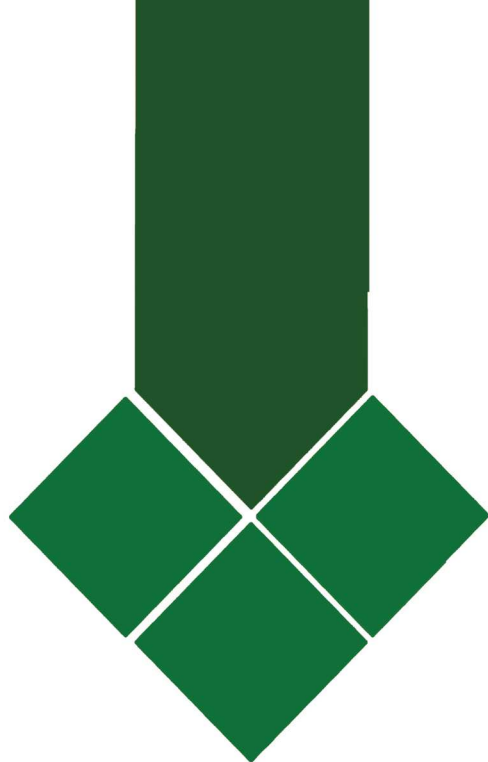


مرجع پژوهش

سرپرست نویسندگان: دکتر حمید قاسمی

گروه مؤلفین بر اساس حروف الفبا:

- دکتر فرشته ادیب، محمد اخگری، دکتر علی آذربایجانی، دکتر خدیجه احمدی آملی،
دکتر غلامرضا اسماعیلیان، دکتر حسین آل کجفاف، دکتر محمد تقی امینی،
دکتر محمد مهدی پرهیزگار، دکتر ابراهیم تقی زاده، دکتر منوچهر جعفری گهر،
دکتر محسن حاجی زین العابدینی، دکتر میرزا حسن حسینی، دکتر هوشنگ خسرو بیگی،
دکتر مسعود خلیلی، دکتر فرهاد دروگریان، دکتر داود درویشی سلوکلائی،
دکتر نازنین راسخ، دکتر علی رجب زاده طهماسبی، دکتر بهمن زندی،
دکتر مهدی سبزواری، دکتر محمد علی سرلک، دکتر محمد سرمدی، دکتر محمد شاه حسینی،
دکتر جواد شمولی کوه شوری، دکتر عزیز شمسی، دکتر رامین صادقیان،
دکتر مجید صفاری نیا، دکتر مصطفی طالشی، دکتر سید علی علم الهدی،
دکتر احمد علیپور، دکتر ابوالفضل فراهانی، دکتر مهراں فرج الهی،
دکتر حمید قاسمی، دکتر حسینعلی قجری، دکتر علی کریمی فیروزجا، دکتر سارا کشکر،
دکتر محمود رضا کی منش، دکتر مرتضی محسنی، دکتر محمد محمودی میمند،
دکتر حمید ملکی، دکتر سید مهدی موسی کاظمی، دکتر مژده کیانی، دکتر اسفندیار موسوی،
دکتر یگانه موسوی جهرمی، دکتر علیرضا ناصحی، دکتر رضا نجاری، دکتر آرزو نجفیان، دکتر شهرزاد نیری



سخن ناشر

خواننده گرامی

با سلام و احترام؛

فایل دیجیتال کتاب مرجع پژوهش به درخواست سرپرست نویسندگان به عنوان نذر فرهنگی و رایگان در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است، تا امکان استفاده از آن برای همه افراد فراهم گردد.

از شما خواهشمند است به منظور تداوم این اقدام فرهنگی و حفظ حقوق ناشر در صورت نیاز به تهیه نسخه چاپی به وب سایت Andisheara.ir مراجعه نمایید و یا با شماره تماس ۰۹۳۹۶۵۵۵۹۰۱ تماس حاصل فرمایید.

اندیشه آرا



حق چاپ و نشر این کتاب برای انتشارات اندیشه آرا محفوظ است.



مرجع پژوهش

سرپرست نویسندگان و ویراستار علمی: حمید قاسمی

۴۸ استاد مؤلف بر اساس حروف الفبا:

دکتر فرشته ادیب، دکتر محمد اخگری، دکتر محمدعلی آذربایجانی، دکتر خدیجه احمدی آملی، دکتر غلامرضا اسماعیلیان، دکتر حسین آل کجباف، دکتر محمدتقی امینی، دکتر محمدمهدی پرهیزگار، دکتر ابراهیم تقی‌زاده، دکتر منوچهر جعفری گهر، دکتر محسن حاجی زین‌العابدینی، دکتر میرزاحسن حسینی، دکتر هوشنگ خسروبیگی، دکتر مسعود خلیلی، دکتر فرهاد درودگریان، دکتر داود درویشی سلوکلاهی، دکتر نازنین راسخ، دکتر علی رجب‌زاده طهماسبی، دکتر بهمن زندگی، دکتر مهدی سبزواری، دکتر محمدعلی سرلک، دکتر محمد سرمدی، دکتر محمد شاه‌حسینی، دکتر جواد شهبولی کوه‌شوری، دکتر عزیز شمسی، دکتر رامین صادقیان، دکتر مجید صفاری‌نیا، دکتر مصطفی طالشی، دکتر سید علی علم‌الهدی، دکتر احمد علیپور، دکتر ابوالفضل فراهانی، دکتر مهران فرج‌الهی، دکتر حمید قاسمی، دکتر حسینعلی قجری، دکتر علی کریمی فیروزجا، دکتر سارا کشکر، دکتر محمودرضا کی‌منش، دکتر مرتضی محسنی، دکتر محمد محمودی میمند، دکتر حمید ملکی، دکتر سید مهدی موسی کاظمی، دکتر مزده کیانی، دکتر اسفندیار موسوی، دکتر یگانه موسوی جهرمی، دکتر علیرضا ناصحی، دکتر رضا نجاری، دکتر آرزو نجفیان، دکتر شهرزاد نیری

چاپ دوم بر اساس ویراست هجدهم

اردیبهشت ماه ۱۴۰۰



נשמו נשם



عنوان و نام پدیدآور	: مرجع پژوهش/ سرپرست نویسندگان و ویراستار علمی حمید قاسمی؛ ۴۸ استاد مولف بر اساس حروف الفبا فرشته ادیب ... [و دیگران].
وضعیت ویراست	: ویراست ۱۸.
مشخصات نشر	: تهران: اندیشه آرا، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۸۵۰ ص: مصور (بخشی رنگی)، جدول؛ ۲۹×۲۲ س.م.
شابک	: ۹۷۸-622-97697-3-7
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: ۴۸ استاد مولف بر اساس حروف الفبا فرشته ادیب، محمد اخگری، محمدعلی آذربایجانی، خدیجه احمدی آملی، غلامرضا اسماعیلیان ...
یادداشت	: چاپ دوم.
یادداشت	: واژه نامه.
موضوع	: تحقیق -- روش شناسی
موضوع	: Research -- Methodology
شناسه افزوده	: ادیب، فرشته
شناسه افزوده	: قاسمی، حمید، ۱۳۵۰- ویراستار
رده بندی کنگره	: Q۱۸۰/۵۵
رده بندی دیویی	: ۰۰/۴۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۶۲۷۳۳۴
وضعیت رکورد	: فیپا



Andisheara.ir

andisheara

۰۹۳۹۶۵۵۵۹۰۱

۰۲۱-۶۵۵۱۱۴۳۳

اندیشه آرا

مرجع پژوهش

سرپرست نویسندگان و ویراستار علمی: دکتر حمید قاسمی

نوبت چاپ: دوم ۱۴۰۰، بر اساس ویراست هجدهم از شروع کار

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

قیمت: ۲۴۹,۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۷۶۹۷-۳-۷



فهرست مطالب

پیشگفتار ۹

بخش اول: مبانی پژوهش

فصل اول: طراحی پژوهش و نگارش پروپوزال ۱۷

فصل دوم: اجرای پژوهش ۴۳

فصل سوم: ساماندهی و انتشار پژوهش ۵۵

فصل چهارم: مبانی جستجو برای پژوهش ۹۷

بخش دوم: مبانی اجرای پژوهش

فصل پنجم: مبانی انتخاب روش پژوهش ۱۴۱

فصل ششم: مبانی انتخاب جامعه و نمونه پژوهش ۱۶۱

فصل هفتم: مبانی جمع‌آوری داده و اطلاعات در پژوهش ۱۷۵

فصل هشتم: مبانی تجزیه و تحلیل یافته‌ها (داده‌های جمع‌آوری شده) ۱۹۳

فصل نهم: مبانی بحث و نتیجه‌گیری ۲۲۵

بخش سوم: انواع روش پژوهش

فصل دهم: روش پژوهش آزمایشی ۲۳۵

فصل یازدهم: روش پژوهش پیمایشی ۲۴۳

فصل دوازدهم: روش پژوهش گراند تئوری ۲۵۳

فصل سیزدهم: روش پژوهش تحلیل محتوا ۲۸۱

فصل چهاردهم: روش پژوهش تاریخی.....	۲۹۹
فصل پانزدهم: روش مطالعات استراتژیک	۳۱۵
فصل شانزدهم: روش پژوهش تحلیل گفتمان	۳۴۷
فصل هفدهم: روش پژوهش ترکیبی	۳۶۳
فصل هجدهم: روش مطالعات تطبیقی	۳۷۱
فصل نوزدهم: روش تصمیم‌گیری چندمعیاره «AHP»، «ANP» و «DEA».....	۳۸۵
فصل بیستم: روش پژوهش مردم‌نگاری یا قوم‌نگاری	۴۰۳
فصل بیست‌ویکم: روش پژوهش پدیدارشناختی	۴۱۱
فصل بیست‌ودوم: روش پژوهش نشانه‌شناسی	۴۲۳
فصل بیست‌وسوم: روش پژوهش گروه‌سنجی یا جامعه‌سنجی	۴۳۱
فصل بیست‌وچهارم: روش پژوهش دلفی	۴۴۳
فصل بیست‌وپنجم: روش پژوهش گروه متمرکز	۴۵۳
فصل بیست‌وششم: روش پژوهش گروه اسمی	۴۵۹
فصل بیست‌وهفتم: روش پژوهش فراتحلیل	۴۶۷
فصل بیست‌وهشتم: روش پژوهش فراترکیبی	۴۷۷
فصل بیست‌ونهم: روش اقدام پژوهی	۴۸۵
فصل سی‌ام: روش پژوهش در عملیات یا تحقیق در عملیات	۵۰۱
فصل سی‌ویکم: روش پژوهش داده‌کاوی	۵۰۹
فصل سی‌ودوم: روش پژوهش تحلیل تماتیک	۵۱۷
فصل سی‌وسوم: روش پژوهش روایی یا روایتی	۵۲۹
فصل سی‌وچهارم: روش پژوهش دیالکتیک	۵۳۹

فصل سی و پنجم: روش پژوهش تبارشناسی	۵۴۵
فصل سی و ششم: روش پژوهش مطالعه موردی	۵۵۳
فصل سی و هفتم: روش پژوهش واسازی	۵۵۹
فصل سی و هشتم: روش پژوهش فمینیسم	۵۶۵
فصل سی و نهم: روش پژوهش کیو	۵۷۱
فصل چهل و یکم: روش پژوهش اپرا	۵۷۹
فصل چهل و یکم: روش پژوهش ژانرشناسی	۵۸۷
فصل چهل و دوم: روش پژوهش بریکلاژ	۵۹۵
فصل چهل و سوم: روش آینده پژوهی	۶۰۳
فصل چهل و چهارم: روش مدل سازی و نظریه پردازی	۶۲۳
فصل چهل و پنجم: روش مطالعات انتقادی (با تأکید بر نقد کتاب)	۶۳۵
فصل چهل و ششم: روش پژوهش نظریه خاکستری	۶۴۳
فصل چهل و هفتم: روش پژوهش نظریه مجموعه های فازی	۶۵۳
فصل چهل و هشتم: روش پژوهش مرور نظام مند	۶۶۵
فصل چهل و نهم: ملاحظات پژوهشی در رشته های خاص	۶۷۱

بخش چهارم : ملاحظات حقوقی و اخلاقی پژوهش

فصل پنجاهم: ملاحظات حقوقی پژوهش	۶۷۹
فصل پنجاه و یکم: ملاحظات اخلاقی پژوهش	۶۹۵

بخش پنجم: نرم افزارهای کاربردی در پژوهش

فصل پنجاه و دوم: نرم افزارهای نگارشی، ویرایشی و نمایشی	۷۰۳
فصل پنجاه و سوم: نرم افزارهای تحلیل داده های کمی	۷۱۷

فصل پنجاه و چهارم: نرم افزارهای تحلیل داده های کیفی ۷۵۹

بخش ششم: مفهوم شناسی و معادله یابی در پژوهش

فصل پنجاه و پنجم: مفهوم شناسی واژگان کلیدی در پژوهش ۷۸۱

فصل پنجاه و ششم: واژه نامه تخصصی انگلیسی به فارسی و فارسی به انگلیسی ۷۹۹

منابع ۸۳۱

معرفی سرپرست نویسندگان و ویراستار علمی ۸۴۹

پیشگفتار

با توجه به انواع گوناگون رویکرد گروه‌های علمی دانشگاهی و حتی در یک رشته خاص نسبت به روش‌شناسی پژوهش و از سوی دیگر با تأکید نظام دانشگاهی پیشرو بر انجام پژوهش‌های بین‌رشته‌ای، مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور بر آن شد تا با همکاری و همفکری استادان صاحب‌نظر رشته‌های علمی مختلف، یک «مرجع پژوهش» را تدوین کند. در گام نخست از عنوان «نظام جامع پژوهش» استفاده شد که با پیشنهادهای مختلف برای نام مناسب این مجموعه، در نهایت با پیشنهاد دکتر محمدعلی سرلک «عنوان مرجع پژوهش» نهایی شد.

در بسیاری از آثار موجود در بازار نشر داخلی و خارجی، کتاب‌های روش پژوهش به صورت تخصصی برای برخی رشته‌ها یا تکنیگشت‌هایی برای معرفی «یک روش پژوهش» دیده می‌شود. هدف از این اقدام جلب مشارکت و بهره‌مندی از نظرات اساتید صاحب‌نظر در زمینه روش‌شناسی پژوهش در سطح کشور به منظور ایجاد «یک زبان مشترک پژوهشی» و «قابل استناد در رشته‌های مختلف دانشگاهی» است. این رویکرد ضمن ایجاد هم‌افزایی و هماهنگی بیشتر در میان اساتید، دانشجویان و پژوهشگران، فرصت‌های مناسبی برای فعالیت‌های بین‌رشته‌ای فراهم خواهد کرد. این در حالی است که شکل‌گیری یک مجموعه راهنمای پژوهشی با مشارکت حداکثری از افراد صاحب‌نظر در این عرصه و به‌روزرسانی آن در بازه‌های زمانی نیمسال تحصیلی و حداکثر سالانه، رویکرد مناسبی برای اصلاح و تکمیل دائمی آن به وجود خواهد آورد. این رویکرد خود نمونه‌ای از شکل پژوهش به سبک جمع‌سپاری است.

جرقه این ایده با مشاهده برخی چالش‌ها و اختلاف آرای علمی اساتید در «جلسات دفاع، همایش‌ها، شوراهای تخصصی و دیگر محافل علمی-پژوهشی» در زمینه «روش اجرای پژوهش‌ها» زده شد. اگرچه ماهیت این گونه مباحث ارزشمند است و منجر به توسعه علم و شیوه‌های پژوهش می‌شود اما متأسفانه عدم نگارش و انتشار به موقع این اختلاف‌نظرها و جمع‌بندی نهایی از آن‌ها در قالب مجموعه‌ای منسجم، امکان بهره‌مندی اندیشمندان و صاحب‌نظران در رشته‌های مختلف و در سطحی گسترده‌تر را سلب می‌کند. از سوی دیگر و به دلیل اینکه اغلب این مباحث به نتیجه‌ای واحد و جمع‌بندی مشخصی نمی‌رسد؛ برگزاری جلسات نقد و مناظره علمی استادان و صاحب‌نظران دانشگاهی برای جمع‌بندی نهایی و انتخابی مشخص ضروری است. بر این اساس مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور از سال ۱۳۹۷ با ایجاد «مرجع پژوهش» به جمع‌آوری تجارب پژوهشگران و سامان‌دهی نتایج مناظرات علمی در حوزه پژوهش با رویکردی کاربردی پرداخت تا با زبانی مشترک در پژوهش، زمینه هم‌افزایی و بهبود در پژوهش‌ها را فراهم کند. مجموعه «مرجع پژوهش» به صورت رایگان و قابل استفاده برای عموم است که در طول دریافت بازخوردها یا شناسایی انواع راه‌های جدید و مؤثر پژوهشی، یک روند تکاملی را دنبال می‌کند. در این مسیر هر یک از متخصصان و صاحب‌نظرانی که با دیدگاه‌های اصلاحی و تکمیلی نظرات خود را عرضه کنند، با حفظ مالکیت معنوی و افزودن نام آنان به گروه مؤلفین انجام خواهد شد. بنابراین از کلیه صاحب‌نظران این عرصه دعوت می‌شود تا با نقد و نظر خود در تکمیل این پروژه علمی همراهی فرمایند. بدیهی است چنانچه در مواردی در مبانی روش پژوهش

و روش‌شناسی‌ها اختلاف آراء پدید آید، با برگزاری جلسات نقد علمی و در صورت لزوم کسب آرای داوران صاحب‌نظر، جمع‌بندی نهایی برای گزینش نظرات علمی برتر صورت خواهد پذیرفت.

انتظار می‌رود این منبع به‌عنوان مرجع اصلی اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی و پوشش دروس «روش تحقیق، سمینار و راهنمای عملی در رساله‌دکتری و پایان‌نامه کارشناسی ارشد» مورد استفاده قرار گیرد. از سوی دیگر و با توجه به مشارکت حداکثری جامعه علمی در ایجاد و صحنه‌گذاری بر این مجموعه و جمع‌بندی‌های حاصل از مناظره‌های علمی در موضوعات پژوهشی مورد مناقشه، امید می‌رود این «مرجع پژوهش» مورد کاربرد و استناد کلیه اساتید، دانشجویان و پژوهشگران واقع شود.

مجموعه حاضر در شش بخش شامل «مبانی پژوهش»، «مبانی اجرای پژوهش»، «انواع روش پژوهش»، «ملاحظات حقوقی و اخلاقی پژوهش»، «معرفی نرم‌افزارهای کاربردی در پژوهش» و «مفهوم‌شناسی و معادل‌یابی در پژوهش» ساماندهی شده است. بخش اول با عنوان «مبانی پژوهش» در چهارفصل به توضیحات مفصل درباره ارکان و فرایند عمومی در اجرای پژوهش می‌پردازد. دانشجویان در این چهارفصل با مراحل کامل اجرای یک پژوهش در سه‌گام اصلی «طراحی، اجرا و انتشار نتایج» و «مبانی جستجو در تمام‌مسیر» آشنا خواهند شد. بر این اساس در فصل اول به طراحی پژوهش و نگارش پروپوزال پرداخته می‌شود. فصل دوم کلیاتی درباره اجرای پژوهش را معرفی می‌کند و در فصل سوم چگونگی ساماندهی و انتشار پژوهش توضیح داده خواهد شد. فصل چهارم به معرفی مبانی جستجو برای پژوهش اختصاص دارد که کاری پیوسته در تمام طول پژوهش خواهد بود. بخش دوم کتاب به مبانی اجرای پژوهش با جزئیاتی از فرایند اجرا در هر مرحله کلیدی می‌پردازد. در فصل پنجم با عنوان «مبانی انتخاب روش پژوهش» به معرفی انواع دسته‌بندی روش پژوهش و هدایت پژوهشگر برای انتخاب مؤثر هر روش بر اساس مختصات اولیه و ویژگی‌های آن خواهد پرداخت. فصل ششم مبانی شناسایی قلمرو و انتخاب جامعه و چگونگی نمونه‌گیری از آن را معرفی خواهد کرد. فصل هفتم به خواننده کمک می‌کند تا فرایندهای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات در پژوهش را به‌طور دقیق بشناسد. فصل هشتم به معرفی چگونگی تجزیه و تحلیل یافته‌ها یا داده‌های جمع‌آوری‌شده اختصاص دارد. فصل نهم مبانی بحث و نتیجه‌گیری و چگونگی نگارش آن را معرفی خواهد کرد.

بخش سوم کتاب به معرفی انواع روش‌های پژوهش از نظر مسیر اجرا می‌پردازد. با توجه به ویژگی‌های خاص هر یک از این نوع روش‌های پژوهش، تلاش شده است تا بر اساس ملاحظات مفهومی، جمع‌آوری داده، نمونه‌گیری و تحلیل داده مورد بحث و بررسی قرار گیرند. بر این اساس فصل‌های «دهم تا چهل و هشتم» به معرفی انواع مسیرهای اجرای پژوهشی به ترتیب «آزمایشی، پیمایشی، گراند تئوری، تحلیل محتوا، تاریخی، مطالعات استراتژیک، تحلیل گفتمان، ترکیبی، مطالعات تطبیقی، تصمیم‌گیری چندمعیاره، قوم‌نگاری، پدیدارشناختی، نشانه‌شناسی، گروه‌سنجی، دلفی، گروه متمرکز، گروه اسمی، فراتحلیل، فراترکیبی، اقدام‌پژوهی، تحقیق در عملیات، داده‌کاوی، تحلیل تماتیک، روایی، دیالکتیک، تبارشناسی، مطالعه موردی، واسازی، فمینیسم، کیو، اپرا، ژانرشناسی، بریکلاژ، آینده‌پژوهی، مدل‌سازی، نظریه‌پردازی، مطالعات انتقادی، روش نظریه خاکستری، نظریه فازی و مرور نظام‌مند» می‌پردازند. در فصل چهل و نهم به ملاحظات پژوهشی در انواع رشته‌های خاص مانند «ادبیات، ریاضیات و مهندسی» پرداخته خواهد شد.

بخش چهارم کتاب ملاحظات حقوقی و اخلاقی را در پژوهش معرفی می‌کند. در فصل پنجاهم درباره ملاحظات حقوقی پژوهش و در فصل پنجاه و یکم درباره ملاحظات اخلاقی پژوهش اطلاعات مبسوطی ارائه شده است.

بخش پنجم کتاب به معرفی انواع نرم‌افزارهای پرکاربرد در پژوهش می‌پردازد. فصل پنجاه و دوم به نرم‌افزارهای پرکاربرد «نگارشی، ویرایشی و نمایشی» اختصاص دارد. فصل پنجاه و سوم درباره نرم‌افزارهای «تحلیل داده‌های کمی» و فصل پنجاه و چهارم درباره نرم‌افزارهای پرکاربرد برای «تحلیل داده‌های کیفی» توضیح می‌دهد.

بخش ششم به مفهوم‌شناسی و معادل‌یابی در پژوهش تأکید دارد. در فصل پنجاه و پنجم درباره مفهوم‌شناسی و انتخاب معادل برای واژگان فارسی و لاتین در زمینه پژوهش بحث می‌شود. در فصل پنجاه و ششم و پایانی کتاب، انواع واژگان انگلیسی به فارسی به ترتیب حروف الفبای انگلیسی و فارسی به انگلیسی به ترتیب حروف الفبای فارسی ارائه خواهد شد.

برای مطالعه عمیق بخش‌ها و فصل‌های «مرجع پژوهش» پیشنهادهایی به این شرح برای گروه‌های مختلف خوانندگان ارائه می‌شود:

الف) افرادی که با رویکرد آشنایی با روش پژوهش و درس سمینار این مجموعه را مطالعه می‌کنند، مطالعه کامل مجموعه به آن‌ها توصیه می‌شود.

ب) افرادی که با رویکرد نگارش پروپوزال این مجموعه را مطالعه می‌کنند، توصیه می‌شود که فصل اول و چهارم را با دقت و فصول دوم و سوم را مرور کنند. همچنین با توجه به مسیر اجرای انتخاب‌شده، به مطالعه دقیق روش پژوهش از نظر مسیر اجرای منتخب خود در بخش سوم بپردازند.

ج) افرادی که با رویکرد جمع‌آوری داده و اجرای فرایند پژوهش این مجموعه را مطالعه می‌کنند، توصیه می‌شود که فصول دوم، چهارم، ششم، هفتم، هشتم و نهم را بخوانند و از بخش سوم فصل مربوط به مسیر اجرای پژوهش و از بخش پنجم نرم‌افزار آماری منتخب مربوط را با دقت مرور کنند.

د) افرادی که با رویکرد نگارش رساله یا پایان‌نامه و تهیه دستاوردهای حاصل از آن‌ها این مجموعه را مطالعه می‌کنند، توصیه می‌شود که فصل سوم را با دقت مطالعه کنند.

ه) افرادی که با رویکرد ترجمه متون تخصصی در زمینه پژوهش این مجموعه را مطالعه می‌کنند، توصیه می‌شود ضمن مرور کل مجموعه بخش مفهوم‌شناسی و واژه‌نامه تخصصی را با دقت بخوانند.

از آنجائی که هدف کتاب دست‌یابی به مرجعی جامع در امر پژوهش و راهنمایی کاربردی برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی و پژوهشگران است، بار دیگر از همه علاقه‌مندان دعوت می‌شود تا با ارائه نظرات اصلاحی و تکمیلی به جمع مؤلفین این مجموعه بپیوندند. همچنین از متخصصین و مترجمین عزیز دعوت می‌شود تا در صورت مطالعه متن و تشخیص ضرورت معادل‌های فارسی آن را ارائه فرمایند تا این مجموعه به هدف مرجعیت خود از باب انتخاب بهترین معادل‌ها دست یابد. هر یک از اساتید بزرگواری که با روان‌سازی متن به درک سریع‌تر و ساده‌تر در کنار کاربردی و قابل اجرا بودن آن کمک کنند به جمع مؤلفان و صحه‌گذاران کتاب اضافه خواهند شد.

در ادامه لازم است تا از همکاری اساتید ارجمند جناب آقایان دکتر فرهاد خداداد کاشی (رشته اقتصاد)، دکتر جهانگیر بیابانی (رشته اقتصاد)، دکتر محمدجواد زاهدی (رشته جامعه‌شناسی)، دکتر زیبا محمدزاده، دکتر لیلا ایزدپرست و دانشجویان دوره دکتری مرکز تحصیلات تکمیلی آقایان میثم عسگر شمسی، سید عباس طباطبایی و مجید رجبی برای ارائه نظرات اصلاحی و تکمیلی قدردانی شود. همچنین لازم است تا سپاس ویژه‌ای داشته‌باشم از جناب امید بهروزی که کتاب را با دقت تمام مطالعه و نکات اصلاحی و ویرایشی مفیدی را ارائه فرمودند. در پایان از انتشارات اندیشه‌آرا به‌خاطر همراهی در این کار عام‌المنفعه، بدون هرگونه انتظار مالی و انجام امور «صفحه‌آرایی، گرفتن مجوز نشر و انتشار آزاد این کتاب به‌صورت الکترونیک» قدردانی و سپاسگزاری می‌شود.

مؤلفین کتاب بر اساس حروف الفبای نام خانوادگی

ردیف	نام و نام خانوادگی	رشته	دانشگاه
۱	دکتر فرشته ادیب	تربیت بدنی و علوم ورزشی / مدیریت ورزشی	پژوهشگر آزاد
۲	دکتر محمد اخگری	ادبیات آلمانی / ادبیات فارسی / عرفان اسلامی / رسانه	صداوسیما
۳	دکتر محمد علی آذربایجانی	تربیت بدنی و علوم ورزشی / فیزیولوژی ورزشی	آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
۴	دکتر خدیجه احمدی آملی	ریاضی	پیام نور
۵	دکتر غلامرضا اسماعیلیان	مهندسی صنایع	پیام نور
۶	دکتر حسین آل کجباف	حقوق	پیام نور
۷	دکتر محمدتقی امینی	مدیریت استراتژیک	پیام نور
۸	دکتر محمد مهدی پرهیزگار	مدیریت بازرگانی	پیام نور
۹	دکتر ابراهیم تقی‌زاده	حقوق خصوصی	پیام نور
۱۰	دکتر منوچهر جعفری گهر	آموزش و ادبیات انگلیسی	پیام نور
۱۱	دکتر محسن حاجی زین‌العابدینی	کنابرداری و اطلاع‌رسانی	شهید بهشتی
۱۲	دکتر میرزا حسن حسینی	مدیریت بازرگانی	پیام نور
۱۳	دکتر هوشنگ خسروبیگی	تاریخ	پیام نور
۱۴	دکتر مسعود خلیلی	ریاضی کاربردی	پیام نور
۱۵	دکتر فرهاد درودگریان	زبان و ادبیات فارسی	پیام نور
۱۶	دکتر داود درویشی سلوکلاهی	ریاضی کاربردی	پیام نور
۱۷	دکتر نازنین راسخ	تربیت بدنی / مدیریت ورزشی	پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی
۱۸	دکتر علی رجب‌زاده طهماسبی	مطالعات سینما و تلویزیون	صداوسیما
۱۹	دکتر بهمن زندی	زبان‌شناسی	پیام نور
۲۰	دکتر مهدی سبزواری	زبان‌شناسی	پیام نور
۲۱	دکتر محمدعلی سرلک	مدیریت رفتار سازمانی	پیام نور
۲۲	دکتر محمد سرمدی	علوم تربیتی / فلسفه تعلیم و تربیت	پیام نور
۲۳	دکتر محمد شاه‌حسینی	مدیریت	پیام نور
۲۴	دکتر جواد شهودی کوه‌شوری	مدیریت راهبردی در سازمان‌های ورزشی	پژوهشگر آزاد
۲۵	دکتر عزیز شمسی	آموزش پرستاری	پژوهشگر آزاد

پیام نور	مهندسی صنایع	دکتر رامین صادقیان	۲۶
پیام نور	روانشناسی	دکتر مجید صفاری نیا	۲۷
پیام نور	جغرافیا و برنامه ریزی	دکتر مصطفی طالشی	۲۸
پیام نور	فلسفه اسلامی	دکتر سید علی علم الهدی	۲۹
پیام نور	روانشناسی	دکتر احمد علیپور	۳۰
پیام نور	تربیت بدنی / مدیریت ورزشی	دکتر ابوالفضل فراهانی	۳۱
پیام نور	آموزش	دکتر مهران فرج الهی	۳۲
پیام نور	تربیت بدنی / مدیریت ورزشی / مدیریت رسانه	دکتر حمید قاسمی	۳۳
پیام نور	جامعه شناسی	دکتر حسینعلی قجری	۳۴
پیام نور	زبان شناسی همگانی	دکتر علی کریمی فیروزجا	۳۵
علامه طباطبائی	تربیت بدنی / مدیریت ورزشی	دکتر سارا کشکر	۳۶
پیام نور	مهندسی عمران	دکتر محمود رضا کی منش	۳۷
پیام نور	فیزیک	دکتر مرتضی محسنی	۳۸
پیام نور	مدیریت بازرگانی	دکتر محمد محمودی میمند	۳۹
پیام نور	مدیریت آموزشی	دکتر حمید ملکی	۴۰
پیام نور	جغرافیای شهری	دکتر سید مهدی موسی کاظمی	۴۱
پیام نور	جامعه شناسی	دکتر مژده کیانی	۴۲
پژوهشگر آزاد	تربیت بدنی / مدیریت ورزشی	دکتر اسفندیار موسوی	۴۳
پیام نور	اقتصاد	دکتر یگانه موسوی جهرمی	۴۴
پیام نور	حقوق خصوصی	دکتر علیرضا ناصحی	۴۵
پیام نور	مدیریت دولتی	دکتر رضا نجاری	۴۶
پیام نور	زبان شناسی	دکتر آرزو نجفیان	۴۷
تربیت مدرس	مدیریت رسانه	دکتر شهرزاد نیری	۴۸





بخش اول

مبانے پژوهش



طراحے پژوهش ونگارش پروپوزال

هدف کلی: آشنایی با نحوه طراحی پژوهش و نگارش پروپوزال

اهداف یادگیری

- آشنایی با نحوه انتخاب مسئله برای پژوهش
- آشنایی با فرایند تبدیل مسئله به عنوانی برای پژوهش
- آشنایی با نحوه نگارش پروپوزال

مقدمه

پیش از شروع مراحل اجرای هر پژوهشی مهم‌ترین اقدام، «انتخاب مسئله، تبدیل آن به عنوان و نگارش پروپوزال یا پیشنهاد چگونگی انجام آن پژوهش» است. پروپوزال یا پیشنهاد پژوهشی، پیشنهادی است که برای انجام یک پژوهش تهیه می‌شود و در صورت تأیید شدن، مبنای شروع پژوهش خواهد بود. در فصل اول، این مراحل با جزئیات تشریح می‌شود تا دانشجویان و پژوهشگران به کمک آن بتوانند گام‌های مؤثرتری را برای شروع پژوهش بردارند.

۱-۱. مفهوم پروپوزال

پروپوزال به معنی پیشنهاد پژوهشی است. یعنی این پیشنهاد باید به تأیید افراد یا مراجع ذی‌ربط برسد تا به عنوان طرح پژوهشی قابل اجرا شود. در پروپوزال‌های دانشگاهی ابتدا باید اساتید راهنما و مشاور آن را تأیید کنند و در ادامه باید به تأیید گروه تخصصی مربوطه در دانشگاه برسد تا دانشجو بتواند از آن به عنوان یک طرح برای اجرای فرایند پژوهش خود استفاده کند.

۱-۲. انواع پژوهش‌های دانشگاهی

پژوهش‌های مختلفی در نظام دانشگاهی انجام می‌شود که از جمله آن‌ها پژوهش‌های اساتید یا پژوهش‌های دانشجویان تحت عنوان پایان‌نامه برای کارشناسی ارشد و رساله برای دکتری هستند. در اغلب دانشگاه‌های دنیا یکی از شرایط دریافت مدرک در مقطع تحصیلات تکمیلی، ارائه گزارش مکتوب از یک کار پژوهشی مستقل و مفصل با هدایت اساتید راهنما و مشاور است. این گزارش‌ها که با عناوین رساله برای دوره دکتری و پایان‌نامه برای مقطع کارشناسی ارشد معرفی می‌شوند؛ شامل شرح مفصلی از یک کار پژوهشی مستقل با چارچوبی مشخص هستند. پایان‌نامه‌ها و به‌ویژه رساله‌ها هم در یادگیری پژوهش توسط دانشجویان و هم تولید دانش جدید نقش مهمی دارند.

گروه علمی این گونه پژوهش‌های دانشگاهی شامل استادان «راهنما، مشاور و داور» همراه با دانشجو هستند که هرکدام نقش ویژه‌ای را بر عهده دارند. علاوه بر دانشجو به عنوان مجری کار، نقش استاد راهنما در هدایت او بسیار ممتاز است زیرا بیشترین تعامل را با دانشجو در تمام مراحل کار دارد و می‌تواند دانشجو را به مسیر درست پژوهش هدایت کند. استاد مشاور به عنوان ناظر بر فرایند اجرای پژوهش در مواردی که استاد راهنما تشخیص دهد، دیدگاه‌های مشورتی خود را در اختیار استاد راهنما و دانشجو قرار می‌دهد اما اصولاً تصمیم‌گیرنده اصلی در مسیر اجرای پژوهش «استاد راهنما» است. داوران در مقطع دکتری بیش از یک نفر خواهد بود و حداقل یکی از آنان از دانشگاه دیگری انتخاب می‌شود. آن‌ها باید در زمینه موضوع مورد مطالعه از تخصص و تجربه کافی برخوردار باشند تا بتوانند کار پژوهشی دانشجو را منتقدانه و منصفانه ارزیابی کنند.

۳-۱. فرآیند پژوهش با تأکید بر مراحل طراحی پژوهش

فرایند پژوهش اغلب دارای سه گام اصلی است که در هر گام مراحل به شرح جدول ۱-۱ وجود دارد. در این فصل مراحل گام نخست یا طراحی پژوهش و چگونگی نوشتن پروپوزال مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۱-۱. فرآیند پژوهش با تأکید بر طراحی پژوهش

فرآیند کلی پژوهش	ردیف	مراحل	توضیح
طراحی پژوهش	۱	انتخاب حوزه مطالعاتی	انتخاب حوزه‌ای تخصصی برای پژوهش
	۲	انتخاب مهم‌ترین مشکل یا مسئله	تهیه فهرستی از مسائل و مشکلات در حوزه مطالعاتی
	۳	تبدیل مشکل به مسئله و عنوان	انتخاب مشکل و تبدیل آن به مسئله و نوشتن عنوان پژوهشی
	۴	تهیه پیشنهاد پژوهش یا پروپوزال	تدوین یک پروپوزال یا گام‌های لازم برای اجرای پژوهش
اجرای پژوهش	۱	ساماندهی طرح پژوهش یا پروپوزال	ساماندهی محتوای پروپوزال در الگوی پایان‌نامه یا رساله
	۲	تعیین نهایی نمونه مورد بررسی	اجرای روش نمونه‌گیری در صورت نیاز
	۳	جمع‌آوری داده‌ها (یافته‌ها)	با استفاده از ابزارهای مناسب از نمونه و بر اساس اهداف پژوهش
	۴	تجزیه و تحلیل داده‌ها (نتایج)	تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده
ساماندهی و انتشار پژوهش	۵	بحث و نتیجه‌گیری	بحث و نتیجه‌گیری از تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه پیشنهاد
	۱	ساماندهی و تدوین گزارش پژوهش	ساماندهی نهایی مطالب در طول فصل‌های پایان‌نامه یا رساله
	۲	انعکاس نتایج پژوهش	سخنرانی (دفاع یا همایش) و استخراج «مقاله، پوستر و کتاب»
	۳	اجرای نتایج پژوهش	پیگیری برای اجرایی شدن نتایج پژوهش توسط بخش مربوطه

در هر گام از فرایند مراحل تکمیل یا نوشتن پروپوزال می‌تواند به دو شکل «خطی و رفت و برگشتی» اجرا شود.

- خطی: در شرایطی که پژوهشگر در چندین پژوهش بر موضوع و ابعاد مختلف آن اشراف کامل یافته و مراحل را به‌طور خطی و به‌طور گام‌به‌گام دنبال می‌کند.
- رفت و برگشتی: اغلب به این شکل است که همانطور که پژوهشگر در کار پژوهشی خود رو به جلو حرکت می‌کند به مراحل عقب باز می‌گردد و آن‌ها را اصلاح، تکمیل یا مسیر جدیدی را انتخاب و دنبال می‌کند.

۴-۱. انتخاب حوزه مطالعاتی و عنوان پژوهش

انتخاب حوزه مطالعاتی و تمرکز روی آن، زمینه خوبی برای تشخیص چالش‌ها و گزینش آن‌ها برای پژوهش است. با تمرکز روی یک حوزه مطالعاتی مشخص، بهتر می‌توان مشکلات و چالش‌های موجود در آن حوزه را «شناسایی، فهرست‌بندی و اولویت‌بندی» کرد. با درک اولویت‌های مشکل یا چالش هر حوزه، انتخاب برای پژوهشگر آسان‌تر و اثربخش‌تر خواهد شد. یکی از چالش‌برانگیزترین مراحل پژوهش، انتخاب چالش یا مشکل و تبدیل آن به مسئله و «عنوان» است. تفاوت این سه در آن است که «مشکل» بیشتر جنبه ذهنی و انتزاعی دارد و به تعبیری احساس ایجادشده در آن حوزه است. وقتی مشکل از حالت ذهنی و احساسی تبدیل به حالتی عینی و واقع‌گرایانه می‌شود به «مسئله» تبدیل شده است. وقتی مسئله در قالب یک عبارت قابل بررسی و پژوهش مطرح می‌شود به آن «عنوان» می‌گویند. پژوهشگر یا دانشجو، بهتر است، قبل از آنکه «عنوان» منتخب خود را به ارزیابی

دیگران بگذارد، خود به ارزیابی آن از طریق پرسشنامه جدول ۱-۲ پردازد. با این ارزیابی و پاسخ‌هایی که از آن حاصل می‌شود، بهتر می‌توان از نظرات مشورتی دیگران و به‌ویژه «اساتید» بهره برد. البته درک و ارائه پاسخ مناسب به سؤالات نیاز به مطالعه ۹ فصل ابتدایی کتاب دارد اما آشنایی با این سؤالات کلیدی، بهره‌مندی خواننده از فصول مورد اشاره را افزایش خواهد داد.

جدول ۱-۲. پرسشنامه تعیین وضعیت عنوان منتخب برای پژوهش

محور	ردیف	شرح	بله	خیر
محتوایی	۱	آیا ابزار و روش مناسب وجود دارد؟		
	۲	آیا منابع، اطلاعات و مبانی نظری کافی وجود دارد؟		
	۳	آیا حوزه و وسعت کار با توانایی دانشجو همخوانی دارد؟		
	۴	آیا شرایط مالی و امکاناتی لازم وجود دارد؟		
	۵	آیا زمان کافی برای اجرای پژوهش وجود دارد؟		
عنوان	۶	آیا عنوان بر اساس علاقه انتخاب شده است؟		
	۷	آیا عنوان بر اساس آگاهی انتخاب شده است؟		
محدود بودن	۸	آیا قلمرو موضوعی آن مشخص شده است؟		
	۹	آیا قلمرو مکانی آن مشخص شده است؟		
	۱۰	آیا محدوده زمانی اجرای تحقیق مشخص شده است؟		
نوآوری	۱۱	آیا منجر به افزایش شناخت یا دانش می‌شود؟		
	۱۲	آیا از تکراری نبودن کار و جدید بودن آن اطمینان وجود دارد؟		
	۱۳	آیا موضوع چنان انتخاب شده که به حل مشکل یا کاهش آن منجر شود؟		
	۱۴	آیا در جهت حل مشکل و اولویت‌های کشوری و منطقه‌ای است؟		

برای پاسخ‌های «خیر» نمره صفر و برای پاسخ‌های «بله» نمره یک در نظر بگیرید. عناوینی که نمره پایین‌تر از ۵ بگیرند، برای دانشجو کاملاً نامناسب و نمره ۵ تا ۱۰ نسبتاً مناسب و از ۱۱ تا ۱۴ مناسب هستند. در اغلب حوزه‌های مطالعاتی پژوهش‌های فراوانی انجام شده است که یافتن یک موضوع جدید را دشوار می‌کند (منادی، عابدی و طالب‌زاده شوشتری، ۱۳۹۴). شرط پیدا کردن عنوان خوب، جستجوی مؤثر است. فصل چهارم کتاب خواننده را با روش‌های مؤثر جستجو آشنا می‌کند. دانشجویان و پژوهشگران برای تشخیص مشکلات و چالش‌ها و حتی مسئله‌ها و عناوین پیشنهادی احتمالی، می‌توانند از منابعی به شرح جدول ۱-۳ بهره‌مند شوند.

جدول ۱-۳. منابعی برای انتخاب عنوان پژوهش

ردیف	منابع
۱	بخش پیشنهادی پژوهشی یا پیشنهادهایی برای سایر محققان در فصل پایانی پایان‌نامه، رساله و پژوهش‌نامه‌ها
۲	بخش پیشنهادی پژوهشی در برخی مقالات علمی
۳	منابع معرفی‌کننده نیازهای پژوهشی انواع سازمان‌ها
۴	اساتید هر حوزه که عناوین پژوهشی را برای کار با دانشجویان در دست دارند.
۵	مشکلاتی که پژوهشگر در محیط کاری یا تجربیات و مشاهدات قبلی با آن‌ها برخورد نموده است.
۶	سفارش مستقیم برای انجام پژوهش

موضوع منتخب جز در موارد مذکور در جدول ۱-۴ نباید تکراری باشد.

جدول ۱-۴. دلایلی برای تکراری بودن برخی پژوهش‌ها

ردیف	دلایل
۱	تفاوت در ویژگی‌های جغرافیایی نمونه مانند تکرار بررسی نگرش‌ها درباره موضوعی خاص در دو شهر یا مکان مختلف
۲	در مطالعات گذشته به برخی گروه‌ها در جامعه کمتر توجه شده باشد. لذا می‌توان گروه‌های مغفول را مجدد بررسی کرد.
۳	تکرار در دوره‌های مختلف برای مقایسه نتایج مانند انجام تحلیل محتوای روزنامه‌ها در دوره‌های سالانه
۴	تکرار در یک جامعه با تغییر روش پژوهش، نمونه‌گیری، ابزار اندازه‌گیری و امثال آن
۵	تکرار با استفاده از نظریه‌های جدید (مبانی نظری جدید)

در ابتدای «عنوان» اغلب از کلمات کلیدی مشخص‌کننده رویکرد پژوهش به شرح جدول ۱-۵ استفاده می‌شود.

جدول ۱-۵. کلمات کلیدی تعیین‌کننده رویکرد پژوهش در ابتدای عنوان

ردیف	کلمات	رویکرد
۱	بررسی	رویکرد کلی و گاهی مبهم (تا حد امکان استفاده نشود).
۲	تأثیر	رویکرد آزمایشی یا تجربی (رابطه علی) و در مواردی خاص توصیفی
۳	ارتباط یا رابطه	رویکرد ارتباطی از همبستگی ساده تا پیش‌بینی و حتی رابطه علی
۴	مقایسه	رویکرد مقایسه‌ای و به‌ویژه مقایسه میانگین‌ها و بررسی تفاوت یا اختلاف
۵	توصیف	رویکرد توصیفی با تشریح وضع موجود از ابعاد رابطه یا مقایسه در متغیرها
۶	تحلیل	رویکرد کلی با پوشش رابطه، توصیف یا مقایسه با هم یا به‌تنهایی
۷	طراحی راهبردی	رویکرد مطالعات برنامه‌ریزی استراتژیک
۸	نیازسنجی	رویکرد شناسایی نیازهای اولویت‌دار برای حوزه‌های مختلف
۹	امکان‌سنجی	رویکرد تعیین وضعیت امکانات موجود از ابعاد مختلف و تشخیص ظرفیت‌های بالقوه برای بالفعل شدن
۱۰	ارزشیابی	رویکرد گردآوری اطلاعات و داوری درباره خصایص معین یا ارزش دادن به آنها
۱۱	ارزیابی	رویکرد بررسی نوبتی یا دوره‌ای از عملکرد، کارایی و تأثیرات قسمتی از کار، بر مبنای مقاصد مشخص
۱۲	اندازه‌گیری	رویکرد اندازه‌گیری یعنی مقایسه یک خاصیت با واحد آن، مانند اندازه‌گیری وزن بر اساس کیلوگرم
۱۳	نقش	رویکردی با تأکید بر مطالعه رابطه ساده یا علت و معلولی در پژوهش‌های کیفی
۱۴	سایر موارد	مانند: «تبیین، طراحی الگو، سنجش، تشخیص، تعیین، مطالعه، شناسایی، اولویت‌بندی، تجزیه و تحلیل، میزان و تدوین»

برخی اساتید بر جنبه‌های خاص از این عناوین تأکید دارند و کاربرد آن را در هر شرایط مجاز نمی‌دانند. برای نمونه کلمه «تأثیر» در عنوان پژوهش بر رابطه علت و معلولی تجربی تأکید دارد و تنها در پژوهش‌های آزمایشی یا تجربی و با وجود متغیر مستقل دستکاری شده قابل استفاده می‌باشند. هرچند در «پایان‌نامه، رساله‌ها و مقالاتی» از پژوهش‌های توصیفی و کیفی هم این کلمه در عنوان دیده می‌شود اما توصیه بر آن است که اگر تأکید بر پیدا کردن «رابطه علی» در پژوهش آزمایشی وجود دارد، از کلمه «تأثیر»، اگر صرف تعیین روابط بین متغیرها در سطح پژوهش توصیفی وجود دارد از کلمه «رابطه یا ارتباط» و اگر رویکرد «رابطه علی» در پژوهش کیفی وجود دارد از کلمه «نقش» استفاده شود.

هر یک از کلمات مورد اشاره می‌تواند بار معنایی خاصی را در پژوهش القا کند. عنوان باید کلیدواژه‌ها را در بر داشته باشد تا در جستجوی دیگران خیلی زود قابل شناسایی و تشخیص باشد. در نوشتن عنوان می‌توان از اصل شش

سؤال (5W + H)^۱ یعنی «چه چیز، چه وقت، چه کسی، کجا، چرا و چگونه» استفاده کرد. برای نمونه در عنوان «مقایسه مهارت‌های ارتباطی ورزشکاران رشته‌های گروهی با انفرادی المپیاد سراسری دانشگاه پیام نور در سال ۱۳۹۴» اجزای مورد اشاره به این شرح است:

- چه چیز؟ مهارت‌های ارتباطی
- چه کسی؟ ورزشکاران
- کجا؟ دانشگاه پیام نور
- چگونه؟ مقایسه بین رشته‌های گروهی و انفرادی
- چه وقت؟ سال ۱۳۹۴
- چرا؟ -

در این عنوان پنج عنصر از عناصر شش‌گانه برای نوشتن عنوان مورد توجه قرار گرفته است. گاهی به‌ضرورت و برای طولانی نشدن عنوان باید به تعداد محدودتری از آن‌ها بسنده کرد. بیشترین تعداد کلمات تشکیل‌دهنده «یک عنوان»، بر اساس APA^۲ نباید بیشتر از ۱۲ کلمه باشد. کوتاه بودن، قاطعیت، شفافیت و وضوح عنوان مهم‌ترین عوامل در اثرگذاری آن بر مخاطب است.

