظ

بسم الله الرحمن الرحيم

### • منطق پژوهش غیرواکنشی (تحلیل ثانوی)

- در جامعه ای که ما داریم در مورد آن ها مطالعه می کنیم افراد از این موضوع آگاهند که داریم در موردشان تحقیق می شود. لذا کیفیت پاسخ گویی آن ها به سؤالات قطعا تحت تأثیر قرار خواهد گرفت. و یا اصلا می بینیم که افراد تمایلی به نوشتن و مصاحبه شدن ندارند.
- لذا یک نوع دیگری از پژوهش ها، غیرواکنشی یا تحلیل ثانوی است. در این پژوهش ها ما صبر می کنیم تا اتفاق بیفتد (مثلا فرد سخنانی اش را انجام دهد، فعلش را انجام دهد و ...) و بعد ما می آییم به عنوان یک پژوهشگر اتفاقی که افتاده است را بررسی می کنیم. در این پژوهش از عوارض و آن چه که از واقعه باقی مانده است مطالعه می کنیم. مثل بررسی رد پای یک فرد.

### • سنجه های پژوهش غیرواکنشی

#### • آثار فیزیکی

##### • فرسایشی

- مثل کف ساییده شدن ها که نشان می دهد که چقدر از آن مکان استفاده شده است.

##### • پسماندی

- مثلا می خواهیم الگوی مصرف را در شهر تهران بررسی کنیم. خب تهران را به چند ناحیه تقسیم می کنیم. زباله هایی که از خانه ها باقی مانده است را بررسی می کنیم.
- و یا مثلا از روی یادگاری هایی که افراد در جاهای مختلف نوشته اند می توانیم متوجه شویم که نسبت به آن مکان چه واکنشی نشان داده اند و چه نظری داشته اند. و یا می توانیم به فرهنگ عامه پی ببریم. و یا در سربازخانه ها می توانیم به وضعیت روحی سربازها پی ببریم. چیزهایی در این جا به دست می آوریم که اصلا نمی شود با پرسشنامه و ... به دست آوریم.

#### • آرشیوها

##### • آمارهای مستمر

- مثلا بررسی نرخ ازدواج و طلاق
- سن فوت افراد در شهرهای مختلف - « می توان متوجه شد که در کدام شهرها اضطراب شغلی بالا و کجاها پایین است.



- بازه هایی که افراد فوت می کنند
- نرخ مرگ و میر کودکان

### • آمارهای نامنظم

- مثلاً برای این که ببینیم بوروکراسی در کشور کم شده است یا نه می توان به حجم استفاده ی کاغذ در دولت رجوع کرد. (البته این برای زمانی است که هنوز سیستم های مدیریت اطلاعات نیامده بود.)

### • مشاهده

#### • جلوه ی بیرونی

- شامل مظاهر:
  - فیزیکی
    - مارک روی لباس ها، مدها، رنگ لباس ها
  - گفتاری
  - رفتاری
- نوع برخورد آدم ها

#### • شمارش رفتار

- مثلاً با استفاده از یک ناظر غیر فعال (ناظری که درگیر با مسئله نمی شود؛ مثل دوربین) رفتار آدم ها را شمارش کردن.
- مثلاً یک تبلیغی را جلوی راه افراد می گذاریم و یک صبح تا شب واکنش افراد نسبت به این تبلیغ را بررسی می کنیم

#### • مدت زمان

- مدت زمانی که افراد درگیر یک تبلیغ و یا ارتباط با فردی و یا پرداختن به موضوعی می شوند
- دقت کنیم که در همه ی این مواردی که ذیل مشاهده بیان کردیم، مشاهده به صورت غیرفعال و منفعل است؛ چرا که نباید روی کنش فرد اثر گذاشته شود.

### • تحلیل محتوا

- متن، هر آن چیز مکتوب، دیداری یا گفتاری است که به عنوان حامی برای اطلاعات و پیام است. در تحلیل محتوا ما با متن درگیر هستیم. حالا این متن می تواند حتی تصویر روی لباس باشد، سخنرانی رئیس جمهور باشد و ...
- مثلاً بررسی می کنند که چند بار از فلان لفظ استفاده کرد.
- تحلیل محتوا از یک رویه ای برای ثبت و شمارش عینی و نظام مند جهت توصیف کمی از محتوای نمادین متن استفاده می شود. در تحلیل مضمون ما به دنبال شمارش الفاظ نیستیم و یا این که این لفظ با چه الفاظ دیگری همراه آمده است بلکه به دنبال این هستیم که به مضمون پس ذهن برسیم.