۵-۱. استدلال با پشتوانه «مبانی نظری» و «ادبیات پیشینه»

پیش از شروع نوشتن «پروپوزال» و «پژوهش» دانشجو باید با مبانی استدلال آشنا باشد و هر ادعای خود را با استدلال‌های علمی و منطقی توجیه کند. یکی از ضعف‌های بزرگ دانشجویان در نوشتن «پروپوزال» استدلال‌های ضعیف و ناکارآمد برای توجیه موضوع مورد پژوهش خود در قالب «بیان مسئله» و «ضرورت اجرای پژوهش» است. بنابراین قبل از تکمیل پروپوزال و حتی در ادامه نگارش گزارش پژوهشی باید «استدلال» در کار علمی را به‌خوبی شناخت. استدلال یا گواه‌آوری، ترکیب قانون‌مند «مبانی نظری» و «ادبیات پیشینه» برای رسیدن به «مفاهیم یا سازه‌ها یا متغیرها یا فرضیه‌های تازه» است. یعنی از انواع مبانی نظری مورد پذیرش برای توجیه درستی یک مطلب یا ادعا استفاده می‌شود؛ به‌نحوی که خواننده مطلع را قانع کند. در استدلال، ذهن بین انواع مبانی نظری، ارتباط برقرار می‌کند تا از پیوند آن‌ها، نتیجه‌ای حاصل کند که در آن نکته مبهم و مشکوکی را روشن و به‌یقین نزدیک کند. این کاری است که دانشجو باید پیش از اقدام به نگارش پروپوزال و پژوهش به‌خوبی یاد بگیرد. انواع روش‌های استدلالی با این فرایند در جدول ۶-۱ معرفی شده است.

1. What, When, Who, Where, Why, How
2. American Psychological Association (APA)

جدول ۱-۶. انواع استدلال‌ها

ردیف	نوع استدلال	توضیح
۱	تمثیل	کاربرد حکم، ضرب‌المثل، روایت یا داستان مشابه یا نزدیک برای توجیه یک پیشنهاد یا نظر
۲	استقرایی (جزء به کل)	نتیجه‌گیری با تعمیم بر پایه تعدادی مشاهده و ارائه یک فرضیه یا حدس عاقلانه به عنوان یک نظر یا پیشنهاد
۳	قیاسی (کل به جزء)	برعکس قبلی مانند نتیجه‌گیری از یک نظریه برای ارائه یک پیشنهاد یا نظر عملی در موارد خاص
۴	استنتاج	نوعی استدلال استقرایی با تأکید بر بیان علت و چرایی یک پیشنهاد بر اساس دلایل
۵	استدلال غیررسمی	بیان یک ادعای قابل‌پذیرش بر اساس شواهدی چون یک عکس یا ابعاد عاطفی و مسائل مشابه آن

۱-۵-۱. استدلال با پشتوانه مبانی نظری

برای خیلی از بحث‌ها باید «مبانی نظری» آن حوزه را خوب شناخت و آن‌ها به‌درستی به هم ربط داد. یکی از سؤالات فراگیر اغلب دانشجویان در این مرحله این است که منظور از «مبانی نظری» چیست و چگونه می‌توان از آن‌ها در استدلال‌ها استفاده کرد. در پاسخ به این سؤال باید گفت که محدوده مبانی نظری برای هر موضوع موردبررسی بسیار وسیع است و دامنه‌ای به شرح جدول ۱-۷ دارد.

جدول ۱-۷. انواع مبانی نظری در پژوهش

ردیف	انواع	توضیح
۱	مفهوم	تعاریف نظری و اجزای سازنده نظریه با رویکرد انتزاعی
۲	سازه	همان مفهوم با مؤلفه و ابعاد و رویکردی کلی‌تر و انتزاعی‌تر
۳	متغیر	همان مفهوم با رویکردی قابل‌اندازه‌گیری و عینی
۴	فرضیه	حدس‌های خردمندانه که آزمون شده و نتیجه آن تأییدشده یا نشده
۵	نظریه	فرضیه‌های تأییدشده در جوامع مختلف با قدرت تبیینی بالاتر از فرضیه
۶	پارادایم	نظریه راهنمای کارها و ارائه نظر در صورت برتر بودن از نظریه‌های رقیب
۷	مکتب	نظریه با رویکردی کلی و پاسخ مشخص به اجزای فلسفه (بیشتر در فلسفه)
۸	قضیه	نظریه با قدرت تبیین بسیار بالا مانند قضیه حد مرکزی (بیشتر در ریاضی)
۹	اصول	نظریه با پذیرش عمومی بالا و کاربردی‌تر مانند اصول اخلاقی یا کار با وزنه
۱۰	قانون	همان اصل با قدرت تشریح نظم جهانی مانند قانون جاذبه یا نیوتن
۱۱	الگو	چارچوبی از مبانی قبلی با رویکردی کاربردی و قابل‌فهم و اجرا
۱۲	مدل	مجموعه‌ای مادی، ریاضی یا منطقی از ساخت‌های اساسی یک واقعیت
۱۳	استعاره	یا شبیه‌سازی بر اساس مبانی قبلی برای درک و کاربرد بهتر
۱۴	نما یا مد	بیان یک پدیده بر اساس یک یا دو ویژگی مهم به کمک نظریه یا الگو
۱۵	الگوریتم	بیان یک مفهوم در قالب یک فرایند با شروع، مراحل و نتیجه مشخص
۱۶	نقشه ذهنی	بیان مفاهیم و نظریه‌ها در قالب اشکال دایره و خطوط به هم وابسته
۱۷	فن	روشی عملی برای اجرایی کردن انواع مبانی نظری

مفهوم مبانی نظری، هر آن چیزی است که منسوب به «نظر» و برای فهمیدن آن «فکر و نظر» نیاز باشد. برای بیان نظر به مفهوم نیاز است و به همین دلیل، مفهوم یا سازه، اجزایی برای بیان انتزاعی نظر هستند. سازه اغلب با مؤلفه‌ها و ابعاد آن مشخص می‌شود. هر سازه می‌تواند دارای چند مؤلفه کلی و مؤلفه شامل چند بعد باشد. وقتی مفهوم یا سازه

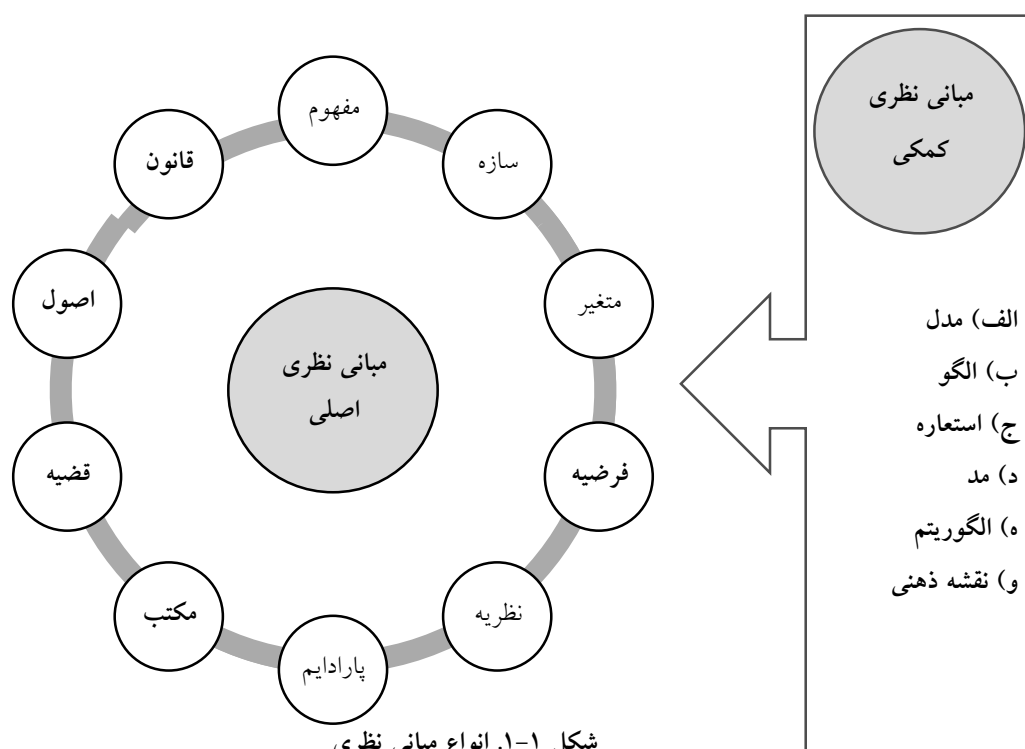
در شکل عینی و قابل اندازه‌گیری مطرح شود، به آن متغیر می‌گویند. «فرضیه» و «نظریه» هر دو نوعی «نظر» هستند که با مفاهیم بیان می‌شوند؛ اما «نظریه» همان «فرضیه» مستدل شده یا تأییدشده در فرایندهای خاص است. نظریه‌ها خود دارای دو نوع «رسمی» و «حقیقی» هستند. «نظریه‌های رسمی» اغلب دارای کاربرد در چندین زمینه و موضوع خاص و قابل تعمیم در مورد مطالعات متعدد هستند. اما «نظریه‌های حقیقی»، مبتنی بر یک موضوع و قابل استفاده در همان موضوع خاص به مثابه یک «مدل نظری» و یک «نظریه کاری» هستند (فرام^۱، ۲۰۱۳). به نظریه‌های رسمی، نظریه‌های با کاربرد گسترده و جهان‌شمولی مانند «نظریه نیازهای مازلو» هستند اما نظریه‌های حقیقی به نظریه‌های حاصل از بررسی یک سازمان یا اجتماع با کاربردی در سطح همان سازمان یا اجتماع مورد بررسی اشاره دارند. هر چند در بسیاری از موارد فرایند ایجاد مبانی نظری، چارچوبی مشترک و با کاربردهای بین‌رشته‌ای دارند اما در مواردی می‌توان تفاوت‌هایی را شاهد بود. در اغلب موارد پژوهشگران در مواجهه با مسئله به «تعریف مفهومی، طرح پرسش یا شکل‌گیری فرضیه‌هایی» پرداخته‌اند و از طریق جستجو و پژوهش به پاسخ‌هایی رسیده‌اند که مقدمه ایجاد مبانی نظری را در آن حوزه فراهم کرده است. در سطحی کلی‌تر رویکردهای نظری با توسعه پاسخ‌ها به اجزای فلسفه در یک زمینه فکری، شرایط ایجاد مکاتب فکری و فلسفی را فراهم کردند. در برخی علوم مانند هندسه، ریاضی و فیزیک، به مدد اثبات ریاضی، نظریه‌ها به قضیه‌های با درجه قطعیت بالا تبدیل شده‌اند (مانند قضیه حد مرکزی در آمار یا قضیه فیثاغورث در هندسه). در برخی از حوزه‌های علوم انسانی، نظریه‌ها با نزدیک شدن به تجارب عمومی بشر، به اصولی با کم‌ترین تعارض و پذیرش عمومی، مانند «اصول اخلاقی، اصول کار با وزنه یا اصول مدیریت و امثال آن» تبدیل می‌شوند. برخی از این اصول به بیان قوانین طبیعی و تشریح نظم جهانی می‌پردازند که از این رو به آن‌ها قانون با بالاترین درجه از مقبولیت عمومی اطلاق می‌شود. نظریه‌های انیشتین و قوانین نیوتن را می‌توان از این دست قلمداد کرد که بیانی از قوانین طبیعی هستند که البته هر یک از آن‌ها تنها به توضیح بخشی از کارکردهای جهان می‌پردازند. نظریه بیانگر حکمی کلی از دانسته‌ها و باورها اما قوانین بیان‌کننده نظم جهانی هستند. بسیاری از نظریه‌ها بر پایه قوانین علمی یا دیگر نظریه‌های قطعی‌تر مرتبط ساخته می‌شوند (ویلیامز، ۱۳۸۶). در واقع «نظریه، پارادایم، مکتب، قضیه، اصول و قانون» هر کدام از نظر مفهومی یک نظریه هستند با این تفاوت که بعد از نظریه، مفاهیم بعدی دارای «قدرت تبیین بیشتر» و «احتمال تغییرپذیری کمتر» می‌شوند.

برخی دانشمندان برای کاربردی و قابل درک کردن نظریه‌ها از «الگو، مدل، استعاره، نما، الگوریتم، نقشه ذهنی و سازه» استفاده می‌کنند. در برخی موارد الگو و مدل یکسان در نظر گرفته می‌شوند و در برخی موارد، در الگو بر رویکرد کیفی و در مدل بر رویکرد کمی تأکید می‌شود. سازه یا مؤلفه در پژوهش متشکل از چندین مفهوم انتزاعی و مشتق از نظریه است؛ برای نمونه احساس خوشبختی یک سازه است که برای مشاهده و سنجش آن از مفاهیم متشکله آن یعنی «احساس نشاط، احساس سرزندگی، احساس رضایت، احساس امید و...» استفاده می‌شود (حبیب‌پور و صفری، ۱۳۸۸). مفهوم «پارادایم» با عناوین «انگاره یا سرمشق» نیز ترجمه شده است اما بسیاری از کارشناسان اعتقاد دارند که این ترجمه‌ها مفهوم کامل پارادایم به عنوان یک نظریه راهنما و برتر برای حوزه‌ای خاص را نمی‌رساند. در مجموع یک

1. Fram

«نظریه» برای قرارگرفتن در سطح مفهوم «پارادایم»، باید از دیگر نظریه‌های رقیب بهتر باشد. پارادایم می‌تواند به عنوان یک سرمشق یا الگو به ارائه یک تصویر بنیادی از موضوع بررسی پردازند. در این شرایط پارادایم تعیین می‌کند که در موضوع پژوهشی، «چه چیزی را باید بررسی کرد؟»، «چه پرسش‌هایی را می‌توان مطرح کرد؟» و «در تفسیر پاسخ‌های به دست آمده، چه قواعدی را باید رعایت کرد؟» (خجسته، ۱۳۹۶).

نکته مهم در تمامی این توضیحات این است که پژوهشگر باید با هر یک از این مفاهیم یا «مبانی نظری» مبتنی بر نظریه‌ها یا انواع نظرها به شرح شکل ۱-۱ بتواند با استدلال یا گواه‌آوری علمی موضوع و مسئله موردبررسی خود را معرفی کند و اهمیت و ضرورت آن را نشان دهد.



شکل ۱-۱. انواع مبانی نظری

پژوهشگر با تسلط بر مبانی نظری حوزه مطالعات خود، بهتر می‌تواند به استدلال یا ارائه گواه‌های علمی قانع‌کننده برای بیان مسئله یا ضرورت انجام تحقیق خود پردازد. همچنین اهداف، فرضیه‌ها و سؤالات پژوهشی برآمده از مبانی نظری، خیلی بهتر ناظران بر پیشنهاد پژوهش را اقناع می‌کند.

۱-۵-۲. استدلال بر مبنای «ادبیات پیشینه»

بررسی پیشینه پژوهش، مطالعه گذشته آن و نگاهی است به آنچه دیگران در زمینه این پژوهش یا موضوعات مشابه انجام داده‌اند. در بررسی پیشینه، پژوهشگر می‌خواهد بداند دیگران در این باره «چه کرده‌اند، تا کجا پیشرفته‌اند و چگونه کارکرده‌اند»، تا او نیز کار خود را در راستا و ادامه تلاش‌های پیشین قرار دهد و در ضمن از روش‌ها و نتایج آن تلاش‌ها در حل مسئله خود استفاده کند. اگر دیگران مسئله پژوهشگر را پیش‌تر حل کرده باشند، پرداختن به چنین

پژوهشی کار بیهوده‌ای خواهد بود. اما اگر آن مسئله هنوز حل نشده یا روش قابل قبولی نداشته است، می‌توان برای حل آن با روشی مناسب پژوهش کرد.

تعریف مسئله به بررسی بهتر پیشینه و متقابلاً بررسی پیشینه به شناخت بهتر مسئله کمک می‌کند. این دو تأثیر متقابل در یکدیگر دارند. پژوهشگران با بررسی پیشینه از مسئله و مفاهیم مرتبط با آن شناخت خود را کامل می‌کنند. با انجام صحیح این کار و بهبود شناخت نسبت به مسئله، در هر مرحله منابع و زوایای جدیدی به روی پژوهشگر گشوده می‌شود که می‌تواند در مسیر یا سرنوشت پژوهش اثر مهمی داشته باشد. علاوه بر آنکه مرور نوشتارها و پیشینه پژوهش، در مرحله نوشتن پروپوزال نقش کلیدی دارد، در فرایند پژوهش نیز پژوهشگر بر اساس یک الگو و با توجه به هدف پژوهش، آثار مرتبط را «بررسی، تحلیل و نقد» می‌کند. مرور نوشتارها مطالعه‌ای است که ضمن خلاصه کردن پژوهش‌های پیشین، آن‌ها را ارزیابی و ارتباط آن‌ها را با یکدیگر و با پژوهش موردنظر مشخص می‌کند. تحقق هدف‌های هر پژوهش به میزان زیادی به کیفیت پیشینه پژوهش، یعنی مرور تحلیلی و انتقادی آثار و پژوهش‌های موجود بستگی دارد (مهری و فتاحی، ۱۳۹۰). از جمله اهداف تهیه «پیشینه پژوهش» می‌توان به مواردی به شرح جدول ۸-۱ اشاره کرد.

جدول ۸-۱. انواع اهداف نگارش پیشینه پژوهش

ردیف	انواع
۱	شناسایی آثار مطرح نویسندگان و پژوهشگران معتبر و کلیدی در موضوع موردنظر
۲	شناسایی مبانی نظری در زمینه موضوع موردپژوهش و فشرده‌سازی تحولات نظری و کاربردی
۳	نمایش نتیجه تلاش پژوهشگر در بررسی جامع از آثار و پژوهش‌های مرتبط با موضوع
۴	ایجاد اطمینان از تکراری نبودن کار و حداقل وجود تفاوت در یک یا چند زمینه نسبت به سایر آثار مشابه
۵	ایجاد اطمینان از انجام پژوهش با توجه به یافته‌های سایر پژوهش‌ها
۶	نمایش کاربرد روش‌ها، ابزارها و تحلیل‌ها در دیگر پژوهش‌ها و میزان اعتبار و قابل استفاده بودن آن‌ها در پژوهش جدید
۷	ارائه جای خالی پژوهش در میان پژوهش‌های موجود
۸	امکان ایجاد ظرفیت نگارش مقاله مروری با بررسی و تحلیل آثار و پژوهش‌های انتشار یافته در طول یک دوره مشخص

ارتباط نزدیک و معنادار مرور نوشتارها و پیشینه پژوهش با سایر بخش‌های یک کار پژوهشی بر استحکام و غنای آن اثر دارد. انواع منابع برای مرور پیشینه و ادبیات پژوهش را می‌توان به شرح جدول ۹-۱ مرور کرد.

جدول ۹-۱. انواع منابع برای مرور پیشینه پژوهش

ردیف	انواع	محل استفاده
۱	منابع مقدماتی	مانند «دائرةالمعارف‌ها، فرهنگ‌های تشریحی و کتاب‌های پایه» برای کسب تصویری کلی و نسبتاً جامع از حوزه موردبررسی
۲	پایگاه‌های اطلاعاتی	برای بازیابی منابع دارای بخش پیشینه پژوهش و قابل‌دستیابی با کلیدواژه موضوع موردنظر
۳	فهرست کتابخانه‌ها	با امکان جستجو از طریق «نام نویسندگان، مترجمان، عنوان و موضوع» و دسترسی به آن‌ها
۴	موتور جستجوی اینترنتی	با عملگرهایی برای بازیابی اطلاعات را به‌صورت دقیق‌تر و بهینه
۵	دروازه‌های اطلاعاتی	سایت‌هایی با امکان شناسایی منابع اینترنتی موجود در زمینه خاص و معرفی سازمان‌یافته آن‌ها
۶	سایت انجمن‌های علمی و مراکز پژوهشی	انجمن‌های علمی متولی تولید دانش و برخوردار از سایت‌های حاوی منابع علمی و پژوهشی
۷	منابع پژوهشی مرتبط	مانند «پایان‌نامه‌ها، گزارش پژوهشی، مقاله‌های مبتنی بر پژوهش، مقاله‌های مروری، مقالات همایش‌ها، مقاله‌های توصیفی و تحلیلی، کتاب‌ها، کتاب‌های مروری، منابع مرجع، روزنامه‌ها و انتشارات دولتی»

۹-۱. نگارش پروپوزال یا پیشنهاد پژوهش

با نهایه شدن عنوان اولیه پژوهش و توانمندی در ارائه استدلال یا گواه‌آوری، باید برای عنوان یک «پیشنهاد پژوهش یا پروپوزال» تنظیم کرد. در برخی دانشگاه‌ها برای تأیید اولیه عنوان مقطع دکتری در گروه مربوطه، ابتدا یک پروپوزال خلاصه و یک صفحه‌ای با محورهایی به شرح جدول ۱۰-۱ ارائه می‌شود.

جدول ۱۰-۱. پروپوزال خلاصه یا تک‌برگ

ردیف	محورها	توضیح
۱	مشخصات فردی	نام و نام خانوادگی دانشجو و استاد راهنمای پیشنهادی
۲	عنوان	ارائه موضوع پژوهش
۳	اهداف پژوهش	شامل اهداف کلی و جزئی (اختصاصی یا ویژه یا فرعی)
۴	سؤالات یا فرضیه‌ها	تبدیل اهداف جزئی به فرضیه (جمله خبری) یا سؤال (جمله پرسشی)
۵	روش‌شناسی	معرفی روش پژوهش، جامعه، روش نمونه‌گیری، ابزار جمع‌آوری داده و روش تجزیه و تحلیل یافته‌ها

پس از تأیید پروپوزال در شورای گروه رشته مربوطه، دانشجو به‌طور رسمی مجوز آغاز اجرای پژوهش را دریافت می‌کند. مهم‌ترین محورهای پروپوزال‌های کامل شامل مواردی به شرح جدول ۱۱-۱ است.

جدول ۱-۱۱. مهم‌ترین محورهای پروپوزال‌های مربوط به پایان‌نامه و رساله

ردیف	بخش‌ها	توضیح
۱	مقررات ارائه پروپوزال	ازجمله لزوم هماهنگی با استاد راهنما و مشاور در تکمیل پروپوزال و گرفتن امضای تأیید آن‌ها
۲	مشخصات فردی	دانشجو و اساتید راهنما و مشاور ازجمله «نام و نام خانوادگی، بخش علمی (دانشکده)، گروه، رشته و...»
۳	عنوان پیشنهادی	عنوان فارسی و انگلیسی، واژگان کلیدی فارسی و انگلیسی
۴	بیان مسئله	تعیین ابعاد و معرفی دقیق مسئله یا مشکل پژوهش و ارائه یک پرسش کلی در پایان آن
۵	اهمیت و ضرورت	تعیین اهمیت موضوع و اولویت آن بین موضوعات مهم با تأکید بر مزایای انجام دادن و معایب انجام ندادن آن
۶	کاربردهای احتمالی	معرفی مراجع استفاده‌کننده، سازمان‌ها و ارگان‌ها از نتایج مورد انتظار پژوهش
۷	سوابق پژوهشی	اعم از کتاب، مقاله، پایان‌نامه، رساله و ... بر اساس روش ارجاع به منابع و مأخذ نویسی APA یا Vancouver
۸	اهداف پژوهش	هدف کلی و اهداف اختصاصی متناسب با عنوان پژوهش
۹	فرضیه‌ها یا سؤال‌ها	ارائه فرضیه (به‌صورت جمله خبری) یا سؤال (به‌صورت جمله پرسشی) بر اساس اهداف پژوهش
۱۰	نوآوری و جدید بودن	اعلام توسط استاد راهنما در خصوص ویژگی نوآورانه یا جدید بودن پژوهش
۱۱	روش پژوهش	از ابعاد «بنیادی، نظری، کاربردی و سایر» و از نظر «استراتژی و مسیر اجرا»
۱۲	روش جمع‌آوری داده	با رویکرد «میدانی یا کتابخانه‌ای» و معرفی ابزار جمع‌آوری داده همراه با روایی و پایایی آن
۱۳	قلمرو پژوهش	از ابعاد موضوعی، زمانی، مکانی
۱۴	جامعه و نمونه	معرفی جامعه مورد مطالعه، حجم نمونه، روش نمونه‌گیری و همراه با توضیح دلیل انتخاب آن
۱۵	تجزیه و تحلیل داده‌ها	معرفی روش‌های آماری یا کیفی پیش‌بینی‌شده برای تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۶	جدول زمان‌بندی اجرا	بیان زمان‌بندی اجرای پژوهش از زمان تصویب تا دفاع نهایی به تفکیک زمان موردنیاز برای مراحل مختلف
۱۷	فهرست منابع و مأخذ	شامل منابع فارسی و غیرفارسی ارجاع داده‌شده در متن بر اساس نظام مأخذ نویسی APA یا Vancouver

در ادامه نحوه نگارش هر یک از بخش‌های کلیدی پروپوزال در راستای «عنوان منتخب» معرفی می‌شود.

۱-۶-۱. تدوین بیان مسئله

بیان مسئله به زبان ساده به معنای توجیه مسئله و طرح پرسش کلی محقق است. همان‌طور که گفته شد «مسئله» باید با «مبانی نظری» و «ادبیات پیشینه» در قالب استدلال‌های مناسب توجیه شود. بر این اساس ساختار نگارشی بیان مسئله را می‌توان به شرح جدول ۱-۱۲ معرفی کرد.

جدول ۱-۱۲. انواع محورهای کلیدی در نگارش بیان مسئله

ردیف	محور	توضیح
۱	طرح مشکل	طرح چالش‌های ذهنی و احساسی ایجادشده از یک یا چند مشکل
۲	چیستی مشکل	توصیف شرایط مبهم و غیرشفاف چالش یا مشکل و لزوم ایجاد رویکردی مسئله محور به آن
۳	تبدیل مشکل به مسئله	تأکید بر عینی کردن یا قابل لمس کردن شرایط مبهم یا غیرشفاف مشکل
۴	آثار مسئله	معرفی و روشن کردن آثار حاصل از مسئله مشخص‌شده
۵	چالش مسئله	ارائه استدلال مبتنی بر اطلاعات کم، ناقص یا غلط در مواجهه با مسئله
۶	محدود کردن مسئله	از بعد زمان، مکان، موضوع، جنسیت، گروه سنی یا سازمانی خاص و امثال آن
۷	پرسش کلی	بیان پرسش کلی ایجادشده برای محقق با توجه به موارد قبل

بیان مسئله در ساختار مورد اشاره باید به نحوی نوشته شود که در پایان آن خواننده احساس کند، مسئله‌ای جدی وجود دارد که پاسخ یا راه حل کافی برای آن نیست و توجه به این مسئله ارزشمند است. هرچقدر پژوهشگر بتواند در حجمی کمتر و گویاتر بیان مسئله را با توجه به محورهای مورد اشاره بنویسد، به متقاعدسازی خوانندگان و داوران برای تأیید انجام پژوهش مورد نظر کمک می‌کند.

باید دقت کرد که بین مشکل با مسئله تفاوت وجود دارد. مشکل بر یک قضاوت حسی تأکید دارد که در آن فرد می‌فهمد که یک جای کار اشکال دارد و چیزی درست انجام نمی‌شود؛ اما فرد نمی‌داند «چه چیزی؟ در کجا؟ و چرا؟» دچار اشکال شده است. مشکل می‌تواند یک نارضایتی، ناراحتی، نگرانی و یک وضعیت نامطلوب باشد؛ اما آن قدر مبهم است که نمی‌توان آن را توضیح داد. با احساس مشکل، اغلب افراد در صدد انجام کاری برای رفع آن برمی‌آیند اما هنوز نمی‌دانند «چه کاری؟» باید انجام داد تا مشکل برطرف شود. یعنی در مرحله مواجهه با مشکل، «تعریف و توصیف وضعیت موجود» کامل نیست. اما در مرحله «مسئله شدن»، مشکل شفاف‌تر و وضعیت فعلی و احتمالاً وضعیت مطلوب آن تا حد زیادی مشخص خواهد شد. در مسئله چالش اصلی این است که فرد هنوز نمی‌داند با چه راه حل یا اقدامی می‌توان وضع موجود را بهبود داد یا مسئله را برطرف کرد. به زبان علمی‌تر، در مرحله مشکل، تمام عوامل و متغیرهای مؤثر در آن برای ما مشخص نیست. با مطالعه درباره مشکل و افزایش اطلاعات، دانسته‌ها و آگاهی دانشجو از عوامل ایجادکننده و ریشه‌های آن افزایش می‌یابد و قادر به بیان مسئله خواهد شد. در اینجا «مسئله» همان مشکل تعریف شده است که در آن «وضعیت موجود و مطلوب» مشخص شده است. برای نمونه ممکن است «بی میلی» دانشجویان نسبت به پژوهش به عنوان یک مشکل توسط پژوهشگر احساس می‌شود و با شفاف کردن موضوع او به «کم بودن انگیزه‌های پژوهشی در دانشجویان» به عنوان یک مسئله می‌رسد که باید دلایل آن را شناخت و برای بهبود آن راه‌های مشخصی پیدا کرد. برای طرح یک مسئله باید مبدأ و مقصد را به صورت دقیق یا تقریبی مشخص کرد و راهبرد پژوهش برای حل مسئله یا جستجوی مسیر مناسب برای رفع آن را مورد تأکید قرار داد. مشخص نبودن «وضعیت موجود یا مطلوب» نشان از ضعف در «تشخیص یا تعریف مسئله» است که بدون آن ارائه مسیر برای «حل مسئله» پشتوانه منطقی و لازم را ندارد. به طور خلاصه «مشکل» دیده و «مسئله» تعریف می‌شود. بسیاری از مشکلات هم وجود دارند که اصلاً دیده نمی‌شوند. هنر پژوهشگر این است که مشکلات را دیده و آن را به صورت مسئله بیان کند. برای تبدیل مشکل به مسئله می‌توان گام‌هایی به شرح جدول ۱-۱۳ برداشت.

جدول ۱-۱۳. ملاحظات برای تبدیل مشکل به مسئله

ردیف	موارد
۱	شناسایی وضعیت موجود
۲	شناسایی وضعیت مطلوب (چیست و چه باید باشد؟)
۳	شناسایی روش‌های پژوهش علمی یا راه کارهایی برای تغییر وضعیت موجود و رسیدن به وضع مطلوب و انتخاب بهترین آن
۴	در صورت وجود چندین مسئله در یک مشکل آن‌ها را تفکیک و اولویت بندی کرد.

ویژگی افرادی که در یک رشته خاص به تخصص می‌رسند و به شکل تخصصی مطالعه و پژوهش می‌کنند، در آن است که مسئله‌های کلیدی و استاندارد آن حوزه را بهتر تشخیص داده و تعریف می‌کنند. باید دقت کرد که جنس

برخی مشکلات به نوعی است که تبدیل آن‌ها به مسئله کار دشواری خواهد بود. به ویژه اگر فرد بدون برخورداری از تخصص لازم، دارای پیش فرض‌ها و سوگیری‌های ذهنی هم باشد. اغلب افرادی که در حوزه تخصصی کار می‌کنند، مسائل استاندارد آن حوزه را می‌شناسند و راه حل آن‌ها را می‌دانند. در زندگی شخصی و محیط اجتماعی هم، هر فرد مسئله‌های مختلفی را می‌آموزد و روش‌های حل آن‌ها را به تجربه یاد می‌گیرد. یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات رایج در مواجهه با مشکلات این است که پژوهشگر می‌کوشد هر مشکل را به یک یا چند مسئله‌ای تبدیل کند که خودش می‌شناسد و بر روش‌های حل آن‌ها مسلط است.

بیان پرسش کلی در این مرحله بسیار مهم است و باید سؤال به شکل مناسب و شفاف طرح شود. برای نمونه برای پژوهش روی «تعارض بین استاد راهنما و دانشجو در فرایند اجرای پایان‌نامه» می‌توان سؤال را با توجه به رویکرد پژوهشی به این شکل مطرح کرد:

- رویکرد پدیدشناسی: تجربه دانشجویان از تعارض با استاد راهنما در فرایند اجرای پایان‌نامه چیست؟
- رویکرد گراند تئوری: فرایند مدیریت تعارض بین استاد راهنما و دانشجو در فرایند اجرای پایان‌نامه چگونه است؟

ممکن است این چالش برای دانشجو ایجاد شود که من هنوز با انواع روش‌های پژوهش و رویکردهای اثربخش آشنا نشده‌ام تا بتوانم پرسش کلی به این شکل طراحی کنم. در پاسخ به این چالش به همان رویکرد رفت و برگشتی در طول پروپوزال نویسی اشاره می‌شود که در گام آشنایی با جزئیات کار، دانشجو می‌تواند به عقب بازگردد و پروپوزال خود را اصلاح یا تکمیل کند.

۱-۶-۲. تدوین اهمیت و ضرورت تحقیق

برای بیان اهمیت و ضرورت تحقیق به شکل ساده باید مشخص شود که موضوع چرا مهم است و بین موضوعات مهم چه اولویتی دارد. باید توضیح داده شود که انجام این پژوهش چه مزایایی دارد و انجام ندادن آن، چه معایب و مشکلاتی خواهد داشت. در این بخش هم باید از پشتیبانی مبانی نظری در استدلال‌های ارائه شده استفاده کرد. ساختار نگارش اهمیت و ضرورت می‌تواند بر اساس محورهایی به شرح جدول ۱-۱۴ مورد توجه قرار گیرد.

جدول ۱-۱۴. محورهای برای نگارش تدوین اهمیت و ضرورت پژوهش

ردیف	موارد
۱	ارائه دلایلی برای انجام پژوهش
۲	اشاره به مشکل قابل حل با این پژوهش
۳	اشاره به میزان افزایش دانش بشری و روشن کردن ابعاد ناشناخته موضوع
۴	اشاره به آثار منفی ناشی از بی توجهی به موضوع مانند هزینه ها، زمان و هرگونه آسیب احتمالی
۵	معرفی افراد یا سازمان های استفاده کننده از نتایج پژوهش
۶	بیان اهمیت با دلایل نظری یا بر اساس دانش، ادبیات پیشینه و نظریات موجود
۷	بیان اهمیت با دلایل عملی بر اساس کاربرد عملی نتایج پژوهش
۸	بیان ضرورت پژوهش با تأکید بر دو مؤلفه «زمان» و «مکان»
۹	بیان ضرورت با ارائه آمار و ارقام از رویدادها و تأکید متخصصان و صاحب نظران در انواع پژوهش ها یا مصاحبه های رسمی
۱۰	نشان دادن جای خالی پژوهش موجود در میان پژوهش های انجام شده

برای نمونه دانشجویی می خواهد درباره سواد رسانه ای دانشجویان دانشگاه خود پژوهش کند. ضرورت این پژوهش می تواند انواع «مشکلات رفتاری، اطلاع رسانی های غلط و سوء استفاده های تبلیغاتی» و اهمیت آن «لزوم مواجهه مناسب به محتوای رسانه ها در دنیای ارتباطی امروز» باشد.

۱-۶-۳. تدوین اهداف

هدف پژوهش مشخص کننده آن است که پژوهشگر به دنبال چیست. بسیاری از داوران ابتدا اهداف کلی و اختصاصی را می خوانند و بر اساس آن بقیه اجزای پروپوزال را از نظر قابل اجرا بودن مورد بررسی قرار می دهند. هدف کلی اغلب همان عنوان پژوهش است که در مواردی با شرح بیشتری ارائه می شود. اهداف اختصاصی شامل چندین هدف است که هر کدام بخشی از هدف کلی را پوشش می دهد. به همین خاطر به آن اهداف «جزئی، فرعی، اختصاصی یا ویژه» هم می گویند. برای تهیه اهداف اختصاصی مناسب می توان از الگوی SMART و با تأکید بر شاخص های «خاص بودن، قابل اندازه گیری، قابل دستیابی، واقع گرایی و محدودیت زمانی»^۱ به شرح جدول ۱-۱۵ استفاده کرد.

جدول ۱-۱۵. شاخص هایی برای تهیه اهداف اختصاصی یا ویژه

ردیف	شاخص	توضیح
۱	خاص بودن	اطلاع و آگاهی از خواسته مشخص هدف
۲	قابل اندازه گیری	امکان اندازه گیری آن
۳	قابل دستیابی	اطمینان از قابل اجرا بودن آن
۴	واقع گرایی	واقع بینانه و عقلانی بودن
۵	محدودیت زمانی	در زمان مشخصی قابل دستیابی بودن

پژوهشگر بر اساس موضوع نسبت به تدوین هدف کلی و اهداف جزئی اقدام می کند. هدف کلی از موضوع گرفته می شود و اهداف جزئی از هدف کلی اخذ خواهد شد. اهداف جزئی همان هایی هستند که به فرضیات یا سؤال های

1. Specific, Measurable, Achievable, Realistic and Time bound (SMART)

پژوهشی تبدیل می‌شوند. مهم این است که «موضوع، هدف و فرضیه‌ها یا سؤالات» باید «ارتباط مفهومی و منطقی» باهم داشته باشند. اهداف اختصاصی باید مشخص کند که در فرایند پژوهش «چه کاری را چطور، کجا، چه وقت، با چه کسی و به چه منظور» انجام می‌شود. برای بیان اهداف اختصاصی باید از فعل‌های کنشی قابل سنجش استفاده کرد و این افعال می‌توانند شامل «مقایسه، محاسبه، ارزیابی، تعیین، تبیین، تشریح، توضیح و امثال آن» باشند. برای نوشتن اهداف اختصاصی نباید از افعال غیر کنشی مبهم مانند «بررسی، درک، فهم، باور کردن، مطالعه و امثال آن‌ها» استفاده کرد؛ زیرا ارزیابی میزان دستیابی به این اهداف بسیار دشوار است. همچنین مفاهیمی چون «مطالعه و بررسی» ابزار یا وسیله‌ای برای رسیدن به هدف هستند و نباید به عنوان هدف مطرح شوند.

۱-۶-۴. تدوین فرضیه یا سؤال پژوهشی

پس از تدوین اهداف کلی و اختصاصی پژوهشگر باید این اهداف را به شکلی طراحی کند که قابل پاسخ دادن یا آزمون کردن باشد. به این منظور پژوهشگر اهداف اختصاصی پژوهش را به سؤالات پژوهشی (برای امکان پاسخگویی) یا فرضیه‌های پژوهش (برای امکان آزمون کردن) تبدیل می‌کند. این اقدام مسیر اجرای پژوهش را هموار می‌کند و هر هدف می‌تواند به یک یا بیشتر از یک مورد سؤال یا فرضیه تبدیل شود. این بخش مهم که از چالش‌های دانشجویان و پژوهشگران است، اگر به درستی درک نشود، موجب اشتباهاتی در پژوهش خواهد شد. به این منظور و برای درک مفاهیم فرضیه و سؤال، تفاوت آن‌ها در جدول ۱-۱۶ ارائه شده است.

جدول ۱-۱۶. تفاوت‌های فرضیه و سؤال و کاربرد آن‌ها

فرضیه	ردیف	سؤال
یک جمله خبری	۱	یک جمله پرسشی
رویکرد آزمودن یک حدس آگاهانه	۲	رویکرد پاسخ به یک پرسش
نیاز به حداقل ۲ متغیر	۳	نیاز به حداقل یک متغیر
اغلب رویکردی غیر اکتشافی	۴	اغلب رویکردی اکتشافی

حال این سؤال مطرح می‌شود که چه موقع از سؤال و چه موقع از فرضیه باید استفاده کرد؟ پاسخ به این سؤال اغلب با اختلاف نظرهایی بین اساتید و پژوهشگران مختلف روبه‌رو است و می‌توان انواع رویکردها و نظرات را در این رابطه در جدول ۱-۱۷ مشاهده کرد.

جدول ۱-۱۷. انواع نظرها در کاربرد فرضیه و سؤال

ردیف	رویکرد	توضیح
۱	فرضیه محوری	با گرایش به ارائه فرضیه، تلاش دارند در هر شرایط اهداف را به فرضیه تبدیل کنند.
۲	سؤال محوری	با گرایش به ارائه سؤال، تلاش دارند در هر شرایط اهداف را به سؤال تبدیل کنند.
۳	فرضیه با مبانی نظری	تنها زمانی اهداف را به فرضیه تبدیل می‌کنند که مبانی نظری مناسب برای یک حدس وجود داشته باشد.
۴	سؤال در پژوهش اکتشافی	زمانی اهداف را به سؤال تبدیل می‌کنند که حوزه موردبررسی کاملاً ناشناخته و بدون مبانی نظری باشد.
۵	ترکیبی	برخی اهداف را به سؤال و برخی را به فرضیه با رویکردهای دو گزینه «۳ و ۴» تبدیل می‌کنند. باید از کاربرد هم‌زمان سؤالات پژوهشی و فرضیه با ماهیت یکسان اجتناب شود مگر آنکه سؤالات پژوهشی و فرضیه متفاوت باشند.

در برخی پژوهش‌های کیفی نیاز به تعیین اهداف اختصاصی در ابتدای کار نیست و در طول پژوهش با محدودسازی مسئله و قابلیت انجام آن، سؤالات طراحی می‌شود. درواقع سؤالات پژوهش با یک سؤال اصلی آغاز می‌شود و در مراحل بعدی با تعمق بیشتر روی مسائل پژوهش، به تدریج توسعه می‌یابد و به سؤالات فرعی تبدیل می‌شود. سؤالات عموماً کلی، باز و در برخی موارد ساده هستند و به‌سوی عمل و فرایند جهت دارند. پیشنهاد می‌شود پژوهشگر تنها زمانی به سراغ طراحی فرضیه برای اهداف برود که شرایط طرح یک حدس منطقی با پشتوانه مبانی نظری فراهم باشد؛ در غیر این صورت طرح سؤال ساده‌تر و منطقی‌تر است. برای تدوین هر فرضیه باید به ملاحظات جدول ۱-۱۸ توجه داشت.

جدول ۱-۱۸. انواع فرضیه‌های قابل تدوین

ردیف	نوع	توضیح
۱	پژوهشی	الف) جهت‌دار: مانند فرضیه «مدیران زن عملکرد بهتری نسبت به مدیران مرد دارند.»
		ب) بدون جهت: مانند فرضیه: «بین جنسیت و عملکرد مدیران تفاوت وجود دارد.»
۲	آماري	الف) فرض صفر: عدم رابطه، عدم تفاوت، یکسان بودن
		ب) فرض خلاف: وجود رابطه، وجود تفاوت

در فرضیه جهت‌دار جهت متغیر مستقل بر متغیر وابسته مشخص است ولی در فرضیه بدون جهت، جهت متغیر مستقل بر متغیر وابسته مشخص نیست. فرض‌های «صفر و خلاف» را می‌توان برای فرضیه‌های «جهت‌دار و بدون جهت» به دو شکل «الفبایی و نماد آماری» به شرح جدول ۱-۱۹ نوشت.

جدول ۱-۱۹. انواع الگوی نگارش فرضیه آماری برای فرضیه‌های پژوهشی

ردیف	نوع	توضیح
۱	جهت‌دار	نگارش فرضیه صفر و خلاف به‌صورت الفبایی: H0: مدیران زن نسبت به مدیران مرد عملکرد بهتری ندارند. H1: مدیران زن نسبت به مدیران مرد عملکرد بهتری دارند.
		نگارش فرضیه صفر و خلاف به‌صورت نماد آماری: H0: M=M H1: M>M
۲	بدون جهت	نگارش فرضیه صفر و خلاف به‌صورت الفبایی: H0: بین جنسیت و عملکرد مدیران تفاوت وجود ندارد. H1: بین جنسیت و عملکرد مدیران تفاوت وجود دارد.
		نگارش فرضیه صفر و خلاف یا فرض مقابل به‌صورت نماد آماری: H0: M=M H1: M≠M

فرضیه‌های جهت‌دار را می‌توان از «فعل» آن‌ها تشخیص داد که با مواردی چون «بیشتر، کمتر، بزرگ‌تر، کوچک‌تر، افزایش، کاهش، بهتر و بدتر» همراه هستند. فرضیه جهت‌دار قوی‌تر از فرضیه بدون جهت است زیرا برای آن باید شواهد قوی ارائه داد. وقتی شواهد قوی برای فرضیه جهت‌دار نباشد باید آن را به‌صورت «بدون جهت» ارائه کرد. فرضیه‌های جهت‌دار «فرضیه‌های یک دامنه» و فرضیه‌های بدون جهت «فرضیه‌های دو دامنه» هستند. شناسایی «جهت‌دار یا بدون جهت» بودن فرضیه برای آزمون آماری مهم است. اندازه شاخص آزمون موردنظر برای رد فرض

صفر با مقدار آلفا ۵ درصد ($\alpha=0/05$) برای «آزمون دو دامنه به میزان ۱/۹۶» و برای «آزمون یک دامنه به میزان ۱/۶۳» است. همچنین اندازه شاخص آزمون موردنظر برای رد فرض صفر با مقدار آلفا ۱ درصد ($\alpha=0/01$) در «آزمون دو دامنه به میزان ۲/۵۸» و برای «آزمون یک دامنه ۲/۳۳» است (جدول ۱-۲۰).

جدول ۱-۲۰. اندازه برای رد فرضیه صفر

ردیف	آزمون	سطح ۵ درصد	سطح یک درصد
۱	دو دامنه	۱/۹۶	۲/۵۸
۲	یک دامنه	۱/۶۳	۲/۳۳

البته دانشجویان با کمک نرم افزارهای کامپیوتری مانند «SPSS»، «AMOS» و «PLS» با مقایسه Sig و آلفا این کار را انجام می دهند. این فرضیه های جهت دار گاهی بر «رابطه» و گاهی بر «تفاوت» تأکید دارند. در نوع رابطه ای «ارتباط یا همبستگی بین دو یا چند متغیر» و در نوع تفاوتی «وجود تفاوت بین متغیر یا متغیرها» مورد توجه قرار می گیرد. در شرایط بررسی تفاوت ها اغلب فرضیه های صفر، حاکی از «برابری یا نبود تفاوت» و در بررسی رابطه مبتنی بر «نبود رابطه» است. در جدول ۱-۲۱ برای هر کدام یک نمونه ارائه شده است.

جدول ۱-۲۱. نمونه هایی از فرضیه های رابطه ای و تفاوتی

ردیف	نوع فرضیه	نمونه
۱	تفاوتی	سواد رسانه ای در میان افراد تحصیل کرده و غیرتحصیل کرده برابر است.
۲	رابطه ای	بین تحصیلات و سواد رسانه ای رابطه وجود ندارد.

این فرضیه ها صفر یا خنثی هستند، چون گرایش به هیچ جهتی را نشان نمی دهند. در گزارش های آماری مربوط به تجزیه و تحلیل یافته ها، فرضیه های صفر و خلاف به شکل آماری نمایش داده می شوند.

سؤال پیچیدگی های فرضیه را ندارد و به راحتی می توان با سؤال کردن هر هدف، به دنبال پاسخ همان هدف مبتنی بر روش پژوهش مناسب بود. یکی از اشتباهات رایج در طراحی سؤال این است که دانشجویان به صرف استفاده از یک کلمه «آیا» از هدف سؤال می سازند. باید دقت کرد که نوشتن سؤال در عین سادگی به رعایت اصولی هم نیاز دارد. برای نمونه وقتی هدف بررسی رابطه بین تحصیلات و سواد رسانه ای است، بهتر است به جای سؤال «آیا بین تحصیلات و سواد رسانه ای رابطه وجود دارد؟» این طور نوشته شود که «چه رابطه ای بین تحصیلات و سواد رسانه ای وجود دارد؟».

در نهایت انتخاب سؤال یا فرضیه به نوع استدلال دانشجو و هدایت استاد راهنما بستگی دارد. باید دقت کرد که نوشتن هر دو شکل فرضیه و سؤال برای دستیابی به یک نتیجه از یک هدف، مجاز نیست. پس لازم است فقط سؤال یا فرضیه ای مشخص برای یک هدف اختصاصی نوشته شود. البته چنانچه ماهیت سؤال پژوهشی و فرضیه متفاوت باشد نگارش هر دو مجاز است به شرط آنکه تکرار و ازلحاظ مفهومی یکسان نباشند. برای درک بیشتر به موارد جدول ۱-۲۲ و نمونه های ارائه شده توجه فرمایید.

جدول ۱-۲۲. نمونه‌هایی برای موارد نگارش «یا فرضیه یا سؤال» و یا «نگارش هر دو»

ردیف	محور	نمونه
۱	یا فرضیه یا سؤال (فقط یکی باشد)	سؤال پژوهشی: چه رابطه‌ای بین هوش هیجانی مدیران و عملکرد آنان رابطه وجود دارد؟ فرضیه: بین هوش هیجانی مدیران و عملکرد آنان رابطه وجود دارد.
۲	نگارش هر دو (به اختیار پژوهشگر)	سؤال پژوهشی: میزان سطح هوش هیجانی مدیران چگونه است؟ میزان سطح عملکرد مدیران چگونه است؟ فرضیه: بین هوش هیجانی مدیران و عملکرد آنان رابطه وجود دارد.

سؤالات پژوهش را می‌توان به سه دسته «توصیفی، رابطه‌ای و تفاوتی» به شرح جدول ۱-۲۳ تقسیم کرد.

جدول ۱-۲۳. انواع سؤالات پژوهش

ردیف	انواع	نمونه
۱	توصیفی	استفاده از کلماتی چون «چيست، چگونه است و امثال آن
۲	رابطه‌ای	نشان‌دهنده چگونگی رابطه دو یا چند متغیر
۳	تفاوتی	نشان‌دهنده تفاوت بین متغیرها

در نوشتن سؤالات پژوهش باید به مواردی به شرح جدول ۱-۲۴ توجه داشت.

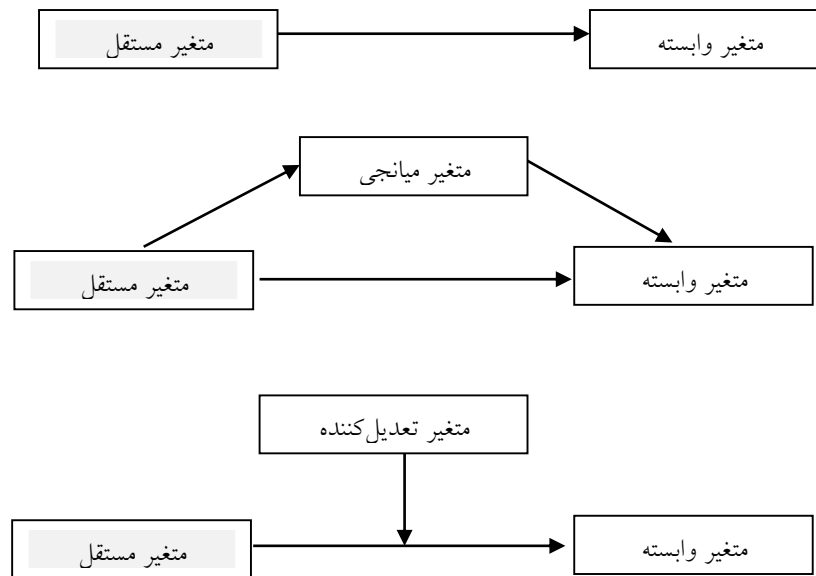
جدول ۱-۲۴. انواع ملاحظات در نوشتن سؤالات پژوهش

ردیف	ملاحظات
۱	اختصاص شماره به هر سؤال
۲	بیان شفاف و مشخص سؤال
۳	قابل پاسخ‌دهی بودن
۴	به نحوی که به یک جواب برسد.
۵	بهرتر است که به «بله-خیر» ختم نشود و پاسخ‌ها رویکرد تحلیلی تری داشته باشند.
۶	همپوشانی نداشتن سؤالات
۷	هم‌وزن بودن سؤالات
۸	خارج از اهداف فرعی و مسئله نبودن

در پروپوزال‌هایی که پژوهشگر به دنبال آزمون یا طراحی مدل است، می‌توان پس از سؤالات یا فرضیه‌ها، مدل مفهومی پژوهش را هم ارائه کرد.

۱-۶-۵. ارائه مدل مفهومی

لازم به توضیح است در صورت نیاز به بررسی و آزمون مدل، پس از ارائه فرضیه، مدل مفهومی اولیه ارائه خواهد شد. پژوهشگر در پروپوزال با سه شکل می‌تواند مدل مفهومی خود را با توجه به «موضوع، فرضیه‌ها و نوع متغیرها» ارائه کند. سه شکل مورد اشاره به ترتیب از بالا به پایین در شکل ۱-۲ معرفی شده است. در شکل اول به متغیرهای «مستقل و وابسته»، در شکل دوم به متغیرهای «مستقل، وابسته و میانجی» و در شکل سوم به متغیرهای «مستقل، وابسته و تعدیل‌کننده» تأکید می‌شود.



شکل ۱-۲. انواع مدل‌های مفهومی قابل ارائه توسط پژوهشگر

۱-۶-۶. روش‌شناسی پژوهش

بعد از این که سؤال یا فرضیه پژوهش مشخص شد، باید روش انجام پژوهش و چگونگی آزمون فرضیه‌ها یا پاسخ به سؤالات در قالب روش‌شناسی پژوهش مشخص شود. به این منظور باید به سؤالاتی به شرح جدول ۱-۲۵ پاسخ داد و آن‌ها را در پروپوزال نوشت.

جدول ۱-۲۵. سؤالات تعیین‌کننده روش‌شناسی پژوهش

ردیف	سؤالات
۱	روش پژوهش به لحاظ هدف کدام است؟
۲	روش پژوهش به لحاظ راهبردی کدام است؟
۳	روش پژوهش به لحاظ مسیر اجرا کدام است؟
۴	قلمرو موضوعی، مکانی و زمانی پژوهش چیست؟
۵	داده‌ها از چه جامعه یا نمونه‌ای جمع‌آوری می‌شود؟ در صورت استفاده از نمونه با چه روش و به چه دلیل انجام می‌شود؟
۶	از چه ابزاری با چه روایی و پایایی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده می‌شود؟
۷	از چه روش تحلیل داده کمی یا کیفی و با چه نرم‌افزار یا چه سطح اطمینان آماری استفاده می‌شود؟

برای پاسخگویی به این سؤالات می‌توان از فصول پنج تا نه استفاده کرد.

۱-۶-۷. تجزیه و تحلیل یافته‌ها

به روش‌های مناسب آماری یا تحلیل کیفی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها اشاره دارد. در واقع در این بخش پژوهشگر مشخص می‌کند که برای تجزیه و تحلیل داده‌های خود، از چه روش‌های آماری (کمی) یا کیفی استفاده می‌کند. جزئیات این روش‌ها در فصل هشتم کتاب معرفی شده است. برای اجرای تجزیه و تحلیل یافته‌ها لازم است تا نرم‌افزارهای تحلیل

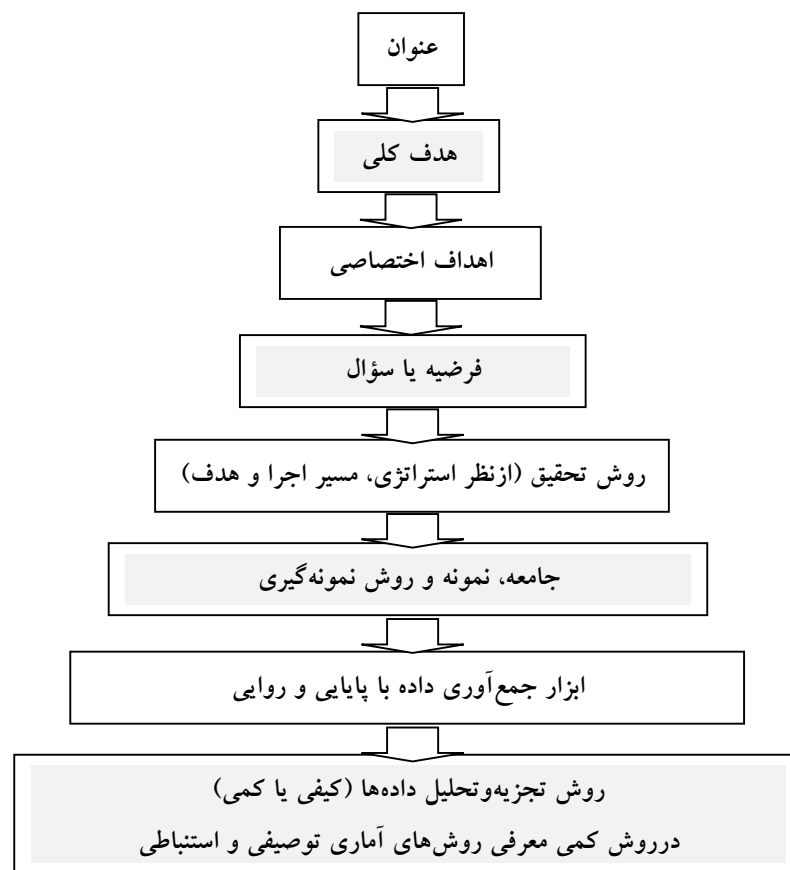
آماري (اس‌پی‌اس‌اس، ایموس، لیزرل و...) یا تحلیل کیفی در پروپوزال معرفی شود. انواع پرکاربرد این نوع نرم‌افزارها در بخش پنجم کتاب معرفی شده است. همچنین در تحلیل آماری باید به سطح اطمینان برای تحلیل‌ها هم اشاره شود. به‌طور معمول سطح اطمینان ۹۵ درصد در پژوهش‌های علوم انسانی در نظر گرفته می‌شود.

۱-۶-۸. ارجاع داخل متن و منبع نویسی در پروپوزال

ارائه منبع برای تمام گزارش‌ها، ادعاها و استدلال‌ها بر اساس «مبانی نظری» و «ادبیات پیشینه» در پروپوزال لازم است. به این منظور شما در متن‌های بخش‌هایی مانند «بیان مسئله» یا «اهمیت و ضرورت پژوهش» یا «پیشینه پژوهش» باید به مطالب استفاده‌شده از منابع مختلف در حد «نام‌خانوادگی نویسنده و سال» ارجاع دهید. این نشانی ارجاع شده باید در بخش «فهرست منابع یا منابع» در پروپوزال به‌طور کامل و با جزئیات نوشته شود. برای ارجاع در متن و نوشتن کامل نشانی منبع ارجاع شده در فهرست منابع الگوهای معتبر مختلفی وجود دارد که باید بر اساس الگوی مطرح‌شده در پروپوزال این کار را انجام داد. اگر الگویی نوشته‌نشده بود، می‌توان از رایج‌ترین الگوی ارجاع‌دهی و منبع‌نویسی یعنی «APA» استفاده کرد. توضیحات کامل این روش در فصل سوم و بخش نگارش پایان‌نامه و رساله نوشته‌شده است. اما به‌طور ساده برای نوشتن نشانی کامل، مانند مقاله ارجاع شده در متن به ترتیب «نام خانوادگی، نام، سال، عنوان مقاله، نام نشریه، شماره نشریه و شماره صفحات» ارائه می‌شود.

۱-۶-۹. ارتباطات منطقی بین بخش‌های روش‌شناسی برای نگارش پروپوزال

در روش‌شناسی یک ارتباط منطقی بین اجزای روش‌شناسی هر پژوهش وجود دارد، به این معنا که هر یک از اجزاء با یک ربط منطقی بر اساس جزء قبل از خود شکل می‌گیرد. درواقع نقطه شروع برای نوشتن روش‌شناسی، ابتدا عنوان و بعد اهداف و در ادامه فرضیه یا سؤالات پژوهشی است. بر اساس این موارد ابتدا روش پژوهش، سپس جامعه، نمونه و روش تعیین آن، سپس ابزار جمع‌آوری داده‌ها، روایی و پایایی آن و درنهایت روش‌های تجزیه و تحلیل یافته‌ها مطرح می‌شود. این فرایند در شکل ۱-۳ معرفی شده است. توصیه می‌شود، به‌جای نظریه‌گیری درباره یک عنوان خالی، ابتدا در کنار این شکل اجزای کار معرفی شود و بعد از اساتید و مشاوران مختلف برای اصلاح و تکمیل آن نظر بگیرند. شکل ۱-۳ به‌نوعی راهنمای نگارش پروپوزال خام اولیه و شروع بسیار خوبی برای تکمیل و نگارش پروپوزال اصلی است.



شکل ۱-۳. فرایند نگارش روش‌شناسی هر جزء با استناد به جزء ماقبل آن

توصیه می‌شود قبل از نگارش پروپوزال اصلی، با استفاده از شکل ۱-۳ پروپوزال اولیه را در یک صفحه بنویسید و پس از تأیید گروه مربوطه آن را تکمیل کنید.

۱-۶-۱۰. سایر بخش‌های اطلاعاتی و جدول گانت

در پروپوزال‌ها پس از ارائه مطالب گفته‌شده، بخش‌هایی مربوط به لوازم، تجهیزات و هزینه‌های پژوهش وجود دارد که اگر بخشی از هزینه‌های پژوهشی توسط دانشگاه یا سازمان خاصی حمایت می‌شود، دانشجو موظف به ثبت اطلاعات مربوط و تکمیل آن است. در انتهای پروپوزال اغلب بخشی مانند جدول گانت (جدول ۱-۲۶) وجود دارد تا دانشجو زمان انجام مراحل مختلف پژوهش خود را مشخص کند.

جدول ۱-۲۶. نمونه جدول گانت برای برنامه زمان‌بندی ماهانه طرح پژوهش

ردیف	فعالیت اجرایی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱	نوشتن طرح پژوهش	*													
۲	ارائه به گروه آموزشی		*												
۳	تصویب در گروه		*												
۴	بررسی ادبیات پیشینه و مبانی نظری	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
۵	جمع‌آوری داده‌ها				*	*	*								
۶	ورود اطلاعات به رایانه				*	*	*								
۷	تجزیه و تحلیل داده‌ها							*	*						
۸	نوشتن گزارش پژوهش										*	*			
۹	دفاع از پایان‌نامه												*		

۷-۱. ارزیابی نهایی پروپوزال

در نهایت پروپوزال تکمیل شده توسط دانشجو یا داوران بر اساس محورهای به شرح جدول ۱-۲۷ قابل ارزیابی است.

جدول ۱-۲۷. چکلیست ارزیابی پروپوزال یا پیشنهاد پژوهشی تکمیل شده (مورد استفاده دانشجو)

محو­رها	معیار	مناسب بودن	
		بلی	خیر
آیا قابلیت اجرا با توجه به جمع‌آوری داده، زمان، تجهیزات و منابع مالی دارد؟	آیا عنوان مختصر و مفید و گویا است؟		
	آیا عنوان فارسی با عنوان انگلیسی مطابقت دارد؟		
	آیا دامنه مسئله پژوهش محدود و عینی شده است؟		
آیا مسئله پژوهش به‌روز (جدید) است؟	آیا مسئله پژوهش، «روشن، منطقی و با پشتیبانی مبانی نظری و ادبیات پیشینه» است؟		
	آیا سؤال اصلی در انتهای بیان مسئله بیان شده است؟		
	آیا مهم بودن مسئله به‌خوبی بیان شده است؟		
آیا اولویت داشتن و ضرورت انجام این پژوهش به‌خوبی بیان شده است؟	آیا جای خالی پژوهش به‌خوبی نشان داده شده است؟		
	آیا فرضیه‌ها یا سؤالات پژوهش با موضوع مرتبط است؟		
	آیا فرضیه‌ها یا سؤالات پژوهش با بیان مسئله مرتبط است؟		
آیا فرضیه‌ها آزمون‌پذیر و یا سؤالات پاسخ‌پذیر هستند؟	آیا روش پژوهش بر اساس موضوع انتخاب شده است؟		
	آیا جامعه به‌درستی تعریف شده و تعداد آن مشخص است؟		
	آیا روش نمونه‌گیری و منطق استفاده از آن به‌خوبی بیان شده است؟		
آیا تعداد نمونه و کفایت آن به‌طور منطقی توضیح داده شده است؟	آیا ابزار و روش جمع‌آوری داده‌ها به‌طور منطقی توضیح داده شده است؟		
	آیا روش تجزیه و تحلیل یافته‌ها به‌خوبی توضیح داده شده است؟		
	آیا فهرست منابع مورد استفاده به روش علمی و نکوور یا ای‌پی‌ای تنظیم شده است؟		
آیا فونت B-lotus با سایز ۱۳ برای متن فارسی و فونت Times New Roman با سایز ۱۲ برای متن انگلیسی و فاصله خطوط یک سانتی‌متر رعایت شده است؟	آیا متغیرهای پژوهش به‌خوبی و با پشتیبانی مبانی علمی تعریف شده است؟		
	آیا محدوده زمانی مورد بررسی مشخص شده است؟		
	آیا محدوده جغرافیایی مورد بررسی مشخص شده است؟		

علاوه بر ارزیابی مورد اشاره باید از «دسترسی به نمونه مورد بررسی و امکان جمع‌آوری داده از آن‌ها»، «برخوردار بودن از منابع مالی کافی برای اجرای پژوهش» و «کامل شدن پژوهش در زمان مورد نظر» اطمینان حاصل کرد. در پژوهش‌های متعددی دانشجویان به دلیل فقدان توجه به این سه مورد در ابتدای کار با چالش‌های جدی مواجه شدند.

۸-۱. رعایت ملاحظات حقوقی در پروپوزال

برای رعایت ملاحظات حقوقی و پیشگیری از هرگونه پیامدهای ناشی از بی‌اطلاعی از آن‌ها باید بخش چهارم و فصل پنجاهم را مطالعه کرد. دو مورد از این ملاحظات به‌عنوان فرایندی قانونی و اجباری برای تأیید «پیشنهادها یا پروپوزال-ها» در ایران پیش‌بینی شده است. نخستین مورد «گزارش تکراری نبودن عنوان پروپوزال» و دوم «گزارش نتایج میزان مشابهت‌ها در محتوای پروپوزال» است. سازمان رسمی ارائه‌دهنده این خدمات «پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران» با نام اختصاری و معروف «ایرانداک» است.

۱-۸-۱. گزارش تکراری نبودن «عنوان پروپوزال» در «ایرانداک»

با عنایت به مصوبه «وزارت علوم، فناوری و تحقیقات» برای جلوگیری از «تکرار موضوعات پژوهشی» ثبت عنوان پروپوزال‌ها در «ایرانداک» و دریافت گزارش توسط دانشجویان از الزامات تأیید «پیشنهادها یا پروپوزال‌ها» در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری است.

همه کاربران بدون محدودیت و به‌صورت رایگان، به اطلاعات کتاب‌شناختی و ۱۵ تا ۲۰ صفحه‌ی نخست پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها در پایگاه اطلاعات گنج دسترسی دارند و می‌توانند با جست‌وجو در این پایگاه از پیشینه پژوهش خود، آگاه شوند. اما کاربرانی که علاقه‌مند هستند بررسی پیشینه پژوهش آنان را کارشناسان متخصص ایرانداک انجام دهند و پاسخ آن‌ها در یک نامه رسمی به نشانی رایانامه‌های دلخواه آنان فرستاده شود، می‌توانند از سامانه پیشینه پژوهش استفاده و در ازای پرداخت مبلغ مشخص‌شده، پاسخ خود را دریافت کنند.

هرچند برخی دانشجویان در انتهای فرایند تأیید پروپوزال برای دریافت این گزارش اقدام می‌کنند، اما توصیه می‌شود که دانشجویان قبل از تکمیل پروپوزال و برای اطمینان از تکراری نبودن عنوان خود، نسبت به دریافت گزارش از ایرانداک اقدام کنند. هرچند ممکن است پیشنهاد یا پروپوزال با نظر اساتید یا داوران دچار تغییراتی شود ولی این کار به غنای فعالیت دانشجوی در انتخاب عنوان مناسب کمک می‌کند. در مواردی عناوین مشابه با عنوان شما گزارش می‌شود که می‌توان با مرور آن‌ها و به‌ویژه مرور بخش «پیشنهادهای پژوهشی یا پیشنهادهایی برای سایر پژوهشگران» نسبت به اصلاح و تکمیل عنوان اقدام کرد. چگونگی مراحل ثبت و دریافت گزارش «تکراری نبودن عنوان پروپوزال» از سامانه ایرانداک و بخش «پیشینه پژوهش» را می‌توان در بخش چهارم و فصل پنجاهم به‌صورت تصویری و گام‌به‌گام مرور کرد.

۲-۸-۱. گزارش نتیجه مشابهت پروپوزال در سامانه همانندجو

از دیگر اقدامات لازم برای تأیید پروپوزال دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری، دریافت گزارش میزان «هماندی» برای ارائه مستندی معتبر دال بر تکراری نبودن محتوای پروپوزال است برای این منظور باید از سامانه «هماندجو» مربوط به ایرانداک استفاده شود. چگونگی مراحل ثبت و دریافت گزارش میزان شباهت محتوای پروپوزال را می‌توان

در بخش چهارم و فصل چهل و هشتم به صورت تصویری و گام به گام مرور کرد. میزان قابل پذیرش همانندی حداکثر تا ۳۰ درصد است و در صورت بیشتر بودن از این مقدار نیاز به ارائه استدلال‌های قانع کننده و تأیید گروه مربوطه خواهد بود. از اقدامات لازم برای دریافت گزارش صحیح از میزان همانندی آن است که قبل از ثبت پروپوزال در سامانه «هماندجو»، موارد مشترک و غیرمربوط اثرگذار در میزان همانندی حذف شوند. برای نمونه می‌توان به «عنوان‌ها» و «فهرست منابع» اشاره کرد. در صورت اینکه باز هم گزارش همانندجو بالاتر از ۳۰ درصد بود، دانشجو باید با مرور قسمت‌های مشخص شده در گزارش همانندجو، تلاش کند تا متون مشابه تشخیص داده شده را از حالت نقل قول یا حالت نوشته شده فعلی، خارج کند. به این نحو که با نگارش مجدد و رعایت حفظ اصل پیام متن، آن را با زبان خود بازنویسی کند.

۳-۸-۱. دریافت کد اخلاق برای پایان‌نامه یا رساله‌های زیست پزشکی

برخی پژوهش‌ها و به دلیل کار روی موضوعات انسانی و حیوانی، ملزم به دریافت «کد اخلاق» هستند. برای نمونه با توجه به تأکید «کمیته ملی اخلاق در پژوهش‌های زیست پزشکی» و «آیین‌نامه کمیته اخلاق زیستی دانشگاه پیام نور» کلیه پژوهشگران به خصوص در رشته روانشناسی با موضوعات انسانی و حیوانی باید پس از تأیید عنوان پروپوزال، مصوبه «کمیته اخلاق زیستی» یا «کد اخلاق» را دریافت کنند. به این منظور پژوهشگران با تکمیل «فرم رضایت‌نامه آگاهانه پژوهش» آن را همراه با «مصوبه پروپوزال و فایل پروپوزال» به «مستول پژوهشی مرکز» تحویل داده تا به «کمیته اخلاق در پژوهش دانشگاه» به نشانی re_research_office@pnu.ac.ir در «دفتر تحقیقات، خدمات پژوهشی و فناوری» ارسال شود. در ادامه و برای مشاهده مصوبات «کمیته اخلاق در پژوهش» در خصوص «اخذ کد اخلاق»، باید به «سامانه ملی اخلاق در پژوهش‌های زیست پزشکی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی» به نشانی ethics.research.ac.ir مراجعه و از مسیر شکل ۴-۱ «کد اخلاقی» را دریافت کرد. «فرم رضایت» و «آیین‌نامه کمیته اخلاق زیستی دانشگاه پیام نور» در پورتال مرکزی و قسمت پژوهش قابل دسترسی است.

«کمیته اخلاق تابعه» ← «کمیته اخلاق در پژوهش دانشگاهی» ← «کمیته اخلاق در پژوهش دانشگاه پیام نور» ←
 «مشخصات کمیته» ← «امکان مشاهده و دریافت مصوبات کد اخلاق به صورت فارسی و انگلیسی»

شکل ۴-۱. مسیر دریافت کد اخلاق از سامانه ملی اخلاق در پژوهش‌های زیست پزشکی

اجرای پژوهش

۲

هدف کلی: آشنایی با نحوه اجرای پژوهش

اهداف یادگیری

- آشنایی با جایگاه گام اجرای پژوهش در مقایسه با گام‌های قبل و بعد از آن
- آشنایی با ساماندهی طرح پژوهش به کمک پروپوزال
- آشنایی با فرایند اجرای پژوهش و پیاده‌سازی آن با الگوی نگارش «پایان‌نامه»
یا رساله»

مقدمه

شروع پژوهش به معنای اجرای پژوهش بر مبنای طرح پژوهش یا همان پروپوزال است. در نخستین گام برای این منظور باید مبانی پژوهش را سامان داد؛ یعنی بر اساس پروپوزال، بیان مسئله، اهداف، سؤالات یا فرضیه‌ها، مبانی نظری، ادبیات پیشینه و روش‌شناسی، کار را تکمیل و نهایی نمود. سپس بر اساس سؤالات یا فرضیه‌ها و با ابزارهای مشخص، داده‌ها را جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و مورد بحث و نتیجه‌گیری قرار داد. در این فصل برای درک بیشتر دانشجو، فرایندهای اجرایی پژوهش به صورت کلی و در قالب سرفصل‌های پایان‌نامه یا رساله مرور خواهد شد و در بخش دوم شامل فصول پنجم تا نهم کتاب، هر یک از مراحل اجرایی فرایند پژوهش با جزئیات بیشتری معرفی می‌شود.

۱-۲. فرایند پژوهش با تأکید بر گام اجرای پژوهش

اغلب دانشجویان پس از نگارش پروپوزال یا طرح پیشنهاد پژوهش این سؤال را مطرح می‌کنند که «حالا چه باید کرد؟». این فصل تلاش می‌کند تا این پاسخ را با زبانی ساده و همراه با الگوی نگارش پایان‌نامه یا رساله مرور کند. با تصویب و تأیید پروپوزال، برنامه اجرایی پژوهش تأیید می‌شود و باید بر اساس آن کار پژوهش را آغاز کرد. برای این منظور دانشجو باید در نخستین گام اطلاعات موجود پروپوزال را در قالب الگوی نگارش پایان‌نامه یا رساله سازمان‌دهی کند. در گام بعدی باید با جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مناسب به تحلیل، بحث و نتیجه‌گیری و نگارش آن‌ها در قالب مورد نظر بپردازد. در این مسیر و برای اجرای مناسب پژوهش و «تکمیل فصول دوم تا پنجم پایان‌نامه یا رساله» می‌توان از بخش دوم این کتاب شامل «فصول پنجم تا نهم» کمک گرفت. قبل از هر توضیح بار دیگر جدول «فرایند پژوهش» با تأکید بر گام «اجرای پژوهش» با رنگ متمایز و جایگاه آن نسبت به گام‌های قبل و بعد (جدول ۱-۲) مرور می‌شود.

جدول ۱-۲. فرایند پژوهش با تأکید بر گام اجرای پژوهش

فرایند کلی پژوهش	ردیف	مراحل	توضیح
طراحی پژوهش	۱	انتخاب حوزه مطالعاتی	انتخاب حوزه‌ای تخصصی برای پژوهش
	۲	انتخاب مهم‌ترین مشکل یا مسئله	تهیه فهرستی از مسائل و مشکلات در حوزه مطالعاتی
	۳	تبدیل مشکل به مسئله و عنوان	انتخاب مشکل و تبدیل آن به مسئله و نوشتن عنوان پژوهشی
	۴	تهیه پیشنهاد پژوهش یا پروپوزال	تدوین یک پروپوزال یا گام‌های لازم برای اجرای پژوهش
اجرای پژوهش	۱	ساماندهی طرح پژوهش یا پروپوزال	ساماندهی محتوای پروپوزال در الگوی پایان‌نامه یا رساله
	۲	تعیین نهایی نمونه مورد بررسی	اجرای روش نمونه‌گیری در صورت نیاز
	۳	جمع‌آوری داده‌ها (یافته‌ها)	با استفاده از ابزارهای مناسب از نمونه و بر اساس اهداف پژوهش
	۴	تجزیه و تحلیل داده‌ها (نتایج)	تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده
	۵	بحث و نتیجه‌گیری	بحث و نتیجه‌گیری از تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه پیشنهاد
ساماندهی و انتشار پژوهش	۱	ساماندهی و تدوین گزارش پژوهش	ساماندهی نهایی مطالب در طول فصل‌های پایان‌نامه یا رساله
	۲	انعکاس نتایج پژوهش	سخنرانی (دفاع یا همایش) و استخراج «مقاله، پوستر و کتاب»
	۳	اجرای نتایج پژوهش	پیگیری برای اجرایی شدن نتایج پژوهش توسط بخش مربوطه

۲-۲. ساماندهی طرح پژوهش بر اساس الگوی نگارش پایان‌نامه یا رساله

در این مرحله پژوهشگر بر اساس پروپوزال یا طرح پژوهش فصول اولیه پایان‌نامه یا رساله خود را سامان می‌دهد. درواقع محتوای پروپوزال یا پیشنهاد پژوهش حدود ۵۰ درصد محتوای «فصول اول و سوم پایان‌نامه یا رساله» را در قالب نگارش ۵ فصل تشکیل می‌دهد. در این مرحله کلیات پژوهش به‌صورت یکجا یا در قالب سه فصل به شرح جدول ۲-۲ سامان می‌یابد و همراه با انجام مطالعات کامل می‌شود.

جدول ۲-۲. سامان دادن کلیات پژوهش در قالب سه فصل پایان‌نامه یا رساله

ردیف	فصول	عنوان فصل	شامل
۱	اول	کلیات پژوهش	الف) مقدمه، ب) بیان مسئله، ج) اهمیت و ضرورت، د) اهداف کلی و فرعی پژوهش، ه) سؤالات یا فرضیه‌های پژوهش، و) قلمرو پژوهش، ز) تعاریف نظری
۲	دوم	مبانی نظری و ادبیات پیشینه	الف) مقدمه، ب) مبانی نظری، ج) ادبیات پیشینه، د) جمع‌بندی
۳	سوم	روش‌شناسی پژوهش	الف) مقدمه، ب) روش پژوهش، ج) جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری، د) ابزار جمع‌آوری داده‌ها، ه) روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

پیشنهاد می‌شود دانشجو با استفاده از محتویات موجود و انجام مطالعات عمیق‌تر، در کوتاه‌ترین زمان، سه فصل اولیه پایان‌نامه یا رساله خود را تدوین و برای دریافت بازخورد به اساتید راهنما و مشاور تقدیم کند. لازم به توضیح است که محتوای فصل دوم تا کار پایان پژوهش، باید در جریان «به‌روزرسانی و تکمیل شدن» باشد. زیرا ممکن است در جریان اجرای پژوهش، نتایج جدیدی به مطالعات شما اضافه شود.

۲-۲-۱. ساماندهی فصل اول با کمک پروپوزال

فصل اول پایان‌نامه یا رساله (در قالب نگارش پنج فصل) در اغلب موارد دارای محتوایی به شرح جدول ۲-۳ است.

جدول ۲-۳. الگوی نگارش و سامان دادن «فصل اول پایان‌نامه یا رساله» با عنوان «کلیات پژوهش»

ردیف	محورها	توضیح
۱	مقدمه	با طرح کلیاتی از موضوع و متغیرهای آن ذهن مخاطب را برای ورود به مسئله آماده می‌کند.
۲	بیان مسئله	طرح مسئله و جای خالی پژوهش روی آن همراه با ارائه پرسش کلی ایجادشده در ذهن پژوهشگر
۳	اهمیت و ضرورت	پاسخ به این سؤال که چرا موضوع برای پژوهش مهم است و بین موضوعات مهم چه اولویتی دارد؟
۴	اهداف	شامل هدف اصلی و اهداف فرعی پوشش‌دهنده هدف اصلی
۵	سؤالات یا فرضیه‌ها	شامل سؤال یا فرضیه‌ها بر اساس اهداف اصلی و فرعی
۶	قلمرو پژوهش	شامل معرفی محدوده موضوعی، زمانی و مکانی پژوهش
۷	تعاریف نظری	شامل تعاریف منتخب نظری از متغیرها یا محورهای مهم در پژوهش

بیشتر بخش‌های فصل اول ازجمله «بیان مسئله، اهمیت و ضرورت، اهداف کلی و فرعی پژوهش، سؤالات یا فرضیه‌های پژوهش و قلمرو پژوهش» در پروپوزال نوشته‌شده است. حال پژوهشگر باید آن‌ها را وارد ساختار نگارشی «پایان‌نامه یا رساله» خود کند و در هر مرحله از پیشرفت کار، با هدایت اساتید راهنما و مشاور به تکمیل و در صورت نیاز اصلاح آن بپردازد. دانشجو باید بخش‌هایی از فصل اول که جای آن در پروپوزال خالی است را بنویسد. یکی از این بخش‌های مهم «مقدمه فصل اول» است که با مقدمه سایر فصول «پایان‌نامه یا رساله» تفاوت دارد. «مقدمه فصل

اول پایان‌نامه یا رساله» با بیان خلاصه‌ای از کلیات پژوهش و اشاره به متغیرهای آن، ذهن مخاطب را برای ورود به مسئله، و طرح مسئله پژوهشگر در بخش بیان مسئله آماده می‌کند. این مقدمه همان‌طور که از نامش بر می‌آید، گام ورودی برای معرفی کلیات پژوهش در فصل اول است که خواننده را با کلیات موضوع و متغیرهای آن آشنا می‌کند. برخی کارشناسان پژوهشی اعتقاد دارند که مقدمه فصل اول، برای کل پژوهش و فراتر از فصل یک است. پژوهشگر در این قسمت مقدماتی را برای مسبوق به سابقه بودن موضوع و مبتنی بودن آن بر یک واقعیت ارائه می‌دهد.

در ادامه مواردی چون «بیان مسئله» و «اهمیت و ضرورت پژوهش» در پروپوزال آورده شده و در این بخش سامان می‌یابد. می‌توان از نظرات اساتید «راهنما و مشاور» در هر مرحله برای تکمیل و تقویت استدلال‌های ارائه شده در «بیان مسئله» و «اهمیت و ضرورت» استفاده کرد. اهداف، سؤالات یا فرضیه‌ها و قلمرو پژوهش نیز بر اساس پروپوزال منتقل می‌شود. در انتها به انتخاب تعاریف نظری برگزیده برای متغیرها و کلمات کلیدی و مؤلفه‌های موردبررسی در پژوهش پرداخته می‌شود. در صورت تأکید استاد بر ارسال فصل‌ها به صورت جداگانه، می‌توان ابتدا فصل یک پایان‌نامه یا رساله را پس از سازمان‌دهی تقدیم استاد کرد و پس از دریافت نظرات اصلاحی و تکمیلی، با انجام اقدامات لازم، آن را مجدد همراه با فصل دوم، تقدیم استاد کرد.

۲-۲-۲. ساماندهی فصل دوم «پایان‌نامه یا رساله» در فرایند اجرایی

در این مرحله پژوهشگر بر اساس پروپوزال و با مطالعه عمیق‌تر منابع و اسناد مرتبط با موضوع و متغیرهای پژوهش، اقدام به ساماندهی و تکمیل فصل دوم پایان‌نامه یا رساله می‌کند. تکمیل این بخش در مواردی به تقویت مبانی نظری و پشتیبانی‌های علمی بخش‌هایی از فصل اول مانند «مقدمه فصل اول»، «بیان مسئله»، «اهمیت و ضرورت» و حتی «تعاریف نظری» کمک می‌کند. درمجموع «فصل دوم پایان‌نامه یا رساله» به مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی مفصلی برای جمع‌آوری اطلاعات نیاز دارد. برای ساماندهی اجرای پژوهش در این مرحله و در قالب نگارش «فصل دوم پایان‌نامه یا رساله» باید الگویی به شرح جدول ۴-۲ را موردتوجه قرار داد.

جدول ۴-۲. الگوی نگارش و سامان دادن «فصل دوم پایان‌نامه یا رساله» با عنوان «مبانی نظری و ادبیات پیشینه»

ردیف	محورها	توضیح
۱	مقدمه	معرفی محتوای فصل
۲	مبانی نظری	سامان دادن انواع مفاهیم، فرضیه‌های آزمون شده، نظریه‌ها، مکاتب، قضیه‌ها، اصول، قوانین، الگوها، مدل‌ها و موارد مشابه موجود درباره متغیرها و مؤلفه‌های آن
۳	ادبیات پیشینه	اشاره به انواع پژوهش‌های انجام شده داخلی و خارجی درباره هر متغیر یا مؤلفه‌های آن در ذیل مباحث همان متغیر
۴	جمع‌بندی کلی	جمع‌بندی از مبانی نظری و ادبیات پیشینه ارائه شده، همراه با تأکید بر جای خالی پژوهش در حال اجرا

پژوهشگر و دانشجو هرچقدر وقت و دقت بیشتری را برای پربار کردن این فصل صرف کند، در فصل پنج و برای بحث و نتیجه‌گیری راحت‌تر خواهد بود. پژوهشگر باید در منابع مختلف از جمله کتاب‌ها، مقالات، پژوهش‌ها و دیگر پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها «مبانی نظری مبتنی بر متغیرهای موردبررسی» را استخراج و با یک ارتباط منطقی ساماندهی کند. در ساماندهی مبانی نظری در صورت وجود متغیرهای مستقل و وابسته، ابتدا درباره متغیر وابسته، ابعاد آن و سپس

دیگر متغیرها اطلاعات با نظم منطقی ارائه می‌شود. این بخش دائم در حال تغییر و تکمیل است و در تمامی مراحل کار اجرای پژوهش، پژوهشگر باید با جستجو و شناسایی آخرین «اطلاعات، پژوهش‌ها و نظریه‌های جدید» مرتبط، آن‌ها را به مجموعه «مبانی نظری و ادبیات پیشینه» اضافه کند. برای این کار دانشجو باید از توانمندی لازم در جستجو برخوردار و با واژگان کلیدی جستجو آشنا باشد.

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد «مبانی نظری» در هر حوزه مطالعاتی ابعاد گسترده‌ای دارد. در این مرحله باید انواع مبانی نظری «مفهوم، سازه، متغیر، فرضیه، نظریه، پارادایم، مکتب، قضیه، اصول، قانون، الگو، مدل، استعاره، نما، الگوریتم و نقشه ذهنی» در رابطه با متغیرهای موردبررسی را شناسایی و در یک توالی و ربط منطقی کنار هم قرار داد. به نحوی که تمام زوایا و ابعاد مهم متغیر موردبررسی موردتوجه قرار گیرد. برای نمونه هر متغیر مانند «مهارت‌های ارتباطی» در بعد «مفهومی» می‌تواند چندین تعریف داشته باشد که پژوهشگر باید با مروری بر این تعاریف، رویکرد خود در انتخاب تعریف برگزیده از میان تعاریف مختلف که در فصل یک و بخش «تعریف نظری» مطرح‌شده را مشخص کند. به همین نحو درباره هر متغیر باید «فرضیه‌ها و انواع نظریه‌ها در سطوح موردبررسی» مطرح و بازنگری شود و نظریه‌های منتخب پژوهشگر مورد تأکید بیشتری قرار گیرد. در این راستا دیگر مبانی چون «الگو، مدل، استعاره، نما، الگوریتم یا نقشه‌های ذهنی» موجود نیز به جامعیت مبانی نظری طرح‌شده در رابطه با متغیرهای موردبررسی کمک می‌کند. بدیهی است در برخی مواقع حجم اطلاعات بسیار گسترده است و این هنر بازنویسی و خلاصه کردن پژوهشگر است که با هدایت اساتید راهنما و مشاور و با تأکید بر گزینش اطلاعات مهم و کاربردی به محدود کردن این دامنه گسترده کمک می‌کند. پیشینه پژوهش بر نقد و بررسی دانش و اطلاعات موجود درباره موضوع تأکید دارد. با جمع‌آوری، نقد و بررسی مناسب پیشینه پژوهش به سایر بخش‌های پژوهش به‌ویژه «بیان مسئله و نتیجه‌گیری» کمک خواهد شد. از مهم‌ترین اهداف و دلایل نوشتن پیشینه پژوهش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲-۵ اشاره کرد.

جدول ۲-۵. اهداف و دلایل نوشتن پیشینه پژوهش

ردیف	موارد	توضیح
۱	بیان مسئله	استفاده از پژوهش‌های پیشین برای نشان دادن جای خالی مسئله موجود
۲	سهم آن در دانش	سهم پژوهش‌های قبلی در گسترش دانش و مسئله موردبررسی
۳	پرهیز از دوباره‌کاری	جلوگیری از پژوهش تکراری و هدر رفتن هزینه‌ها
۴	انتخاب روش و ابزار	الگوگیری از پژوهش‌های قبلی برای انتخاب روش یا ابزار

برای نوشتن پیشینه‌های پژوهش در فصل دوم باید با انتخاب محورهای مشخص از هر پژوهش به شرح جدول ۲-۶، نگارش از هر پیشینه صورت گیرد.

جدول ۲-۶. محورهای کلیدی برای نوشتن هر پیشینه پژوهش

ردیف	محورها	ردیف	محورها
۱	نام خانوادگی نویسنده	۴	روش پژوهش و ابزار مورد استفاده
۲	سال انتشار	۵	مهم‌ترین نتیجه یا نتایج مرتبط با پژوهش در حال انجام
۳	عنوان		

برای نوشتن پیشینه پژوهش در فصل دوم، علاوه بر الگوی معرفی شده در جدول ۲-۴ و آوردن پیشینه پژوهش بعد از مبانی نظری، می‌توان در یک دسته‌بندی از مبانی نظری بر اساس متغیرهای پژوهش، بعد از هر متغیر به معرفی پیشینه پژوهشی مرتبط با آن متغیر پرداخت. انتخاب هر یک از دو الگوی مورداشاره به تعداد موجود پیشینه پژوهش، تعداد متغیرها و امکان جمع‌بندی جداگانه بستگی دارد. درنهایت در پایان فصل دوم باید جمع‌بندی از پیشینه پژوهش صورت گیرد. برای نمونه می‌توان در یک جدول خلاصه به انواع پیشینه، میزان پژوهش‌های داخلی و خارجی و خلأهای موجود در آن اشاره کرد. مرور نوشتار و پیشینه پژوهش می‌تواند رویکردهای مختلفی به شرح جدول ۲-۷ داشته باشد.

جدول ۲-۷. انواع رویکردها در مرور پیشینه پژوهش

ردیف	رویکرد	توضیح
۱	توصیفی	شناسایی و توصیف آنچه در رابطه با موضوع موردنظر نگاشته و یا تحقیق شده
۲	تحلیلی	شناسایی دقیق‌تر پژوهش‌های موجود همراه با مقایسه و برجسته‌سازی وجوه تشابه و تمایز بین پژوهش‌ها
۳	انتقادی	مکمل رویکرد تحلیلی و بررسی نقاط قوت و ضعف هر یک از آثار

در نگارش پیشینه پژوهش با رویکرد توصیفی، پس از یک مقدمه کوتاه، کافی است هر یک از متون یا پژوهش‌های مرتبط را به صورت جداگانه و بر اساس یک روش مشخص (مثلاً به ترتیب زمانی، یعنی سال انتشار متون بررسی شده) توصیف کرد. توصیف پژوهش‌ها شامل زمینه موضوعی، روش تحقیق و یافته‌های مربوط است. در رویکرد تحلیلی به بررسی «موضوع، روش پژوهش، یافته‌ها، هدف، جامعه، حجم نمونه، روش پژوهش و روش تحلیل یافته‌ها» در پژوهش‌های مختلف و ارتباط آن با سایر پژوهش‌ها و پژوهش موجود تأکید می‌شود. این رویکرد «روشنمند» است زیرا تحلیل‌ها بر اساس نظامی خاص (به جز نظم تاریخی) همراه با مقایسه و برجسته‌سازی وجوه تشابه و تمایز پژوهش‌ها اراده می‌شود. در نگارش پیشینه پژوهش با رویکرد انتقادی، نقاط قوت و ضعف هر یک از آثار از نظر «روش پژوهش، جامعه مورد مطالعه، ابزار گردآوری اطلاعات و روایی و پایایی آن، روش‌های آماری مورداستفاده و استنباط‌ها و استدلال‌های ارائه شده در مورد یافته‌ها و نتایج» موردبررسی قرار می‌گیرد. در میان این موارد رویکرد تحلیلی برای جمع‌بندی پایانی فصل دوم مناسب‌تر است (منصوریان و محسنی، ۱۳۸۹).

یکی از نکات بسیار مهم در نوشتن مبانی نظری، ادبیات پیشینه و حتی موارد فصل یک، استناد دادن یا ارجاع دادن به منابع مورداستفاده است. باید در هرجایی از متن و با توجه به نیاز به دلیل و گواه علمی، به نوشته‌های معتبر دیگران استناد کرد. یادداشت‌هایی که به عنوان استناد استفاده می‌شود؛ می‌تواند به یکی از شکل‌های جدول ۲-۸ باشد.

جدول ۲-۸. انواع یادداشت‌های قابل استناد در متن پژوهش

ردیف	انواع	توضیح
۱	نقل قول مستقیم	بیان عین عبارات و جملات متن اصلی و مناسب عبارات غیرقابل تغییر مانند آیات قرآن
۲	نقل قول غیرمستقیم	بیان عبارات و جملات با زبان پژوهشگر با حفظ اصل پیام متن
۳	خلاصه	بیان خلاصه اندیشه اصلی با حداقل عبارات و جملات
۴	نقد و نظر	بیان نظرات از متن اصلی به همراه نظرات پژوهشگر با تأکید بر روشن کردن برخی زوایا یا نقد آن
۵	ترکیب	تلفیق اطلاعات گوناگون از یک متن

بهرتر است که روش‌های نقل قول غیرمستقیم و خلاصه همراه با ارائه استناد یا ارجاع به منبع استفاده کرد. شکل‌های متنوعی از استنادنویسی مانند «ای‌پی‌ای، ونکوور، شیکاگو، هاروارد» وجود دارد که امروزه به مدد نرم‌افزارهایی مانند «مایکروسافت ورد» به شکل بهره‌ورانه‌ای انجام می‌شود. استنادنویسی‌ها اغلب به سه صورت «درون‌متنی، برون‌متنی و پانویس» به شرح جدول ۲-۹ صورت می‌گیرد.

جدول ۲-۹. انواع استناد نویسی

ردیف	انواع	توضیح
۱	درون‌متنی	ارجاع یا استناد خلاصه در درون‌متن و بلافاصله پس از مطلب و ارائه کامل نشانی در فهرست منابع پایانی
۲	برون‌متنی	ارجاع یا استناد با شماره منبع بلافاصله پس از مطلب و ارائه کامل نشانی در فهرست منابع پایانی
۳	پانویس	ارجاع یا استناد با نشانه یا شماره‌ای در متن و شرح آن در زیر همان صفحه

البته پانویس‌ها هم برای «ارجاع منبع» و هم «توضیح» از جمله «معادل اصطلاحی به زبان‌های دیگر، شرح اصطلاحات دشوار، توضیح تکمیلی درباره یک پدیده یا هرگونه توضیح که نوشتن آن در پیکره اصلی متن مناسب نباشد» مورد استفاده قرار می‌گیرند.

در صورتی که دانشجو بنا به نظر استاد، قرار است تا فصول خود را در هر مرحله و ضمن دریافت بازخوردهای هدایت‌کننده دنبال کند، در این مرحله دانشجو همراه با اصلاح موارد پیشنهادی فصل اول پایان‌نامه یا رساله، فصل دوم ساماندهی شده را هم تقدیم استاد خواهد کرد.

۲-۲-۳. ساماندهی فصل سوم پایان‌نامه یا رساله بر اساس پروپوزال

در ادامه فصل دوم پژوهشگر باید فصل سوم خود را هم بر اساس پروپوزال تهیه‌شده بنویسد. اغلب موارد فصل سوم نیز در پروپوزال نوشته‌شده است. البته در مواردی مانند لزوم بررسی و ارائه گزارش روایی و پایایی ابزارها، بدیهی است که بعد از اجرا اضافه یا تکمیل خواهد شد. اما این ساماندهی همان‌طور که پیشتر گفته‌شده در رفت‌وبرگشت‌های ارائه گزارش به اساتید راهنما و مشاور، به کامل و کم نقص‌تر شدن کار کمک شایانی می‌کند. در فصل سوم محتویاتی به شرح جدول ۲-۱۰ سامان داده می‌شود.

جدول ۲-۱۰. الگوی نگارش و سامان دادن فصل سوم «پایان‌نامه یا رساله» با عنوان «روش‌شناسی پژوهش»

ردیف	محورها	توضیح
۱	مقدمه	معرفی محتوای فصل
۲	روش پژوهش	معرفی روش پژوهش از ابعاد مختلف
۳	جامعه و نمونه	معرفی جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری
۴	ابزار جمع‌آوری داده‌ها	معرفی ابزار، روایی و پایایی آن
۵	روش تجزیه و تحلیل یافته‌ها	معرفی انواع روش‌های تجزیه و تحلیل یافته‌ها

پژوهشگر باید با دقت و اشراف کامل روش پژوهش خود را معرفی کند. روش پژوهش را می‌توان از ابعاد مختلفی چون «هدف و ماهیت، طول مدت اجرا، محل اجرا، زمان موردبررسی، میزان ژرفا، منطق اجرا، مورد مطالعه، نوع جستجوی داده، راهبردی یا استراتژی، پارادایم، مطابقت و واکنش‌گرایی» معرفی کرد. هر یک از این ابعاد و روش‌ها

به طور مفصل در فصل پنجم این کتاب با عنوان «مبانی روش شناسی پژوهش» معرفی شده است که با مرور آن‌ها می‌توان، ضمن اشراف بر روش انتخابی آن را به خوبی در «فصل سوم پایان نامه یا رساله» معرفی کرد. بهتر است پژوهشگر روش خود را تا حد امکان از ابعاد مختلف معرفی کند که در میان آن‌ها معرفی روش از ابعاد «هدف، راهبرد و مسیر اجرا» ضروری است.

پس از معرفی روش پژوهش، باید جامعه مورد بررسی به طور دقیق مشخص شود و در صورت نیاز به نمونه گیری، باید روش نمونه گیری و روش تعیین تعداد نمونه کافی هم بیان گردد. برای این منظور می‌توان از فصل ششم این کتاب با عنوان «مبانی انتخاب جامعه و نمونه پژوهش» استفاده کرد. در ادامه معرفی جامعه، نمونه، روش نمونه گیری احتمالی و ارائه میزان اطمینان از کفایت نمونه برای تعمیم نتایج به جامعه، باید ابزار یا روش جمع آوری داده‌ها را مشخص کرد. از جمله انواع ابزارها و روش‌های جمع آوری داده‌ها می‌توان به «پرسشنامه، چک لیست، برگه کدگذاری، آزمون، مصاحبه، مشاهده، برگه‌های یادداشت، اندازه گیری آزمایشگاهی، گروه متمرکز، ضبط صوت، ضبط تصویر و امثال آن» اشاره کرد. فصل هفتم کتاب با عنوان «مبانی جمع آوری داده‌ها» به شکل کامل در این رابطه توضیح می‌دهد. پژوهشگر باید اطلاعات کامل ابزارهای جمع آوری داده و هرگونه پروتکل مورد استفاده برای آن‌ها را توضیح دهد. در مواردی باید اقداماتی را برای روایی و پایایی ابزار انجام داد و در ادامه کار اطلاعات این بخش را تکمیل کرد. در ادامه این فصل باید روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده نیز مشخص شود. هر یک از داده‌های کمی یا کیفی به روش‌های تجزیه و تحلیل خاص خود نیاز دارد که در فصل هشتم این کتاب با عنوان «مبانی تجزیه و تحلیل داده‌ها» معرفی شده است.