- رویکرد کاملاً کمی است و امکان مقایسه به ما می دهد. این که مثلاً بعد از سخنرانی آقا این کلید واژه ها چقدر گسترش پیدا کرد.
- در تحلیل محتوا ما زیاد تعمیم پذیری نداریم.
- خوبی تحلیل محتوا این است که گزارش های بزرگ و زیاد را خلاصه شده به شما ارائه می دهد.
- سطح تحلیل نیز مهم است؛ یعنی چه چیزی را به عنوان واحد تحلیل انتخاب می کنیم. مثلاً در نوشته های روی دیوار به تک تک الفاظ دقت کنیم و یا به مضمون آن ها و یا به قالب آن ها (کجا نوشته شده).
- **چهار ویژگی محتوا جهت تحلیل** (سیستم های کدگذاری می توانند ۴ ویژگی محتوا را شناسایی کنند).
- **فراوانی**
  - مثلاً این که چند بار فلان کنش اتفاق افتاده است. مثلاً این که چه مقدار از تبلیغات بازرگانی مربوط به افراد کهنسال می شود. خب شاید این نشان می دهد که جمعیت رو به پیری است.
- **جهت**
  - مثلاً این که جهت گیری این پیام تبلیغات تلویزیونی به چه سمت است. آیا افراد سالخورده را افراد ناتوانی نشان می دهد که کل بر جامعه است و یا این که به آن ها احترام می گذارد و نیازهای آنان را برآورده می کند و در کل محتوای تبلیغ مثبت است.
- **شدت**
  - یعنی این که آیا دارد موضوع را خیلی پررنگ نشان می دهد یا خیر.
- **فضا**
  - مقدار حجمی که این تبلیغات دارد به خود اختصاص می دهد. مثلاً این که چند ثانیه از این تبلیغات، چه مقدار از تابلوهای شهر

## جلسه بیست و هفتم

Monday, June 01, 2015  
8:39 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

- برای تحلیل داده ها یک روشی به نام تحلیل محتوا داریم. در تحلیل محتوا آن چیزی که توضیح می دهیم بیشتر رویکرد کمی است. کدهایی را ایجاد می کنیم که بعد اینها را شمارش خواهیم کرد و به دنبال معنای پس ذهن نیستیم.
- **انواع کدگذاری در تحلیل محتوا.** در یک کشور مثلاً مساله ای که کداریم این است که از جامعه سنتی داریم به سمت مدرن شدن گذر می کنیم و در این میان نقش انسان ها داره عوض میشه. مثلاً مرد داره

از نقش بالا سر خانه بودن داره نقشش عوض می شه زنان هم داره نقشش عوض می شود. در مفهوم خانواده یک دگردیسی اساسی داریم. این را از کجا می شود دریافت؟ یک کار این است که با تک تک آدم ها مصاحبه کنی و بگویی که قبلا چه بوده و الان چه شده است که به این واکنشی می گویند. روش دیگر غیر واکنشی است. بیای محتوای فرهنگی که نقش زنان را نشان می دهد. رصد کنی. مثلا تبلیغات تلویزیونی که زنان دارن نقش خودشان را بیان می کنند رصد کنی.

○ **آشکار:** آن چیزی که داری روی لفظ جلو می روی.

○ **پنهان:** شما داری از آن محتوا یک برداشتی می کنی. اینجا به تصمیم محقق بر می گردد که این محتوا و این متن (هر گونه فیلم، روایت و هر چیزی که در جریان در مورد آن رخ می هد) را شما باید راجع به آن تصمیم گیری کنی.

• در تحلیل محتوا واحد تحلیل مهم است. در کدگذاری

○ **مراحل تحلیل محتوا**

• **صورت بندی سوال.** متغیر های ما در همین سوال ها مشخص می شود. مثلا در جریان هسته ای ایران روزنامه ها هر کدام چه نقشی داشتند. اینکه چقدر از متن انتظار دارید و چه را می پرسید به همان اندازه شما قدرت برداشت از متن را دارید.

• **انتخاب واحد تحلیل.** واحد تحلیل را باید مشخص کنیم. در تبلیغات در مورد زنان که گفتیم کل تبلیغ را می خواهیم برداریم یا زبان بدن آن ها را می خواهیم برداریم یا غیره. واحد تحلیل در کلی شدن یا عمیق شدن تحقیق موثر است.

• **نمونه گیری.** شما به سبک های مختلفی می توانی عمل کنی. اینکه با چه منطقی می خواهی از این استنتاج کنی.