هر چند پیشنهاد اصلی آن است که دانشجو یا پژوهشگر با توجه به تلاش‌های انجام شده در مرحله پروپوزال نویسی، سه فصل اولیه «پایان نامه یا رساله» خود را ساماندهی کند و با ارائه به استاد از بازخوردهای اصلاحی و تکمیلی بهره مند شود؛ اما در مواردی و بر اساس نظر برخی اساتید، هر فصل به صورت جداگانه ارائه می‌شود. با تأیید نهایی سه فصل از سوی اساتید، فرایند جمع آوری داده‌های پژوهش بر اساس اهداف و سؤالات آغاز می‌شود.

۲-۳. جمع آوری داده‌ها

پس از تأیید «سه فصل پایان نامه یا رساله» توسط اساتید باید از مناسب بودن روایی و اعتبار ابزارهای جمع آوری داده‌ها از جامعه یا نمونه اطمینان حاصل کرد. در صورت اطمینان از روایی و پایایی ابزارها، داده‌ها جمع آوری خواهد شد. داده‌های جمع آوری شده ممکن است به شکل «کمی، کیفی یا ترکیبی» باشند. بنابراین به تناسب روش پژوهش انتخاب شده باید داده‌ها را برای تجزیه و تحلیل آماده کرد. فصل هفتم این کتاب «مبانی جمع آوری داده‌ها» را به طور کامل معرفی می‌کند.

۲-۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها و ساماندهی آن‌ها در فصل چهارم «پایان‌نامه یا رساله»

تجزیه و تحلیل داده‌های کمی با کیفی تفاوت دارد. در تحلیل داده‌های کمی بیشتر از روش‌های آماری استفاده می‌شود و با توجه به شرایط مختلف داده‌های آماری از الگوهای مختلفی استفاده خواهد شد. در نهایت باید یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها بر اساس «آزمون فرضیه‌ها یا پاسخ به سؤالات پایان‌نامه یا رساله» ساماندهی و بر اساس آن «فصل چهارم پایان‌نامه یا رساله» با الگویی به شرح جدول ۲-۱۱ تدوین شود.

جدول ۲-۱۱. الگوی نگارش و سامان دادن فصل چهارم «پایان‌نامه یا رساله» با عنوان «تجزیه و تحلیل یافته‌ها»

ردیف	محورها	توضیح
۱	مقدمه	معرفی محتوای فصل
۲	گزارش یافته‌ها	الف) در پژوهش‌های کیفی: ارائه پاسخ به سؤالات مطرح شده در فصل اول پایان‌نامه و رساله ب) در پژوهش کمی: آزمون فرضیه‌ها یا پاسخ به سؤالات مطرح شده در فصل اول پایان‌نامه یا رساله

در این فصل تا حد امکان باید از جداول خلاصه و نمایشگر تحلیل داده‌ها در کنار نمودارها و نقشه‌های تحلیل بهره گرفت. در الگوی نگارش پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دارای آزمون‌های آماری، اغلب ابتدا از آمار توصیفی و سپس از آمار استنباطی و آزمون‌های مرتبط با فرضیه‌ها یا سؤالات استفاده می‌شود. پیشنهاد می‌شود مبنای گزارش بر اساس همان ترتیب سؤالات یا فرضیه‌های ارائه شده در فصل اول پایان‌نامه یا رساله باشد. فصل هشتم این کتاب، به معرفی انواع فرایندهای تجزیه و تحلیل داده‌ها و نحوه گزارش آن‌ها در «پایان‌نامه یا رساله» می‌پردازد.

۲-۵. بحث و نتیجه‌گیری و ساماندهی آن در فصل پنجم «پایان‌نامه یا رساله»

در مرحله پایانی بر روی تحلیل داده‌ها و یافته‌های به دست آمده «بحث و نتیجه‌گیری» صورت می‌گیرد و حاصل آن در فصل پنجم «پایان‌نامه یا رساله» با همین عنوان «بحث و نتیجه‌گیری» ساماندهی خواهد شد. این فصل در اصطلاح متعلق به «پژوهشگر» است. او می‌تواند در فصل پنجم پایان‌نامه در مورد یافته‌های پژوهش و اطلاعات کسب شده بحث و اظهار نظر کند و همین‌طور فرضیات پژوهش را با دلایل منطقی و علمی، تأیید یا رد کند. ساختار فصل پنجم «پایان‌نامه یا رساله» از الگویی به شرح جدول ۲-۱۲ تبعیت می‌کند.

جدول ۲-۱۲. الگوی نگارش و سامان دادن فصل پنجم «پایان نامه یا رساله» با عنوان «بحث و نتیجه گیری»

ردیف	محورها	توضیح
۱	مقدمه	معرفی محتوای فصل
۲	خلاصه پژوهش	ارائه تصویری کلی و اجمالی از مطالعات قبلی، بازگو کردن شکاف پژوهشی موجود در حوزه تحت مطالعه و اشاره مجدد به اصول و اساس روش به کاربرده در پژوهش البته به صورت کلی
۳	خلاصه یافته‌ها	ارائه یافته‌ها بر اساس سؤال‌ها یا فرضیه‌ها به شکل خلاصه و ترجیحاً تک عبارتی
۴	بحث	هر یافته بر اساس مبانی نظری و ادبیات پیشینه تدوین شده در «فصل دوم پایان نامه یا رساله» تحلیل و به پژوهش‌های همسو و ناهم‌سو با آن یافته‌ها اشاره می‌شود. در ادامه باید به دلایل احتمالی همسویی یا ناهم‌سویی‌ها از دید پژوهشگر ارائه شود.
۵	نتیجه‌گیری کلی	یک نتیجه‌گیری کلی توسط پژوهشگر از مجموعه یافته‌ها و بحث‌های صورت گرفته روی آن‌ها
۶	محدودیت‌ها	پژوهشگر باید به هر نوع محدودیتی که خارج از کنترل او برای پژوهش بوده اشاره کند.
۷	پیشنهادهای کاربردی	ارائه پیشنهادهایی برای استفاده عملی به ذینفعان یا کاربران مربوطه
۸	پیشنهادهای پژوهشی	ارائه پیشنهادهایی بر اساس ردیف ۶ و محدودیت‌های پژوهش به سایر پژوهشگران

در «خلاصه پژوهش» و «خلاصه یافته‌ها» پژوهشگر تصویری جامع و منسجم از پژوهش در حال اجرا را نشان می‌دهد. در ادامه باید یافته‌های فصل چهارم را تفسیر کند و از دیدگاه خود درباره آن‌ها صحبت کند. فصل نهم این کتاب به طور کامل به نحوه نگارش بخش‌های مربوط به بحث و نتیجه‌گیری می‌پردازد.

۲-۶. ملاحظات در مراحل اجرای پژوهش

در عمل و پس از آماده‌سازی پروپوزال، پنج گام اساسی به شرح جدول ۲-۱۳ بر داشته می‌شود.

جدول ۲-۱۳. مراحل اجرای پژوهش

ردیف	مراحل	توضیح
۱	ساماندهی طرح پژوهش با پروپوزال	ساماندهی بیان مسئله، اهمیت، ضرورت، اهداف، سؤالات یا فرضیه‌ها، مبانی نظری، ادبیات پیشینه و روش‌شناسی
۲	تعیین جامعه و روش نمونه‌گیری	مشخص کردن قلمرو برای تعیین جامعه و در صورت نمونه‌گیری
۳	جمع‌آوری داده‌ها	با استفاده از ابزارهای مناسب از نمونه و بر اساس اهداف پژوهش
۴	تجزیه و تحلیل داده‌ها	تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده
۵	بحث و نتیجه‌گیری	بحث و نتیجه‌گیری از تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه پیشنهاد

دانشجو یا پژوهشگر باید ضمن اجرای هر یک از این مراحل، از بازخوردهای اساتید راهنما و مشاور برای اصلاح و تکمیل فرایند اجرا بهره‌مند شود. این کار بهتر است در قالب الگوی «پایان نامه یا رساله» دانشگاه مربوطه باشد. برای تسهیل روند اجرای هر یک از مراحل اول تا چهارم، این مراحل با جزئیات و در قالب فصل‌های مستقل در بخش دوم کتاب معرفی شده‌اند. همچنین با توجه به ملاحظات اختصاصی «نمونه‌گیری، جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها» در هر یک از روش‌های منتخب از نظر مسیر اجرا، در بخش سوم کتاب هر روش با تأکید بر این ملاحظات در اجرای پژوهش معرفی شده است. بنابراین پیشنهاد می‌شود برای اجرای اثربخش پژوهش دانشجو یا پژوهشگر، علاوه بر مطالعه دقیق فصول اول تا نهم کتاب، به مطالعه دقیق فصل مربوط به روش پژوهش خود از نظر مسیر اجرا نیز بپردازد.

بهتر است دانشجوی با اساتید راهنما یا مشاور برای ارسال نتایج اقدام خود در مراحل مختلف بر اساس الگوهایی به شرح جدول ۲-۱۴ هماهنگی لازم را در ابتدای کار انجام دهد.

جدول ۲-۱۴. الگوهای ارتباط دانشجوی با اساتید در مراحل اجرای پژوهش

ردیف	الگو	توضیح
۱	گزارش مکتوب پژوهش	الف) به صورت مجازی و از طریق پست الکترونیک یا دیگر راه‌های ارتباطی مجازی ب) به صورت کاغذی و پرینت شده (با تأکید وزارت عتف بر جمع‌آوری پایان‌نامه‌های کاغذی، فقط در شرایط خاص و تأکید اساتید مورد استفاده قرار می‌گیرد).
۲	زمان‌های تماس برای سؤال	دانشجو باید زمان‌های مشخصی را در طول هفته با اساتید راهنما و مشاور هماهنگ کند تا با آن‌ها تماس بگیرد. یا اینکه با هماهنگی از طریق پیام کوتاه ساعت مشخصی برای تماس مقرر شود. در صورت اجازه استاد به برقراری تماس در ساعت مقرر، دانشجوی ارتباط خود را برقرار کند.
۳	نظر دهی استاد بر روی کار	الف) اعلام نظر با کامنت روی فایل الکترونیک در نقاط مقرر یا به صورت کلی در ابتدا یا پایان کار ب) اعلام نظر مکتوب و گاهی با الگوهای نگارش و ویرایش خاص
۴	تکمیل فرم‌های تأیید	الف) تکمیل فرم‌های آمادگی پایان‌نامه یا رساله به صورت دریافت مجازی توسط استاد، پرینت گرفتن، امضا کردن و ارسال مجدد به دانشجوی یا دانشگاه ب) تکمیل فرم تأیید در برگه اصلی با ارائه مستقیم دانشجوی یا نماینده آن به استاد



ساماندهی و انتشار پژوهش

هدف کلی: آشنایی با نحوه ساماندهی و انتشار پژوهش

اهداف یادگیری

- آشنایی با نحوه ساماندهی و تدوین گزارش پایان‌نامه یا رساله
- آشنایی با انعکاس نتایج پژوهش از طریق مقاله
- آشنایی با انعکاس نتایج پژوهش از طریق همایش
- آشنایی با انعکاس نتایج پژوهش از طریق کتاب

مقدمه

پس از اجرای پژوهش باید بتوان محتوای ایجادشده را در قالب الگوی دانشگاه سامان داد و تدوین کرد. بر اساس آیین‌نامه‌های آموزشی ضوابط خاصی برای هر دوره پیش‌بینی شده است. برای نمونه دفاع از رساله در مقطع دکتری منوط به پذیرش مقاله و فارغ‌التحصیلی از این مقطع منوط به چاپ مقاله مستخرج از رساله در نشریات معتبر است. از آنجائی که هر دانشگاه الگوی خاص خود را دارد دانشجو باید الگوی دانشگاه خود را همراه با توضیحات این فصل موردتوجه قرار دهد.

۳-۱. فرایند پژوهش با تأکید بر گام ساماندهی و انتشار پژوهش

گام ساماندهی و انتشار پژوهش به‌عنوان سومین و آخرین گام فرایند پژوهش، شامل سه مرحله اساسی به شرح جدول ۳-۱ است که با رنگ تیره‌تر و متمایز از بقیه مراحل قابل تشخیص خواهد بود.

جدول ۳-۱. فرایند پژوهش با تأکید بر گام ساماندهی و انتشار پژوهش

فرایند کلی پژوهش	ردیف	مراحل	توضیح
طراحی پژوهش	۱	انتخاب حوزه مطالعاتی	انتخاب حوزه‌ای تخصصی برای پژوهش
	۲	انتخاب مهم‌ترین مشکل یا مسئله	تهیه فهرستی از مسائل و مشکلات در حوزه مطالعاتی
	۳	تبدیل مشکل به مسئله و عنوان	انتخاب مشکل و تبدیل آن به مسئله و نوشتن عنوان پژوهشی
	۴	تهیه پیشنهاد پژوهش یا پروپوزال	تدوین یک پروپوزال یا گام‌های لازم برای اجرای پژوهش
اجرای پژوهش	۱	ساماندهی طرح پژوهش یا پروپوزال	ساماندهی محتوای پروپوزال در الگوی پایان‌نامه یا رساله
	۲	تعیین نهایی نمونه موردبررسی	اجرای روش نمونه‌گیری در صورت نیاز
	۳	جمع‌آوری داده‌ها (یافته‌ها)	با استفاده از ابزارهای مناسب از نمونه و بر اساس اهداف پژوهش
	۴	تجزیه و تحلیل داده‌ها (نتایج)	تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده
	۵	بحث و نتیجه‌گیری	بحث و نتیجه‌گیری از تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه پیشنهاد
ساماندهی و انتشار پژوهش	۱	ساماندهی و تدوین گزارش پژوهش	ساماندهی نهایی مطالب در طول فصل‌های پایان‌نامه یا رساله
	۲	انعکاس نتایج پژوهش	سخنرانی (دفاع یا همایش) و استخراج «مقاله، پوستر و کتاب»
	۳	اجرای نتایج پژوهش	پیگیری برای اجرایی شدن نتایج پژوهش توسط بخش مربوطه

هر دانشگاه الگوی انتشار گزارش «پایان‌نامه یا رساله» را به شکل خاص دارد. هرچند اغلب محورهای کلیدی یکسان است اما در برخی جزئیات تفاوت‌های دیده می‌شود. بنابراین دانشجو یا پژوهشگر باید ضمن توجه به الگو یا دستورالعمل دانشگاه خود، مطالب این فصل را دنبال کند. در نگارش «پایان‌نامه یا رساله» باید توجه داشت که یکی از رایج‌ترین الگوهای نگارش بر مبنای «پنج فصل» است. اغلب در فصل اول دانشجو، پژوهش خود را شکل می‌دهد، در فصل دوم از دیگران نقل قول و روایت می‌کند. در فصل سوم روش انجام کار پژوهش خود را نشان می‌دهد و در فصل چهارم یافته‌های پژوهش را می‌آورد. فصل پنجم برای جامعه و مردم نوشته می‌شود تا افراد و مؤسسات مرتبط از نتایج آن بهره‌مند شوند. از بهار سال ۱۳۹۸ طی بخشنامه‌ای از سوی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، چاپ هرگونه «پایان‌نامه یا رساله» به‌صورت «فیزیکی و کاغذی» ممنوع شد. با این بخشنامه الگوهای چاپ متفاوت در دانشگاه‌ها

مانند «جنس جلد، رنگ جلد، عطف جلد و امثال آن» موردتوجه قرار نمی‌گیرد. با این وصف الگوی نگارش دانشگاه‌های مختلف، اغلب در کلیات یکسان و در جزئیات تفاوت‌هایی دارند.

۲-۳. راهنمای نگارش پایان‌نامه یا رساله دکتری

هر «پایان‌نامه یا رساله» دارای ساختار و اجزایی مشخص است. الگوی رایج در ساختار «رساله و پایان‌نامه» به شرح جدول ۲-۳ و مبتنی بر پنج فصل است که البته در برخی رشته‌ها ممکن است به صورت سه فصل هم نوشته شود.

جدول ۲-۳. ساختار رایج در نگارش «پایان‌نامه و رساله» مبتنی بر پنج فصل

ردیف	فصول	توضیح
۱	پیش از فصول	شامل صفحات «بسم الله...، شناسنامه، صورت جلسه دفاع، فرم تعهد اصالت رساله، سپاسگزاری، تقدیم، فهرست مطالب، فهرست جدول‌ها، فهرست شکل‌ها و چکیده فارسی»
۲	فصل اول	با عنوان «کلیات پژوهش» و شامل «مقدمه، بیان مسئله، اهمیت و ضرورت، اهداف، سؤالات یا فرضیه‌ها، قلمرو پژوهش و تعاریف نظری»
۳	فصل دوم	با عنوان «مبانی نظری و ادبیات پژوهش» و شامل «مقدمه، مبانی نظری، ادبیات پیشینه و جمع‌بندی کلی»
۴	فصل سوم	با عنوان «روش‌شناسی پژوهش» و شامل «مقدمه، روش پژوهش، جامعه و نمونه، ابزار جمع‌آوری داده‌ها و روش تجزیه و تحلیل یافته‌ها»
۵	فصل چهارم	با عنوان «تجزیه و تحلیل یافته‌ها» و شامل «مقدمه و گزارش یافته‌ها»
۶	فصل پنجم	با عنوان «بحث و نتیجه‌گیری» و شامل «مقدمه، خلاصه پژوهش، خلاصه یافته‌ها، بحث، نتیجه‌گیری کلی، محدودیت‌ها، پیشنهادهای کاربردی و پیشنهادهای پژوهشی»
۷	پس از فصول	شامل «فهرست منابع، پیوست‌ها، چکیده انگلیسی، صفحه شناسنامه انگلیسی»

یکی از سؤالات رایج در میان دانشجویانی که رساله دکتری خود را ساماندهی می‌کنند این است که در شرایط پژوهش‌های مدل‌یابی یا مدل‌سازی، مدل اولیه و مدل نهایی شده در کجا باید ارائه شود. برای این منظور با استعلام از چند تن از اساتید و انتخاب بهترین رویه در میان انواع رویه‌های پیشنهادی، جمع‌بندی به این شرح حاصل شد که در مدل‌سازی با روش کمی، بهتر است تا مدل مفهومی اولیه در فصل اول و انتهای بیان مسئله ارائه شود. در فصل دوم و در جمع‌بندی، مدل مفهومی اولیه بر اساس مطالعات مبانی نظری و پیشینه پژوهش به تأیید برسد یا بهبود یابد. در فصل چهارم، مدل بر اساس یافته‌های پژوهش و در فصل پنجم با رویکرد نتیجه‌گیری نهایی «مدل» ارائه می‌شود.

در الگوهای نگارش «پایان‌نامه و رساله» در قالب سه فصل، اغلب بخش «روش‌شناسی پژوهش» یا همان فصل سوم در الگوی قبل در فصل اول می‌آید. همچنین فصول چهارم و پنجم در الگوی قبل در یک فصل ارائه می‌شود. یعنی در الگوی سه فصل شاهد فصل‌هایی با عناوین «کلیات یا طرح پژوهش»، «پیشینه پژوهش» و «تحلیل یافته‌ها و نتیجه‌گیری» خواهیم بود.

در ادامه «پایان‌نامه یا رساله» و پس از منابع بخش جداگانه‌ای تحت عنوان «پیوست‌ها» یا «ضمائم» قرار می‌گیرد که اغلب در آن‌ها به ارائه سؤالات مصاحبه، نمونه‌ای از پرسشنامه، نمونه‌ای از مکاتبات انجام‌شده با سازمان‌ها و امثال آن پرداخته می‌شود.

۳-۲-۱. طراحی جلد پایان نامه یا رساله

پیش از تکلیف بر الکترونیکی شدن «پایان نامه و رساله» و انتشار آن‌ها به شکل کاغذی بر روی جنس و رنگ جلد و عطف آن تأکید خاصی وجود داشت و برخی دانشگاه‌ها الگوی خاصی را دنبال می‌کردند. اما در رویکرد الکترونیکی می‌توان گفت که منظور از جلد «پایان نامه و رساله» همان صفحه نخستی است که به محض باز شدن صفحه فایل الکترونیک، در مقابل چشمان خواننده نمایان می‌شود. پشت جلد نیز، همان صفحه پایانی «پایان نامه و رساله» است که پس از آخرین صفحه پدیدار می‌شود. به عنوان نمونه برای طراحی صفحه جلد در راهنمای نگارش رساله دکتری دانشگاه پیام نور بر ملاحظات زیر به شرح جدول ۳-۳ تأکید شده است.

جدول ۳-۳. فهرست مطالب روی جلد به ترتیب از بالا به پایین

ردیف	مطالب روی جلد به ترتیب
۱	آرم دانشگاه پیام نور (در ابعاد ۳ تا ۴ سانتی متر مربع در بالای وسط صفحه با فاصله ۲ سانتی متر از لبه بالا)
۲	عبارت «دانشگاه پیام نور» زیر آرم
۳	نام مرکز / واحد دانشگاهی پیام نور
۴	عبارت «رساله دکتری تخصصی Ph.D در رشته» (نام رشته تحصیلی بر اساس اطلاعات رشته در کارت دانشجویی)
۵	عنوان «رساله» برای مقطع دکتری تخصصی
۶	عبارت «استاد راهنما» و ذکر نام استاد یا استادان راهنما (از عبارت سرکار خانم، جناب آقا و ... خودداری شود).
۷	عبارت «استاد مشاور» و ذکر نام استاد یا استادان مشاور (از ذکر عبارات سرکار خانم، جناب آقا و ... خودداری شود)
۸	کلمه «نگارنده» و ذکر نام نگارنده (نام دانشجو)
۹	در پایان، سال تحصیلی مطابق با تاریخ دفاع از رساله / پایان نامه نوشته شود.
۱۰	تمام مندرجات روی جلد به غیر از آرم دانشگاه نسبت به دو طرف چپ و راست آن به طور کامل در وسط باشد.

کلیه مندرجات مورد اشاره برای روی جلد (به زبان فارسی) برای پشت جلد به زبان انگلیسی آورده شود. در پشت جلد که ترجمه انگلیسی از مطالب فارسی روی جلد است باید «تاریخ، ماه و سال» به میلادی و معادل تاریخ فارسی روی جلد نوشته شود. حرف اول تمامی کلمات انگلیسی عنوان، به جز کلمات اضافه مانند and و of باید با حرف بزرگ تایپ شود. برای معرفی استاد راهنما از عبارت Supervisor و برای معرفی استاد مشاور از عبارت Advisor استفاده می‌شود. شکل‌های ۱-۳ و ۲-۳ نمونه‌هایی از صفحات طراحی شده برای جلد رساله دکتری در دانشگاه پیام نور هستند.



دانشگاه پیام نور

(B Nazanin 20 bold انداز قلم)

مرکز

(B Nazanin 19 bold)

یک سطر فاصله

رساله دکتری تخصصی رشته (Ph.D) (B Nazanin 16 Bold)

گرایش:

(B Nazanin 14 Bold)

یک سطر فاصله

عنوان:

(B Nazanin 15)

بررسی اثرات استفاده

(B Nazanin 20)

یک سطر فاصله

استاد راهنما:

(B Nazanin 14)

دکتر -----

(B Nazanin 16 bold)

یک سطر فاصله

استاد مشاور:

(B Nazanin 14)

دکتر -----

(B Nazanin 16 bold)

یک سطر فاصله

نگارنده:

(B Nazanin 14)

----- (B Nazanin 16 bold)

یک سطر فاصله

سال ماه (B Nazanin bold 14)

(تذکر: دقیقاً مطابق با تاریخ دفاع، ماه و سال)

شکل ۱-۳. نمونه طرح روی جلد فارسی رساله دکتری در دانشگاه پیام نور

در شکل ۲-۳ نمونه پشت جلد به انگلیسی برای رساله دکتری در دانشگاه پیام نور ارائه شده است.



Payame Noor University (Times New Romans 16 bold)

Department of..... (Times New Romans 14 bold)

Thesis Submitted in Partial Fulfillment (Times New Romans 14 bold)
of the requirement for the Degree of Ph.D
In.....

Title: (Times New Romans 14)

----- (Times New Romans bold 20)

Supervisor: (Times New Romans 14 Bold)

Ph.D (Times New Romans 16 bold)

Advisor: (Times New Romans 14)

Ph.D (Times New Romans 16 bold)

By: (Times New Romans 14 bold)

نام دانشجو

----- (Times New Romans 16 bold)

(Times New Romans 14 bold)



شکل ۲-۳. نمونه طرح پشت جلد به انگلیسی برای رساله دکتری در دانشگاه پیام نور

۲-۲-۳. شماره گذاری صفحات پایان نامه و رساله

در اغلب دانشگاه‌ها از الگوی شماره گذاری صفحات به شرح جدول ۳-۴ استفاده می‌شود. این الگو نیز بر اساس «رساله دکتری» در دانشگاه پیام نور است که دانشجو به تناسب دانشگاه و مقطع خود باید الگوی دانشگاه مورد نظر خود را مورد توجه قرار دهد.

جدول ۳-۴. شماره‌گذاری صفحات ابتدایی یا فرعی با حروف ابجد و صفحات اصلی با اعداد فارسی

شماره صفحه	ضوابط
بدون شماره	صفحه جلد الکترونیکی
آ	صفحه بسم الله الرحمن الرحيم
ب	کلیه مندرجات روی جلد با همان ترتیب، فاصله‌ها و فونت‌های روی جلد
ج	صورت جلسه دفاع یا صفحه تأییدیه هیئت‌داوران برای امضای استاد راهنما، مشاور، داور و ...
د	فرم تعهد اصالت رساله (مطابق شکل ۳-۳)
ه	سپاسگزاری
و	صفحه «تقدیم به» در صورت تمایل
ادامه حروف	فهرست مطالب (شامل عناوین اصلی و فرعی فصل‌ها، عناوین پیوست‌ها)
ادامه حروف	فهرست جدول‌ها (شماره جدول، عنوان جدول و شماره صفحه آن‌ها)
ادامه حروف	فهرست علائم و کلمات اختصاری (Abbreviations)، در صورت ضرورت
۱	چکیده فارسی
ادامه عدد	متن اصلی: شامل فصل‌های اول تا پنجم رساله
ادامه عدد	فهرست منابع (ابتدا منابع فارسی سپس منابع انگلیسی) تحت یک بخش
ادامه عدد	پیوست‌ها
ادامه عدد	چکیده انگلیسی (شماره روی صفحه فارسی و مثل قبل)
ادامه عدد	صفحه انگلیسی مشابه طرح پشت جلد انگلیسی (شماره روی صفحه فارسی و مثل قبل).
بدون شماره	پشت جلد به زبان انگلیسی الکترونیکی

شماره صفحات با رعایت فاصله ۵ سانتی‌متر از پایین صفحه و در وسط صفحه قرار می‌گیرد. در شماره‌گذاری صفحات باید ملاحظات به شرح جدول ۳-۵ را رعایت کرد.

جدول ۳-۵. شماره‌گذاری و عنوان جدول‌ها، نمودارها، شکل‌ها و نقشه‌ها

ردیف	شماره‌گذاری
۱	شماره‌گذاری با دو شماره مانند (شکل ۳-۵) یا (جدول ۳-۵) است که به معنای پنجمین شکل یا جدول در فصل سوم است. یعنی شماره بعد از کلمه اشاره به فصل و شماره بعد از خط فاصله اشاره به شماره آن شکل یا جدول در آن فصل دارد.
۲	عنوان «شکل، نمودار و نقشه» باید در پایین آن و عنوان «جدول» باید در بالای آن آورده شود.
۳	اگر «جدول، شکل یا تصویر» از منبع دیگری باشد و مربوط به پژوهشگر نیست، باید در انتهای عنوان منبع آن معرفی شود.
۴	نتایج عددی یک موضوع، تنها به یک صورت (شکل یا جدول) ارائه شود.
۵	معرفی هر جدول به صورت «جدول؟-؟-؟» عنوان جدول
۶	کلیه شکل‌ها، نمودارها و تصاویر با واژه «شکل» نام‌گذاری شود. درج عنوان شکل به صورت «شکل؟-؟-؟» عنوان شکل
۷	در جدول مربوط به تحلیل آماری اگر نتایج در سطوح ۰/۰۱، یا ۰/۰۵ معنی‌دار بود با «یک یا دو ستاره» و در صورت معنی‌دار نبودن با علامت «ns» ^۱ نمایش داده شوند.

برای شماره‌گذاری روابط و فرمول‌ها نیز هر رابطه یا فرمول در متن رساله با دو شماره و جداسازی آن‌ها با خط تیره مشخص می‌شوند. مثلاً هفتمین رابطه یا فرمول در فصل چهارم به صورت (۴-۷) نوشته می‌شود. لازم است این شماره‌گذاری در سمت راست رابطه در همان خط نوشته شود.

۳-۲-۳. الگوی منبع نویسی و استنادنویسی

منبع نویسی در «پایان نامه و رساله» در دو محور «درون متن» و «در فهرست منابع» به شرح جدول ۳-۶ انجام می گیرد.

جدول ۳-۶. محورهای منبع نویسی «پایان نامه و رساله»

ردیف	محور	توضیح
۱	استناد درون متن	ارائه منابع مورد استفاده در متن یا ارجاعات درون متنی با رویکرد خلاصه مانند نام خانوادگی و سال
۲	آدرس دهی در فهرست منابع	آوردن فهرست منابع ارجاع شده در متن با نشانی کامل در انتها و فهرست منابع

الگوهای پذیرفته شده متعددی در مجامع علمی برای «منبع نویسی» در «پایان نامه و رساله» وجود دارد. اغلب دانشگاه ها بر الگوهای APA^۱ یا VANCOVER تأکید دارند. برای نمونه دانشگاه پیام نور بر اساس این دو روش و متناسب با رشته بر منبع نویسی تأکید دارد و برای ارجاع درون متن ملاحظات به شرح جدول ۳-۷ ارائه داده است.

جدول ۳-۷. روش های ارجاع داخل متن به منابع

ردیف	انواع	نمونه
۱	نام نویسنده در ابتدای جمله	احمدی (۱۳۸۵) بیان می دارد یا اظهار می کند یا در پژوهشی ... یا اگر دو نویسنده باشد: احمدی و سمیعی (۱۳۸۵) یا اگر بیش از دو نویسنده باشد: احمدی و همکاران (۱۳۸۵) ... در منابع انگلیسی مثلاً Morgan (۲۰۰۷) بیان می دارد... یا Morgan و همکاران (۲۰۰۷) بیان می کنند که...
۲	نام نویسنده و سال پس از بیان مطلب	نام نویسنده و سال انتشار در پرانتز و فاصله بین آن ها با ویرگول مانند: الف) فارسی: (علوی، ۱۳۷۷)، با ۲ نویسنده (علوی و سنایی، ۱۳۸۹) و بیش از دو نویسنده (علوی و همکاران ۱۳۹۰) ب) در انگلیسی: (Morgan, ۲۰۰۷) با دو نویسنده (Morgan and Morphy, ۲۰۰۷) و بیش از دو نویسنده (Morgan et al., ۲۰۰۷)
۳	نشانی اینترنتی	از نوشتن آدرس اینترنتی (وب سایت، وبلاگ) در متن رساله و بخش منابع جدا خودداری شود.
۴	ماه میلادی	از ذکر ماه میلادی برای مرجع در کنار سال انتشار خودداری شود.
۵	نقل از منبع ترجمه	مطالبی که از یک منبع ترجمه شده نقل می شوند و حاوی نام های انگلیسی هستند، با رعایت امانت، منبع اصلی به صورت انگلیسی درج شود.

در تکمیل توضیحات ارائه شده در این بخش باید توجه داشت که در استناد درون متنی، حتی اگر چندین بار هم به نوشته یک نویسنده استناد شود؛ باید به صورت کامل تمامی اطلاعات کتابشناختی منبع مورد نظر را ارائه کرد و از نوشتن کلماتی مانند «همان و همان منبع» پرهیز کرد.

تمامی منابع ارجاع شده در داخل متن باید در «فهرست منابع» آخر «پایان نامه یا رساله» آورده شوند. فهرست منابع فارسی و سپس غیرفارسی به صورت مجزا و در ادامه هم به ترتیب حروف الفبا با تقدم نام خانوادگی نویسنده اول به صورت نمونه هایی به شرح جدول ۳-۸ نوشته می شوند.

جدول ۳-۸. نمونه‌هایی از منبع نویسی در فهرست منابع پایانی

ردیف	انواع	نمونه
۱	کتاب با یک نویسنده	- کریمی، ی. (۱۳۸۲). روان‌شناسی اجتماعی: نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها (چاپ یازدهم). تهران: نشر ارسبان. ۳۴۵ ص - وین رایت، و. (بی‌تا). عقل و دل (۲۰۱۰). ترجمه: محمدهادی شهاب (۱۳۸۹). قم: انتشارات پژوهشگاه علوم و معارف اسلامی. ۳۴۱ ص. - Pegrum, M. (2009). From blogs to bombs: The future of electronic technologies in education. Crawley, W.A: UWA Publishing.
۲	کتاب با دو نویسنده	- مارشال، ک. و راسمن، گ. (۱۹۹۵). روش تحقیق کیفی. ترجمه: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی (۱۳۷۷). تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی. - Page, A. C., & Stritzke, W. G. K. (2015). Clinical psychology for trainees: Foundations of science-informed practice (2nd ed). Cambridge: Cambridge University Press
۳	کتاب با سه نویسنده و بیشتر	- سرمد، ز.، بازرگان، ع.، حجازی، الف. (۱۳۷۶). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات آگه. - Ranzijn, R., McConnochie, K., & Nolan, W. (2009). Psychology and indigenous Australians: Foundations of cultural competence. South Yarra, Vic: Palgrave Macmillan.
۴	مقاله: در کتاب‌های ویراستاری شده ^۱	گیس، گراهام (۲۰۰۳). ده سال بهبود یادگیری دانش‌آموز. کریس راست (ویراستار) بهبود یادگیری دانش‌آموز (۲۶-۹). بریتانیا: دانشگاه آکسفورد. - Groundwater-Smith, S. (2007). As rain is to fields, so good teachers are to students. In S. Knipe (Ed.), Middle years schooling: Reframing adolescence (pp. 151-170). Frenchs Forest, N.S.W: Pearson Education Australia..
۵	مقاله: مجله	- اسدالهی، ق.، یعقوبی، م.، و سلیمانی، ب. (۱۳۷۲). بررسی میزان مردودی و قبولی با رتبه تولد در دانش‌آموزان مقطع ابتدایی شهر اصفهان در سال تحصیلی شهر اصفهان در سال تحصیلی ۶۷-۱۳۶۶. پژوهش‌های روان‌شناختی، دوره ۲، شماره ۲، ص ۲۶-۳۲. - جهرمی، ن. مهدوی م. ع. (۱۳۸۱). بررسی دبی مؤثر جهت انتقال رسوبات معلق در آبراه‌های حوزه آبخیز سد زاینده‌رود. مجله منابع طبیعی ایران، دوره ۵۵، شماره ۳، ص ۱۳۱۶-۱۰۲۵. - Sohrahi, H. R., Weinborn, M., Badcock, J., Bates, K. A., Clarnette, R., Trivedi, D., Martins, R. N. (2011). New lexicon and criteria for the diagnosis of Alzheimer's disease. Lancet Neurology, 10(4), 299-300.
۶	مقاله اینترنتی/آنلاین	- دیلمقانی، م. دانشگاه‌های مجازی: چالش‌ها و ضرورت‌ها. مقاله ارائه‌شده به کنفرانس آموزش الکترونیکی ایران. بازیابی شده در ۱۲ اردیبهشت ۱۳۸۵. - Gagné, M., Forest, J., Vansteenkiste, M., Crevier-Braud, L., van den Broeck, A., Aspel, A. K., Westbye, C. (2015). The Multidimensional Work Motivation Scale: Validation evidence in seven languages and nine countries. European Journal of Work and Organizational Psychology, 24(2), 178-196. http://dx.doi.org/10.1080/1359432x.2013.877892
۷	مقاله: مجموعه مقالات همایش‌ها	- خامسان، الف. (۱۳۸۶). چالش‌های ایجاد برنامه‌های دکتری برخط. در مجموعه مقالات همایش تأملی بر دوره‌های دکتری ایران موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، تهران، اردیبهشت ۱۳۸۶، دانشگاه پیام نور. - شکوری، ب. (۱۳۷۳). عوامل بیولوژیکی حاصلخیزی خاک‌های زراعی. صفحه‌های (ص ۱۴۹-۱۵۲). مقاله‌های کلیدی سومین کنگره علوم زراعت و اصلاح نباتات ایران دانشگاه تبریز، تبریز. - Game, A. (2001). Creative ways of being. In J. R. Morss, N. Stephenson & J. F. H. V. Rappard (Eds.), Theoretical issues in psychology: Proceedings of the International Society for Theoretical Psychology 1999 Conference (pp. 3-12). Sydney: Springer.
۸	استناد به اینترنت	- Australian Psychological Society. (2008). Substance abuse: Position statement. Retrieved from http://www.psychology.org.au/publications/statements/substance/
۹	پایان‌نامه و گزارش پژوهشی	- خامسان، الف. (۱۳۸۹). بررسی مقایسه‌ای ادراک خود در زمینه تحولی و سلامت روانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه تهران. - Lockhart, E. (2009). The physical education curriculum choices of Western Australian primary school teachers (Unpublished master's thesis). University of Western Australia.

۱. کتاب ویراستاری شده کتابی است که هر فصل آن توسط یک یا چند نویسنده نگارش شده ولی مسئولیت کل کتاب تنظیمی بر عهده ویراستاران است.

۱۰	گزارش طرح پژوهشی	- کامبوزیا، ق.، رسولی، م (۱۳۹۱). بررسی مشکلات و نحوه گذران اوقات فراغت دانشجویان دختر دانشگاه بیرجند. گزارش طرح پژوهشی مصوب دانشگاه بیرجند. - Western Australia. Department of Health Nursing and Midwifery Office. (2013). Aboriginal Nursing and Midwifery Strategic Plan 2011-2015. Retrieved from http://www.nursing.health.wa.gov.au/projects/
۱۱	منبع نویسی از یک نویسنده در یکسال	- کریمی، ی. (۱۳۸۷ الف). روانشناسی اجتماعی. تهران: رشد. - کریمی، ی. (۱۳۸۷ ب). روانشناسی شخصیت. تهران: آگه.
۱۲	استانداردها یا اختراعات	- Standards Australia. (1994). Information Processing - Text and office systems - Office Document Architecture (ODA) and Interchange format: Part 10: Formal Specifications (AS/NZS 3951.10:1994). Homebush, NSW: Standards Australia. - Hornak, P. (1996). Resonator for magnetic resonance imaging of the ankle. U.S. Patent No. 5,641,424.7.
۱۳	منبع وقتی نویسنده شخص نیست	- معاونت مطالعات و تحقیقات سازمان ملی جوانان (۱۳۹۳). جوانان، روابط خانوادگی و نسلی. تهران: انتشارات سازمان ملی جوانان. - Anonymous, (1992). Maize in Human nutrition. FAO food and Nutrition Series, No 25 FAO, Rome. 233p.
۱۴	مجله بانام مخفف	اگر مجله نام مخفف شناخته شده دارد، از همان نام مخفف و در غیر این صورت از نام کامل مجله استفاده شود.
۱۵	پاراگراف بندی منابع	paragraph>Indent and sp>special>Hanging 0.8 mm

برخی توضیحات تکمیلی و ملاحظات خاص در انواع استناددهی یا ارجاع دادن های خاص را می توان در جدول ۳-۹ مرور کرد.

جدول ۳-۹. توضیحات تکمیلی در استناددهی ها در پایان نامه و رساله

ردیف	موارد	نمونه
۱	قرآن	نمونه درون متنی: (قرآن، بقره، آیه ۲۴). فهرست منابع: قرآن کریم.
۲	مقاله	نمونه درون متنی: (حسن زاده، زندیان و قربانی، ۱۳۹۶، ص ۱۲۳). فهرست منابع: حسن زاده، محمد؛ زندیان، فاطمه و قربانی، عمران (۱۳۹۶). جریان های اطلاعات در مؤسسات دانش بنیان. مجله دانش - شناسی، سال ۱۸ شماره ۲، صص ۱۲۱-۱۳۱.
۳	کتاب	نمونه درون متنی: (قاسمی، فراهانی و حسینی، ۱۳۹۵، ص ۱۲۷). فهرست منابع: قاسمی، حمید؛ فراهانی، ابوالفضل و حسینی، معصومه (۱۳۹۵). ارتباط شناسی. تهران: دانشگاه پیام نور
۴	پایان نامه	نمونه درون متنی: (قاسمی، ۱۳۸۶). فهرست منابع: قاسمی، حمید (۱۳۸۶). نقش رسانه های جمعی در توسعه ورزش. رساله دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
۵	اینترنت	نمونه درون متنی با نویسنده مشخص: (قاسمی، ۱۳۹۷). فهرست منابع: قاسمی، حمید (۱۳۹۷). مرجع پژوهش: ویراست دوازدهم. بازیابی شده در اسفند ۱۳۹۷ از وبسایت phd.pnu.ac.ir نمونه درون متنی با نویسنده نامشخص: (وبسایت مرکز تحصیلات تکمیلی، ۱۳۹۸) فهرست منابع: آیین نامه جدید نشریات علمی (۱۳۹۸). وبسایت مرکز تحصیلات تکمیلی. بازیابی شده در خرداد ۱۳۹۸ از وبسایت phd.pnu.ac.ir
۶	همایش	نمونه درون متنی: (حسن زاده، ۱۳۹۶). فهرست منابع: حسن زاده، محمد (۱۳۹۶). بایسته های علم اطلاعات و دانش شناسی. مقاله ارائه شده در کنفرانس علم اطلاعات، تهران. چاپی.
۷	اثر بدون نویسنده	نمونه درون متنی: (بی نا، ۱۳۹۶). فهرست منابع: ----- (۱۳۹۶). مدیریت دانش در سازمان ها. تهران: نشر کتابدار.
۸	لغتنامه	نمونه درون متنی: (دهخدا، ۱۳۵۶).

		فهرست منابع: دهخدا، علی اکبر (۱۳۵۶). لغتنامه دهخدا. با ویرایش محمد معین، واژه معنا (ویرایش ۲، جلد ۴، ص ۵۰۰). تهران: مجلس. چاپ مجدد.
۹	نشریات	نمونه درون متنی: (محسنیان راد، ۱۳۹۷). فهرست منابع: محسنیان راد، مهدی (۱۳۹۷). نقش رسانه رادیو و تلویزیون در سواد رسانه‌ای. تهران: روزنامه همشهری، ص ۴.
۱۰	رادیو و تلویزیون	نمونه درون متنی: (علوی، ۱۳۹۶) فهرست منابع: علوی، حسین (۱۳۹۶). سمت خدا: پنجشنبه.
۱۱	فایل صوتی یا تصویری	نمونه درون متنی: (مطهری، ۱۳۴۵). فهرست منابع: مطهری، مرتضی (۱۳۴۵). بنیان‌های توسعه تمدن اسلامی. حسینیه ارشاد. کاست شماره ۱۲۲.

حتماً منابعی که در متن استفاده می‌شود، باید در فهرست منابع آورده شود و آن منابعی نیز که در فهرست منابع آورده می‌شود، باید در متن آمده باشد. تأکید می‌شود ترتیب قدیم به جدید در متن و ترتیب الفبایی در فهرست منابع رعایت شود.

۴-۲-۳. الگوی نگارش چکیده

چکیده، خلاصه فشرده‌ای از پژوهش انجام شده است که اغلب پس از پایان پژوهش با ساختاری به شرح جدول ۳-۱۰ نوشته می‌شود.

جدول ۳-۱۰. ساختار نگارش چکیده در پایان نامه و رساله

ردیف	ساختار	نمونه
۱	هدف پژوهش	اغلب در یک عبارت و بر اساس عنوان پژوهش نوشته می‌شود.
۲	روش‌شناسی	معرفی روش پژوهش، جامعه آماری، نمونه آماری، روش نمونه‌گیری و ابزار جمع‌آوری داده‌ها
۳	مهم‌ترین یافته‌ها	اشاره به مهم‌ترین یافته حاصل از تجزیه و تحلیل یافته‌ها
۴	مهم‌ترین پیشنهاد	به صورت اختیاری و در صورت نیاز اشاره به مهم‌ترین پیشنهاد بر اساس یافته ارائه شده
۵	کلمات کلیدی	حداقل سه و حداکثر پنج کلمه کلیدی که در جستجوها به شناسایی پژوهش کمک کند.

برای نوشتن چکیده برخی دانشگاه‌ها بر ملاحظات خاصی تأکید دارند. برای نمونه دستورالعمل نگارش چکیده در دانشگاه پیام نور، بر ملاحظات به شرح جدول ۳-۱۱ تأکید دارد.

جدول ۳-۱۱. ملاحظات نگارش چکیده

ردیف	ملاحظات
۱	چکیده (خلاصه فارسی) باید به صورت ممتد (به صورت یک پاراگراف) نوشته شود.
۲	شامل حداقل ۱۵۰ و حداکثر ۳۰۰ کلمه و حداکثر یک صفحه باشد.
۳	در چکیده باید موضوع، هدف، روش‌ها، نتایج و نتیجه‌گیری (بدون بحث و ذکر منبع) در کلی‌ترین شکل خود ارائه شوند.
۴	در انتهای چکیده فارسی، کلمات کلیدی که حداقل ۳ و حداکثر ۶ کلمه نوشته شود.
۵	چکیده به زبان انگلیسی یا Abstract باید ترجمه چکیده فارسی و در انتهای رساله و حداکثر در یک صفحه باشد در انتهای چکیده انگلیسی نیز همان کلمات کلیدی فارسی یا ترجمه انگلیسی آورده می‌شود.

۳-۲-۵. اندازه فونت‌ها در بخش‌های مختلف

برای این انتخاب‌ها نیز باید به دستورالعمل دانشگاه مربوطه مراجعه کرد. برای نمونه دانشگاه پیام نور دستورالعملی به شرح جدول ۳-۱۲ را برای نگارش بخش‌های مختلف «پایان‌نامه و رساله» معرفی کرده است.

جدول ۳-۱۲. انواع اندازه و نوع قلم برای نگارش متن پایان‌نامه و رساله در دانشگاه پیام نور

ردیف	نوع متن	نوع قلم	اندازه قلم
۱	متن فارسی	B Lotus	۱۳
۲	متن و کلمات انگلیسی در متن	Time New Roman	۱۱
۳	عنوان هر فصل	B Titr	۱۸
۴	تیتراهای اصلی	B Zar bold	۱۴
۵	تیتراهای فرعی	B Zar bold	۱۲
۶	عنوان چکیده فارسی	B Zar bold	۱۴
۷	متن چکیده فارسی	B Lotus	۱۴
۸	عنوان جدول یا شکل	B Lotus bold	۱۲
۹	متن جدول	B Lotus	حداکثر ۱۲
۱۰	زیرنویس جدول	B Lotus	حداکثر ۱۲
۱۱	پاورقی فارسی	B Lotus	۱۲
۱۲	پاورقی انگلیسی	Time New Roman	۱۰
۱۳	عنوان چکیده انگلیسی	Time New Roman bold	۱۲
۱۴	متن چکیده انگلیسی	Time New Roman	۱۲
۱۵	منابع فارسی	B Lotus	۱۴
۱۶	منابع انگلیسی	Time New Roman	۱۲

۳-۲-۶. الگوی حاشیه‌بندی و فاصله‌گذاری در صفحات

برای حاشیه‌بندی و فاصله‌گذاری صفحات نیز اغلب دانشگاه‌ها از الگویی به شرح جدول ۳-۱۳ استفاده می‌کنند. این ملاحظات مربوط به دانشگاه پیام نور است.

جدول ۳-۱۳. ملاحظات حاشیه‌بندی و فاصله‌گذاری

ردیف	ملاحظات
۱	رعایت حاشیه سمت راست ۳/۵ سانتی‌متر و حاشیه بالا و پایین و چپ ۲/۵ سانتی‌متر در سراسر صفحات
۲	اگر در مواردی اندازه شکل یا جدول بزرگ‌تر از فضای داخل حاشیه بود، با کوچک کردن آن‌ها حاشیه رعایت می‌شود.
۳	تعداد سطر در هر صفحه حداکثر ۲۷ و حداقل ۲۳ باشد.
۴	فاصله سطرها برابر ۱ سانتی‌متر معادل Single در Word است.
۵	فاصله بین عناوین با متن قبل، یک سطر و با متن بعد فاصله نیاز ندارد.
۶	بین عنوان جدول (شکل/نقشه) و جدول فاصله نیاز ندارد.
۷	شماره صفحات اصلی با اعداد فارسی تایپ و فاصله آن تا پایین صفحه ۱/۵ سانتی‌متر و در وسط صفحه لحاظ می‌شود.

۳-۲-۷. الگوی تعهدنامه اصالت رساله

تعهدنامه اصالت رساله به شرح متن ارائه شده در شکل ۳-۳ خواهد بود.

تعهدنامه اصالت رساله
اینجانب دانش‌آموخته مقطع دکتری تخصصی در رشته.....
که در تاریخ از رساله خود تحت عنوان..... با کسب نمره..... دفاع نموده‌ام،
بدین وسیله متعهد می‌شوم.
۱) این رساله حاصل تحقیق و پژوه انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاورهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان‌نامه، کتاب، مقاله و) استفاده نموده‌ام، مطابق ضوابط و رویه موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست مربوط ذکر و درج کرده‌ام.
۲) این رساله قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
۳) چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره‌برداری اعم از چاپ مقاله، کتاب، ثبت اختراع و از این رساله را داشته باشم، با ذکر نام استادان راهنما و مشاور و درج نام دانشگاه پیام نور اقدام خواهم کرد.
۴) چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب حقوقی ناشی از آن را می‌پذیرم و همچنین دانشگاه پیام نور مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار کند و در صورت ابطال مدرک تحصیلی‌ام هیچ گونه ادعایی نخواهم داشت.
نام و نام خانوادگی
تاریخ و امضاء

شکل ۳-۳. نمونه تعهدنامه اصالت رساله

این تعهدنامه باید پس از امضا در متن رساله درج شود.

۳-۳. شرایط لازم برای دفاع از پایان‌نامه و رساله

برای پایان‌نامه شرایط حداقل گذشت ۴ ماه از زمان تصویب پروپوزال و تأیید اساتید محترم راهنما، مشاور و داور نیاز است. اما برای دفاع از رساله دکتری دانشجوی حداقل پذیرش مقاله در یک نشریه معتبر و تأیید نهایی اساتید راهنما، مشاور و داور و گذشت حداقل یکسال از تصویب پروپوزال نیاز است.

بر اساس بخشنامه شماره ۵/۷/۹۸۸ مورخ ۹۶/۱/۲۰ مبتنی بر مصوبات سیصد و هشتمین جلسه شورای پژوهشی مورخ ۹۵/۱۲/۲۲ و همچنین بر اساس ماده ۱۹ آیین‌نامه آموزشی دوره دکتری تخصصی و همچنین دستورالعمل اختصاص بخشی از نمره کل پایان‌نامه کارشناسی ارشد و رساله دکتری به دستاوردهای پژوهشی مستخرج در دانشگاه پیام نور و اصلاحات آن در سال ۱۳۹۸ موارد به شرح جدول ۳-۱۴ مورد تأکید قرار گرفت.

جدول ۳-۱۴. شرایط مقالات برای دفاع دکتری در دانشگاه پیام نور

ردیف	شرایط	توضیح
۱	اعتبار نشریه	نشریه علمی مورد تأیید وزارتین یا موجود در لیست JCR (معروف به ISI سابق)
۲	ترتیب اسامی	دانشجو یا استاد می‌توانند نفر اول باشند و نباید نام دیگری غیر از اساتید راهنما، مشاور و دانشجو ذکر شود. جهت کسب دو امتیاز دستاوردهای پژوهشی، اگر کارهای تکمیلی توسط فرد یا افراد دیگری غیر از اساتید راهنما و مشاور برای افزایش کیفیت رساله، انجام گیرد؛ نام این افراد با تأیید استاد راهنما در مقاله مستخرج می‌تواند آورده شود. استنادات بخش بین‌رشته‌ای یا تکمیلی مقاله باید بعد از تأیید استاد راهنما به تأیید تیم داوری و یا شورای تخصصی گروه رسیده باشد. اسامی استادان راهنما و مشاور به ترتیب بعد از نام دانشجو درج می‌شود. نویسنده مسئول یا عهده‌دار مکاتبات می‌تواند استاد راهنما یا دانشجو بنا بر نظر استاد راهنما باشد. در مواردی که دو استاد راهنمای همکار وجود دارد، تصمیم در خصوص نویسنده مسئول یا عهده‌دار مکاتبات با توافق استادان راهنما صورت می‌پذیرد.
۳	محتوا	حتماً مستخرج از رساله
۴	شرایط مجوز دفاع	لزوم پذیرش یک مقاله علمی (البته فارغ‌التحصیلی منوط به چاپ مقاله خواهد بود).
۵	موارد ابطال دفاع	عدم رعایت مفاد فوق و لزوم پاسخگویی رئیس مرکز، مدیر گروه و اساتید راهنما
۶	آدرس‌دهی	لزوم آدرس‌دهی صحیح مقاله به شرح زیر: فارسی: گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، ص.پ. ۱۹۳۹۵-۳۶۹۷، تهران، ایران. انگلیسی: Department of Management, Payame Noor University (PNU), P.O. Box 19395-3697, Tehran, Iran. درج واژه شهر تهران، صندوق پستی و مخفف PNU در صورت عدم قرار گرفتن در شیوه‌نامه نگارش مقاله نشریه یا همایش، الزامی نیست.

نمره دانشجوی دکتری پس از دفاع، از نظر کیفیت حداکثر بسیار خوب و از نظر کمی حداکثر ۱۸ ارزیابی می‌شود. در سامانه گلستان نمره رساله در دو بخش نمره دفاع بر مبنای ۱۸ و نمره دستاورد پژوهشی بر مبنای دو، طراحی و ثبت شده‌است. دانشجو برای اخذ دو نمره می‌تواند ۱۲ ماه از تاریخ دفاع در قالب سنوات مجاز تحصیلی و داشتن زمان مجاز برای معافیت تحصیلی برابر جدول ۳-۱۵ مدارک پذیرش یا چاپ مقالات مستخرج از رساله را ارائه نماید. در صورت عدم تمایل دانشجو و پذیرش نمره رساله بر مبنای ۱۸ یا اتمام سنوات تحصیلی یا مهلت ۱۲ ماه پس از تاریخ دفاع، رساله دانشجو از نظر کیفیت حداکثر بسیار خوب و از نظر کمی حداکثر ۱۸ ارزیابی شده و نمره دانشجو قطعی محسوب می‌شود و دانشجو می‌تواند به شرط چاپ مقاله تسویه حساب نماید.

جدول ۳-۱۵. تعیین نمره اختصاصی به دستاورد پژوهشی مستخرج در دکتری تخصصی

ردیف	نوع دستاورد پژوهشی	حداکثر نمره برای هر مورد	حداکثر نمره در موضوع
۱	پذیرش یا چاپ مقاله در مجله‌های نمایه شده Scopus یا تأیید استاد راهنما	۰/۲۵	۰/۵
۲	پذیرش قطعی هر مقاله در مجلات علمی وزارتین و ISI دارای ضریب تأثیر با تأیید استاد راهنما	۰/۷۵	۱/۵
۳	چاپ مقاله در مجلات علمی وزارتین و ISI دارای ضریب تأثیر با تأیید استاد راهنما	۱	۲
۴	پذیرش یا چاپ مقاله در مجله‌های نمایه شده ISI و ISC	۰/۵	۰/۵
۵	اختراع مورد تأیید مراجع علمی، اکتشاف، اثر بدیع هنری، اخذ جوایز از مسابقات و جشنواره‌های بین‌المللی و ملی و چاپ کتب علمی مرتبط. البته ثبت حقوقی اختراع معیار اعتبار علمی نیست و باید اثر به تأیید سازمان پژوهش‌های علمی، صنعتی ایران با مرجع مورد نظر وزارتین باشد.	۱	۲

برای شناسایی نشریات معتبر به منظور ارسال مقاله می‌توان از توضیحات مفصل «فصل چهل و نهم» و قسمتی در آن با عنوان «به کدام نشریه مقاله بدهیم؟» (شناسایی نشریات نامعتبر و تقلبی) استفاده کرد.

دانشجویان برای کسب مجوز دفاع از پایان‌نامه یا رساله باید با مراجعه به بخش‌های ذی‌ربط دانشگاه مراحل اداری لازم را سپری کنند. برای این منظور توصیه می‌شود از راهنماها و دستورالعمل‌های ذی‌ربط دانشگاه استفاده شود. برای نمونه در مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور، مقالات مستخرج از رساله در دو بعد «مقاله اخذ مجوز دفاع» و «مقاله اخذ نمره دستاورد پژوهشی» طی فرایندهایی به شرح جدول‌های ۱۶-۳ و ۱۷-۳ تحویل مسئول پژوهشی می‌شود.

جدول ۱۶-۳. فرایند ارائه مقالات مستخرج از رساله برای اخذ مجوز دفاع

ردیف	مراحل
۱	تکمیل فرم گواهی اعلام کفایت و تأیید رساله دکتری تخصصی (Ph.D) توسط دانشجو با امضای اساتید راهنما و مشاور
۲	تکمیل فرم شماره ۱(الف) با عنوان: گواهی تأیید مقالات مستخرج از رساله دکتری جهت اخذ مجوز دفاع با امضای اساتید راهنما و مشاور
۳	ارائه مدارک مربوط به مقالات به انضمام فرم شماره ۱(الف) تکمیل شده به بخش پژوهشی مرکز
۴	بررسی مقالات دریافتی توسط کارشناس پژوهش به لحاظ اعتبار نشریه و ارسال به شورای تخصصی دکتری گروه
۵	در صورت تأیید مقالات از نظر اعتبار نشریه و محتوا، دانشجو می‌تواند اقدامات بعدی دفاع را با هماهنگی آموزش انجام دهد.
۶	کلیه فرم‌های مذکور در بخش پژوهشی مرکز تحصیلات تکمیلی قابل دسترسی است.

جدول ۱۷-۳. فرایند ارائه مقالات مستخرج از رساله برای اخذ نمره دستاورد پژوهشی

ردیف	مراحل
۱	تکمیل فرم شماره ۱(ب) با عنوان: گواهی تأیید مقالات مستخرج از رساله دکتری جهت اخذ نمره دستاورد پژوهشی (۲ نمره) با امضای اساتید راهنما و مشاور
۲	ارائه مدارک مربوط به مقالات به انضمام فرم شماره ۱(ب) تکمیل شده و تصویر گواهی اعلام کفایت به بخش پژوهشی مرکز
۳	تکمیل فرم تعیین ارزش آثار پژوهشی رساله دکتری تخصص (کاربرگ شماره ۶) توسط دانشجو و ارائه به بخش پژوهشی مرکز
۴	بررسی مقالات دریافتی توسط کارشناس پژوهش به انضمام (کاربرگ شماره ۶) به شورای تخصصی دکتری جهت اختصاص نمره دستاورد پژوهشی
۵	تکمیل کاربرگ شماره ۶ و اعلام نمره نهایی دستاورد پژوهشی توسط دبیر شورا تخصصی
۶	تعیین نمره نهایی (مجموعه نمره دفاع و نمره آثار پژوهشی) توسط کارشناس پژوهش در کاربرگ شماره ۷

۴-۳. الگوهای انتشار نتایج پایان‌نامه یا رساله

انتشار و ارائه نتایج پایان‌نامه یا رساله به شکل‌های مختلفی به شرح جدول ۱۸-۳ صورت می‌گیرد.

جدول ۳-۱۸. انواع الگوهای انتشار نتایج پایان‌نامه یا رساله

ردیف	الگوها	توضیح
۱	شفاهی یا سخنرانی	برای نمونه سخنرانی در جلسه دفاع از پایان‌نامه و رساله یا همایش‌ها و نشست‌ها
۲	مقاله پژوهشی	تهیه مقاله با ساختار پژوهشی برای نشریات علمی معتبر
۳	مقاله مطبوعاتی	مقاله با ساختار مطبوعات عمومی و عامه‌پسند
۴	پوستر	برای همایش‌ها و انواع مراکز و رویدادهای علمی معتبر
۵	کتاب	تهیه کتاب بر اساس نتایج حاصل از پایان‌نامه و رساله
۶	اختراع	ثبت و اعلام رسمی نتیجه‌ای مشخص حاصل از دستاورد پژوهشی
۷	نظریه‌پردازی	اعلام رسمی یک نظریه جدید به‌عنوان یک دستاورد پژوهشی
۸	جشنواره‌های علمی	شرکت در جشنواره‌های علمی در قالب پایان‌نامه یا رساله، یا یکی از دستاوردهای فوق حاصل از آن

۳-۴-۱. ارائه نتایج پایان‌نامه و رساله به‌صورت سخنرانی یا شفاهی

برای ارائه نتایج به‌صورت سخنرانی یا شفاهی به‌ویژه در جلسه دفاع از رساله دکتری ملاحظات متعددی ازجمله تهیه اسلایدهایی برای نمایش همراه با سخنرانی موردتوجه قرار می‌گیرد. برای تهیه این نوع اسلایدها از نرم‌افزارهایی مانند «پاورپوینت» یا «پریزی» استفاده می‌شود. کار با نرم‌افزار پاورپوینت از آفیس، بسیار ساده و رایج است. اسلایدها یا صفحات مناسب پاورپوینت، به سخنرانی و درک و پذیرش بهتر مخاطبان کمک می‌کند. هرچند تهیه پاورپوینت برای دفاع از رساله کاری هنری و سلیقه‌ای است، اما باید به ملاحظات زیر به شرح جدول ۳-۱۹ توجه داشت.

جدول ۳-۱۹. ملاحظات برای تهیه پاورپوینت مربوط به جلسه دفاع از رساله

ردیف	ملاحظات	توضیح
۱	کوتاه نویسی در هر خط	هر خط بین ۵ تا ۹ کلمه
۲	خلاصه‌نویسی هر سطر	هر اسلاید بین ۵ تا ۹ سطر (خط)
۳	قانون طلایی ۵*۵	یعنی هر خط ۵ کلمه و هر اسلاید یا صفحه ۵ سطر (هر چه کوتاه‌تر بهتر) (گاهی ۷*۷ هم گفته می‌شود).
۴	درک سریع مخاطب	امکان درک کلی و سریع مخاطب از هر صفحه یا اسلاید در یک نگاه
۵	کمک به ارائه شفاهی	کمک با ساماندهی سخنران در بیان مطالب و برقراری ارتباط منطقی بین مطالب مختلف
۶	برجسته‌سازی	تنها ارائه مطالب مهم و کلیدی با تأکید بر برجسته‌سازی آنها
۷	پرهیز از گنگ گویی	پرهیز از جملات و کلمات و تصاویر ناقص، مبهم و بی‌معنی
۸	استفاده از تصویر	کاربرد تصویر، گراف، نقشه و نمودار مرتبط و تقویت‌کننده متن
۹	کنتراست رنگ	انتخاب رنگ متن و زمینه با تضاد مناسب و قابلیت تشخیص متن (مانند آبی و زرد)
۱۰	سایز نوشته	انتخاب سایز فونت مناسب برای خواننده شدن از فاصله دور (حداقل ۲۵ متر)
۱۱	تعداد اسلاید	متناسب با زمان سخنرانی و اغلب کفایت ۳۰ اسلاید برای ۱۵ تا ۲۰ دقیقه سخنرانی
۱۲	شماره‌گذاری اسلایدها	برخورداری از شماره صفحه یا اسلاید برای بازگشت سریع به آن
۱۳	فیلم و صدا	استفاده از فیلم، صدا و موسیقی متناسب با مطالب در صورت امکان (کمتر استفاده می‌شود)
۱۴	انتخاب عناوین مناسب	اسلایدها برگرفته از رساله و با عناوینی چون «مقدمه، بیان مسئله، اهداف و ...» باشد.

باید قبل از شروع جلسه دفاع از امکان پخش تصاویر اسلاید مطمئن شد. انتخاب عناوین مناسب اسلایدها را می‌توان با توجه به جدول ۳-۲۰ انجام داد.

جدول ۳-۲۰. محتوا و عناوین منتخب برای اسلایدهای دفاع از پایان نامه یا رساله

ردیف	عنوان اسلاید	شامل	محل استفاده	حداکثر تعداد
۱	شناسنامه	عنوان، نام اساتید و دانشجو، تاریخ دفاع	صفحه روی جلد	۱
۲	مقدمه و طرح مسئله و اهمیت و ضرورت آن	معرفی متغیرها، بیان مسئله، اهمیت، ضرورت و دلیل انتخاب موضوع و کاربران	فصل یک	۳
۳	اهداف	شامل اهداف کلی و فرعی	فصل یک	۱
۴	فرضیه‌ها یا سؤالات	فرضیه‌ها یا سؤالات مطرح شده	فصل یک	۱
۵	ادبیات پیشینه	منتخب پژوهش‌های داخلی و خارجی قبلی	فصل دوم	۲
۶	روش‌شناسی	روش پژوهش، جامعه، روش نمونه‌گیری، ابزار و روش تجزیه و تحلیل یافته‌ها	فصل سوم	۳
۷	یافته‌ها، بحث و نتیجه	ارائه یافته‌ها با جدول یا نمودار و توضیحات همراه با بحث و نتیجه‌گیری روی هر یافته	فصل چهارم و پنجم	۱۵
۸	محدودیت‌ها	ارائه محدودیت‌های ایجادشده در طول پژوهش	فصل پنجم	۱
۹	پیشنهادهای کاربردی	کاربردها برای هر یافته	فصل پنجم	۱
۱۰	پیشنهادهای پژوهشی	موضوعات پژوهشی برای دیگران	فصل پنجم	۱
۱۱	صفحه پایانی	سپاسگزاری از توجه و همراهی حضار	-	۱

برای ارائه و سخنرانی مناسب و مؤثر در جلسه دفاع از پایان نامه یا رساله باید با آرامش و بدون احساس هرگونه تهدید سخن گفت. حتی هرگونه ایراد و انتقاد به کار پژوهشی ارائه شده می‌تواند فرصتی برای بهبود آن باشد. در جلسه دفاع، سخنران در فرصت ۳۰ دقیقه، پژوهش و نتایج آن را در محورهای مورد اشاره در عناوین اسلاید ارائه می‌دهد. پس از پایان سخنرانی زمان ۳۰ دقیقه‌ای برای پرسش و پاسخ و جمع‌بندی نهایی وجود دارد. دانشجو باید به دقت به سؤالات مطرح شده گوش دهد، آن‌ها را بنویسد و پس از پایان سؤالات به ترتیب به آن‌ها پاسخ دهد. نباید در هنگام طرح سؤال به میان سؤال پرسشگر بیاید؛ باید اجازه داد تا صحبت پرسشگر یا پرسشگران تمام شود و بعد پاسخ داد. شهادت شما در پذیرش پیشنهادهای سازنده و تشکر شما از پیشنهاددهنده، باعث بهبود جایگاه و شخصیت شما نزد حضار خواهد شد. یادتان باشد که در اغلب همایش‌های علمی، حتی کار اساتید شما مورد نقد و در معرض پیشنهاد قرار می‌گیرد؛ بنابراین وجود انتقاد و پیشنهاد چیز بدی نیست. برای مدیریت مؤثرتر جلسه دفاع از پایان نامه یا رساله و کسب نتیجه مناسب می‌توان اقداماتی به شرح جدول ۳-۲۱ را مورد توجه قرار داد.

جدول ۳-۲۱. ملاحظات برای مدیریت مؤثر جلسه دفاع از پایان نامه یا رساله

ردیف	اقدام	توضیح
۱	تکثیر چکیده	چکیده پایان نامه یا رساله تکثیر و در اختیار حاضرین قرار گیرد تا با فضای کلی کار آشنا شوند.
۲	تکثیر اسلایدها	دو نسخه از اسلایدها تکثیر شود تا در صورت بروز مشکلاتی مانند قطع برق، دفاع مختل نشود.
۳	کنترل قبل از شروع	اطمینان از پخش اسلایدها بدون مشکل و به هم ریختگی فونت‌ها و عددها در زمان مناسب
۴	شمرده گویی	کنترل سرعت گفتار زیرا ۳۰ دقیقه زمان بسیار زیادی برای گفتن حرف‌های مفید است.
۵	هماهنگی در گفتار	هماهنگ با اسلایدها سخن گفتن
۶	پاسخ به سؤالات	در واکنش به سؤالات یا پاسخ منطقی بدهید و توجیه نکنید و از سؤال کننده تشکر کنید.
۷	فن بیان مناسب	هنگام سخنرانی با اعتماد به نفس، بدون نگرانی و روی باز باشید. از فن خطابه بهره بگیرید.
۸	پذیرایی	در صورت پیش‌بینی پذیرایی، باید پس از اتمام سخنرانی و جلسه دفاع باشد.

اگر سؤالی از شما پرسیده شد که نتوانستید به طور کامل پاسخ دهید، مضطرب نشوید و با آرامش بگویید که نمی‌دانم و سعی می‌کنم پاسخ آن‌ها را به کمک استاد راهنما یا مشاور تقدیم کنم. تا به حال کسی به دلیل ناتوانی در پاسخ به یک سؤال غیر معمول در جلسه دفاع، رد نشده است. سؤالات معمول یا رایج در جلسات دفاع از پایان نامه یا رساله می‌تواند شامل مواردی به شرح جدول ۳-۲۲ باشد که با تسلط بر آن‌ها هیچ جای نگرانی برای سخنران نخواهد بود.

جدول ۳-۲۲. سؤالات رایج داوران و حاضران در جلسه دفاع از پایان نامه یا رساله

ردیف	سؤالات
۱	چگونه به این عنوان برای پژوهش خود رسیده‌اید؟
۲	این پژوهش چقدر به پیشرفت علم در این حوزه کمک کرد؟
۳	مهم‌ترین نتیجه این پژوهش چه بود؟
۴	مرحله بعدی در این پژوهش چیست؟ یعنی چه پژوهش تکمیلی بعدی می‌توان انجام داد؟
۵	به طور شخصی از این پژوهش چه چیزی یاد گرفتید؟
۶	آیا برای پایایی پرسشنامه از تعداد شرکت کننده خارج از نمونه اصلی استفاده کرده‌اید؟
۷	چرا از این روش نمونه‌گیری استفاده کرده‌اید؟
۸	چرا از این روش پژوهش استفاده کرده‌اید؟
۹	آیا پیشنهاد های کاربردی شما واقعاً برگرفته از نتایج پژوهش شما است؟ هر یک مربوط به کدام نتیجه است؟
۱۰	با این پژوهش چه مشکلی از مشکلات جامعه حل می‌شود؟

۳-۴-۲. انتشار نتایج پایان نامه یا رساله با مقاله

پذیرش مقاله در یک نشریه معتبر پژوهشی از شروط دفاع از رساله و در ادامه دریافت مجوز فارغ التحصیلی دانشجوی مقطع دکتری است. همچنین هم در مقطع دکتری و هم در مقطع کارشناسی ارشد بخشی از نمره دفاع از پایان نامه و دفاع در ازای پذیرش یا چاپ این گونه مقالات خواهد بود. مقاله‌ها را در یک دسته‌بندی کلی می‌توان به دو نوع «علمی و مطبوعاتی» تقسیم کرد. مهم‌ترین تفاوت این دو نوع مقاله در ساختار نگارش و نشریات هدف برای چاپ آنان است. مقالات پژوهشی اغلب با ساختاری شامل «عنوان، فهرست نویسندگان، چکیده، لغات کلیدی، مقدمه، روش‌شناسی،

نتایج یا یافته‌ها، بحث و فهرست منابع» و برای نشریه‌های پژوهشی نوشته می‌شود. مقالات مطبوعاتی ساختاری ساده دارند و شامل «عنوان، نویسنده، لید و بدنه» هستند که با زبانی ساده و قابل فهم برای عموم و به منظور انتشار در نشریات عمومی یا وبسایت دانشگاه نوشته می‌شوند.

نگارش و ارجاع منابع به طور صحیح در نگارش مقالات و متون، کاری اساسی است. اطلاع از کارهای دیگران از دوباره کاری و اتلاف هزینه و وقت می‌کاهد. همچنین خواننده اجازه می‌یابد پژوهش‌ها و مسیر پژوهشی افراد را بررسی کند. بر این اساس سبک‌های «منبع‌نویسی و ارجاع منابع» متعددی پیشنهاد شده است که در نشریات علمی، اغلب یکی از آن‌ها به عنوان محور کار مورد تأکید قرار می‌گیرد. از جمله این سبک‌های رایج می‌توان به «APA»، ونکوور، شیکاگو و «MLA»^۱ اشاره کرد. سبک APA توسط انجمن روان‌شناسی آمریکا تهیه شده است و مورد اقبال اغلب رشته‌ها در علوم انسانی است. سبک ونکوور توسط سردبیران مجلات علوم پزشکی در سال ۱۹۷۸ در ونکوور بنیان نهاده شد و در علوم پزشکی و حتی برخی نشریات علوم انسانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. سبک شیکاگو نیز توسط دانشگاه شیکاگو آمریکا و با تأکید بر علوم انسانی تدوین شده است. این شیوه‌نامه بیشتر در حوزه ادبیات، تاریخ و هنر به کار می‌رود. سبک دیگر MLA است که برای منبع‌دهی با رویکرد دانشگاهی در آمریکا، کانادا و دیگر کشورها و در رشته‌های ادبیات، هنر و علوم انسانی مورد توجه قرار دارد. اغلب نشریات پژوهشی سبک خاصی را برای نگارش مقاله انتخاب و معرفی می‌کنند. نویسنده مقاله بهتر است که قبل از شروع نگارش مقاله با الگوی مربوطه یا راهنمای نگارش در نشریه مورد نظر آشنا شود. لازم به تأکید است که در اغلب سبک‌ها کلیات کار به هم نزدیک هستند و با توضیحات نحوه نگارش مقاله به شرح ادامه، در هر مورد تنها با تغییراتی جزئی می‌توان مقاله را به سبک نشریه هدف آماده کرد. تا سال ۱۳۹۷ نشریات معتبر علمی مورد تأیید وزارت عتف در دو الگوی «علمی-پژوهشی» و «علمی-ترویجی» معرفی می‌شد. اما از سال ۱۳۹۷ و با ابلاغ آیین‌نامه جدید این وزارتخانه، تمامی نشریات مانند الگوی رایج جهانی، با عنوان یکسان «نشریه علمی» به دریافت انواع مقاله علمی می‌پردازند. تا پیش از تابستان سال ۱۳۹۷ تنها مقالات پذیرش شده در نشریات «علمی-پژوهشی» دارای اعتبار مجوز برای دفاع و فارغ‌التحصیلی دانشجویان دکترا بودند و نمرات این نشریات برای دستاورد پژوهشی پایان‌نامه و رساله بیش از نشریات «علمی-ترویجی» بود. با اتفاق اخیر، اعتبار تمامی نشریات علمی داخلی مانند دیگر نقاط جهان بر اساس «ضریب تأثیر» و دیگر شاخص‌های علم‌سنجی مورد توجه قرار گرفت. در مجموع مقالات علمی را از نظر ماهیت می‌توان به انواعی به شرح جدول ۳-۲۳ تقسیم‌بندی کرد.

^۱. American Psychology Association (APA), Vancouver, Chicago, Modern Language Association (MLA)

جدول ۳-۲۳. انواع مقالات علمی از نظر ماهیت

ردیف	انواع	توضیح
۱	علمی-پژوهشی	حاصل یافته‌های یک پژوهش اصیل، دارای زبان تخصصی و با تأکید بر مخاطبان با سواد پژوهشی
۲	علمی-ترویجی	حاصل یافته‌های یک پژوهش اصیل، برای اطلاع‌رسانی به عموم جامعه و علاقه‌مندان نیمه متخصص
۳	علمی-مروری	حاصل بررسی و مرور یافته‌های پژوهش‌های انجام‌شده و منتشرشده و ترکیب و تفسیر آن‌ها برای تبیین پیشینه‌ها، دیدگاه‌ها و آرای دیگران به‌منظور فهم وضع موجود و ایده‌پردازی برای آینده
۴	علمی-عمومی	حاصل یافته‌های یک یا چند پژوهش اصیل و تبیین آن‌ها برای عموم مردم با زبانی بسیار ساده و مبتنی بر درک عموم مردم نوسود، جذاب و با تصویرسازی‌های جذاب و با انتشار در نشریات عمومی
۵	علمی-انتقادی	نقد یافته‌های پژوهش‌های پیشین با هدف دستیابی به قضاوت و بهره‌برداری خوانندگان (دارای زبانی تخصصی و منطبق بر سازه‌های منطقی)
۶	علمی-پیشنهادی	به‌صورت یادداشت‌های سردبیر، سردبیر مهمان، نویسندگان صاحب‌نظر و مشابه آن (دارای زبانی تخصصی یا عمومی با تأکید بر ارائه ایده‌های پژوهشی جدید و اندیشه‌ساز برای خوانندگان)

در حالت کلی یک مقاله علمی باید به سؤالاتی به شرح جدول ۳-۲۴ پاسخ دهد. درواقع نویسنده مقاله علمی باید قبل از شروع به نگارش یک مقاله باید این سؤالات را از خود بپرسد.

جدول ۳-۲۴. مهم‌ترین پرسش‌های نویسنده یک مقاله پژوهشی از خود

ردیف	پرسش‌ها
۱	نقش پژوهشگر در این پژوهش چیست؟
۲	چه سؤالاتی توسط پژوهشگر مطرح شده است؟
۳	علت یا علل اقبال خوانندگان به مقاله چیست؟
۴	نتایج جدید پژوهش چیست؟
۵	چه دانش جدیدی تولیدشده که خواننده بتواند درجایی از آن استفاده کند؟
۶	چه پژوهش‌هایی پیش‌تر از این انجام‌شده و دلیل اجرای مجدد یا با رویکرد جدید پژوهش چیست و چه پشتوانه منطقی دارد؟
۷	نتایج جدید کلی و جزئی پژوهش چیست؟
۸	چرا خوانندگان باید به نتایج پژوهش اعتماد کنند؟
۹	از چه استانداردی برای ارزیابی یا ارزشیابی ادعای پژوهشگر استفاده‌شده است؟
۱۰	آیا شواهد عینی برای تأیید یا رد فرضیه‌ها یا پاسخ سؤالات وجود دارد؟

طی پژوهشی معلوم شد که در بحث قبول و یا رد مقالات ارسالی به همایش‌ها و مجلات، ملاک اصلی اکثر داوران «چگونگی پاسخگویی پژوهشگر به یک مسئله و کمک به حل آن» بوده است (اوپسالا^۱، ۲۰۰۳، به نقل از دولانی و همکاران، ۱۳۹۱). همچنین در پژوهش دیگری معلوم شد حتی در صورت ارائه یک روش ابداعی و جدید از سوی پژوهشگر برای حل مسئله، عدم قبول راه‌حل یا روش ارائه‌شده در مقاله از سوی داوران تنها به علت رعایت نشدن اصول و الگوی خاص پاسخگویی به مشکل و نه به لحاظ نقص در خود روش بوده است (پوگ^۲، ۲۰۰۳، به نقل از دولانی و همکاران، ۱۳۹۱).

1. OOPSLA
2. Pugh

۳-۴-۲-۱. مقالات پژوهشی اصیل^۱: برگرفته از داده‌هایی است که خود پژوهشگر از جامعه یا نمونه به‌طور مستقیم و با ابزارهای مشخص جمع‌آوری کرده است. نشریات علمی دارای ساختارهای خاصی در نوشتار و عناوین مورد استفاده هستند که برای ارسال مقاله علمی به آن‌ها، ابتدا باید بخش راهنمای نویسندگان و ضوابط چاپ مقاله در آن را به‌دقت مطالعه کرد. پیشنهاد می‌شود، حتی قبل از نگارش، چند نمونه از مقالات آن نشریه خوانده شود. اغلب نشریات علمی، مقالات پژوهشی اصیل (حاصل داده‌های جمع‌آوری شده توسط خود پژوهشگر) را با ساختاری به شرح جدول ۳-۲۵ برای چاپ مورد توجه قرار می‌دهند.

جدول ۳-۲۵. ساختار رایج نگارش مقاله در نشریات پژوهشی

ردیف	عنوان	توضیح
۱	عنوان مقاله	با تأکید بر سادگی توأم با کوتاهی، گویایی و گیرایی
۲	فهرست نویسندگان	اسم یا اسامی نویسندگان با وابستگی مؤسسه آموزشی و مرتبه دانشگاهی به ترتیب اولویت
۳	چکیده	حاوی نکته‌های اصلی و اغلب در فارسی بین ۱۵۰ تا ۳۰۰ کلمه با محورهای الف) هدف کلی پژوهش در حدود یک خط، ب) روش‌شناسی با تأکید بر معرفی روش پژوهش، جامعه، نمونه و ابزار در حدود ۲ خط، ج) مهم‌ترین یافته و نتیجه در حدود ۲ خط، د) یک پیشنهاد کوتاه یک خطی (البته الزامی نیست)
۴	لغات کلیدی	در پایان چکیده و حداکثر پنج واژه کلیدی برای کمک به فهرست نویسان و یافتن مقاله در جستجوها
۵	مقدمه	تعریف مفاهیم اصلی با معرفی متغیرهای مورد مطالعه و استدلال در مورد ماهیت روابط بین آن‌ها پرداختن به پیشینه پژوهش و مبانی نظری با تأکید بر برجسته کردن نقاط کور دانش در حوزه مورد مطالعه پرداختن به اهمیت و ضرورت موضوع با پشتیبانی مبانی نظری در پاسخ به سؤال کلی پژوهش، مطرح کردن فرضیاتی در مورد روابط بین متغیرها با تعیین ماهیت آن روابط معرفی پرسش کلی محقق حاصل از مطالب ارائه شده قبلی
۶	روش‌شناسی	نشان‌دهنده چگونگی انجام پژوهش با معرفی «روش پژوهش، جامعه، نمونه‌گیری، ویژگی‌های ابزار جمع‌آوری داده‌ها، روش‌های آماری و ملاحظات اخلاقی در جمع‌آوری داده‌ها» است. نگارش آن طوری باشد که یک پژوهشگر دیگر بتواند با آن پژوهش را تکرار یا اجرا کند.
۷	نتایج یا یافته‌ها	ارائه یافته‌های پژوهش به صورت «جدول، شکل و نمودار» توصیفی و استنباطی با متن‌های کامل‌کننده
۸	بحث	تأکید بر پاسخ به سه سؤال: الف) این مطالعه چه چیزی به دانش موجود اضافه کرده است؟ ب) این پژوهش چگونه ممکن است به برطرف شدن چالش یا مشکل موجود کمک کند؟ ج) چه نتایج و کاربردهای نظری می‌توان از این مطالعه استنباط نمود؟ در این بخش نتایج تفسیر و با متون نظری و شواهد موجود حول سؤالات پژوهش مقایسه می‌شود. بحث درباره یافته‌ها در راستای پاسخ به سؤالات پژوهش در مقدمه و استدلال درباره دلایل احتمالی شباهت و تفاوت با نتایج دیگر پژوهش‌ها است. در صورت آزمون مدل باید انطباق مدل حاضر با دنیای تجربی و واقعی هم تشریح شود. این بخش به نتایج حاصل از یافته‌ها معنی و کاربرد می‌بخشد. همچنین می‌توان از نظر علمی تأثیر یافته‌ها بر پژوهش‌های آینده را تحلیل کرد. در ادامه می‌توان به محدودیت‌های پژوهش هم اشاره داشت. در انتها و در صورت لزوم می‌توان از باری‌دهندگان سپاسگزاری کرد.
۹	فهرست منابع	فهرست منابع مورد استفاده و ارجاع داده شده در داخل متن بر اساس روش مورد نظر نشریه مانند APA یا ونکور
۱۰	بخش انگلیسی	هرچند ساختار مورد اشاره برای نشریات داخلی و خارجی است اما در اغلب نشریات فارسی باید موارد «عنوان، چکیده و واژگان کلیدی» به زبان انگلیسی در انتهای مقاله نوشته شوند.

بخش مقدمه مقاله باید به مخاطب کمک کند که بداند چه کاری، چرا، با چه اهمیتی و با چه پرسش کلی انجام شده است. نگارش این موارد باید از یک ربط منطقی و ادبیات روان برخوردار باشد و در نهایت پرسش کلی کشاننده پژوهشگر به این پژوهش مطرح شود. در مواردی که پژوهشگر قصد طراحی یا آزمون مدل دارد باید در مقدمه به مبانی نظری شکل‌گیری مدل خود یا چالش مدل یا مدل‌های موجود برای آزمون بپردازد.

در بخش روش‌شناسی پژوهشگر باید روش پژوهش خود را از ابعاد راهبرد و مسیر اجرا و ماهیت پژوهش مشخص کند. در ادامه جامعه مورد مطالعه و در صورت نمونه‌گیری، روش‌های آن و منطق استفاده از روش نمونه‌گیری مورد نظر تشریح می‌شود. به دنبال این بخش باید ابزارهای گردآوری داده‌ها و ویژگی‌های روایی و پایایی آن‌ها به‌خوبی توضیح داده شوند. هرگونه طرح پژوهش، پروتکل و ملاحظات اخلاقی در اجرای پژوهش در این بخش به‌صورت کوتاه توضیح داده می‌شوند. همچنین در صورت لزوم باید فرایندهای آماده‌سازی داده‌ها مانند فعالیت‌های بررسی انسجام داده‌ها یا اطمینان از رعایت مفروضات توزیع داده‌ها برای توجیه روش مورداستفاده تجزیه و تحلیل داده‌ها در این بخش مطرح می‌شود. برای نمونه می‌توان به نحوه «مدیریت داده‌های ازدست‌رفته»، «مدیریت داده‌های پرت»، «ملاحظات مربوط به سطح اندازه‌گیری داده‌ها» و امثال آن اشاره کرد. در برخی روش‌ها مانند مدل‌سازی معادله ساختاری باید به نوع تحلیل شامل «انتخاب نوع ماتریس ورودی، تعیین روش برآورد، تعیین استراتژی پژوهشگر برای آزمون مدل، تعیین نوع نرم‌افزار و ویرایش آن» نیز اشاره کرد.

در بخش یافته‌ها یا نتایج، به تجزیه و تحلیل داده‌های کمی یا کیفی پرداخته می‌شود. در الگوی ساده مربوط به یافته‌های آماری می‌توان ابتدا «اطلاعات توصیفی» و سپس «یافته‌های استنباطی بر اساس سؤالات یا فرضیه‌های پژوهش» را ارائه کرد. در برخی الگوها و در شرایط استفاده از روش‌هایی مانند «مدل‌سازی معادله ساختاری» ابتدا «اطلاعات توصیفی» شامل «داده‌های دموگرافیک و مشخصات نمونه‌ها، نمایش ماتریس همبستگی متغیرهای وارد شده به تحلیل» ارائه می‌شود؛ سپس «برآورد پارامترهای مدل، مشکلات مربوط به همگرایی، نتایج غیرمنتظره، برآوردهای مربوط به برازش مدل، برآوردهای پارامترهای مدل و خطاهای معیار» ارائه خواهد شد و در پایان «ارزشیابی و تعدیل مدل با شاخص‌های متعدد برازش کلی مدل و نوع آزمون تعدیل و دلیل انتخاب آن» ارائه می‌شود.

نحوه نگارش مقاله و نوع فونت و سایز فونت و سایر موارد شکلی در هر مجله تفاوت‌هایی دارد. اغلب بهتر است که با فونت ۱۳ و فاصله ۱ سانتی‌متر مقاله در حجم حداکثر ۱۲ صفحه A4 (قطع مجله‌ای) جمع‌بندی شود. اما بهتر است که با توجه به دستورالعمل نشریه نسبت به نگارش انواع مقاله علمی اقدام کرد. نشریات علمی داخلی و خارجی با توجه به جایگاه پژوهشگر ممکن است «مقالات مروری، انتقادی یا پیشنهادی» را هم بپذیرند. در ادامه به نحوه نگارش این نوع مقالات نیز پرداخته خواهد شد.

۳-۲-۲. مقاله علمی-مروری: مقاله مروری بر اساس بررسی پژوهش‌ها، مقالات و منابع متعدد در خصوص یک موضوع خاص تهیه می‌شود. برای تنظیم این مقالات، ابتدا فرد آشنا به مسئله، نسبت به جمع‌آوری اطلاعات و مطالب از منابع مختلفی مانند مقاله پژوهشی، کتاب، گزارش‌های پژوهشی و امثال آن اقدام می‌کند. پژوهشگر این اطلاعات را

به‌طور دقیق و با نظم اصولی جمع‌آوری و مرتب می‌کند. هرچقدر این نظم اصولی‌تر و منظم‌تر باشد، بحث و بررسی و کسب نتیجه و ارائه نظر در مراحل بعدی آسان‌تر خواهد بود. بدیهی است هر چه تعداد منابع بررسی شده و تخصص مؤلف بیشتر باشد، مقاله دارای ارزش و اعتبار بیشتری است. معمولاً تعداد منابع در مقالات مروری بیش از سایر مقالات است. برخی از دانشجویان دوره دکتری هم‌زمان با جمع‌آوری اطلاعات فصل دوم یا مبانی نظری و ادبیات پیشینه پژوهش نسبت به تنظیم یک مقاله مروری هم اقدام می‌کنند. هرچند در اغلب نشریات علمی نوع مقالات را به‌سختی می‌پذیرند اما شانس پذیرش آن‌ها در همایش‌ها بیشتر است. اصول نگارش برای این نوع مقالات در جدول ۳-۲۶ ارائه شده است.

جدول ۳-۲۶. اصول نگارش مقاله مروری

ردیف	اجزا	نحوه نگارش
۱	مقدمه	مفصل‌تر بوده و در آن ابتدا «هدف مطالعه» و سپس با نظم و ترتیب، کلیه «نتایج حاصل از منابع مرور شده و سؤالات پژوهشگر» مطرح می‌شود. می‌توان به مواردی چون «چگونگی سیر مطالعاتی، تعداد مقالات، چگونگی به دست آوردن اطلاعات از اسناد علمی دیگر و نحوه جمع‌آوری اطلاعات» اشاره کرد.
۲	نتایج	نتایج و بحث اغلب باهم ارائه می‌شوند. مؤلف متخصص می‌تواند هنگام بررسی مطالب و اطلاعات درباره هر موضوع، نظریات و فرضیه‌های شخصی خود را ارائه دهد. در غیر این صورت در بخش نتایج، تنها اطلاعات و یافته‌ها و نتایج حاصل از آن‌ها ارائه می‌شود.
۳	بحث	در این قسمت، مؤلف با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده و نتایج حاصل از آن‌ها، نظریات خود را بیان می‌کند و بر جنبه‌های تازه و مهم بررسی خود و نتیجه‌گیری و کاربرد آن‌ها تأکید می‌کند.
۴	فهرست منابع	ارائه منابع مورد استفاده و ارجاع داده شده در داخل متن بر اساس روش مورد نظر نشریه

در ادامه یک نمونه مقاله مروری و گزینش شده از بخش‌های کلیدی آن مربوط به «نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع» ارائه شده است که در نشریه علمی-پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران به چاپ رسیده است. این مقاله در سال دهم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۱ و در ۱۲ صفحه از صفحات ۲۳۸ تا ۲۵۰ این نشریه چاپ شد.

نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع

هادی رنجبر، علی‌اکبر حق‌دوست، مهوش صلصالی، علیرضا خوشدل، محمدعلی سلیمانی، نسیم بهرامی

چکیده

نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی و کمی تفاوت بسیار دارد زیرا هدف آن به‌جای تعمیم‌یافته‌ها، کسب درک عمیق از پدیده موردبررسی است. انتخاب مشارکت‌کنندگان در پژوهش کیفی با هدف دستیابی به بیشترین اطلاعات در مورد پدیده موردبررسی انجام می‌شود. در پژوهش کمی تأکید بسیار زیادی بر انتخاب تصادفی (شانس برابر برای انتخاب همه اعضای جامعه پژوهش) وجود دارد اما در پژوهش کیفی نمونه پژوهش یا مشارکت‌کنندگان، انتخاب یا دعوت می‌شوند. نمونه‌گیری هدفمند که نمونه‌گیری غیر احتمالی، هدف‌دار یا کیفی نیز نامیده می‌شود به معنای انتخاب هدف‌دار واحدهای پژوهش برای کسب دانش یا اطلاعات است. این نوع نمونه‌گیری به دنبال ایجاد قوانین ثابت و تغییرناپذیر و یا تعمیم نتایج نیست بلکه سعی در شناخت بهتر هر پدیده در زمینه خاص دارد. سه نوع عمده نمونه‌گیری هدفمند

شامل نمونه‌گیری برای رسیدن به معرف بودن یا قابلیت مقایسه، نمونه‌گیری موارد خاص یا یگانه و نمونه‌گیری متوالی هستند. استفاده از روش اشباع داده در پژوهش‌های کیفی به‌عنوان استاندارد طلایی پایان نمونه‌گیری در نظر گرفته می‌شود. در این مقاله سعی شد روش‌های انتخاب مشارکت‌کنندگان و تفاوت‌های روش‌های کمی و کیفی معرفی شود و راهکاری برای تصمیم‌گیری در مورد رسیدن به اشباع داده ارائه گردد.

کلمات کلیدی: انسان، انتخاب نمونه، پژوهش کیفی، پژوهش کمی، اشباع، روش‌های جمع‌آوری داده، روش‌های پژوهش، حجم نمونه

مقدمه

... یکی از مسائلی که معمولاً در پژوهش‌های کیفی موردتوجه قرار دارد، انتخاب مشارکت‌کنندگان مناسب و به‌عبارت‌دیگر نمونه‌گیری است. نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی بسیار متفاوت از پژوهش‌های کمی است زیرا هدف آن به‌جای تعمیم‌یافته‌ها، کسب درک عمیق از پدیده‌های موردبررسی است (۱). از آنجاکه پژوهش کیفی راهی برای رسیدن به محتوای ذهنی افراد است و نمی‌توان آن را از طریق روش‌های سخت و دقیق کمی انجام داد، ابزارها و روش‌های آن نیز بسیار متفاوت هستند...

دو دیدگاه متفاوت در انتخاب واحدهای پژوهش

... پژوهش کیفی نمونه‌های خود را با هدف کسب دانش عمیق، متمرکز و با جزئیات زیاد از بین کسانی انتخاب می‌کند که این پدیده را تجربه کرده و می‌توانند اطلاعات زیادی در اختیار پژوهشگر بگذارند.

چگونه مشارکت‌کنندگان در پژوهش کیفی انتخاب می‌شوند؟

... نمونه‌گیری هدفمند که به آن نمونه‌گیری غیر احتمالی، هدف‌دار یا کیفی نیز می‌گویند به معنای انتخاب هدف‌دار واحدهای پژوهش برای کسب دانش یا اطلاعات است (۱۳). این نوع از نمونه‌گیری شامل انتخاب واحدها یا مورد‌های موردپژوهش بر اساس هدف پژوهش است...

نمونه‌گیری برای رسیدن به معرف بودن یا قابلیت مقایسه

نمونه‌گیری برای رسیدن به معرف بودن یا قابلیت مقایسه توسط پژوهشگرانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که هدف آن‌ها رسیدن به نمونه‌ای است که معرف یک گروه وسیع‌تر از نمونه‌ها بوده و تا حد امکان به آن نزدیک باشد و یا اینکه به دنبال مقایسه بین گروه‌های مختلف مورد‌ها باشند. به‌عنوان مثال زمانی که پژوهشگر به دنبال توصیف یک پدیده باشد...

نمونه‌گیری موارد خاص یا یگانه

... این نوع نمونه‌گیری خود فرد مهم‌تر از موضوع موردبررسی است. چهار روش در این دسته قرار می‌گیرند که شامل نمونه‌گیری مکاشفه‌ای، نمونه‌گیری از موارد ویژه، نمونه‌گیری از موارد مهم از نظر سیاسی و روش کل مجموعه ...

نمونه‌گیری متوالی یا متواتر

... در این روش به‌جای انتخاب یک نمونه ثابت حجم نمونه آن‌قدر افزایش می‌یابد تا زمانی که دیگر کافی باشد (۲۸). این موارد شامل نمونه‌گیری نظری، موارد تأیید و رد‌کننده، نمونه‌گیری فرصت‌طلبانه و نمونه‌گیری گلوله برفی هستند... در جدول شماره ۱ انواع روش‌های نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی و کمی باهم مقایسه شده‌اند.

جدول ۱- مقایسه روش‌های نمونه‌گیری احتمالی و غیر احتمالی

نمونه‌گیری	نوع	توضیح	مشخصات
احتمالی	ساده	انتخاب به شیوه قرعه‌کشی یا روشی مشابه	الف) تعمیم‌پذیری، ب) تعمیم قانون‌گرا، ج) بیشتر در مطالعات کمی ...
	منظم	انتخاب تصادفی ولی قانونمند نمونه‌ها	
	خوشه‌ای	انتخاب نمونه‌ها از خوشه‌هایی به صورت تصادفی	
	طبقه‌ای	گزینش نمونه‌ها از همه طبقات مفروض در جامعه	
غیر احتمالی	رسیدن به معرف بودن یا قابلیت مقایسه	... انتخاب موارد بارز، موارد مرزی، با بالاترین قدرت، با حداکثر اختلاف، نمونه همگون...	الف) انتقال‌پذیری یا امکان تعمیم نتایج به سایر جوامع مشابه، ب) تعمیم طبیعت‌گرا، ج) بیشتر در مطالعات کیفی، د) هدف درک عمیق از پدیده، ه) معمولاً از محاسبات استفاده نمی‌شود...
	موارد خاص یا یگانه	...مکاشفه‌ای، موارد ویژه، موارد مهم از نظر سیاسی، کل مجموعه...	
	متوالی یا متواتر	افزایش حجم نمونه تا زمان رسیدن به کفایت شامل: نظری، موارد تأیید و رد کننده، فرصت طلبانه، گلوله برفی، ...	