○ طبقه بندی و کدگذاری بر اساس متغیرها. در این کدگذاری شما باید از یک نرم افزاری چیزی استفاده کنید. معمولا کدگذاری تحلیل محتوا بیشتر شمارش است. این جا بر اساس متغیرهایمان کدگذاری می کنیم. مهم است که اگر به دنبال کدگذاری پنهان باشیم کدگذاری پس ذهن خیلی مهم است. باید توجه کنید که آن چیزی که به متن القا می کنید حواستان باشد که زیاد دور از واقع نباشد.

• **استنباط.** بر اساس کدگذاری ها و متغیرهایی که در پس ذهن داشتیم و بر اساس آن کدگذاری کردیم حال می آیم بر اساس آن نتیجه گیری می کنیم. این استنباط به فرضیه شما و تئوری پس ذهن شما بر می گردد.

## • واحد تحلیل

• آمار و اسناد. خیلی از این آمار در کتابچه آمار هست. در استفاده از آمار باید دقت کنید که مبنای آمار

با مبنای تحقیق شما یکی می باشد.

• پایایی و روایی.

○ پایایی تعادل. زمانی که چند کدگذار داشته باشیم سازگاری بین کدگذاران ایجاد می کند. مثلاً می خواهی در تهران در دهه ۶۰ دیوار نویسی هایش را بررسی کند. محقق نمی تواند همه این دیوار نویسی ها را بررسی کند. وقتی چند کدگذار می گذاری هر کسی ممکن است یک برداشتی داشته باشد. لذا بین این کدگذاران باید خوب به اینها آموزش دهی که همه با یک منطق برداشت کنند. باید کاری کنید که ملاک های تصمیم گیری شان را ..... .

○ پایایی ثبات. خیلی از اوقات در کدگذاری هایتان ممکن است چند ماه پیش یک چیز را کدگذاری کرده باشید و تا الان ادامه داشته باشد. برای این کار متنی را که یک فرد چند ماه پیش کدگذاری کرده بود به وی بر می گردانید تا ببینید که این فرد همانطوری کدگذاری می کند یا نه. اگر همان طور بود یعنی پایایی ثبات دارد.

• همیشه باشد جایی برای خطا بگذارید یعنی بدانید که شما نتوانسته اید که به طور کامل بررسی کنید. هر وقت مبنایان آمار شد باید جایی برای خطا بگذارید.

## جلسه بیست و هشتم

Tuesday, June 02, 2015

10:39 AM

بسم الله الرحمن الرحيم

• سه نمونه از پژوهش های کمی که گفتیم بر اساس نوع آزمون هایی که می خواهیم استفاده کنیم نبود و بیشتر آن مساله اصلی بود که پژوهشگر با توجه به سوال پژوهش و جنس مساله اش و داده هایی که در دسترس دارد و رویکردش، از این سه چهار مساله یکی را انتخاب میکنیم.

• خیلی اوقات محدودیت های پژوهشگر است که باعث انتخاب یک روش می شود. زمانی که پژوهشگر به اقتضای سوال پژوهش احساس می کند که باید جامعه وسیع تری را پوشش دهد سراغ پژوهش کمی می رود.

- یک عنوان پژوهشی را هم می‌توانید کمی و هم کیفی انتخاب کنید.
- اینکه کیفی بهتر است یا کمی کاملاً به علائق پژوهشگر، گستره سوالش و دیگر عوامل بستگی دارد.
- تحقیقات پژوهش میدانی

در این پژوهش، پژوهشگر درگیر با زمینه است به نحو تمام و کمال. پژوهشگر با میدان عمل و آنچه که در آن اتفاق می‌افتد درگیر است. این جور پژوهش‌ها مثلاً شما می‌بینید که بعداً اسمی به نام قوم‌نگاری از آن در می‌آید. یا مثلاً روش‌شناسی قومی به آن می‌گویند. در پژوهش میدانی درگیری جدی مان این است که درک، توصیف، همدلی و هم‌زبانی با زمینه ایجاد کنیم. و بر عکس پژوهش تحلیل ثانوی یا غیر واکنشی که شما یک مشاهده‌گر منفعل بودی اینجا خیلی از اوقات یک فاعل فعال و یک عضو از این اجتماع می‌شود. دقیقاً می‌آید درون سازمان کارمند می‌شود. می‌آید درون سازمان به عنوان پژوهشگر بازی می‌کند. گاهی به این شکل است که می‌گویند ایشان عامل تغییر است و می‌خواهد با شما زندگی کند و گاهی هم نمی‌گویند و فقط می‌گویند که ایشان کارمند است.