پایان نمونه‌گیری

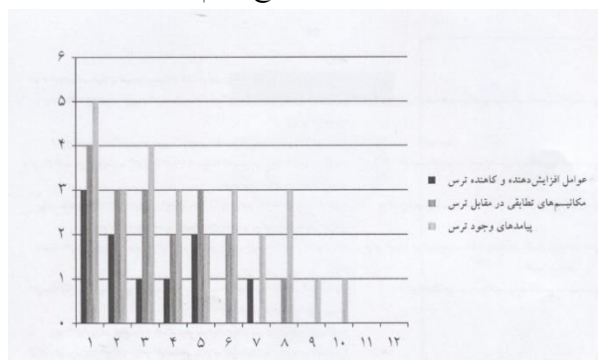
تا اینجا با تفاوت روش‌های نمونه‌گیری ... آشنا شدیم... حال می‌خواهیم به این سؤال پاسخ دهیم که چگونه در یک پژوهش کیفی تعداد نمونه را مشخص کنیم ... برخلاف روش‌های نمونه‌گیری احتمالی که در آن‌ها هدف تعمیم نتایج از یک نمونه معرف به کل جامعه موردپژوهش است در روش کیفی معیار توصیف یا تبیین یک پدیده به مشروح‌ترین شکل ممکن است... در رویکرد تئوری زمینه‌ای، تحلیل مقایسه‌ای مداوم بر مبنای نمونه‌گیری نظری صورت می‌گیرد. در این روش از جمع‌آوری، کدگذاری و تحلیل هم‌زمان اطلاعات که برای هدایت جمع‌آوری بقیه داده‌ها برای توسعه تئوری به وجود آمده، استفاده می‌شود و تئوری به وسیله مقایسه مداوم واقعه به واقعه شکل می‌گیرد (۴۸).. البته باید این حقیقت را در نظر گرفت که اشباع بیش از آنکه یک حقیقت باشد یک هدف است. چون باوجوداینکه معتقد باشیم که به اشباع رسیده‌ایم امکان تغییر در طبقات و خصوصیات آن‌ها با تغییر نگرش وجود دارد. این فرایندی بی‌پایان است و تغییر نگرش افراد در هر مرحله حتی در زمان مرور مقاله برای چاپ ممکن است رخ دهد و رسیدن به اشباع تنها یک وقفه موقت در کار است (۵۰). از آنجاکه برای هر فرایند پژوهشی می‌بایست یک نقطه پایان معین کرد و نحوه رسیدن به این نقطه را برای خواندن مشخص نمود، راهکاری را معرفی می‌کنیم که در آن با معیارهای عینی‌تر می‌توان رسیدن به اشباع را مشخص کرد. باوجود ارائه این راهکار... رسیدن به اشباع عمدتاً یک فرایند ذهنی است... اشباع داده‌ها از طریق فرایند مقایسه مداوم به دست می‌آید...

روش پیشنهادی توسط فونتانلا و همکاران (۲۰۱۱) دارای هشت مرحله است... مرحله اول علاوه بر پیاده‌سازی مصاحبه به صورت متن... مرحله دوم شکل‌گیری طبقات اولیه پس از حالت غوطه‌ور شدن در داده‌ها... مرحله سوم تحلیل داده‌ها به صورت تیمی و جدا ... مرحله چهارم ایجاد تم‌های مشترک... مرحله پنجم کدگذاری و شکل‌گیری تم‌ها یا طبقات... مرحله ششم یک جدول رسم می‌شود که هر طبقه به دست آمده در مراحل قبلی به همراه خصوصیات یا زیر طبقه‌بندی به عنوان ردیف‌های آن هستند و در ستون‌ها نیز شماره مشارکت‌کنندگان در پژوهش وارد شده است... گام هفتم اشباع هر طبقه مشخص می‌شود. همان‌طور که مشخص است از مصاحبه هفتم به بعد جملاتی که مربوط به خصوصیات این طبقه هستند در حال تکرار بوده و خصوصیت جدیدی به جدول اضافه نمی‌شود... گام هشتم این روش بصری کردن رسیدن به اشباع برای ارائه در گزارش است... جدول ۲ نمونه فرضی است...

جدول ۲- جدول فرضی جهت نشان دادن فراوانی خصوصیات یک طبقه در زمان تحلیل داده‌ها

جدول فرضی توزیع فراوانی جملاتی که به یک طبقه اشاره داشته‌اند.													خصوصیات
تعداد کل	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
۵						*	*		*		*	*	عدم شناخت عمل جراحی عامل افزایش
۶				*				*	*	*	*	*	عوامل روانی
۴			*					*		*		*	اعتقادات مذهبی عامل کاهش ترس
۷			*	*		*	*		*	*	*		ناموفق بودن عمل عامل افزایش ترس
۴		*				*			*		*		نا توانی پس از عمل عامل افزایش ترس
۸		*	*	*				*	*	*	*		احتمال به هوش نیامدن عامل افزایش ترس
۵	*	*					*	*	*				احتمال عمل شدن توسط دستیاران جراح عامل افزایش
۲				*				*					امکان تغییرات ظاهری عامل افزایش ترس
۳	*				*				*				سابقه عمل قبلی عامل تشدید ترس
۴	*		*		*	*							سطح تحصیلات بالا عامل کاهش ترس
	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۲	۱	۱	۲	۳	مجموع بیانیه‌های جدید در هر مصاحبه

در شکل (۱) طبقه‌های مربوط به تجربه ترس در بیماران تحت عمل جراحی آورده شده است. در این شکل... طبقه‌های فرضی ترس شامل عوامل افزایش دهنده و کاهنده ترس، مکانیسم‌های تطابقی در مقابل ترس و پیامدهای وجود ترس هستند. در شکل تعداد خصوصیات کشف شده در مورد زیر طبقه عوامل افزایش دهنده و کاهنده ترس در مصاحبه هفتم به اشباع رسیده است اما مصاحبه‌ها به دلیل به اشباع نرسیدن سایر طبقه‌ها ادامه یافته و طبقه مکانیسم‌های تطابقی در مصاحبه هشتم اشباع شده و پیامدهای وجود ترس در مصاحبه دهم به اشباع رسیده است. توجه داشته باشید که دو مصاحبه در ادامه برای تأیید رسیدن به اشباع انجام گرفته است (۵۲).



شکل ۱- نمای شمانیک رسیدن به اشباع طبقات فرضی

نتیجه‌گیری

انتخاب مشارکت‌کنندگان در پژوهش‌های کیفی به شکلی انجام می‌گیرد که بیشترین اطلاعات در مورد پدیده مورد بررسی به دست آید. این نوع از نمونه‌گیری به دنبال ایجاد قوانین ثابت و تغییرناپذیر و یا تعمیم نتایج نیست بلکه سعی در شناخت بهتر هر پدیده در زمینه خاص و منحصربه‌فرد دارد. روش انتخاب مشارکت‌کنندگان در پژوهش کیفی متنوع است و پژوهشگر باید با توجه به هدف بهترین را انتخاب نماید. یکی از چالش‌های اساسی در انتخاب مشارکت‌کنندگان در پژوهش‌های کیفی تصمیم‌گیری در مورد پایان آن و چگونگی گزارش نحوه این تصمیم‌گیری است. هرچند بسیاری از پژوهشگران کیفی معتقد به ذهنی بودن فرآیند رسیدن به اشباع هستند اما این اتفاق نظر وجود دارد که زمانی می‌توان ادعا کرد که داده‌ها به اشباع رسیده‌اند که انجام مصاحبه یا مشاهدات بیشتر منجر به افزوده شدن یا تغییر در تئوری یا نگرش به وجود آمده نمی‌شود.

در این مقاله سعی شد تا پس از معرفی روش‌های انتخاب مشارکت‌کنندگان و تفاوت‌های روش‌های کمی و کیفی راهکاری برای نحوه تصمیم‌گیری برای رسیدن به اشباع داده و نحوه گزارش آن ارائه گردد. هرچند تأکید نویسندگان این مقاله نیز بر ذهنی بودن فرایند رسیدن به اشباع است، اما این روش نیز می‌تواند برای پژوهشگران کیفی و بخصوص افراد تازه‌کار مفید باشد.

References

1-Kearney MH. Going deeper versus wider in qualitative sampling. Journal of Obstetric, Gynecologic, & Neonatal Nursing 2007; 36(4): 299.

...

52-Fontanella BjB, Luchesi BM, Saidel MGB, Ricas J, Turato ER, Melo DG. Sampling in Qualitative research: a proposal for procedures to detect theoretical saturation. Cadernos de Saude Publica 2011; 27(2): 388-394.

۳-۲-۴-۳. **مقاله علمی - انتقادی:** این نوع مقالات به نقد یافته‌های پژوهش‌های پیشین با هدف امکان قضاوت و بهره‌برداری بیشتر خوانندگان نوشته می‌شود. زبان نگارش این مقالات رویکردی تخصصی و منطبق بر سازه‌های منطقی دارد که در اغلب آن‌ها اغلب در ابتدا «مقاله، کتاب یا پژوهشی» برای نقد معرفی و در ادامه به ویژگی‌های شاخص، خلاصه‌ها و نواقص احتمالی آن‌ها با رویکردی تبیینی پرداخته خواهد شد. چنین مقالاتی در ایران اغلب در مجلات مخصوص نقد و بررسی منتشر می‌شوند. همچنین در سطح جهانی مقالات انتقادی بخش مهمی از انواع نشریه‌ها و به‌ویژه نقدنامه‌ها است (قربانی و حسن‌زاده، ۱۳۹۷). برخی دانشجویان دوره دکتری هم‌زمان با مطالعه کتاب‌ها و گزارش‌های پژوهشی درباره موضوع مورد مطالعه خود در فرایندی تدریجی به سطحی می‌رسند که می‌توانند این منابع را با شاخص و استدلال‌های محکم مورد نقد قرار دهند. حاصل این نوع تلاش می‌تواند نگارش نوعی از مقاله بنام مقاله انتقادی باشد. بسیاری از نشریات لاتین معتبر برای این نوع مقالات ارزش بسیار بالایی برخوردار هستند. پذیرش این نوع مقالات در نشریات نقد و همایش‌ها از شانس بیشتری برخوردار است. چگونگی پژوهش و نگارش این نوع مقاله در فصل چهارم و پنجم به‌طور کامل معرفی شده است.

۴-۲-۴-۳. **مقاله علمی - پیشنهادی:** اغلب به‌صورت یادداشت‌های سردبیر، سردبیر مهمان، نویسندگان صاحب‌نظر و مشابه آن منتشر می‌شوند. زبان این گونه مقالات بسته به توان نگارش نویسنده آن می‌تواند تخصصی یا عمومی باشد. در این مقالات باید ایده‌هایی مطرح شوند که بتواند برای جامعه علمی و خوانندگان نشریه بسترهای پژوهشی و اندیشه را فراهم آورد. این نوع مقالات اغلب خلاصه و کوتاه و به شکل متن هستند.

۵-۲-۴-۳. **مقاله علمی - عمومی:** در این نوع مقاله یافته‌های یک یا چند پژوهش اصیل برای اطلاع‌رسانی به عموم مردم از جمله «کودکان، نوجوانان و بزرگسالان» تبیین می‌شوند. هدف این مقالات علاقه‌مندسازی عموم مردم به علم و ایجاد ارتباط بین آنان و دانشمندان است. زبان این نوع مقالات بسیار ساده و بسته به قدرت خوانایی و فهم مخاطب، ترکیبی از متن و تصویر است. یافته‌های ارائه‌شده در این مقالات باید برای خوانندگان جذابیت داشته باشد و موجب گرایش آن‌ها به پیگیری یافته‌های علمی شود. مطالب باید در قالب روایت‌های جذاب، تصویرسازی‌های جالب و حتی سؤال و جواب‌های دقیق باشد. چنین مقالاتی بیشتر در نشریات عمومی و غیرعلمی منتشر می‌شود (قربانی و حسن‌زاده، ۱۳۹۷).

وجه تمایز اصلی آن با دیگر مقالات، تأکید بر ایجاز، خبری و عامه‌فهم بودن آن است. نگارش این نوع مقالات از پایان‌نامه و رساله با توجه به خوانندگان گسترده و غیرمتخصص آن، می‌تواند به معرفی بیشتر پژوهشگر در رشته

تخصصی خود و حتی شهرت او در گستره‌ای وسیع کمک کند. اگر مقاله با توجه به نیازهای بازار و رویکردی بازاریابانه نوشته شود، این نوع مقالات می‌تواند فرصتی برای بازاریابی محصول پژوهشگر و خود او باشد. برای نگارش یک مقاله عمومی یا مطبوعاتی از «پایان‌نامه و رساله» هیچ دستورالعمل محدودکننده‌ای وجود ندارد. پژوهشگر باید با زبانی ساده و حجمی کوتاه (حداکثر در یک صفحه) دستاورد پژوهشی خود را با شکلی جذاب و زبانی قابل فهم برای عموم به نگارش درآورد. برای این منظور می‌توان سه بخش «عنوان، لید و متن» را موردتوجه قرار داد. عنوان یا تیتیر باید کوتاه جذاب و جلب‌کننده نظرات باشد. لید در حد یک جمله یا پاراگراف کوتاه باید به نحوی مخاطب را با ابعاد تازه و جدید و مهم بودن موضوع آشنا کند و او را برای دنبال کردن اطلاعات تکمیلی در ادامه مشتاق نماید. در متن باید با استدلال‌های ساده به کمک «جملات ساده خبری، نقل قول، مثل، حکایت، شعر، توصیف و تلفیق روش‌های پژوهشی پایان‌نامه یا رساله» موضوع را برای خواننده باز کرد.

در دانشگاه پیام نور می‌توان به جای مقاله مطبوعاتی از گزاره برگ یا Fact Sheet هم استفاده کرد. این تک صفحه به ارائه مهم‌ترین دستاوردهای مهم یا جذاب رساله در یک صفحه به صورت محوربندی یا طراحی‌های پوستر مانند می‌پردازد.

۳-۴-۲-۶. ملاحظات در داوری مقالات علمی: اغلب داوری‌ها در نشریات علمی مبتنی بر دستورالعمل‌ها و رویکردهای اصلی هر نشریه علمی است. در نخستین گام عنوان بسیار مهم است. عنوان مقاله باید «نشانگر محتوا»، «شفاف»، «ساده»، «خلاصه» و «جذاب» باشد. هرچند عنوان طولانی موجب رد شدن مقاله نمی‌شود اما عنوانی که بتواند در نگاه اول با خواننده ارتباط برقرار کند و دارای جذابیت باشد، اثر مثبتی روی ذهن داور خواهد داشت. ترتیب اسامی نویسندگان و سهم مشارکت آن‌ها در برخی نشریات موردتوجه قرار می‌گیرد. در هر مقاله مستخرج از «پایان‌نامه یا رساله» که با اسامی اساتید راهنما، مشاور و دانشجو ارسال می‌شود؛ یک نویسنده باید به عنوان عهده‌دار مکاتبات یا نویسنده مسئول انتخاب شود. برخی نشریات روی این امر تأکید دارند که برای روند داوری، این نقش باید بر عهده استاد قرار گیرد. داوران اغلب به مقدمه‌هایی نظر مثبت نشان می‌دهند که به خوبی «مفاهیم»، «متغیرها» و «بیان مسئله با پشتیبانی مبانی نظری و ادبیات پیشینه» را ارائه کند و در انتها آن را با «پرسش کلی پژوهشگر» ختم کند. «روش‌شناسی» نیز به همین نحو باید از مناسبت و منطق لازم برخوردار باشد. نحوه ارائه «یافته‌ها و نتایج» نیز باید گویا و به شکل مناسب باشد. در ادامه «بحث و نتیجه‌گیری» باید داور را متقاعد کند که نویسنده از موارد قبلی به نتیجه‌گیری مستدل و کاربردی رسیده است. کسانی که در تلاش برای انتشار مقاله در نشریات معتبر هستند، این تجربه را بارها داشته‌اند که داوران اغلب با رد مقاله یا ارائه اصلاحات کلی و جزئی نسبت به مقالات واکنش نشان می‌دهند. پژوهشگران و دانشجویان باید خود را آماده کنند که در مواجهه با این پاسخ‌ها ناامید نشوند و با پیگیری و ارسال مقالات در هر مرحله دریافت «پاسخ منفی»، مقاله را به دیگر نشریات ارسال کنند و در هر مرحله به دنبال اصلاح و بهبود کار و تلاش برای متقاعد کردن داوران باشند.

۳-۴-۳. انتشار نتایج پایان نامه یا رساله در همایش‌ها

دانشجویان می‌توانند برای تکمیل نمره مربوط به دستاوردهای پژوهشی از انتشار نتایج در همایش‌ها در قالب «سخنرانی یا پوستر» بهره‌مند شود. همایش‌ها به یکی از شکل‌های جدول ۳-۲۷ فراخوان مقاله دارند.

جدول ۳-۲۷. انواع شکل‌های فراخوان مقاله برای شرکت در همایش‌ها

ردیف	انواع	توضیح
۱	چکیده ^۱	حداکثر در ۳۰۰ کلمه و شامل هدف، روش‌شناسی و مهم‌ترین یافته‌ها
۲	چکیده بلند ^۲	تا ۱۵۰۰ کلمه و خلاصه‌ای از مقاله کامل با یک جدول مهم
۳	مقاله کامل ^۳	با جزییات ارائه شده در نحوه نگارش یک مقاله پژوهشی

مقالات پس از اعلام وصول در دبیرخانه همایش و انجام داوری با پاسخ‌های پذیرش «سخنرانی، پوستر یا چاپ در کتاب مجموعه مقالات» و یا «عدم پذیرش» مواجه خواهند شد. اغلب همایش‌ها راهنمای نگارش مقاله برای همایش خود را اعلام می‌کنند. اغلب داوران مقالات را در الگویی به شرح جدول ۳-۲۸ داوری می‌کنند.

جدول ۳-۲۸. شاخص‌های داوری چکیده‌های ارسالی به همایش

ردیف	محورها	جزئیات	نمره
۱	مقدمه	تازگی، اهمیت و ضرورت موضوع	تا ۲۵
۲	روش‌شناسی	تناسب روش تحقیق، جامعه و نمونه آماری، ابزار استاندارد، روش جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات و روش آماری	تا ۲۵
۳	یافته، بحث و نتیجه‌گیری	ارائه خلاصه یافته، بحث با استفاده از آخرین دستاوردهای معتبر و ارائه نتیجه‌گیری دقیق	تا ۳۰
۴	نگارش آکادمیک	تجانس عنوان، هدف، روش پژوهش و نتیجه با انشاء شایسته	تا ۲۰
جمع کل			

اغلب با ارزیابی نهایی داور و جمع کل امتیازات، به این شکل خواهد بود که اگر جمع کل امتیازات «بین ۸۱ تا ۱۰۰» باشد، مقاله با ارائه به شکل سخنرانی، اگر «بین ۶۱ تا ۸۰» باشد به شکل ارائه پوستر و اگر «بین ۴۱ تا ۶۰» باشد به صورت چاپ در کتاب همایش پذیرفته خواهد شد. جمع کل امتیاز «بین صفر تا ۴۰» به مثابه رد مقاله خواهد بود.

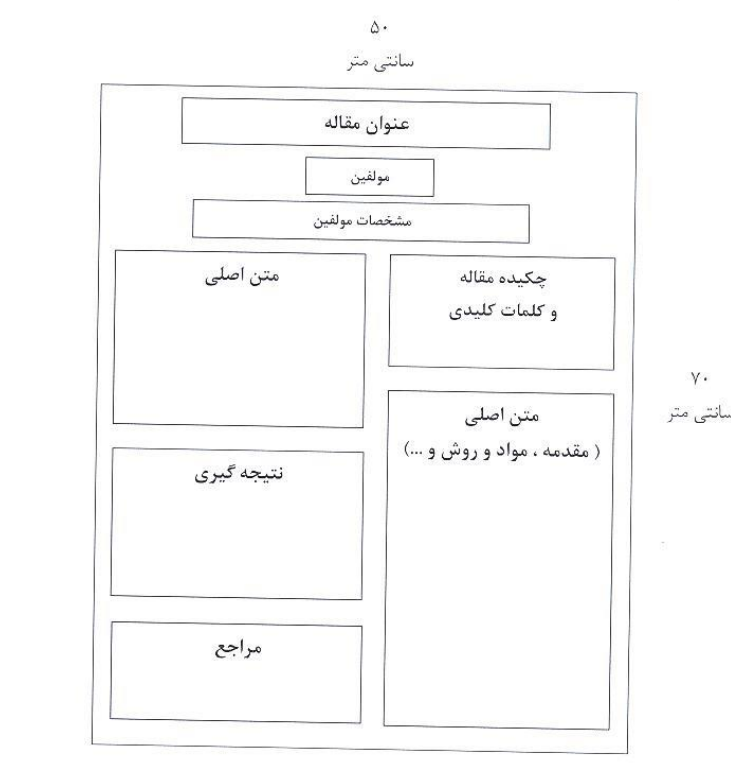
در صورت پذیرش بخش‌های مورد اشاره باید در یک صفحه پوستر مانند با ابعاد مشخص و عناوین محدود شده‌تری ارائه شوند تا خواننده پوستر با خواندن آن در جریان فعالیت پژوهشی شما و نتایج به دست آمده قرار گیرد. معمولاً پوسترها برای همایش‌ها در ابعاد ۷۰ سانتی‌متر ارتفاع و ۵۰ سانتی‌متر عرض تهیه می‌شوند. اما باید به این نکته اشاره شود که اندازه پوستر در همایش‌های مختلف می‌تواند متغیر باشد.

بهرتر است که در تهیه پوستر از نوشتن مطالب زیاد خودداری و در عوض سعی شود از «جدول، نمودار، شکل و تصویر» مناسب همراه با رنگ‌های متنوع استفاده کرد. این اقدام و توجه به جاذبه‌های بصری و درعین حال مطالب قابل فهم و درک سریع، به خواننده کمک می‌کند تا جذب پوستر شده و سریع‌تر مطالب آن را درک کند.

1. Abstract
2. Long abstract
3. Full paper

معمولاً جنس پوسترها نیز، توسط برگزارکنندگان همایش اعلام می‌شود، اما اگر اعلام نشده باشد، بهتر است که از کاغذهای مناسب و باکیفیت بالای پوستر استفاده کنید. شما باید پس از تهیه پوستر در محیط WORD آن را بر روی یک دیسک به مراکز یا دفاتر فنی با دستگاه‌های مناسب برای چاپ یا پرینت رنگی بر روی صفحات باکیفیت و مخصوص پوستر ببرید. بهتر است که پوستر به صورت پرینت طولی باشد و پس از چاپ آن از پوشش لمینت استفاده شود تا مانع از آسیب احتمالی باشد. پوشش لمینت از جنس پلاستیک شفاف است که پوستر در داخل آن پرس می‌شود. در ادامه شکل و چارچوب کلی و محتوای یک پوستر را برای تهیه کردن در محیط WORD در شکل ۳-۴ مشاهده می‌کنید.

توجه: به یاد داشته باشید که یک پوستر خوب از متن و اشکال و نمودارهای بیشتر تشکیل می‌شود. چون بازدیدکنندگان وقت کافی برای خواندن تمام مطالب پوستر را ندارند و با نمودارها و اشکال و جداول ارتباط بهتری می‌یابند.



شکل ۳-۴. چارچوب و محتوای کلی یک پوستر برای همایش

۳-۴-۴. انتشار نتایج پایان‌نامه یا رساله در کتاب

دانشجویان می‌توانند با برخورداری از مبانی نظری، ادبیات پیشینه و یافته‌های مهم تکمیل‌کننده دانش موجود، پایان‌نامه یا رساله خود را به یک کتاب تبدیل کنند. ساختار کتاب با ساختار پایان‌نامه یا رساله متفاوت است و برخی به غلط فکر می‌کنند که همان محتوا یا چارچوب پایان‌نامه یا رساله را می‌توان در قالب یک کتاب منتشر کرد. کتاب‌ها در یک دسته‌بندی کلی یا «آموزشی» و یا «غیرآموزشی» هستند و بدیهی است که اغلب کتب دانشگاهی از نوع آموزشی باشند. کتاب‌های آموزشی شامل منابع درسی و کمک‌آموزشی می‌شوند. هر انتشاراتی الگوی خاصی برای نشر کتاب دارد.

برای نگارش یک کتاب آموزشی، باید به سه بخش اصلی آن یعنی «پیش از متن، متن (فصل و بخش) و پس از متن» به علاوه جزئیات هر یک از این بخش‌ها توجه داشت. در جدول ۳-۲۹ ساختار یک کتاب آموزشی بر اساس «راهنمای نگارش کتاب در دانشگاه پیام نور» معرفی شده است.

جدول ۳-۲۹. ساختار کتاب آموزشی در دانشگاه پیام نور

ردیف	واحد اصلی	واحدهای فرعی	توضیح
۱	پیش از متن	(الف) صفحه عنوان	اولین صفحه کتاب (صفحه فرد)
		(ب) صفحه حقوقی (شناسنامه)	در پشت صفحه عنوان (صفحه زوج)
		(ج) پیشگفتار ناشر	بعد از صفحه حقوقی (صفحه فرد)
		(د) فهرست	از صفحه فرد و ۱/۳ صفحه
		(ه) پیشگفتار مؤلف و مترجم	از صفحه فرد و ۱/۳ صفحه
۲	متن (فصل و بخش)	(الف) بخش‌بندی	هر بخش باید دست‌کم دو فصل داشته باشد
		(ب) فصل‌بندی	شمارنده فصل عدد است
۳	پس از متن	(الف) پیوست	توضیحاتی که لزوماً جزو متن اثر نیست اما به درک بهتر کمک می‌کند.
		(ب) خودآزمایی نهایی	پرسش‌های جامع مبتنی بر مطالب فصل و همسو با هدف کلی اثر
		(ج) پاسخ خودآزمایی‌ها	پاسخ پرسش‌های قبلی
		(د) واژه‌نامه	اصطلاحات انگلیسی به کاررفته در متن
		(ه) برگه نظرخواهی	برای جمع‌آوری بازخوردها از کتاب

برخی از جزئیات هر واحد اصلی اجباری و در تمامی کتاب‌ها وجود دارند و برخی اختیاری است. صفحه عنوان و صفحه حقوقی بسیار مهم هستند. صفحه حقوقی یا شناسنامه در پشت صفحه عنوان (صفحه زوج) و شامل دو بخش مشخصات کتابخانه ملی و مشخصات عمومی کتاب است. این موارد اغلب توسط خود ناشر و در قالب الگوی انتشارات تنظیم می‌شود. ارائه یک فهرست مطالب مناسب برای کتاب خیلی مهم است. زیرا بسیاری از افراد بعد از عنوان کتاب، فهرست آن را مطالعه می‌کنند تا با محتوای آن آشنا شوند. در پیشگفتار کتاب تلاش می‌شود تا هدف از تألیف یا ترجمه کتاب و کلیاتی درباره چگونگی محتوای آن و راهنمای مطالعه کتاب مطرح شود. شروع واحد اصلی متن با شروع فصل یک یا بخش اول خواهد بود. شروع هر فصل باید با معرفی هدف کلی و اهداف یادگیری آن باشد. در انتهای هر فصل نیز باید خلاصه‌ای از فصل و خودآزمایی ارائه شود. فصل‌بندی و بخش‌بندی مؤثر متن، نقش مؤثری در ارتباط خواننده با کتاب و محتوای آن دارد. پیوست از واحدهای پس از متن و شامل جزئیات غیرضروری برای ارائه در متن اصلی است که به انتهای کتاب و برای درک بیشتر خواننده منتقل می‌شود. در انتهای کتاب باید پاسخ‌نامه خودآزمایی‌ها وجود داشته باشد. در برخی از کتاب‌ها حسب ضرورت در انتها از واژه‌نامه هم استفاده می‌شود. کتاب‌نامه یا فهرست منابع از بخش‌های کلیدی و در انتهای کتاب و در مواردی انتهای فصول است. در برخی کتاب‌ها از نمایه هم استفاده می‌شود. نمایه صورتی از نام‌ها، مفهومی‌ها و امثال آن است که به ترتیب الفبایی تنظیم می‌شوند. هدف از تنظیم نمایه این است که مخاطب با کلیدواژه بتواند به مطلب موردنظر در متن دسترسی یابد.

۳-۴-۵. ثبت اختراع و حق اختراع یا پتنت از نتایج پایان نامه یا رساله

امروزه دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی باید از مسائل مختلف مربوط به ثبت اختراع، ابتکار و موضوعات مربوط به مالکیت فکری اطلاع داشته باشند تا در صورت داشتن ایده و اختراع بتوانند آن را ثبت کنند (تاج‌آبادی و فلاحتی ۱۳۸۵). «اختراع»^۱ می‌تواند نتیجه پژوهشی باشد که در آن برای اولین بار «فرآیند یا فرآورده‌ای خاص» یا «راه‌حل مشکلی در یک حرفه، فن، فناوری یا صنعت» ارائه می‌شود. «اختراع» یا ایده برآمده از ذهن مخترع، با ارائه به اداره ثبت اختراعات و تأیید به «پتنت»^۲ یا برخوردار از «حق اختراع» تبدیل خواهد شد. «پتنت» یا برخورداری از «حق اختراع» به معنای حمایت قانونی از اختراع ثبت شده است. در صورت برخورداری از «حق اختراع ثبت شده یا پتنت» مخترع از امتیاز مالکیت «انحصاری، موقت و مشروط به رعایت تکالیف مقرر در قانون» برخوردار می‌شود. با این حق می‌توان از امتیازات «استعمال، انتقال، فروش، عرضه برای فروش و اعطای مجوز بهره‌برداری» استفاده کرد. به‌طور کلی یک «اختراع» برای ثبت و برخورداری از حق اختراع یا «پتنت» باید ویژگی‌هایی به شرح جدول ۳-۳۰ داشته باشد.

جدول ۳-۳۰. ویژگی‌های لازم یک اختراع برای ثبت در ایران

ردیف	ویژگی‌ها	توضیح
۱	جدید	نبودن آن در فن یا صنعت قبلی (گزارش نشدن در هیچ جای جهان به‌طور کتبی، شفاهی یا استفاده عملی)
۲	گام ابتکاری	بدیهی و شناخته‌شده نبودن برای دارندگان افراد ماهر و فنی آن حوزه
۳	کاربرد صنعتی	قابل استفاده یا ساخت در رشته‌ای از صنعت از جمله صنایع دستی، کشاورزی، ماهیگیری و خدمات
۴	شرایط قانونی	در تضاد نبودن با شرایط قانونی کشور

تسلیم اظهارنامه اختراع از طریق الکترونیکی است و متقاضیان ثبت اختراع باید از طریق آدرس

<http://ipm.ssaa.ir> اظهارنامه خود را در مراحل به شرح جدول ۳-۳۱ تسلیم اداره اختراع و پیگیری کنند.

جدول ۳-۳۱. مراحل ثبت اختراع

ردیف	مراحل
۱	تکمیل اظهارنامه در سامانه http://ipm.ssaa.ir
۲	دریافت پیام کوتاه پس از ثبت اظهارنامه
۳	بررسی مقدماتی
۴	در صورت ناقص بودن مدارک متقاضی وجود مهلت ۳۰ روزه برای اصلاح یا تکمیل مدارک و ضامین
۵	امکان رؤیت اعلامیه اعطای گواهی‌نامه اختراع در صورت تأیید اختراع توسط مرجع ذیصلاح و مبلغ لازم برای صدور
۶	مهلت ۳۰ روزه برای پرداخت هزینه و ارسال تصویر سند پرداخت در سامانه و پیگیری اقدامات صدور آگهی

در صورتی که مخترع قبل از تسلیم اظهارنامه و ثبت، آن را به‌صورت کتبی در قالب کتاب، مقاله و در نمایشگاه‌ها افشا کند؛ در جهت عمومی سازی و وارد کردن این اختراع به حوزه قلمرو عمومی مالکیت اقدام کرده است. اگر متقاضی در مهلت ارفاقی (۶ ماه پس از افشا، موضوع) اظهارنامه اختراع را تسلیم نکند، حق اختراع او از دست خواهد رفت. اظهارنامه ثبت اختراع در فرم مخصوص موجود در نشانی <http://ipm.ssaa.ir> در محورهای به شرح جدول ۳-۳۲ و

1. Invention
2. Patent

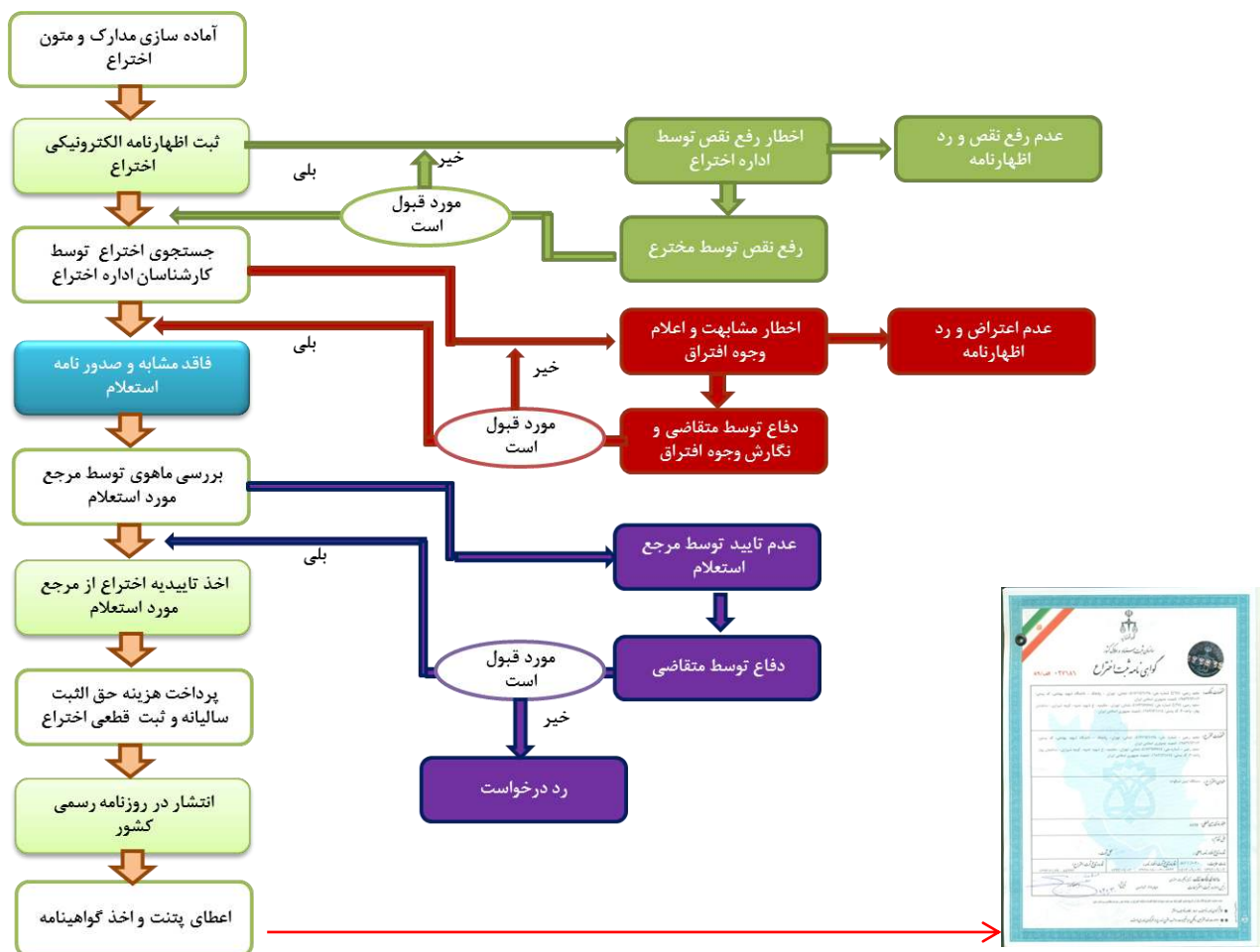
به زبان فارسی تکمیل می‌شود. مخترع بعد از اتمام مراحل و مراجعه برای دریافت گواهینامه ثبت اختراع باید ۲ نسخه از مدارک ثبت اختراع را پرینت بگیرد و پس از امضای همه صفحات آن را به اداره ثبت اختراع تحویل دهد. کارشناس اداره ثبت اختراع یک نسخه را همراه با تصویر گواهینامه ثبت اختراع بایگانی می‌کند و یک نسخه را به مخترع می‌دهد.

جدول ۳-۳۲. محتوای اظهارنامه ثبت اختراع

ردیف	محتوا
۱	مشخصات (نام، شماره ملی، نشانی و...) و در صورت متقاضی شخص حقوقی نام، نوع فعالیت، محل، شماره ثبت و ...
۲	مشخصات نماینده قانونی متقاضی در صورت وجود
۳	عنوان اختراع (مشخص‌کننده اختراع ادعایی، بین ۳ تا ۱۰ کلمه و نداشتن کلماتی مثل بهتر)
۴	تاریخ، محل و شماره اظهارنامه یا گواهی‌نامه اختراع در خارج، در صورت درخواست حق تقدم
۵	اطلاعات مربوط به اظهارنامه اصلی در صورت تکمیلی بودن اختراع
۶	تعداد صفحات توصیف، ادعا، خلاصه توصیف اختراع و نقشه‌ها
۷	تعیین طبقه اختراع بر اساس طبقه‌بندی بین‌المللی اختراعات

مخترع شخصی است که اختراع حاصل تلاش فکری و ذهنی اوست و حقوق اختراع ثبت شده منحصرأ به او تعلق دارد اما در بسیاری از مواقع مخترعین بر طبق قرارداد استخدام یا کار معین و یا قراردادهایی از این قبیل اختراع را به دستور و سفارش کارفرما انجام می‌دهند و بر طبق قرارداد فی مابین تمام یا قسمتی از حقوق مادی آن متعلق به کارفرما یا بنگاه و شرکتی است که وی را استخدام کرده است ولیکن نام مخترع (حقوق معنوی) وی محفوظ است و نام وی باید در اختراع ذکر شود. در این راستا هرگونه اختراع مربوط به پایان‌نامه و رساله بنا بر فرم اصالت و تعهد دانشجو با نام دانشگاه مربوطه خواهد بود.

مراحل انجام کار «ثبت اختراع» در ایران به شرح نمودار ارائه شده در شکل ۳-۵ است.



شکل ۳-۵. نمودار مراحل ثبت اختراع در ایران

قبل از ورود به سایت و ثبت اطلاعات لازم باید از مدارک شناسایی (حقیقی یا حقوقی) اسکن تهیه کرد و متون اختراع از جمله «توصیف اختراع»، «ادعاهای اختراع»، «خلاصه توصیف اختراع» و «نقشه‌ها» را برای ضمیمه آماده نمود. **توصیف اختراع:** بر اساس ماده ۱۰ آئین‌نامه اجرایی قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ برای تنظیم توصیف اختراع باید به ملاحظات زیر توجه داشت.

جدول ۳-۳۳. ملاحظات توصیف اختراع

ردیف	ملاحظات	توضیح
۱	دارای نکته نوآورانه	طرح عنوان اختراع با ترجیح ۳ تا ۱۰ کلمه در ابتدای توصیف اختراع با همان عنوان مندرج در اظهارنامه اختراع و همچنین عنوان لاتین و پرهیز از کلماتی چون «بهتر»، «نوتر» و «جدید»
۲	زمینه فنی اختراع ^۱	اشاره زمینه فنی اختراع مانند «مکانیک، الکترونیک، شیمی، متالوژی، برق، سلاح‌ها، فیزیک، بیوتکنولوژی، مواد زیستی، شیمی آلی، فناوری اطلاعات کشاورزی و امثال آن
۳	مشکل فنی و راه‌حل	اشاره به مشکل فنی دیده‌شده، ارائه راه‌حل آن در قالب نوآوری و ادعای اختراع همراه با اهداف آن
۴	شرح وضعیت دانش فنی پیشین	ارائه دانش فنی پیشین و سابقه پیشرفت‌های مرتبط با اختراع و ادعاهای موجود برای درک جدید بودن اختراع با جستجوی «سایت‌های مربوط» مانند سایت روزنامه رسمی جمهوری اسلامی در ایران و سایت http://www.google.com/patents در سطح بین‌الملل
۵	قابلیت اجرائی راه‌حل	شرح کافی و مؤثر درباره قابلیت ساخت و استفاده از اختراع

ادعای اختراع: ماده ۱۱ و ۱۲ آیین‌نامه اجرایی قانون ثبت اختراعات در خصوص ادعای اختراع تأکید دارد که ادعای اختراع باید عناصر اختراع مورد درخواست برای حمایت در چارچوب مشخصه‌های فنی را مشخص کند. هر اختراع می‌تواند مشتمل بر یک یا چند ادعا باشد. این ادعاها باید صریح، خلاصه و دارای شرایطی به شرح جدول ۳-۳۴ باشند.

جدول ۳-۳۴. ملاحظات ادعای اختراع

ردیف	ملاحظات
۱	معقول بودن تعداد آن‌ها با توجه به ماهیت اختراع و شماره‌گذاری ترتیبی آن‌ها در صورت تعدد
۲	فراتر از اطلاعات افشاشده در توصیف اختراع نبودن و برخورداری از توصیف اثباتی با استدلال مناسب
۳	بیان ویژگی‌های فنی قابل حمایت با استفاده از جملات مثبت
۴	پرهیز از ارجاع به نقشه‌ها یا توصیف، جز در موارد غیرقابل اجتناب و پرهیز از عباراتی مانند «همان‌طور که در توصیف آمده»
۵	در صورت ضرورت ارجاع به نقشه برای فهم ادعا، ارائه شماره صفحه نقشه و علامت آن در پراگم پس از ادعا
۶	مشتمل نبودن بر شیوه اجرا و مزایای اختراع

ادعا یا ادعاها ممکن است ناظر بر فرآورده، فرایند، فرایند دستیابی به یک فرآورده و یا ترکیبی از فرایند و فرآورده باشد، مشروط بر اینکه راجع به یک مفهوم اختراعی باشد.

خلاصه توصیف اختراع: ماده ۱۳ و ۱۴ آیین‌نامه اجرایی قانون ثبت اختراعات در خصوص خلاصه توصیف اختراع بر خلاصه توصیف اختراع به صورت تعیین مستقیم زمینه فنی حوزه اختراع تأکید دارد تا در جستجوی سوابق اختراع ادعایی مورد استفاده قرار گیرد. در خلاصه توصیف اختراع باید نکاتی به شرح جدول ۳-۳۵ مورد توجه قرار گیرد.

جدول ۳-۳۵. ملاحظات نگارش خلاصه توصیف اختراع

ردیف	ملاحظات
۱	شروع با عنوان اختراع و مشتمل بر ۷۰ تا ۲۰۰ کلمه
۲	بیان اجمالی «مشکل فنی، راه‌حل و کاربرد یا کاربردهای اصلی اختراع»
۳	در صورت لزوم ارائه فرمول‌های شیمیایی یا معادلات ریاضی برای بیان ویژگی‌های اختراع
۴	در صورت نیاز ارجاع به نقشه برای توضیح اختراع، ارائه نشانه‌های ارجاع دهنده به هر نقشه پس از خلاصه هر قسمت

1. Background of Art or Filed of The Invention

خلاصه توصیف فقط برای بیان اطلاعات اختراع به کار می‌رود و نمی‌تواند مبنای تفسیر برای تعیین حدود ادعا باشد.

نقشه‌های اختراع: ماده ۱۵ آیین‌نامه اجرایی قانون ثبت اختراعات در خصوص نقشه‌های اختراع تأکید دارد که چنانچه نقشه‌ها، نمودارها و جداول، بخشی از ضمیمه اظهارنامه اختراع باشند؛ در ترسیم آن‌ها باید به ملاحظات به شرح جدول ۳-۳۶ توجه داشت.

جدول ۳-۳۶. ملاحظات نقشه‌های اختراع

ردیف	ملاحظات
۱	در یک روی صفحه کاغذ بادوام و در قطع A4، با خطوط پررنگ و یکدست مشکی و غیر رنگی و ترجیحاً با ابزارهای فنی نقشه‌کشی رسم شود. حداکثر حاشیه اوراق به ترتیب از بالا ۲/۵، از چپ ۱/۵، از راست ۲/۵ و از پایین ۱ سانتی‌متر باشد.
۲	وضوح و شفافیت نقشه‌ها به نحوی باشد که امکان تکثیر یا تصویربرداری آن میسر شود.
۳	یکسان بودن تمام عناصر نقشه یا نمودار دارای مقیاس (مگر در ضرورت برجسته کردن برای فهم اختراع)
۴	تأکید بر وضوح و شفافیت نقشه‌ها به نحوی باشد که امکان تکثیر یا تصویربرداری آن میسر شود.
۵	اعداد، حروف و نشانه‌ها به‌طور روشن ذکر شده و خوانا باشند.
۶	شامل نشانه‌هایی باشد که در توصیف بتوان به آن‌ها ارجاع داد.
۷	صفحات باید به ترتیب شماره‌گذاری شده و ترجیحاً نشان‌دهنده شماره آن صفحه از کل صفحات باشد.
۸	هیچ توضیحی نباید روی نقشه‌ها وجود داشته باشد (مگر در مورد جداول و نمودارها).
۹	در صورتی که هریک از نقشه‌ها، نمودارها و جداول در بیش از یک صفحه باشد، کل صفحات باید بدون حذف بخشی از آن‌ها، شامل نشانه‌هایی مستقل از شماره صفحات باشد به نحوی که ارتباط و تمامیت قسمت‌ها را با یکدیگر روشن سازد.

پس از آماده شدن مدارک لازم، نحوه ثبت درخواست شامل مراحل به شرح «ورود به سایت»، «انتخاب گزینه ثبت انواع درخواست»، «انتخاب موضوع درخواست»، «تکمیل متن درخواست»، «ثبت اطلاعات»، «افزودن ضمایم»، «بازبینی اطلاعات» و «دریافت شماره مکانیزه» است. با مراجعه به آدرس iripo.ssaa.ir گزینه ثبت انواع درخواست اقدام کنید.

۳-۴-۵-۱. تأییدیه علمی اختراعات از سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

با توجه به بند ۸ ماده ۳ جدول شماره ۳-۱-۳ موضوع امتیازهای قابل محاسبه از فعالیت‌های پژوهشی و فناوری اعضای هیئت علمی آموزشی مربوط به آیین‌نامه ارتقاء اعضای هیئت علمی مؤسسه‌های آموزش عالی، پژوهشی و فناوری دولتی و غیردولتی به شماره ۹۵/۷۴۵۳/ش مورخ ۱۳۹۵/۰۴/۲۷، اختراعات ثبت شده و مورد تأیید از عوامل مؤثر در ارتقای اعضای هیئت علمی است. مهم‌ترین مرجع برای دریافت تأییدیه علمی اختراع، سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران است. برای این منظور باید از طریق پورتال سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران (<http://www.irost.org>) در سامانه ملی ارزیابی اختراعات و نوآوری‌ها به آدرس (<http://patent.irost.org>) ثبت نام و اقدامات مندرج در سامانه انجام شود.

۳-۴-۲. پشتیبانی از اختراعاتی برگزیده توسط بنیاد ملی نخبگان

در اجرای بند ۳-۴ آیین‌نامه احراز استعدادهای برتر و نخبگی (موضوع مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی در جلسه مورخ ۱۳۸۵/۶/۱۴) و به منظور تحقق بندهای مرتبط از سند راهبردی کشور در امور نخبگان، اختراعاتی برگزیده کشور مطابق مفاد آیین‌نامه «آیین‌نامه شناسایی و پشتیبانی از اختراعاتی برگزیده» توسط بنیاد ملی نخبگان شناسایی و پشتیبانی می‌شوند. هدف از شناسایی اختراعاتی برگزیده توسط بنیاد ملی نخبگان، توانمندسازی آن‌ها به منظور رسیدن به محصولی دانش‌بنیان، ایجاد بازار برای آن‌ها و تکمیل چرخه ملی نوآوری و تبدیل دارایی‌های فکری به ثروت است. بنیاد ملی نخبگان با برگزاری جشنواره‌های مختلف در طی سال، اختراعات برتر را در سه سطح (۱-۲-۳) شناسایی و مطابق با «آیین‌نامه شناسایی و پشتیبانی از اختراعاتی برگزیده» از آنان حمایت می‌کند.

۳-۴-۶. نظریه‌پردازی و اعلام نظریه جدید

این امر هم به نظریه و هم مدل‌سازی‌های با رویکرد نظریه‌ای اطلاق می‌شود. اعلان و ارائه نظریه جدید از چالش‌های اساسی پژوهشگران است. نظریه‌پردازان در انتشار نظریه خود، اغلب دچار مشکلات عدیده‌ای می‌شوند، به خصوص برای چاپ آن‌ها در نشریات درجه یک، به دلایل مختلف و به‌ویژه نبودن نظریه، داوران به سختی به آن‌ها رأی مثبت می‌دهند. گاهی مشکل چاپ نظریه‌های جدید در مجلات معتبر موجب می‌شود که نظریه‌پرداز، نظریه خود را در یک کتاب منتشر کند. البته باید توجه داشت که رد یک نظریه از سوی یک نشریه علمی، به معنای بی‌ارزش بودن آن نیست. نظریه‌پرداز از بدو ورود به میدان نظریه‌پردازی تا ارائه کامل نظریه خود، همواره با کار شدید، مشکلات زیاد، موفقیت و ناکامی‌هایی مواجه است؛ بنابراین باید از ویژگی‌های خاصی برخوردار باشد تا بتواند مسیر طولانی و دشوار نظریه-پردازی را طی کند.