در اینجا محقق از لباس خودش خارج می‌شود و دقیقاً در یک لباس دیگری می‌نشیند. همان لباسی که متعلق به زمینه است.

در پژوهش میدانی محقق باید دقیقاً همان جایی که مساله رخ می‌دهد حضور داشته باشد. برای اینکه چنین اتفاقی رخ دهد چند موضوع خیلی مهم داریم؛

۱. شناخت پدیده در بستر آن. یعنی هیچوقت سعی نکنید هر چیزی را که می‌خواهید بشناسید باید پدیده را با بستر کنار هم گزارش کنید.
۲. مشاهده‌گر فعال اجتماعی باشید.
۳. توصیف کامل و همه‌جانبه از موضوع است. یعنی سعی نکنید که بر عکس پژوهش‌های کمی که ددوست دارد یک پرده وسیع را روی عدسی محدب بندازد تا کانونی ببیند باید هر چیزی را که اتفاق می‌افتد را خوب بیان کنید. در این نگاه دو تا بحث بود. یکی قوم‌نگاری و دیگری روش‌شناسی قومی. در قوم‌نگاری فرد سعی می‌کند برای آنچه به وضوح مشهود است یا گفته شده حرکت کند و به معنا یا دلالت ضمنی آن برسد. در اینجا محقق باید در بافت فرهنگی قرار بگیرد و از گذرگاه رفتار، گفتار، نمادها در آن بستر اجتماعی زمان و مکان خاص معنا را متوجه شود. یعنی دیگر بر عکس پرسشنامه که برای ما عدد مهم بود و بر عکس تحلیل محتوا که صورت برای ما مهم بود اینجا معنا برای ما مهم می‌شود. عمق این معنا به عمق همزیستی شما با این افراد بر می‌گردد. یعنی اگر شما داری با یک عرب زبان مذاکره می‌کنی اگر می‌بینی دیر می‌آید یعنی نمی‌

خواهد با شما حرف بزند و به معنای اینکه بی نظم است نیست. دانش فرهنگی شامل تمام ساخت های تمدنی است و منظور از ساخت تمدنی سرود، آهنگ و مجسمه و معماری و فضا و غیره می باشد. یک فضا داریم و یک کالبد که فضا خیلی مهم است. در قوم نگاری سعی می کنیم تصویری ریز و جزئی و غنی از زمینه ارائه دهد. در موج بعد بحث روش شناسی قومی به وجود آمد. روش شناسی قومی در پی این هستیم که معانی که در بافت اجتماع تولید می شود را بشناسیم. روش شناسی قومی مطالعه دانش شعور متعارف است. یعنی شعور متعارف در یک بافتی ساخته میشود و در تعاملات اجتماعی بازتولدی می شود. در روش شناسی قومی داریم این فرآیند ساخته شده، بازتولید شدن و اینها را پی گیری می کنیم. این همان ساخت گرایی اجتماعی است. یعنی ما داریم به صورت اجتماعی یک واقعیتی را می سازیم. این نگاه دوم یعنی روش شناسی قومی از همان مکتبی شروع شد همان مدل برگر و لاکمن که می گفت در پژوهش خود باید نحوه تولید واقعیات اجتماعی را بنویسید. قوم نگاری بیشتر در پی فهم پدیده در متن بود ولی روش شناسی قومی در پی این بود که یک واقعیت برای آن قوم چطور وضع می شود. پژوهش میدانی یک آدم دقیق می خواهد و با هر ابزاری می توان برای این کار استفاده کرد.

#### گام های پژوهش میدانی

۱. آمادگی شخصی، مطالعه پیشینی و ایجاد انسجام فکری می باشد. ما معمولا باید یک نفر آماده باشد که در این حوزه قرار بگیرد. باید ذهنش پذیرا باشد. تغییر را بپذیرد.
۲. انتخاب محل. معمولا برای هر پژوهش میدانی محل انتخاب شده مهم است. در واقع در محل است که پژوهشگر رابطه اجتماعی شکل می دهد. مثلا می خواهی فرهنگ سازمانی را بشناسی این که کنجای سازمانی می خواهی بروی مهم است. در انتخاب محل غنای داده هایی که بدست می آید و تناسب محل با موضوع شما خیلی مهم است.
۳. ورود به میدان و ایجاد ارتباط اجتماعی است. بعد از اینکه فرد خودش را آماده کرد و مکان را هم ایجاد کرد باید ارتباط اجتماعی برقرار کند.

بحث بعدی که در خیلی بهش دقت می شود

کتاب در پایتخت فراموشی محمد حسین جعفریان رو بخونم