یکی از بهترین فرصت‌ها برای ارائه نظریه‌ها و مدل‌های ساخته‌شده بر اساس رویکرد نظری، طرح آن‌ها در جلسات کرسی‌های «آزاداندیشی، نقد، نظریه‌پردازی و امثال آن» است. این نوع کرسی‌ها یک مناظره جمعی دانشگاهی است که در آن پژوهشگر نتایج تلاش علمی خود را ارائه می‌دهد و از نقدها و داوری‌های متخصصان عالی بهره‌مند می‌شود. آزاداندیشی به معنای ایجاد زمینه و بستری اجتماعی برای رشد و پویایی اندیشه است. کرسی‌های آزاداندیشی می‌توانند از راه‌های مختلفی مانند «جلسات نقد نظریه‌ها، پیشنهادهایی مبنی بر ایجاد تحول در دروس مقاطع مختلف و تغییر معیارهای سنجش و امتحان و امثال آن برای نهضت تولید علم» باشد. در ایران در دی‌ماه ۱۳۸۲ «هیئت حمایت از کرسی‌های نظریه‌پردازی» توسط «شورای عالی انقلاب فرهنگی» تشکیل شد. از اهداف این هیئت، «افزایش رونق و نشاط علمی، ایجاد زمینه ارتقاء، فرهنگ نقد و نوآوری علمی و از همه مهم‌تر سنجش کیفی دستاوردهای علمی و ایجاد بسترهای مناسب برای بهره‌گیری از این دستاوردها» است. انواع کرسی‌های قابل‌اجرای معرفی شده در مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور (جزوه راهنمای فعالیت دانشجویان، اساتید و کارکنان) بر دو نوع کرسی‌های «ترویجی» و «تخصصی» به شرح جدول ۳-۳۷ اشاره کرد.

جدول ۳-۳۷. انواع کرسی‌های ترویجی و تخصصی

ردیف	نوع	انواع	توضیح
۱	ترویجی	عرضه و نقد ایده علمی	هرگونه تلاش نوآورانه، روشمند و منطقی که هدف از آن ارزیابی و سنجش نقاط ضعف و قوت یک نظریه، مکتب، بینش، جریان و ... جهت کمک به اصلاح و بهبود آن باشد.
		مناظره علمی	هرگونه مباحثه رودررو، روشمند و منطقی میان دو صاحب‌نظر که به‌گونه‌ای نقادانه دیدگاه‌ها و نظرات یکدیگر را درباره موضوعی خاص به چالش می‌کشند تا درنهایت دیدگاه برتر به نحو مسالمت‌آمیزی تفوق یابد.
		مسئله محور	حداقل ۵ مباحثه روشمند و منطقی میان دو یا چند نفر متخصص درباره موضوعی واحد با هدف کسب آگاهی از دیدگاه‌های یکدیگر و تبیین ایده و رفع سوءتفاهمات است.
۲	تخصصی	نظریه‌پردازی	ارائه نظریه علمی جدید که محصول مطالعه و پژوهش روشمند و برخوردار از وجاهت و سطح علمی لازم بوده و دارای مبانی، فرضیه و دلایل کافی و ساختار علمی، منطقی و کاربرد مناسب باشد.
		نوآوری	ارائه روشمند هرگونه نظریه، نظر، رویکرد و نقد علمی جدید در سطوح مختلف است. برخی سطوح فراتر از نظر و برخی فراتر از نظریه است.
		نقد	استقراء مستدل، متقن و مستند مجموعه محاسن و معایب یک مکتب، نظریه و نظر یا اثر علمی در مسیر ابطال یا تکمیل آن نظریه با رعایت ادبیات رشته علمی مربوط و منطبق و اخلاق نقد است که از چارچوب نظری و ساختار علمی روشن برخوردار باشد.

در سال‌های اخیر بر برگزاری کرسی‌های نظریه‌پردازی در دانشگاه‌ها و مجامع علمی تأکید بسیاری می‌شود، لذا با آشنایی با این نوع اقدام می‌توان گام‌های مؤثری در راستای نظریه‌پردازی برداشت. کرسی نظریه‌پردازی جلسات دفاع و داوری است که برای قضاوت و ارزیابی مدعاهای جدید تشکیل می‌شود. این کرسی‌ها برای صاحب‌نظران با ادعاهای زیر قابل تشکیل است.

- ادعای ارائه یک نظریه جدید علمی
- ادعای ارائه یک نوآورده جدید و در سطحی پایین‌تر از نظریه
- ادعای نقدی جدید نسبت به نظریه‌ها، علوم و نظرات موجود

در این صورت با رعایت شرایطی، جلسه کرسی نظریه‌پردازی در حضور شورای داوری و کمیته ناقدان قابل تشکیل است. تعداد جلسات برحسب نیاز تعیین خواهد شد. در این جلسات «نظرات، پرسش‌ها، نقدها و دفاع‌ها» تا جایی پیش می‌رود که جمع به‌کفایت مذاکرات علمی برسد. در این هنگام جلسه مجرمانه‌ای برای داوری با حضور اعضای داوران و بدون حضور ناقدان صاحب‌نظر تشکیل و قضاوت صورت می‌گیرد تا در مورد امتیاز نظریه یا نوآورده و یا نقد ارائه‌شده تصمیم گرفته شود. یک نوآورده یا مدعا می‌تواند بین «صفر تا صد» امتیاز کسب کند و حداقل امتیاز «شصت» برای قبول شدن لازم است.

علاوه بر کرسی‌های نظریه‌پردازی، گاه به کلماتی نظیر «کرسی‌های آزاداندیشی، کرسی‌های علمی، کرسی‌های ترویجی و کرسی‌های مناظره» برمی‌خوریم که مفهوم آن با کرسی‌های نظریه‌پردازی متفاوت است.

کرسی‌های آزاداندیشی، نشست‌هایی برای اظهارنظرهای غیرمتعارف افراد در حضور جمع نخبه هستند. در این کرسی‌ها مطالب ارائه‌شده داوری و امتیازدهی نمی‌شود، بلکه مجالی برای ارائه نظرات مخالف و متفاوت با نظرات شایع و رایج است. بنابراین در کرسی‌های آزاداندیشی، شورای داوری و امتیازدهی نهایی وجود ندارد؛ اما کمیته‌های ناقد و ناقدانی برای نقد نظریات فرد وجود دارند. در کرسی نظریه‌پردازی، یک صاحب نظریه ادعای «حرفی جدید، بازکردن یک گره یا توسعه علم» دارد که ممکن است ادعایش در جمع کمیته داوران رد شود. ولی در کرسی‌های آزاداندیشی فرد نمی‌خواهد نظریه جدید بدهد؛ بلکه بر «تکرار موضوعات قبلی»، «مباحثه»، «گفتگو»، «روشن‌سازی، نفی، رد یا اثبات برخی حقایق» تأکید دارد.

کرسی‌های مناظره هم کرسی‌هایی است که دو صاحب‌نظر در تقابل با یکدیگر، به‌مواجهه علمی حضوری می‌پردازند و حرف‌های متفاوتشان را با هم ردوبدل می‌کنند و همدیگر را نقد می‌کنند تا هر کس که توانست، نظریات خودش را به اثبات برساند. البته کرسی‌های مناظره، «هم شورای داوری و هم کمیته ناقدان» دارد.

کرسی‌ها دو نوع علمی و ترویجی هستند. کرسی‌های علمی، مانند «کرسی‌های نظریه‌پردازی» جلساتی برای دفاع و داوری «یک نظر جدید» هستند که در چارچوب فرآیندی مصوب تشکیل می‌شوند و برای ارتقای اعضای هیئت علمی دارای امتیاز است. اما کرسی‌های ترویجی صرفاً جنبه ترویجی دارند و بیشتر برای نشاط علمی و ایجاد فضای باز به‌منظور ارائه نظرات «رقیب و مخالف» تشکیل می‌شوند. شرح وظایف کرسی‌های علمی در جدول ۳-۳۸ معرفی شده است.

جدول ۳-۳۸. شرح وظایف کرسی‌های نظریه‌پردازی

ردیف	شرح وظایف
۱	نظارت بر روند و فرآیند برگزاری جلسات نقد، ارزشیابی دفاع و داوری نظریه‌ها، نظرات و نقدهای علمی
۲	شناسایی و ترغیب و جلب نظر نظریه‌پردازان و نقادان برای بهره‌برداری از فرصت کرسی‌ها
۳	وارسی اجمالی محتوای طرح‌های واصله جهت برگزاری جلسه نقد، ارزشیابی، دفاع و داوری
۴	بررسی و تأیید صلاحیت علمی اعضاء شورای داوری و اعضاء کمیته نقادان پیشنهادی
۵	تعیین داوران و ناقدان صالح برای اجلاس غیر وابسته به دستگاه‌ها، براساس تفویض اختیار شورای علمی دبیرخانه
۶	تعیین رئیس شورای داوری و نماینده هیئت حمایت، در هر یک از جلسات
۷	استماع گزارش برگزاری جلسات و ارزیابی علمی فرآیند آن
۸	پیشنهاد چگونگی حمایت از طرح‌های علمی، در موارد خاص
۹	ارائه مشاوره علمی به دبیرخانه، و مجمع هیئت
۱۰	تهیه و تدوین اولویت‌های علمی حوزه کرسی مربوط

هریک از کرسی‌های علمی دارای ارکانی به شرح جدول ۳-۳۹ است.

جدول ۳-۳۹. ارکان کرسی‌های علمی و نظریه‌پردازی

ردیف	ارکان	وظایف
۱	رئیس	شناسایی و جذب متخصصان، تشکیل و اداره جلسات کرسی، تنظیم اولویت‌های علمی طرح‌های واصله به کرسی
۲	نایب‌رئیس	از اعضای کرسی و دارای صلاحیت علمی لازم که به پیشنهاد رئیس و با تأیید اعضای کرسی می‌تواند در غیاب رئیس به‌جای ایشان حضور پیدا کند.
۳	دبیر	رئیس کرسی را در ایفای وظایف خودیاری می‌کند. دبیر به پیشنهاد رئیس دبیرخانه و توافق با رئیس کرسی انتخاب می‌شود.
۴	کارشناس	مقدمات برگزاری جلسات و تنظیم صورت‌جلسات و کلیه هماهنگی‌های اداری را با هماهنگی رئیس کرسی انجام می‌دهد.
۵	اعضای پیوسته	صاحب‌نظران عضو کرسی‌های علمی که به‌حکم رئیس هیئت تعیین‌شده و حضور اکثریت آن‌ها برای رسمیت جلسه کرسی ضروری است.
۶	اعضای وابسته	صاحب‌نظرانی که حسب مورد به جلسات کرسی علمی دعوت می‌شوند یا در برنامه‌های کرسی همکاری علمی خواهند داشت.

برگزاری کرسی‌های نظریه‌پردازی در همایش‌های علمی یک حوزه، اقدامی مهم و مؤثر در توسعه دانش در حوزه مربوطه است. با این وجود، چنانچه از قبل برنامه‌ریزی مناسبی در برگزاری مؤثر آن صورت نگیرد، درواقع نه تنها تأثیری در غنی‌سازی حوزه علم نخواهد داشت، بلکه می‌تواند پیامدهای نامطلوبی به همراه داشته باشد. لذا مهم است که در تدوین برنامه عملیاتی همایش از مدت‌ها قبل به پیش‌بینی ملزومات برگزاری کرسی علمی توجه شود.

۳-۴-۷. جشنواره‌های علمی

دانشجو می‌تواند در انواع جشنواره‌های معتبر علمی شرکت کند. یکی از این جشنواره‌های معتبر در ایران، «جشنواره بین‌المللی فارابی» است. این جشنواره توسط «وزارت عتف» با همکاری دو سازمان بین‌المللی «یونسکو و آیسسکو» و برخی مراکز مهم علمی و پژوهشی داخلی به‌صورت سالانه برگزار می‌شود و از حداکثر حمایت مراکز پژوهشی-آموزشی فعال در گستره علوم انسانی برخوردار است. جشنواره بنا به تعریف در دو سطح «جوان یا زیر ۳۵ سال» و «بزرگسال» به دریافت، بررسی و انتخاب آثار برگزیده می‌پردازد و از حیث قلمرو جغرافیایی دو حوزه «داخل و خارج یا بین‌الملل» را پوشش می‌دهد. در حوزه داخل کشور، تمامی آثار تولیدشده توسط ایرانیان، فارغ از محل کنونی سکونت و اشتغال، مدنظر است و در حوزه خارج از کشور، تولید آثار پژوهشی افراد بدون تابعیت ایرانی موردتوجه قرار می‌گیرد. موضوع جشنواره، تقدیر از پژوهش‌های حوزه «علوم انسانی و اسلامی» و آثار پژوهشی در قالب‌های مختلف است. پژوهشگر می‌تواند با مراجعه به سامانه جشنواره به نشانی www.farabiaward.ir ابتدا در سایت ثبت‌نام کند و در دوره زمانی مشخص‌شده برای هر سال نسبت به ارسال انواع آثار خود به شرح جدول ۳-۴۰ اقدام کند. این جشنواره اغلب تولیدات سه سال ماقبل سال برگزاری جشنواره را می‌پذیرد.

جدول ۳-۴۰. انواع آثار قابل پذیرش در جشنواره بین‌المللی فارابی

ردیف	نوع اثر
۱	کتاب پژوهشی: در قالب فایل PDF یا ارسال دو نسخه فیزیکی به دبیرخانه همایش
۲	گزارش اختتام یافته پژوهش: در قالب فایل PDF
۳	رساله دکتری: در قالب فایل PDF
۴	پایان‌نامه کارشناسی ارشد: در قالب فایل PDF

بخش داخلی جشنواره دارای پانزده گروه علمی به شرح جدول ۳-۴۱ است که افراد و تولیدات برتر ذیل هر یک از این گروه‌های پانزده‌گانه معرفی خواهند شد.

جدول ۳-۴۱. گروه‌های علمی بخش داخلی جشنواره بین‌المللی فارابی

ردیف	گروه	ردیف	گروه
۱	اخلاق، ادیان و عرفان	۹	علوم قرآنی، تفسیر و حدیث
۲	تاریخ، جغرافیا و باستان‌شناسی	۱۰	فقه و اصول
۳	حقوق	۱۱	فلسفه، منطق و کلام
۴	زبان، ادبیات و زبان‌شناسی	۱۲	فناوری اطلاعات، اطلاع‌رسانی و کتابداری
۵	علوم اجتماعی و علوم ارتباطات	۱۳	مطالعات هنر و زیبایی‌شناسی
۶	علوم اقتصادی، مدیریت و علوم مالی	۱۴	مطالعات انقلاب اسلامی و امام خمینی (ره)
۷	علوم تربیتی، روان‌شناسی و علوم ورزشی	۱۵	مطالعات میان‌رشته‌ای
۸	علوم سیاسی، روابط بین‌الملل و مطالعات منطقه‌ای		



مبانی جستجو برای پژوهش

هدف کلی: آشنایی با مبانی جستجو برای پژوهش

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم جستجو
- آشنایی با انواع الگوهای مرور منابع
- آشنایی با موتورهای جستجو
- آشنایی با انواع پایگاه‌های اطلاعاتی
- آشنایی با نرم‌افزارهای ساماندهی نتایج جستجو

مقدمه

یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های دائمی در طول یک پژوهش «جستجو» است. مفهوم پژوهش به‌نوعی بازیابی همین جستجوها است. در این فصل به مبانی جستجوی مؤثر برای انجام پژوهش پرداخته می‌شود.

۱-۴. مفهوم جستجو

کلمه جستجو ابعاد گسترده‌ای دارد و با رویکردهای مختلفی در ادبیات عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد. منظور از کلمه «جستجو» در حوزه‌های خاص می‌تواند معنایی به شرح جدول ۱-۴ داشته باشد.

جدول ۱-۴. انواع جستجو با توجه به کاربرد در حوزه خاص

ردیف	انواع	توضیح
۱	عمومی	فعالیت جستجو برای رفع نیازهای روزمره یا کارهای رایج مانند جستجوی برای خرید خودرو یا اجاره خانه
۲	شغلی	فعالیت جستجو در حرفه یا مشاغل خاص مانند خبرنگار، پلیس، تاجر و امثال آن
۳	پژوهشی	فعالیت جستجو برای انجام پژوهش

جستجوهای عمومی و ساده، بخشی از فعالیت‌های روزمره زندگی هستند که درنهایت با یک یا چند تلفن یا مشاوره و یا جستجو در فضای مجازی، فرد به نتیجه می‌رسد و بر اساس آن اقدام می‌کند. در جستجوی وابسته به شغل، فرد با عمق بیشتر و در چارچوب‌های اختصاصی شغل، در مواردی به شرح جدول ۲-۴ جستجو می‌کند.

جدول ۲-۴. انواع جستجوهای شغلی

ردیف	انواع	توضیح
۱	تجاری	در پی پاسخ به سؤالاتی چون «مردم چه کالایی را بهتر می‌خرند؟» یا «موقعیت بازار فروش در کجا بهتر است؟»
۲	پلیسی	اقدام کارآگاهان و بازجویان پرونده‌های جنایی و قضایی برای کشف حقیقت یا عامل جرم
۳	روزنامه‌نگاری	تلاش روزنامه‌نگار برای پی‌بردن به حقایق پشت پرده
۴	داستانی	تلاش قصه‌گویان و سناریونویسان و فیلم‌سازان برای جمع‌آوری اطلاعاتی دقیق درباره فضا و زمینه داستان
۵	مدرسه‌ای	کار جستجوی کلاسی که در آن دانش‌آموز مکلف به جستجو درباره موضوعی خاص و ارائه نتایج آن می‌شوند.
۶	دانشگاهی	کار جستجوی کلاسی که در آن دانشجو مکلف به جستجو درباره موضوعی خاص و ارائه نتایج آن می‌شوند.

جستجوی پژوهشی از دو نوع جستجوی قبلی عمیق‌تر و از ساختار و نظام‌مندی اختصاصی‌تری برخوردار است. مهم‌ترین تفاوت‌های جستجوهای پژوهشی با جستجوهای غیرپژوهشی را می‌توان در جدول ۳-۴ مرور کرد.

جدول ۳-۴. مهم‌ترین تفاوت‌های بین جستجوی پژوهشی و غیرپژوهشی (عمومی و شغلی)

جستجوی پژوهشی	ردیف	جستجوی غیرپژوهشی
برای جمع‌آوری داده، تحلیل و نتیجه‌گیری پژوهشی	۱	برای رسیدن به پاسخ و کاربرد
الزام به رعایت اصالت و اعتبار منابع	۲	نداشتن الزام به رعایت اصالت و اعتبار منابع
الزام به استناد و منبع‌نویسی	۳	الزامی نبودن استناد و منبع‌نویسی
الزام جستجوی مبانی نظری و پیشینه پژوهش	۴	الزامی نبودن جستجوی مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بنابراین جستجو برای پژوهش یک امر کاملاً تخصصی و دارای ویژگی‌هایی به شرح جدول ۴-۴ است.

جدول ۴-۴. مهم‌ترین ویژگی‌های جستجو برای پژوهش

ردیف	ویژگی‌ها
۱	با اضافه شدن پیشوند «Re» به کلمه «Search» یا جستجو، کلمه «Research» یا پژوهش شکل می‌گیرد.
۲	اقدامی برای پیدا کردن هدفمند چیزی خاص و امری پیوسته در طول هر پژوهش
۳	لزوم جستجو از انتخاب موضوع تا پایان پژوهش
۴	جستجو در مشکلات و تلاش برای تبدیل آن به مسئله و عینی کردن آن و معرفی عنوان پژوهش
۵	جستجو برای تکمیل پروپوزال در منابعی چون «کتابخانه‌ها، پایگاه‌های اطلاعاتی، گوگل اسکولار، علم‌نت و امثال آن‌ها»
۶	جستجو برای شناسایی «کلیدواژه‌ها یا کلمات کلیدی مناسب جستجو» مانند جستجو با انواع کلیدواژه درباره یک موضوع
۷	جستجوی در ادبیات پیشینه و مبانی نظری برای «انتخاب موضوع، بیان مسئله، شناسایی ضرورت پژوهش، انتخاب سؤال پژوهش، ارزیابی مطالعات، امکان مقایسه و ارائه تحلیل و تفسیر برای یافته‌ها و امثال آن»
۸	جستجو در ابعاد مبانی نظری و ادبیات پیشینه برای بیان فرضیه یا حدس منطقی

پژوهشگر برای تبدیل «مشکل به مسئله» یا «محدود و عینی کردن آن» باید جستجو کند. این کار با جستجوی ادبیات پیشینه و مبانی نظری است. جستجوی ادبیات پیشینه بر شناسایی و سازمان‌دهی نظام‌مند «یافته‌های پژوهشی قبلی در رابطه با موضوع موردبررسی» تأکید دارد. این امر به «تفسیر ایده‌ها» و شناسایی «نواقص و فرصت‌ها» کمک می‌کند (گریوال، کاتاریا و داوان، ۲۰۱۶)^۱. به‌طور خلاصه پژوهش‌های قبلی نظام‌مند شده به طراحی یک پژوهش جدید یا تکمیل آن کمک می‌کند. برای انجام جستجوی مؤثر باید محورهای به شرح جدول ۴-۵ را خوب شناخت و به‌درستی از آن‌ها استفاده کرد.

جدول ۴-۵. انواع محورهای کلیدی در فرایند جستجو با رویکرد پژوهش

ردیف	انواع	توضیح
۱	مرور منابع	شناخت و کاربرد مؤثر انواع مطالعات مروری با رویکرد تکمیل ظرفیت‌های پژوهش
۲	ابزارهای جستجو	شناخت و کاربرد انواع ابزارهای جستجوی منابع مانند موتورهای جستجو
۳	ساماندهی اطلاعات	شناخت و کاربرد انواع ابزارها و شیوه‌های ساماندهی اطلاعات حاصل از جستجو

۴-۲. انواع منابع برای جستجو

برای جستجو و جمع‌آوری اطلاعات مربوط به مبانی نظری و ادبیات پیشینه، می‌توان از منابعی به شرح جدول ۴-۶ استفاده کرد.

جدول ۴-۶. انواع منابع قابل استفاده برای ادبیات پیشینه

ردیف	منابع	توضیحات
۱	مقاله	با تأکید بر مقالات پژوهشی
۲	پایان نامه ها و رساله ها	با تأکید بر رساله ها و سپس پایان نامه های مرتبط
۳	گزارش های پژوهشی	مرتبط به سازمان های خاص مانند وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
۴	کتاب مجموعه مقالات همایش ها	استفاده از کتاب حاوی تمام مقالات ارائه شده در یک همایش
۵	کتاب	با تأکید بر کتب تخصصی
۶	رسانه های جمعی معتبر	با تأکید بر رسانه های رسمی
۷	افراد صاحب نظر	دیدگاه های مطرح شده توسط صاحب نظران در مجامع معتبر
۸	اسناد دولتی	اسناد مجاز و قابل انتشار دولتی
۹	گزارش های منتشر نشده	پژوهش ها یا اسنادی که هنوز به طور رسمی منتشر نشده اند.
۱۰	اینترنت	با تأکید بر سایت های معتبر و اختصاصی سازمانی

اغلب این منابع را می توان در مراکزی چون «کتابخانه، اینترنت، سازمان های مورد بررسی، دانشگاه ها، مراکز پژوهشی و به ویژه پایگاه های داده» یافت. برای جستجوی مؤثر در کتابخانه باید با محل قرار گرفتن منابع متنوع، مقررات حاکم و دیگر منابع اطلاعاتی آشنا بود یا از کتابداران کمک گرفت.

مقاله دارای انواع مختلف «پژوهشی، انتقادی، مروری و مطبوعاتی» هستند و بهترین آن ها برای انجام کارهای پژوهشی مرتبط و نزدیک به عنوان منتخب است. مقالات پژوهشی به عنوان گزارشی فشرده از پژوهش جامع، در سریع ترین زمان ممکن اطلاعاتی اساسی را فراهم می کنند. بسیاری از اساتید راهنما، قبل از تأیید عنوان پایان نامه از شما می خواهند حداقل ۳ تا ۵ مقاله جدید نزدیک به کار خود را شناسایی و سپس با ارائه آن ها عنوان خود را قطعی کنید. برای افرادی که در کار پژوهش یا موضوع مورد بررسی تازه وارد شده اند، توصیه هایی به شرح جدول ۴-۷ وجود دارد.

جدول ۴-۷. توصیه برای جستجو و مرور مقالات و کتاب ها در شروع پژوهش

ردیف	توصیه ها
۱	جستجو و مرور مقالات و کتاب های با پیچیدگی کمتر
۲	تأکید بر جستجو و مطالعه مقاله های مروری، خلاصه های دارای تفسیرهای کامل از یک موضوع هستند
۳	تأکید بر جستجوی نمونه کارهای افراد متخصص در حوزه مورد مطالعه حتی مصاحبه های مطبوعاتی آن ها (به دلیل زبان ساده تر)
۴	تأکید بر جستجو و مرور در فهرست منابع مقاله های مروری به عنوانی فهرستی مناسب از منابع برای مراجعه
۵	تأکید بر جستجو و مرور پایان نامه ها، رساله ها و گزارش های پژوهشی مرتبط
۶	تأکید بر همایش های تخصصی مرتبط با موضوع و مرور خلاصه تحقیقات ارائه شده در آن ها (ترجیحاً حضور در همایش)
۷	تأکید بر کتاب های مرتبط با موضوع با توجه به «نویسنده، درجه تحصیلی و سوابق آموزشی و پژوهشی او»

کتاب ها دید وسیعی از عنوان و توصیف پژوهش فراهم می کند، اما اغلب تأکید عمیق بر موضوع خاص ندارند و بیشتر حالت کلی هستند. در برخی حوزه ها مانند فناوری اطلاعات و ارتباطات، خیلی زود از رده خارج می شوند. لذا با توجه به موضوع مورد بررسی باید به تاریخ انتشار یا ویراست کتاب توجه داشت.

گاهی می‌توان برای تکمیل اطلاعات از اخبار خبرگزاری‌ها، مطبوعات، رادیو و تلویزیون نیز استفاده کرد. اگر بتوان اخبار یا اطلاعاتی را به نقل از رسانه‌های رسمی و معتبر اعلام کرد، می‌توان آن را در فهرست منابع جای داد. بسیاری از تغییرات، تحولات و اخبار اجتماعی و مدیریتی از طریق این منابع اعلام می‌شود. در مواردی نظرات کارشناسان و افراد صاحب‌نظر در یک حوزه خاص، می‌تواند به‌عنوان یک منبع مورد استفاده قرار گیرد. هر چه قدر فرد از مرتبه علمی، تخصصی و اجرایی مرتبط بالاتری برخوردار باشد، ارزش نظرات بیشتر است. فضای نامحدود اینترنت نیز اغلب مورد استفاده قرار می‌گیرد اما با توجه به امکان حضور همگانی و ارائه اطلاعات بدون محدودیت باید دقت و مهارت مناسبی برای تشخیص اطلاعات مفید و معتبر داشت. مبدأ وب‌سایت‌ها با اصطلاحات انتها یا پسوند آدرس‌های اینترنتی به شرح جدول ۴-۸ مشخص می‌شود.

جدول ۴-۸. پسوندهای آدرس‌های اینترنتی و اهمیت آن‌ها در جستجو

ردیف	پسوند	توضیح
۱	.com	نشانه تجاری بودن و لزوم داشتن احتیاط بیشتر در جستجو و استفاده از محتوای این آدرس‌ها
۲	.org	نشانه سازمانی غیرانتفاعی بودن
۳	.edu	نشانه سازمانی آموزشی بودن
۴	.gov	نشانه سازمان دولتی بودن

درمجموع اینترنت راه سریع و آسان برای دسترسی به اطلاعات است اما پژوهشگران باید قبل از استفاده از این اطلاعات باید از اعتبار آن‌ها مطمئن شوند.

۴-۳. فرایند کلی انجام جستجو

در اجرای ساده یک جستجوی پژوهشی مرحله‌ای به شرح جدول ۴-۹ وجود دارد (گریوال، کاتاریا و داوان، ۲۰۱۶).

جدول ۴-۹. مراحل اجرای ساده جستجو برای پژوهش

ردیف	مراحل
۱	شناسایی و انتخاب کلمات کلیدی از عنوان و پرسش کلی پژوهش با تأکید بر انواع معادل‌های احتمالی فارسی و انگلیسی
۲	استفاده از «کلمات کلیدی» برای جستجوی منابع در چندین پایگاه داده مناسب و در ادامه ارزیابی، ثبت، مرور و بازنگری نتایج
۳	ساماندهی نتایج جستجو

در بسیاری از پایگاه‌های داده‌ها، منابع را می‌توان به دو شکل «رایگان و پولی» دریافت کرد که پژوهشگر با توجه به شرایط خود باید نسبت به دریافت آن‌ها اقدام کند. در سطوح پیشرفته پژوهشگر باید برای جستجوهای خود در ابتدای کار یک «طرح جستجو» را مشخص کند.

۴-۴. انواع الگوها در طراحی جستجو

پژوهشگران حرفه‌ای فعالیت جستجو را به‌عنوان بخش کلیدی در طول پژوهش تا حد یک روش ارتقاء می‌دهند. یکی از رویکردهای طراحی جستجو تأکید بر مرور منابع است. جستجو و مرور منابع روش‌های مختلفی دارد که با توجه به شرایط پژوهش می‌توان روش مناسب را انتخاب کرد. ازجمله روش‌های جستجو با رویکرد مطالعات مروری می‌توان

به انواع مرورهای «روایی، نظام‌مند، محدودده‌ای، فراتحلیل، واقع‌بینانه و فراترکیب»^۱ به شرح جدول ۴-۱۰ اشاره کرد. از روش‌های «مرور روایی یا مرور ادبیات پیشینه و مرور محدودده‌ای» می‌توان برای تهیه «عنوان»، «پروپوزال» و «فصل دوم پایان‌نامه یا رساله» استفاده کرد.

جدول ۴-۱۰. انواع روش‌های جستجو با رویکرد مطالعات مروری

ردیف	انواع	توضیح
۱	مرور روایی	جستجو و مرور ادبیات پیشینه با تهیه خلاصه‌ای از موارد کلیدی درباره موضوع موردبررسی
۲	مرور نظام‌مند	جستجو و تحلیل مطالعات با معیارهای مشخص و به تعبیری «مطالعه مطالعات»
۳	مرور محدودده‌ای	جستجو و جمع‌آوری سریع موضوعات کلیدی در حوزه خاص مطالعاتی و تعیین محدوده کلی آن
۴	فراتحلیل	جستجوی یافته‌های پژوهشی کمی و ترکیب نتایج تا رسیدن به یک یافته درباره موضوع موردبررسی
۵	فراترکیب	جستجوی یافته‌های پژوهشی کیفی و ترکیب نتایج تا رسیدن به یک یافته درباره موضوع موردبررسی
۶	مرور واقع‌بینانه	جستجو و مرور واقع‌گرایانه سازوکارهای چگونگی و چرایی مداخلات پیچیده محیطی در نتایج
۷	مرور نقشه‌ای	جستجوی ادبیات برای طبقه‌بندی و ایجاد ساختار در زمینه موردبررسی
۸	مرور پیشینه	جستجوی ادبیات پیشینه در یک حوزه خاص

در جستجو و مرور نظام‌مند، مقاله‌های چندگانه‌ای درباره یک موضوع به‌شکلی نظام‌مند موردبررسی قرار می‌گیرد. برای نمونه پژوهشگری ممکن است قصد پژوهش درباره موضوع «نقش رسانه در رفتار خرید» داشته باشد. او نیاز به تعیین سؤالی درباره موضوع دارد تا بر اساس آن همه اسناد علمی را برای یافتن مقالات مرتبط را بیابد و بخواند. در ادامه او نتیجه هر مقاله و کیفیت آن مقاله را مورد ارزیابی قرار خواهد داد. اگر این مرور نظام‌مند دربرگیرنده تمامی مقالات پیشین درباره موضوع باشد می‌توان گفت که «مرور نظام‌مند» به‌عنوان نوع سطح بالایی از مستندات علمی صورت گرفته است. در مواردی این اقدام ممکن است به شکل فراتحلیل و در مواردی فراترکیب یا شکلی ساده‌تر از آن‌ها باشد.

در جستجو و مرور ادبیات پژوهش ضمن مرور پژوهش‌های انجام‌شده در یک حوزه خاص می‌توان محتوای شناسایی‌شده را به ترتیب زمانی و برای استقرار در بخشی با عنوان ادبیات پیشینه در فصل دوم پایان‌نامه یا رساله سازمان‌دهی کرد. بررسی پیشینه پژوهش، مطالعه گذشته پژوهش و نگاهی است به آنچه دیگران در آن زمینه یا با موضوعات مشابه انجام داده‌اند. در بررسی پیشینه، پژوهشگر می‌خواهد بداند دیگران در این باره «چه کرده‌اند، تا کجا پیشرفته‌اند و چگونه کار کرده‌اند»، تا او نیز کار خود را در راستا و ادامه تلاش‌های پیشین قرار دهد و در ضمن از روش‌ها و نتایج آن تلاش‌ها در حل مسئله خود استفاده کند. اگر دیگران مسئله پژوهشگر را پیشتر حل کرده باشند، پرداختن به چنین پژوهشی کار بیهوده‌ای خواهد بود. اما «در صورت وجود مسئله حل‌نشده» یا «نداشتن روش قابل قبول»، می‌توان برای حل آن با روش مقبول، دست‌به‌کار شد. تعریف مسئله به بررسی بهتر پیشینه و متقابلاً بررسی پیشینه به شناخت بهتر مسئله کمک می‌کند. این دو تأثیر متقابل در یکدیگر دارند. در ابتدا پژوهشگر باید با مطالعه اکتشافی، شناخت نسبی از مسئله و مفاهیم مرتبط با آن به دست آورد و سپس با بررسی پیشینه شناخت خود را کامل‌تر کند. چه‌بسا با کامل‌تر شدن شناخت نسبت به مسئله، بتواند منابع جدیدی برای پیشینه به‌دست آورد که با مطالعه آن

1. Narrative, Systematic, Scoping, Meta analysis, Realist and Meta synthesis

منابع نیز می‌تواند به شناخت دقیق‌تر مسئله دست یابد. مرور نوشتارها و پیشینه پژوهش نوعی بررسی تحلیلی و انتقادی آثار صاحب‌نظران و پژوهشگران در یک موضوع خاص است. طی آن پژوهشگر، متون و آثار موجود در زمینه پژوهش را شناسایی و بر اساس یک الگو و با توجه به هدف پژوهش، آن‌ها را «بررسی، تحلیل و نقد» می‌کند تا در راستای پژوهش استفاده کند. مرور نوشتارها مطالعه‌ای است که ضمن خلاصه کردن پژوهش‌های پیشین، آن‌ها را ارزیابی و ارتباط آن‌ها را با یکدیگر و با پژوهش موردنظر مشخص می‌کند. تحقق هدف‌های هر پژوهش به میزان زیادی به کیفیت پیشینه پژوهش، یعنی مرور تحلیلی و انتقادی آثار و پژوهش‌های موجود بستگی دارد (مهری و فتاحی، ۱۳۹۰). در شرایط «فقدان دسترسی به داده‌های کافی» استفاده از «مرور روایی یا نقلی» مفید است که در آن پژوهشگر با تأکید بر انعکاس نتیجه یا نظرات موجود در منابع، از اعلام نظر شخصی پرهیز می‌کند. اما در شرایط «وجود داده‌های کافی» می‌توان با «مرور نظام‌مند» شواهد را به‌دقت بررسی و ارزیابی کرد. مرور نظام‌مند به سؤالات «جزئی‌تر با رویکرد کمی و عینی» و مرور روایی به سؤالات «باز و وسیع با رویکرد کیفی و ذهنی» می‌پردازد. در مرور روایی نتیجه‌گیری بر اساس «تعداد مطالعات موافق و مخالف» است اما در مرور نظام‌مند با «شناسایی دقیق، منظم و برنامه‌ریزی شده تمام مطالعات مرتبط» نتیجه‌گیری می‌شود. از جستجو با روش «مرور روایی» می‌توان با شناسایی تفاوت‌های بین مطالعات اصلی و کمک گرفتن از شواهد پژوهشی ناهمخوان به تقویت «بیان مسئله» و «مقدمه فصل یک پایان‌نامه یا رساله» پرداخت (ملبوس‌باف و عزیزی، ۱۳۸۹). این کار با «شناسایی چگونگی پاسخ به مسئله»، «تشریح متغیرهای درون مسئله»، «مقایسه مطالعات با یکدیگر» و «توضیح و ساماندهی مطالب پیرامون یک موضوع خاص» در مرور روایی صورت می‌گیرد. در جستجو با «مرورهای نظام‌مند» می‌توان دسته‌بندی‌هایی از نتایج جستجو بر اساس «نوع پژوهش‌ها، زمان آن‌ها و نوع سؤالات» انجام داد. با این دسته‌بندی پژوهشگر می‌تواند به تقویت پروپوزال و در ادامه فصول پایان‌نامه از ابعاد مختلف بپردازد.

برای جستجوی مؤثر باید اصلاحات یا مفاهیم کلیدی را از سؤال پژوهش انتخاب کرد. بهتر است که هر مفهوم به‌طور جداگانه برای جستجو استفاده شود و در صورت نیاز آن‌ها را ترکیب کرد. در جستجو به روش مطالعات مروری باید مواردی چون «محدوده مرور و ارزیابی مطالعات از نظر مرتبط بودن» را موردتوجه قرار داد. جستجو باید برای تشخیص محورهای مشخصی مانند «عنوان، جامعه و نتایج» در مطالعات باشد. پژوهشگر باید ضمن جستجو در انواع پایگاه‌های داده به شناسایی و ارزیابی مطالعات مرتبط بپردازد. برای جمع‌آوری مؤثر اطلاعات و دانش حاصل از جستجو می‌توان از سؤالاتی به شرح جدول ۴-۱۱ استفاده کرد.

جدول ۴-۱۱. سؤالات جستجوگرانه برای جمع‌آوری مؤثر اطلاعات و دانش از ادبیات پیشینه

ردیف	سؤالات	داده‌های مهم برای گردآوری
۱	چه مبانی نظری دارد؟	جمع‌آوری مبانی نظری مرتبط با پژوهش
۲	چه نتایجی دارد؟	جمع‌آوری نتایج مرتبط با پژوهش
۳	چه روش پژوهش دارد؟	جمع‌آوری اطلاعات درباره روش‌های پژوهش مورداستفاده
۴	چه جامعه و نمونه‌ای بررسی شده؟	جمع‌آوری اطلاعات درباره جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری
۵	از چه ابزاری استفاده شده؟	جمع‌آوری اطلاعات درباره ابزارها و روایی و پایایی آن‌ها
۶	روش تجزیه و تحلیل داده‌ها؟	جمع‌آوری اطلاعات مربوط به روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌های کمی یا کیفی
۷	چه یافته‌های مشخصی دارد؟	جمع‌آوری مهم‌ترین یافته‌های مرتبط با پژوهش برای ثبت در بخش ادبیات پیشینه
۸	چه نتیجه‌گیری مشخصی دارد؟	جمع‌آوری مهم‌ترین نتیجه‌گیری مرتبط با پژوهش برای ثبت در ادبیات پیشینه
۹	پیشنهاد کاربردی مشخص؟	جمع‌آوری مهم‌ترین پیشنهاد کاربردی و مرتبط با پژوهش برای ثبت در ادبیات پیشینه
۱۰	پیشنهاد پژوهشی مشخص؟	جمع‌آوری بهترین پیشنهاد پژوهشی برای تشخیص چالش و تهیه عنوان پژوهش

برای ارزیابی نتایج جستجو می‌توان آن‌ها را در جدولی مانند جدول نمونه ۴-۱۲ ساماندهی و مقایسه کرد.

جدول ۴-۱۲. جدول نمونه برای ارزیابی نتایج جستجو با رویکرد مرور

ردیف	محورها	مطالعه ۱	مطالعه ۲	مطالعه ۳	مطالعه ۴	مطالعه ۵
۱	عنوان					
۲	نویسنده					
۳	سال					
۴	روش پژوهش					
۵	جامعه و نمونه					
۶	ابزار جمع‌آوری داده					
۷	روش تحلیل داده‌ها					
۸	مهم‌ترین یافته					

حال با نتایج جمع‌آوری شده در جدول نمونه و مقایسه و ارزیابی اطلاعات به دست آمده در یک یا چند محور، می‌توان یکی از سه وضعیت جدول ۴-۱۳ را تشخیص داد.

جدول ۴-۱۳. انواع وضعیت‌های حاصل از مرور مطالعات در مقایسه و ارزیابی آن‌ها

ردیف	انواع	توضیح
۱	مطالعات مشابه	در این حالت اگر مطالعات در ۵ سال اخیر همه کاملاً مشابه باشند، سؤال پژوهش به بازنگری نیاز دارد.
۲	مطالعات نزدیک	در این حالت شرایط برای تشخیص خلأهای موجود و نیاز پژوهش فعلی مناسب است.
۳	مطالعات نامرتب	در این حالت مطالعه مرتبطی یافت نشده و لذا به جستجوهای بیشتری نیاز است.

پس از شناسایی وضعیت مطالعات می‌توان آن‌ها را در دودسته «مرتبط و غیر مرتبط» تقسیم کرد و از منابع مرتبط برای «پیشینه، مطالعه بالقوه یا مرور» استفاده کرد.

برای «مرور نظام‌مند نتایج» باید با غربالگری از میان ۵۰ مطالعه مرتبط، مطالعات مناسب را با معیارهای مشخص جدا کرد. اگر مطالعه‌ای یافت نشد باید مطالعه را بر اساس «سال، جمعیت، متغیرها و روش پژوهش» محدود کرد. در ادامه و بر اساس نتایج حاصل از جستجو و مرور مطالعاتی باید به «بررسی امکان‌پذیر بودن موضوع برای پژوهش» بر

اساس عواملی چون «زمان، محدوده، مطالعات» پرداخت. بر اساس این گام پژوهشگر درباره باقی بودن یا تغییر سؤال پژوهش یا دیگر معیارها تصمیم خواهد گرفت (کوک، مولرو و هاینس، ۱۹۹۷؛ آرکسی و امالی، ۲۰۰۵؛ گلازیو، ۲۰۰۱).^۱

۴-۵. موتورهای جستجو

استفاده مؤثر از موتورهای جستجو نیاز به مهارت‌های خاصی دارد که نخستین گام در این امر، شناخت دقیق موتورهای جستجوی مورد استفاده است. اگر رکوردها یا نتایج برای جستجوی یک کلمه یا عبارت خاص، هیچ بود باید نکاتی به شرح جدول ۴-۱۴ را مورد توجه قرار داد.

جدول ۴-۱۴. نکاتی برای بهبود نتایج حاصل از جستجوی یک کلمه یا عبارت

ردیف	نکته	توضیح
۱	کاهش عبارت	حذف یک یا چند کلمه از عبارت
۲	افزایش عبارت	اضافه کردن یک یا چند کلمه
۳	استفاده از معادل	استفاده از معادل‌های عمومی‌تر یا مترادف‌ها برای کلمات منتخب
۴	استفاده از پیشنهادها	استفاده از جایگزین‌های پیشنهادی موتور جستجو
۵	رویکرد ترکیبی	مانند And با کلمه پیشنهادی برای اضافه شدن یا Not برای نبودن آن کلمه پیشنهادی در جستجو
۶	توجه به نگارش	مانند «فرایند یا فرآیند»، «باتری یا باطری» یا گاهی املای غلط مانند «داشمندان به‌جای دانشمندان»
۷	جمع یا مفرد بودن	مانند «دانشجو یا دانشجویان»، «مرد یا مردان» و امثال آنکه می‌تواند نتایج جدیدی داشته باشد.

موتور جستجوی گوگل، یکی از پرکاربردترین موتورهای جستجو است که با شناخت انواع نشانه‌های کاربردی یا عملگرهای این موتور به شرح جدول ۴-۱۵ می‌توان به شکل مؤثرتری با آن جستجو کرد.

1. Cook, Mulrow, Haynes, Arksey, O'Malley, Glasziou

جدول ۴-۱۵. انواع دستورات عملگر برای جستجوی مؤثر در موتور جستجوی گوگل

ردیف	انواع	توضیح
۱	" "	قراردادن کلمه یا عبارت بین این دو نشانه باعث جستجوی عین عبارت خواهد شد.
۲	OR	قراردادن آن بین دو کلمه مانند «تهران OR طهران» باعث جستجو برای هر دو شکل خواه بود.
۳	-	قراردادن آن بین دو کلمه مانند «تهران-طهران» باعث جستجوی تهران منهای شکل طهران آن خواهد بود.
۴	*	برای تکمیل بخش ناشناخته عبارت مانند «ادب* دارد» که با جستجو نتیجه «ادب آداب دارد» ظاهر می شود. اگر با کلمه ای باشد، اشکال دیگر کلمه مانند «جمع، مفرد، اسم، صفت و..» را پوشش می دهد (مانند جستجوی کلمه education با* و بازایی کلماتی دیگر چون educator, educational, educat)
۵	در سایت	بعد از کلمه موردنظر، سایتی می آید تا تمام محتوای سایت موردنظر برای آن کلمه جستجو شود.
۶	Filetype	با «روش پژوهش Filetype: PDF» تمام فایل های مرتبط با روش پژوهش و فرمت «پی دی اف» جستجو می شود.
۷	Intitle	با «تاریخ ایران»: Intitle تمام صفحات با عنوان «تاریخ ایران» جستجو می شود.
۸	Define	با define: research کلمه پژوهش را برای شما تعریف می کند.
۹	weather	با تهران: weather انواع گزارش از آب و هوای تهران جستجو و گزارش داده می شود.
۱۰	Time	با time Tehran انواع گزارش از زمان مربوط به تهران جستجو و گزارش داده می شود.
۱۱	Map	با تهران map انواع گزارش از نقشه مربوط به تهران جستجو و گزارش داده می شود.
۱۲	In	با قرار دان آن بین دو واحد اندازه گیری یا مالی می توان معادل آن را به دست آورد.
۱۳	؟	بازایی یک حرف به جای علامت ؟ مانند جستجوی Student? و بازایی منابع با Students
۱۴	> , < , =	استفاده در عبارات عددی مانند جستجوی مقاله های منتشر شده در سال خاص، یا سال های قبل یا بعد آن

۴-۶. انواع پایگاه های اطلاعاتی داندود «مقاله، کتاب و پایان نامه»

بانک اطلاعاتی اغلب مترادف پایگاه اطلاعاتی به کار می رود اما در برخی موارد از اصطلاح بانک اطلاعاتی به منظور مشخص کردن مجموعه های «غیر کتاب شناختی» و «داده های عددی» هم استفاده می شود. پایگاه اطلاعاتی مجموعه ای از رکوردهای ذخیره شده در رایانه با یک روش اصولی مثل یک برنامه رایانه ای است که می تواند به سؤالات کاربر پاسخ دهد. بنابراین پایگاه اطلاعاتی به جستجوگر کمک می کند تا اطلاعات مورد نیاز خود را در اسرع وقت و با دقت زیاد به دست آورد. پایگاه اطلاعات می تواند شامل محتواهای «متنی، عددی، صوتی، تصویری یا ترکیبی از آنها» باشد. پایگاه های اطلاعاتی را می توان برحسب داده به دودسته «مرجع» و «منبع» تقسیم کرد. «مرجع» فرد را برای کسب اطلاعات بیشتر به منبع دیگر ارجاع می دهد و شامل جزئیات اصلی کتاب شناختی مانند «کتاب، مقاله و دیگر موارد مشابه» است. اما «منبع» شامل تمامی اطلاعات مورد نیاز از یک مدرک است و برخلاف مرجع نیاز به ارجاع ندارد (فراهانی، راسخ و اسلامی، ۱۳۹۷).

پایگاه اطلاعات یکی از منابع اصلی جستجوی مقاله است. پایگاه های اطلاعاتی متعددی به شرح جدول ۴-۱۶ وجود دارد که می توان به کمک آنها به داندود انواع مقاله و از جمله مقاله های رایگان پرداخت.

جدول ۴-۱۶. انواع پایگاه‌های اطلاعاتی برای دانلود رایگان مقاله

ردیف	انواع	توضیح
۱	پرتال جامع علوم انسانی	به نشانی www.ensani.ir با امکان جستجوی مقالات
۲	مرکز اطلاعات جهاد دانشگاهی	یا SID و به نشانی www.SID.ir با امکان جستجو و دسترسی به مقالات دانشگاهی
۳	علم نت	به نشانی elmnet.ir و جستجوگری فارسی با رویکردی شبیه گوگل اسکولار
۴	مایکروسافت آکادمیک	به نشانی academic.microsoft.com با امکان جستجوی منابع فارسی و لاتین
۵	پرسمان دانشجویی	به نشانی porsemani.ir با امکان سؤال و جواب و دسترسی به اطلاعات تولیدشده
۶	حوزه نت	به نشانی hawzah.net از حوزه علمیه و با امکان دسترسی به اطلاعات موجود تولیدشده
۷	گوگل اسکولار	به نشانی scholar.google.com با امکان جستجوی پیشرفته اسناد علمی
۸	پایگاه دوآج	به نشانی www.doaj.org با امکان جستجوی پیشرفته از موضوعات دانشگاهی
۹	اس اس آر ان	به نشانی www.ssrn.com با امکان جستجوی پیشرفته از منابع علمی
۱۰	جی استور	به نشانی www.JSTOR.org با امکان جستجوی در میلیون‌ها کتاب و مقاله علمی
۱۱	سایت سی‌یر ایکس	به نشانی citeseerx.ist.psu.edu با امکان جستجو در مقالات موجود
۱۲	پایگاه اسکریپ	به نشانی www.scrip.org با امکان جستجوی مقالات و نمایش ضریب تأثیر آن‌ها
۱۳	او ای لایب	به نشانی www.oailib.com با امکان جستجوی ساده و پیشرفته
۱۴	آراکسیو	به نشانی www.arxiv.org با امکان جستجوی واژه‌ای و موضوعی
۱۵	اریک	به نشانی eric.ed.gov با امکان جستجو در خصوص انواع موضوعات حوزه آموزش
۱۶	پاب‌مد	به نشانی www.ncbi.ac.uk با امکان جستجو در موضوعات پیرامون پزشکی
۱۷	پایگاه کور	به نشانی www.core.ac.uk با امکان جستجو در موضوعات علمی
۱۸	پایگاه داده الزویر	به نشانی https://www.elsevier.com با امکان جستجو در موضوعات علمی

۴-۶-۱. گوگل اسکولار

از پرکاربردترین پایگاه داده‌ها که از طریق نشانی «scholar.google.com» وارد آن در محیطی به شکل ۴-۱ خواهند شد.

☰ My profile ★ My library

Google Scholar

☒ Articles ☐ Case law

شکل ۴-۱. محیط شروع به کار گوگل اسکولار

در قسمت سمت چپ و بالای این محیط، نشانه سه خط، فهرست منوی این محیط را نشان می‌دهد که با کلیک بر روی آن محیطی به شکل ۴-۲ نمایان خواهد شد.



شکل ۴-۲. بازکردن منوی گوگل اسکولار

هر یک از موارد دارای ویژگی‌هایی به شرح جدول ۴-۱۷ هستند.

جدول ۴-۱۷. انواع کارکردهای گزینه‌های گوگل اسکولار

ردیف	انواع	توضیح
۱	My profile	حساب کاربری شما با امکان در اختیار گذاشتن رزومه خود برای دیگران
۲	My library	به‌مثابه کتابخانه دیجیتال شما برای ذخیره مقاله‌ها و کتاب‌های موردنظرتان و مطالعه آن‌ها
۳	Alerts	ارائه موضوعات موردعلاقه و درخواست اطلاع‌رسانی از آخرین تولیدات به جیمیل شما
۴	Metrics	ارائه اطلاعات مربوط به انواع دسته‌بندی و رتبه‌بندی نشریات علمی در سطح جهان
۵	Advanced search	امکان انجام جستجوی پیشرفته و پیدا کردن نیازها با دقت بیشتر

در زیر هر یک از منابع پدیدار شده حاصل از جستجو، می‌توان گزینه‌های قابل انتخابی به شرح جدول ۴-۱۸ دید.

دید.

جدول ۴-۱۸. انواع گزینه‌های قابل انتخاب در مقاله‌های شناسایی شده در گوگل اسکولار

ردیف	انواع	توضیح
۱	☆	با کلیک روی ستاره و پررنگ شدن آن، مقاله یا کتاب وارد کتابخانه دیجیتال شما در گوگل می‌شود.
۲	📄	با انتخاب آن می‌توان مقاله موردنظر را به سبک‌های مختلفی مانند و نکوور و با انتخاب یکی از نرم‌افزارها در ردیف زیر آن مانند اندنوت، در متن و محیط ورود به‌صورت خودکار استناددهی کرد.
۳	Cited by 43	نمایشگر تعداد مورد استناد قرار گرفتن مقاله
۴	Related articles	امکان معرفی مقالات مرتبط با آن

۴-۶-۲. الزویر

در لوگوی «الزویر» پیرمردی در حال چیدن انگور از یک تاک پیچیده به دور یک درخت نارون است. در بخش دیگر تصویر نوشته‌ای بر «تنها نه» اشاره دارد. این تصویر نشانگر رابطه ناشر و پژوهشگر است که در آن «درخت نارون» نماد ناشر به‌عنوان ستونی مستحکم برای «تاک» به‌عنوان نماد پژوهشگر است تا بتواند «میوه یا علم» تولید کند (شکل ۴-۳).





شکل ۴-۳. لوگوی الزویر

برای جستجو در الزویر اگر کاربر عضو باشد با نام کاربری و رمز عبور خود وارد می‌شود؛ در غیر این صورت باید با انتخاب لینک ثبت‌نام و تکمیل فرم عضویت، موضوعات مورد علاقه خود را هم مشخص کند. در ادامه از طریق لینک **Remove Favorite Journals and Book Series** می‌توان به فهرست نشریات با امکان حذف و اضافه کردن آن‌ها دسترسی پیدا کرد. در روش جستجوی سریع می‌توان «کلمه یا عبارت» را در کادر جستجو وارد کرد تا بازایی در تمام فیلدهای «عنوان، چکیده، کلیدواژه‌ها و نویسندگان» صورت گیرد. در جستجوی مقدماتی پژوهشگر می‌تواند با انتخاب-های خود در محیط اولیه آن به شکل ۴-۴ جستجوی خود را انجام دهد. او می‌تواند منابع جستجوی خود را به مجلات، کتاب‌ها و پایگاه‌های چکیده یا دوره زمانی خاص محدود کند. برای نمونه می‌توان با محدوده سال ۲۰۰۵ تا امروز روی کلمه **Search** کلیک کرد. روش‌های دستیابی به متن مقاله‌ها به شکل‌های «چکیده مقاله»، «چکیده مقاله همراه با منابع»، «خلاصه‌ای از چکیده، رئوس مطالب، تصاویر، جداول و منابع» یا متن کامل باشد.

شکل ۴-۴. محیط جستجوی مقدماتی در الزویر

با انتخاب بخش Advanced در سمت راست کادر، امکان دسترسی به صفحه جستجوی پیشرفته به شکل ۴-۵ فراهم می‌شود. در این محیط می‌توان با استفاده از عملگرها جستجوی دقیق‌تری انجام داد.

شکل ۴-۵. صفحه جستجوی پیشرفته

۴-۷. روش‌های دسترسی به منابع علمی رایگان به زبان انگلیسی

در صورت فقدان امکان پرداخت پول حق عضویت یا خرید برای «مقاله، کتاب یا پایان‌نامه» شناسایی شده در این مکان، می‌توان با استفاده از لینک یا شناسه دیجیتال (DOI)^۱ منبع موردنظر و کپی و جستجوی آن در یکی از پایگاه‌ها به شرح جدول ۴-۱۹ با احتمال بیشتری به آن دسترسی آزاد پیدا کرد. در این پایگاه‌ها با قرار دادن نشانی لینک یا DOI مقالات و دیگر منابع و دستور جستجو زمینه اتصال به انواع پایگاه‌ها و شناسایی محل‌های دسترسی رایگان به آن مقالات فراهم می‌شود (قربانی، حسن‌زاده، ۱۳۹۷).

جدول ۴-۱۹. انواع پایگاه داده برای دسترسی رایگان به مقالات شناسایی شده

ردیف	انواع	توضیح
۱	سای هاب	با نشانی Sci-hub.tw و در صورت هک شدن با نشانی‌های «Sci-hub.hk»، «www.sci-hub.la»، «sci-hub.tv»
۲	فری پیپر	به نشانی freepaper.me
۳	ایران پیپر	به نشانی iranpaper.ir
۴	پیپر دانلودر	به نشانی paperdownloader.com
۵	پیپر هاب	به نشانی Paperhub.ir

در زبان فارسی پایگاهی برای دانلود رایگان پایان‌نامه وجود ندارد. البته برخی از وب‌سایت‌های فارسی در برخی رشته‌های دانشگاهی، پایان‌نامه‌هایی را با رویکردی اغلب تجاری، برای دانلود در سایت خود قرار می‌دهند.

۱. شناساگر موارد دیجیتالی یا DOI سرنام عبارت Digital Object Identifier است که شامل مجموعه‌ای از اعداد و گاهی حروف و علامت‌هایی است که به هر نوع منبع دیجیتالی اختصاص می‌یابد. این شاخص از دو بخش «کد ناشر» در ابتدا و «کد سند» در قسمت بعدی آن است که با علامت (/) از هم جدا می‌شوند.

پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران با نام اختصاری «ایرانداک» و به نشانی «<https://irandoc.ac.ir>» خدمات مختلفی را در این عرصه و در سامانه‌هایی به شرح جدول ۴-۲۰ ارائه می‌دهد.

جدول ۴-۲۰. انواع سامانه‌های ایرانداک برای ارائه خدمت جستجو به پژوهشگران

ردیف	انواع	توضیح
۱	پایگاه اطلاعات گنج	دسترسی بدون محدودیت و رایگان به اطلاعات کتاب‌شناختی و ۱۵ تا ۲۰ صفحه نخست پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها در نشانی و امکان جست‌وجو آگاهی از پیشینه پژوهش خود
۲	سامانه پیشینه پژوهش	امکان سفارش بررسی تخصصی پیشینه پژوهش توسط کارشناسان متخصص ایرانداک و ارائه پاسخ نتیجه در یک نامه رسمی به نشانی الکترونیکی در قبال پرداخت هزینه
۳	سامانه همانندجو	امکان سفارش تعیین میزان همانندی یا مشابهت محتوای پروپوزال، پایان‌نامه و رساله به صورت تخصصی و ارائه آن در قبال پرداخت هزینه
۴	سامانه پرسشنامه‌ساز (پرسا)	امکان دسترسی به انواع پرسشنامه‌ها، ساخت و توزیع پرسشنامه
۵	اصلاح‌نامه‌های علمی و فنی	امکان جستجو در گنجینه‌ای از واژه‌ها با نظم الفبایی در هر یک از حوزه‌های تخصصی مانند جامعه‌شناسی
۶	پژوهشکار	منبعی برای یادگیری پژوهش و دستیابی به منابع و نمونه‌های مرتبط با کارشان
۷	فهرست‌های مستند نام‌های ایرانداک	امکان جستجوی مستندات نام‌ها در حوزه‌های موضوعی مشاهیر و پدیدآوران، نام جغرافیایی، نام کتاب‌ها، نام نمایشنامه‌ها، و ...
۸	واژه‌نامه	امکان جستجوی کلمه یا عبارت انگلیسی در انواع واژه‌نامه‌های تخصصی مانند فرهنگستان ادب فارسی، کتابداری و امثال آن
۹	شیوه‌نامه ایران	راهنمای استناد به منابع فارسی و انگلیسی
۱۰	راهنمای نگارش پایان‌نامه و رساله	ارائه الگو و راهنمای نگارش بخش‌های مختلف در پایان‌نامه و رساله
۱۱	پایگاه زنی Zednee	پایگاه تمام متن ۱۰۰ میلیون مدرک علمی رایگان
۱۲	سامانه مصورسازی پژوهش (مپ)	امکان جستجو و نمایش فراوانی انجام پژوهش در استان، شهرستان یا شهر خاص در یک نقشه جغرافیایی
۱۳	دروازه اطلاعات علمی، پژوهشی و فناوریانه ایران (در)	دروازه‌های اطلاعات جایی هستند که در آن‌ها منابع اینترنتی بر پایه کیفیت و محتوا «گزینش»، فهرست‌نویسی و رده‌بندی می‌شوند. امکان جستجوی بسیار گسترده‌تر از فهرستی از پیوندهای اینترنتی و خدمات اطلاع‌رسانی از پیوندهای اینترنتی به پایگاه‌های وب و اطلاعات با کیفیت
۱۴	نما	جستجوی جایگاه علم، فناوری و نوآوری در ایران از جمله پژوهشگران، نشریه‌های علمی، مؤسسه‌ها و کشور ...
۱۵	دانش ایران (دا)	مشارکت ایرانیان در دانش جهان
۱۶	سامانه شاخص	سامانه منابع اطلاعات شاخص‌های پایش و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری (شاخص) با امکان جستجوی منابع اطلاعات داخلی شاخص‌ها مانند کتاب، مقاله، پایان‌نامه، رساله، گزارش دولتی، سند ملی، و طرح‌های پژوهشی
۱۷	کتاب‌های دیجیتال ایرانداک	دسترسی به انواع کتاب‌های دیجیتال
۱۸	رویدادهای علمی	امکان اطلاع از انواع رویدادهای علمی ایرانداک

سامانه پیشینه پژوهش برای بررسی یکتایی موضوع پایان‌نامه/ رساله و پیش از نگارش پیشنهاد (پروپوزال) آن‌ها انجام می‌شود. ولی سامانه همانندجو پس از نگارش پیشنهاد یا پایان‌نامه/ رساله برای بررسی همانندی آن‌ها با

پیشنهادها و پایان‌نامه‌ها/ رساله‌های دیگر به کار می‌رود. همانند جو پس از دریافت یک نوشته، با جست‌وجوی خودکار در تمام متن مدارک ایرانداک، بخش‌های همانند آن نوشته را در پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها و منابع دیگر نشان می‌دهد و با کلیک روی هر بخش، کاربر را به نشانی منابع همانند هدایت می‌کند. بخش‌های همانند یک نوشته با هر مدرک، با یک رنگ جداگانه نشان داده می‌شوند. منابع همانند نیز با همان رنگ در راست صفحه دیده و اندازه همانندی با آن‌ها هم در همان جا و با همان رنگ نشان داده می‌شود. رنگ‌های گوناگون تنها نشان‌دهنده منابع گوناگون هستند و اندازه همانندی را نشان نمی‌دهند. بسیاری از دانشگاه‌های دارای همکاری با ایرانداک، امکان دسترسی به متن پایان‌نامه‌ها را برای دانشجویان خود فراهم می‌کنند. بنابراین علاوه بر امکانات دسترسی شخصی افراد با عضویت و ثبت‌نام در سامانه‌های مختلف، اغلب دانشجویان دانشگاه‌های مشترک این مرکز در محیط دانشگاه به منابع آن دسترسی خواهند داشت.

۴-۸. دسترسی به کتاب‌های الکترونیک موردنیاز

برای دسترسی به کتاب‌های موردنیاز، علاوه بر کتابخانه دانشگاه، می‌توان از ظرفیت «نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور» با بیش از سی‌وشش میلیون منبع اطلاعاتی از جمله کتاب، استفاده کرد. دانشجویان می‌توانند با عضویت در یک کتابخانه به صورت سراسری، از دریافت امانی کتاب در تمامی کتابخانه‌های عمومی کشور بهره‌مند شوند. برای این منظور می‌توان با مراجعه به سایت این نهاد به نشانی www.samanpl.ir و در قسمت «جستجوی کتاب»، استان، شهر و نام کتابخانه موردنظر را انتخاب و سپس «کلیدواژه یا کتاب موردنظر را» جستجو کرد. در میان نتایج جستجو، باید کتاب‌های موردنظر را انتخاب و «شماره رده کتاب» را نوشته و با مراجعه به کتابخانه و ارائه آن، کتاب را دریافت کرد. همچنین سایت «لیب» به نشانی lib.ir یا سایت «کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران» به نشانی www.nla.ir از دیگر فرصت‌هایی هستند که دانشجویان با مراجعه به آن‌ها می‌توانند برای شناسایی کتاب موردنیاز و احتمالاً کتابخانه‌های دارنده از آن‌ها استفاده کنند (قربانی و حسن‌زاده، ۱۳۹۷). در کنار موارد ارائه‌شده برخی سایت‌ها به شرح جدول ۴-۲۱ امکان دسترسی به کتاب‌های رایگان را فراهم می‌کنند. البته برخی از آن‌ها به هر دو صورت رایگان و با پرداخت حق اشتراک خدمات دسترسی به انواع کتاب الکترونیک را برای فراهم می‌کنند.

جدول ۴-۲۱. انواع سایت‌ها برای دسترسی رایگان به کتاب

ردیف	انواع	توضیح
۱	کتابخانه الکترونیکی امید ایران	به نشانی www.irebooks.com با دسترسی به کتاب‌های گویا و الکترونیکی
۲	پارس تک	به نشانی www.parstech.org
۳	دانلودبوک	به نشانی www.downloadbook.org
۴	بوک اس سی	به نشانی www.booksc.org با بیش از ۵۰ میلیون کتاب و مقاله و امکان دانلود تنها ۳ کتاب در روز که در صورت مسدود بودن، می‌توان با ایمیل support@bookmail.org آدرس جدید را خواست.
۵	نپ	به نشانی www.nap.edu که قبل از استفاده باید در آن عضو شد.
۶	گوگل بوکس	به نشانی books.google.com
۷	گوتنبرگ	به نشانی www.gutenberg.org
۸	جنسیس	به نشانی gen.lib.rus.ec
۹	دیجی لایبراریز	به نشانی digilibraries.com
۱۰	بوک ریکس	به نشانی www.bookrix.com

جستجوگر گوگل بوکس با ورود از نشانی books.google.com در محیطی به شکل ۴-۶ فعال می‌شود.



Search the world's most comprehensive index of full-text books.

[My library](#)

شکل ۴-۶. محیط جستجوی گوگل بوکس (موتور جستجوی کتاب در گوگل)

در این موتور جستجو می‌توان عنوان موردبررسی خود را نوشت و کتاب‌های مرتبط با آن را جستجو کرد. همچنین می‌توان «عنوان کتاب یا نویسنده خاصی» را جستجو کرد. کتاب‌های با امکان دانلود رایگان حاصل از این جستجوها را می‌توان با گزینه my library به کتابخانه دیجیتال معرفی شده در گوگل اسکولار، منتقل کرد.

۴-۹. جستجو و شناسایی نشریات معتبر و نامعتبر

سطح اعتبار علمی نشریات کارکردهای مختلفی در تأمین اهداف کاربرانی چون «دانشجویان، اعضای هیئت علمی و پژوهشگران» به شرح جدول ۴-۲۲ دارد.

جدول ۴-۲۲. ملاحظات انتخاب نشریات معتبر و متناسب با اهداف

ردیف	موارد	توضیح
۱	دانشجوی دکتری	تأکید بر انتخاب نشریه با اعتبار لازم برای مجوز دفاع از رساله و فارغ‌التحصیلی با توجه به ملاحظات آئین‌نامه‌های آموزش دکتری و ضوابط خاص درون‌دانشگاهی
۲	دانشجوی کارشناسی ارشد	تأکید بر انتخاب نشریه با اعتبار لازم برای «کسب نمرات تکمیلی پایان‌نامه» یا «کسب امتیاز برای مرحله مصاحبه دکتری» با توجه به آئین‌ها و ضوابط خاص درون‌دانشگاهی
۳	اعضای علمی	تأکید بر انتخاب نشریه با اعتبار لازم برای «کسب امتیاز علمی» با توجه به آئین‌نامه ارتقاء اعضای هیئت علمی و ضوابط خاص درون‌دانشگاهی

نشریات معتبر علمی را می‌توان به دو گروه «نشریات داخلی دارای مجوز وزارتین»^۱ و «نشریات دارای نمایه‌های استنادی بین‌المللی»^۲ به شرح جدول ۴-۲۳ تقسیم کرد.

جدول ۴-۲۳. انواع نشریات معتبر داخلی و بین‌المللی

ردیف	موارد	توضیح
۱	نشریات داخلی دارای مجوز وزارتین	الف) نشریات علمی معتبر دارای مجوز وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ب) نشریات علمی معتبر دارای مجوز وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی
۲	نشریات دارای نمایه‌های بین‌المللی	الف) وب آو ساینس یا Web of Science با نام اختصاری WoS که در زیرمجموعه آن مجلاتی که صاحب ضریب تأثیر می‌شود به فهرست «جی سی آر» یا «Journal Citation Report» با نام اختصاری JCR وارد می‌شوند (مجلات ISI) ب) اسکوپوس یا Scopus

در کنار موارد اشاره با برخی نشریات دیگر با محدوده اعتباری خاص به شرح جدول ۴-۲۴ وجود دارند.

جدول ۴-۲۴. سایر نشریات علمی با سطح اعتباری محدود

ردیف	موارد	توضیح
۱	پایگاه استنادی علوم جهان اسلام یا ISC	نمایه اختصاصی نشریات کشورهای اسلامی که تنها موارد برخوردار از «فهرست نشریات معتبر وزارتین» یا «نشریات دارای نمایه‌های بین‌المللی» دارای اعتباری مانند مجوز دفاع از رساله دکتری دارند.
۲	نمایه‌های تخصصی بین‌المللی ^۳	هم‌سطح نمایه‌های استنادی بین‌المللی نیستند و در صورت برخورداری هم‌زمان از «نمایه استنادی بین‌المللی» از اعتبار بهره‌مندی از مواردی چون مجوز دفاع رساله دکتری برخوردار می‌شوند.

به هر میزان که نشریه منتشرکننده مقاله نویسنده دارای اعتبار علمی بالاتری باشد، به همان میزان اعتبار مقاله و نویسنده آن بالا می‌رود و مقاله تعداد خواننده و استنادات بیشتری پیدا خواهد کرد. برای شناخت مجلات معتبر علمی و ارزیابی کیفیت آن‌ها راه‌های مختلفی وجود دارد. یکی از راه‌های ارزیابی مجلات علمی بین‌المللی «نمایه شدن» توسط پایگاه‌های نمایه‌سازی معتبری چون «اسکوپوس، ISI و امثال آن است.

۴-۹-۱. نشریات علمی معتبر وزارتین

این نشریات را به راحتی می‌توان در تارنمای رسمی دو دستگاه مورد اشاره دریافت کرد.

۱. منظور نشریات معتبر دارای دو وزارتخانه «علوم، تحقیقات و فناوری» و «بهداشت، درمان و آموزش پزشکی» است.

2. International Citation Indexes

3. International Special Indexes

۴-۹-۱-۱. فهرست نشریات علمی معتبر وزارت عتف: در تارنمای دفتر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به نشانی «<https://rppc.msrt.ir/fa/download/category/208>» قابل دسترسی است. در آخرین فهرست این نشریات مربوط به سال ۱۳۹۸ به دو نوع نشریه «علمی-پژوهشی» و «علمی-ترویجی» با درجات اعتباری اشاره می‌شود. مجوز «دفاع از رساله دکتری» بر اساس آیین‌نامه آموزشی دوره دکتری، تنها با چاپ مقاله در نشریات با اعتبار «علمی-پژوهشی» است. همچنین در آیین‌نامه ارتقا و فرم مخصوص آن در ماده «۳-۱» مربوط به مقالات چاپ یا پذیرش شده در نشریات با اعتبار «علمی-پژوهشی» با سقف امتیازات بالا و بدون محدودیت در نظر گرفته شده است. این در حالی است که مقالات در نشریات با اعتبار «علمی-ترویجی» در ماده «۳-۳» با امتیازی بسیار کمتر و سقف امتیازی مشخص، قابل محاسبه است. از سال ۱۳۹۸ بنابر ابلاغ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، همه نشریات با عنوان کلی «علمی» و پس از ارزیابی کمیسیون نشریات بر اساس امتیاز کسب شده از ارزیابی‌ها مورد توجه قرار خواهند گرفت. به این ترتیب پس از اعلام نتایج ارزیابی و رتبه‌بندی نشریات، فرصت کسب امتیاز به گونه دیگری خواهد بود که بنا بر اصلاح آیین‌نامه‌های مورداشاره، مورد استناد قرار خواهند گرفت. نتایج این ارزیابی‌ها و اصلاح آیین‌نامه‌های مربوطه تا پایان ویراست هفدهم کتاب در تیرماه ۱۳۹۹ صورت نگرفته است.

۴-۹-۱-۲. فهرست نشریات علمی معتبر وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی: در تارنمای بانک اطلاعات نشریات علوم پزشکی کشور به نشانی «<https://journals.research.ac.ir>» قابل دسترسی است.

۴-۹-۲. نشریات دارای نمایه‌های بین‌المللی

۴-۹-۲-۱. مجلات نمایه شده در وب آو ساینس یا «WoS» (مجلات ISI): به دلیل تغییرات متعددی که در سال‌های اخیر در صاحبان این مؤسسه ایجاد شده چالش‌های در اسامی و معرفی اینگونه مجلات وجود دارد که باعث شده تا اغلب آن را با همان نام «آی اس آی» بشناسند. این نام برگرفته از عنوان اولیه مؤسسه یعنی «مجموعه مؤسسه اطلاعات علمی^۱ یا به اختصار ISI» است. مؤسسه اطلاعات علمی یا ISI با تمرکز روی علم‌سنجی و نمایه‌سازی مستندات علمی در سال ۱۹۶۰ توسط «یوجین گارفیلد»^۲ تأسیس شد. در سال ۱۹۹۲ این مؤسسه توسط مؤسسه علمی «تامسون روترز»^۳ خریداری و به عنوان «تامسون آی اس آی»^۴ شناخته شد و در ادامه خود را «تامپسون علمی»^۵ معرفی کرد. «تامسون روترز» در سال ۲۰۱۶ امتیاز این مؤسسه را به چند شرکت سهامدار خصوصی فروخت. از سال ۲۰۱۶ این مؤسسه بانام «کلاریتیو آنالیتیک»^۶ کار خود را دنبال کرد و در سال ۲۰۱۹ با ادغام به یک مؤسسه سرمایه‌گذاری و عنوان «کلاریتیو» محصولات و خدماتی به شرح جدول ۴-۲۵ را ارائه می‌دهد.

1. Institute for Scientific Information (ISI)
2. Eugene Garfield
3. Thomson Reuters
4. Thomson ISI
5. Thomson Scientific
6. Clarivate Analytics

جدول ۴-۲۵. انواع محصولات و خدمات شرکت کلاریتو

ردیف	انواع	توضیح
۱	Web of Science Group	ارائه‌دهنده محصول و خدمات حرفه‌ای به پژوهشگران، دانشگاه‌ها، مؤسسات پژوهشی دولت و خصوصی و ناشران از جمله «پلتفرم وب آو ساینس»، «اندنوت»، «جی‌سی‌آر»، «پابلون» و امثال آن اشاره کرد.
۲	Cortellis	مجموعه‌ای از اطلاعات مربوط به علوم زندگی برای تصمیم‌گیری در چرخه تولید دارو و دستگاه‌ها
۳	Derwent	محصولات و خدمات بانک اطلاعاتی مورد استفاده برای جستجو و تجزیه و تحلیل اختراعات ثبت شده
۴	CompuMark	خدمات اطلاعاتی ارائه شده برای ارزیابی مارک یا علائم تجاری جدید و نظارت بر علائم تجاری موجود
۵	MarkMonitor	نرم افزار و خدمات اختصاصی برای ثبت و مدیریت اوراق بهادار نام دامنه و محافظت از نام تجاری آنلاین
۶	Techstreet	استانداردهای صنعت مهندسی، کدها و ابزارهای مدیریتی برای سازگاری با راه‌حل‌های الکترونیکی و چاپی

وب آو ساینس یا «WoS» وب‌سایتی است که دسترسی مبتنی بر اشتراک به چندین پایگاه داده و اطلاعات مربوط به استناددهی به مقالات، نشریات و پژوهشگران را به شکلی جامع فراهم می‌کند. این پایگاه مبتنی بر استناد در علم به عنوان ارتباط بین اقلام پژوهشی مشابه مانند مقالات مجلات، همایش‌ها، چکیده‌ها، و غیره است. همان‌طور که در جدول دیده می‌شود یکی از خدمات «گروه وب آو ساینس»، ارائه گزارش سالانه از مجلات مورد استناد واقع شده و ضریب تأثیر به دست آمده از آن است. «جی‌سی‌آر یا JCR» به صورت سالانه، فهرست نشریات دارای اعتبار نمایه شده و میزان ضریب تأثیر آن‌ها را اعلام می‌کند. این پایگاه به دلیل سخت‌گیری‌های بیشتری که در نمایه کردن مجلات دارد، از نظر کیفی در سطح بالاتری از سایر نمایه‌ها قرار می‌گیرد. به همین دلیل برخی دانشگاه‌ها در رابطه با نشریات بین‌المللی، تنها مجلات موجود در فهرست «جی‌سی‌آر» را برای صدور مجوز دفاع از رساله به رسمیت می‌شناسند.

۴-۲-۹-۲. **فهرست نشریات نمایه شده در اسکوپوس:** پایگاه اسکوپوس به نشانی «www.scopus.com» به صورت سالانه مجلات علمی را مورد ارزیابی قرار می‌دهد و لیست مجلات خود را به روز می‌کند. اسکوپوس یک نمایه استنادی مربوط به «الزویر»^۱ و در علوم مختلف مانند «علوم زیستی، علوم اجتماعی، فیزیک و شیمی» است. اسکوپوس شامل سه بخش کلی «مجلات، نشریات دانشگاهی و کتاب‌ها» می‌شود. اغلب نشریات معتبر علمی در هر دو پایگاه «اسکوپوس» و «جی‌سی‌آر» نمایه می‌شوند. این پایگاه از رقبای جدی مؤسسه «کلاریتو» است. برای اطمینان از وجود عنوان یک نشریه در فهرست مجلات اسکوپوس، می‌توان از برخی سایت‌ها مانند سایت ژورنال هاب استفاده کرد و با وارد کردن شماره ISSN مجله مدنظر در کادر مشاهده شده، وارد صفحه اطلاعات مجله شد.

۴-۹-۳. پایگاه استنادی علوم جهان اسلام یا ISC

این پایگاه از سال ۲۰۰۸ و با تأکید بر همکاری دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی کشورهای اسلامی تأسیس شد. از سال ۱۳۸۷ شورای گسترش آموزش عالی در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری این پایگاه را عنوان یک مؤسسه پژوهشی مستقل به رسمیت شناخت. هم‌اکنون کلیه کشورهای اسلامی امکان بهره‌برداری از انواع خدمات ISC به شرح جدول ۴-۲۷ را خواهند داشت.

جدول ۴-۲۷. انواع خدمات پایگاه استنادی علوم جهان اسلام یا ISC به کشورهای اسلامی

ردیف	انواع خدمات
۱	«نمایه‌سازی نشریات معتبر» کلیه کشورهای اسلامی در تمام حوزه‌های موضوعی و به زبان‌های مختلف برای ایجاد یک شبکه علمی در جهان اسلام
۲	ارزیابی مستمر نشریات با هدف ارتقاء شبکه علمی کشورهای اسلامی
۳	پایش مستمر جایگاه علمی کشورهای مختلف دنیا و به‌خصوص کشورهای اسلامی به‌منظور اطلاع از شکاف‌ها و نقاط قوت و ضعف کشورهای اسلامی در حوزه‌های مختلف علمی
۴	رتبه‌بندی و ارزیابی دانشگاه‌های دنیا، کشورهای اسلامی و نیز کشور بر اساس شاخص‌های مصوب
۵	تهیه گزارش‌های مختلف در حوزه علم و فناوری کشورها و نیز دانشگاه‌های کشورهای اسلامی و برگزاری کارگاه‌های ارتقاء اثربخشی پژوهش در دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی

۴-۹-۴. شناسایی نشریات نامعتبر و تقلبی

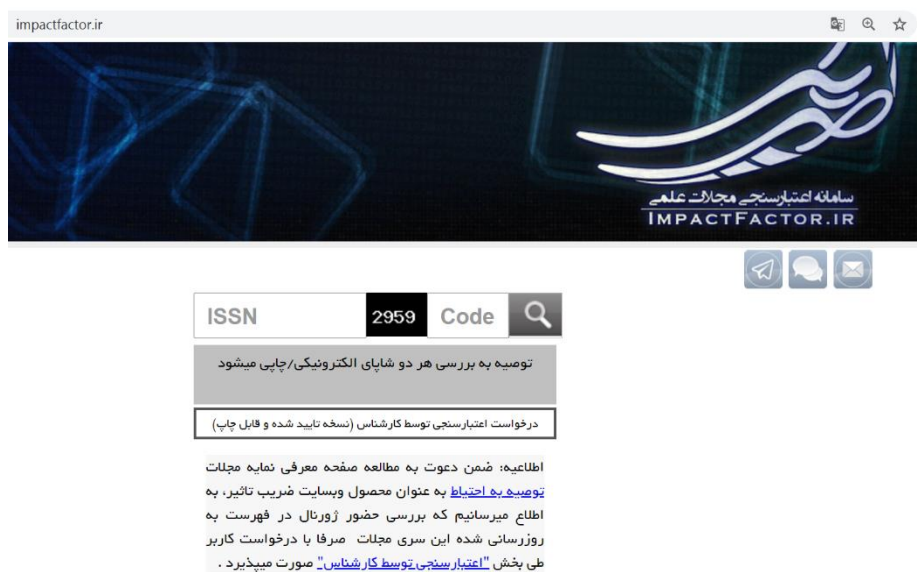
مقاله تولید علمی پژوهشگر است که در صورت چاپ در یک نشریه دارای اعتبار علمی می‌تواند باعث هویت و اعتبار پژوهشگر و سازمان او باشد. چاپ مقاله در نشریات نامعتبر به اعتبار اساتید و خود دانشجو، لطامات جبران‌ناپذیری وارد می‌کند. با توجه به تأکید بر چاپ مقاله در نشریات پژوهشی برای کسب مجوز دفاع دانشجوی دکتری و ارتقاء اساتید دانشگاهی، متأسفانه برخی سودجویان به روش‌های مختلفی اقدام همچون مواردی به شرح جدول ۴-۲۸ اشاره کرد. این چالش بیشتر برای نشریات نمایه شده بین‌المللی دیده می‌شود.

جدول ۴-۲۸. انواع مجلات نامعتبر

ردیف	انواع	توضیح
۱	مجلات فهرست سیاه ^۱	نشریاتی که از دیدگاه دستگاه‌های رسمی مانند «وزارت علوم، تحقیقات و فناوری»، «وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی» و «دانشگاه‌های کشور» رسماً نامعتبر اعلام می‌شوند.
۲	مجلات جعلی یا هابچک ^۲	مجلات با وبسایت‌های کپی یا جعلی از روی مجلات معتبر که از عنوان، ISSN و سایر اطلاعات شناسنامه‌ای مجلات معتبر و با هدف دریافت و چاپ مقالات به‌صورت آنلاین و در قبال دریافت هزینه
۳	مجلات یا ناشرین یغماگر ^۳	بدون فرایند داوری علمی و دقیق و فقط با دریافت هزینه مقاله را پذیرش و چاپ می‌کنند. این امر باعث کاهش کیفیت در ازای کسب منافع مالی می‌شود.

برای شناسایی اعتبار مجلات داخلی و بین‌المللی و چگونگی نمایه شدن آن در پایگاه‌های مختلف و ضریب تأثیر تعیین‌شده برای آن می‌توان به سامانه اعتبارسنجی مجلات علمی با نشانی الکترونیکی <http://impactfactor.ir> مراجعه و شماره ISSN نشریه را درج کرد (شکل ۴-۷).

1. Black list Journal
2. Fake & hijacked Journals
3. Predatory Journals/Publishers



شکل ۴-۷. صفحه ورود سامانه اعتبار سنجی مجلات علمی impactfactor.ir

پس از ورود کدمعرفی شده در کادر جستجو می‌توان وضعیت نمایه و اعتبار مجله را دید. برای نمونه با شماره ISSN یک نشریه اطلاعاتی به شرح شکل ۴-۸ نمایش داده می‌شود.

نتایج بررسی برای ژورنال با شناسه ۲۴۷۶۵۹۸۸		
Muğallāt-i Mudīriyyat-i Bihbūd Va Tahavvul		
در تاریخ ۵ تیر ۱۳۹۹		
در فهرست مجلات داخلی مورد تایید وزارت علوم یافت شد		
نام مجله	صاحب امتیاز	نوع نشریه
مطالعات مدیریت بهبود و تحول	دانشگاه علامه طباطبائی	علمی-پژوهشی
در فهرست سیاه وزارتین و دانشگاه آزاد اسلامی یافت نشد		
در فهرست ژورنال های هایجک شده یافت نشد		
در فهرست مجلات نمایه شده ICR یافت نشد		
در فهرست مجلات نمایه شده Master Journal List یافت نشد		
در فهرست مجلات نمایه شده Scopus یافت نشد		
در فهرست مجلات نمایه شده DOAJ دسترسی آزاد یافت نشد		
در فهرست مجلات نمایه شده MedLine یا PMC یافت نشد		
در فهرست مجلات نمایه شده ISC یافت نشد		
ارسال دیدگاه		
جهت دریافت پاسخ، ایمیل خود را در انتهای پیام وارد نمایید		
ارسال		
درخواست اعتبارسنجی توسط کارشناس (نسخه تایید شده و قابل چاپ)		

شکل ۴-۸. نتایج بررسی وضعیت اعتبار و نمایه‌های یک نشریه در گزارش سامانه اعتبارسنجی مجلات علمی در جدول ۴-۲۹ انواع موارد نمایش داده شده در شکل ۴-۸ به ترتیب از بالا به پایین توضیح داده می‌شود. در هریک از ردیف‌ها در صورت وجود «یافت شد» در انتهای جمله گزارش‌های تکمیلی نمایش داده می‌شود و در صورت وجود «یافت نشد» به فهرست نشریات مورد اشاره نبودن تأکید دارد.

جدول ۴-۲۹. انواع اطلاعات درباره نشریات قابل نمایش در سامانه اعتبارسنجی مجلات

ردیف	انواع	توضیح
۱	تأیید وزارتین	نشان دهنده مورد تأیید بودن وزارتین و نوع نشریه و صاحب امتیاز آن
۲	فهرست سیاه	نبودن نشریه در این فهرست مربوط به وزارتین و دانشگاهها مثبت است.
۳	فهرست هایجک	نبودن نشریه در این فهرست مربوط به وزارتین و دانشگاهها مثبت است.
۴	نمایه JCR	در این فهرست بودن حکایت از درجه اعتبار بالای نشریه دارد.
۵	Master Journal List	فهرست نشریات متقاضی و در نوبت قرارگرفته برای نمایه شدن در مؤسسه تامسون رويترز
۶	Scopus	از بزرگترین پایگاههای استنادی با محوریت الزویر و رقیب WOS (ISI سابق)
۷	DOAJ ^۱	راهنمای مجلات با دسترسی آزاد به نشانی « http://doaj.org » با تعداد زیادی از مجلات رایگان در حوزههای مختلف علوم و اغلب به زبان انگلیسی و امکان جستجو و مرور در مجلات و مقالات
۸	PubMed	مهمترین پایگاه دادههای آزاد با دیتابیس مدلاین و حاوی اطلاعات بیولوگرافی پژوهشی برای تمام رشتههای علوم پزشکی و زیستشناسی با امکان دسترسی رایگان
۹	ISC	نمایه شده در پایگاه استنادی کشورهای اسلامی

برای تشخیص نمایه بودن یک نشریه سامانههای اعتبارسنجی می توان از راهبردهایی به شرح جدول ۴-۳۰ استفاده کرد.

جدول ۴-۳۰. راهبردهایی برای تشخیص نمایه بودن یک نشریه در سامانههای مرتبط

ردیف	توضیح
۱	واردکردن نام نشریه در گوگل مانند: "Sport Management Review"
۲	واردکردن ISSN مجله در گوگل به این شکل: "ISSN: 1441-3523"
۳	استفاده از موتورهای جستجویی مانند http://impactfactor.ir

بعد از اطمینان از وضعیت نمایه مجلات به ویژه در خصوص مجلات بین المللی باید در هنگام ورود و بارگذاری روی تارنمای اختصاصی نشریه از جعلی و تقلبی نبودن با اقداماتی به شرح جدول ۴-۳۱ مطمئن شد.

جدول ۴-۳۱. انواع اقدامات برای شناسایی نشریات جعلی و تقلبی

ردیف	اقدام	توضیح
۱	جستجو	جستجوی عنوان مجله در گوگل یا به صورت ساده اسم نشریه با hijacked +
۲	ثبت دامنه	زمان ثبت دامنه اغلب این وبسایتها جدید و حداکثر یک تا دو ساله (در سایت http://whois.com)
۳	واکنش نشریه	عدم داوری و مطالبه سریع هزینه چاپ (مجلات معتبر اغلب بدون کامنت داوری پذیرش نمی دهند).
۴	ظاهر تمپلیت	اغلب دارای تمپلیت های آماده خریداری و دارای چند گزینه ساده مانند آرشیو و تماس با ما
۵	بررسی آرشیو	مجله ISI دارای ضریب تأثیر اغلب دارای سابقه و آرشیوی از مقالات گذشته
۶	محتوای آرشیو	جستجوی عناوین مقالات آرشیوی و اطمینان از چاپ نشدن مقالات در مجلات دیگر
۷	کنترل ادیتور	جستجو با نام ادیتور و مطابقت ایمیل ادیتور با ایمیل معرفی شده در دانشگاهش (اغلب ایمیل غیردانشگاهی)
۸	کنترل نشانی	کنترل حرف به حرف نشانی سایت برای عدم تغییر و مشابه سازی و کنترل با لینک در سایت های معتبر دیگر
۹	دادن ایمیل	استفاده از ایمیل به جای بارگذاری مقاله روی سایت
۱۰	مشورت	مشورت با اساتید دارای سابقه چاپ مقاله در مجلات معتبر و مشابه

اغلب این مجلات بعد از مدتی با شکایت صاحبان اصلی مجله، بسته خواهد شد و هزینه‌های دانشجوی و پژوهشگر از بین خواهد رفت و از آن بدتر، اعتبار او و سازمانش خدشه‌دار می‌شود. علاوه بر نشریات تقلبی، پژوهشگران باید مراقب نشریات یغماگر هم باشند زیرا آن‌ها هم به اعتبار پژوهشگر و سازمانش لطمه می‌زنند. برخی از ویژگی‌های مشترک را می‌توان در قالب یک فهرست کنترل به شرح جدول ۴-۳۲ مرور کرد.

جدول ۴-۳۲. چک‌لیست تشخیص مجلات یغماگر

ردیف	چه چیزی را چک کنیم؟	به دنبال چه باشیم؟
۱	آیا وبسایت ژورنال تمام اطلاعات را ارائه کرده و دارای آدرس معتبر است؟	اطلاعات تماس
۲	آیا حوزه فعالیت ژورنال چند رشته‌ای و دارای فیلدهای متعدد و نامرتبط است؟	دامنه کار ژورنال (Scope)
۳	آیا هیئت تحریریه شامل متخصصین شناخته با آدرس ارتباطی لازم است؟	هیئت تحریریه و ارتباط با یکی از آن‌ها
۴	آیا ژورنال از نویسنده هزینه می‌گیرد؟	رویه پرداخت هزینه و مبلغ آن
۵	کیفیت مقالات منتشرشده در نشریه چگونه است؟	بررسی کیفیت مقالات آن و مشورت با اساتید
۶	آیا فرایند داوری توسط وبسایت ژورنال توضیح داده شده است؟	فرایند داوری هم‌ترازی (Peer Review)
۷	آیا ژورنال توسط نمایه‌های معتبر پوشش داده شده است؟	بررسی در سایت impacfactor.ir
۸	آیا ضرایب اعتبارسنجی در وبسایت معتبر هستند؟	بررسی در سایت impacfactor.ir
۹	آیا شاخص مبهمی نظیر «ICV» ^۱ ارائه شده است؟	بررسی نمایه‌های پوشش‌دهنده
۱۰	آیا ژورنال به‌طور شفاف سیاست سلب اعتبار نشریه ^۲ را بیان کرده است؟	برخورداری از سیاست سلب اعتبار مقاله
۱۱	آیا مدت زمان داوری و چاپ مقاله اعلام شده است؟	کوتاه نبودن غیرمعمول زمان داوری و چاپ
۱۲	آیا ایمیل ژورنال، سردبیر و اعضا، متعلق به ژورنال یا مؤسسه دانشگاهی است؟	کنترل ایمیل‌ها و ترجیحاً دعوت‌نامه ایمیلی
۱۳	آیا ویژگی معمول داشتن ISSN یا دادن Doi به هر مقاله را برجسته می‌کند؟	کنترل موضوعات برجسته شده در سایت
۱۴	آیا داوران آن تازه‌کار، ناشناخته و با تعداد مقالات کم منتشرشده هستند؟	بررسی داوران معرفی شده

۴-۱۰. پایگاه‌های اطلاعاتی دانشنامه‌ها

دانشنامه‌ها یا دائره‌المعارف‌ها به دو شکل عمومی و تخصصی منتشر می‌شوند. شکل عمومی دارای تنوع موضوعی بیشتر و نوع تخصصی با تمرکز در یک موضوع تخصصی است. هر فرد باید دانشنامه‌های معتبر حوزه تخصصی خود را شناسایی و از آن‌ها استفاده کند. در جدول ۴-۳۳ برخی از دانشنامه‌های پرتعداد عمومی معرفی شده است.

۱. نمایه «Index Copernicus Value= ICV» یکی از شاخص‌های پر ابهام ارزیابی مجلات است که اغلب توسط ژورنال‌های یغماگر مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۲. سیاست سلب اعتبار نشریه یا «retraction policy» در مجلات بر این امر تأکید دارد که در صورت مشخص شدن چاپ مقاله در نشریه دیگر به عنوان منبع دانش نامعتبر شناخته شده و در نشریات آنلاین از دسترسی حذف می‌شود.

جدول ۴-۳۳. برخی دانشنامه‌های پرطرفدار عمومی

ردیف	انواع	توضیح
۱	ویکی‌پدیا	توسط عموم جامعه با سطوح سواد متفاوت در زبان‌های مختلف برای عموم جامعه و به نشانی www.wikipedia.org
۲	دانشنامه ایران‌زمین	با بیش از ۲۰۰ مقاله فارسی در ۳۰ حوزه موضوعی به نشانی portal.nlai.ir
۳	دانشنامه آزاد پارسی	به نشانی awiki.ir
۴	دائرةالمعارف بزرگ اسلامی	به نشانی www.cgie.org.ir
۵	بریتانیکا	به نشانی www.britannica.com
۶	ایرانیکا	با تأکید بر محتوای ایران‌شناسی به زبان انگلیسی به نشانی www.iranicaonline.org
۷	اینفوپلیز	با تأکید بر اطلاعات عمومی به نشانی www.infoplease.com
۸	اینسایکلوپدیا	با تأکید بر اطلاعات عمومی در حوزه‌های مختلف به نشانی www.encyclopedia.com

۴-۱۱. الگوهای مؤثر مطالعه منابع جستجو شده

مهارت خواندن یکی از ملزومات کلیدی برای هر انسان و به‌ویژه فرد پژوهشگر است. پژوهشگر باید بتواند به‌شکلی بهره‌ورانه، منابع جستجو شده را مطالعه و نیازهای اطلاعاتی خود را در درون آن‌ها تشخیص داده و استخراج کند. خواندن صحیح، نیاز به تفکر و درک پیام نویسنده دارد. واژه‌ها، ابزار خواندن هستند اما مهم‌تر آن است که وقتی فرد متنی را می‌خواند بر معنای فراتر از واژه تمرکز کند تا بتواند منظور نویسنده را بفهمد. توانایی و مهارت در خواندن امکان مطالعه مفید و مؤثر را افزایش می‌دهد. در خواندن روش صحیح مطالعه اهمیت دارد و متأسفانه در نظام‌های آموزشی، روش‌های صحیح مطالعه به‌خوبی آموزش داده نمی‌شوند. با مطالعه مؤثر و مهارت مناسب در خواندن می‌توان بر ضعف ذاتی حافظه غلبه کرد. مهارت خواندن موجب روانی در خواندن، کاهش زمان مطالعه، افزایش میزان یادگیری، نگهداری بیشتر مطالب در حافظه و آسان‌سازی یادآوری می‌شود. مهارت خواندن بر رمزگشایی و درک مطالب نوشتاری در سریع‌ترین زمان ممکن تأکید دارد. انواع سرعت خواندن با توجه به هدف در جدول ۴-۳۴ معرفی شده است.

جدول ۴-۳۴. انواع سرعت خواندن متناسب با هدف

ردیف	انواع خواندن	توضیح
۱	سطحی	برای یافتن مراجع و به دست آوردن نکات مهم یک مقاله یا کتاب مناسب
۲	تندخوانی	برای دوباره خوانی مطالب آشنا و به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات با مصارف فوری
۳	عادی	برای یافتن پاسخ به سؤالات، توجه به جزئیات و مرتبط ساختن آن‌ها با مفاهیم اصلی
۴	با دقت	برای درک دقیق محتوا و یادگیری به ترتیب جزئیات و تکمیل مفاهیم از پیش آماده‌شده

جستجو با مطالعه مؤثر به درک و انتخاب بیشترین مطلب موردنیاز با کمترین علائم کمک می‌کند. «درک» پایه و اساس خواندن است که با عمیق شدن و شناخت مفاهیم پایه در حوزه مورد مطالعه، زمینه بیشتری برای آن فراهم می‌شود.

۴-۱۲. مدیریت اطلاعات حاصل از جستجو

یکی از مهم‌ترین اقدامات پس از جمع‌آوری اطلاعات حاصل از جستجو، ساماندهی و مدیریت مناسب آن است. در صورتی که اطلاعات به‌طور نامناسبی جمع‌آوری و انباشته شود، نمی‌توان به شکل مناسب از آن‌ها و در جای مناسب استفاده کرد. به همین منظور پژوهشگران الگوهای متفاوتی برای ثبت و ساماندهی اطلاعات جمع‌آوری حاصل از جستجوها خواهند داشت که برخی از مهم‌ترین آن‌ها در جدول ۴-۳۵ ارائه شده است.

جدول ۴-۳۵. انواع روش‌های ساماندهی اطلاعات حاصل از جستجو

ردیف	انواع	توضیح
۱	فیش‌نویسی	یادداشت‌برداری با قلم و کاغذ و طبقه‌بندی موضوعی آن‌ها
۲	کپی‌برداری	کپی‌برداری و ساماندهی در قالب فایل‌های جداگانه یا در یک فایل و فصل‌های جداگانه
۳	نرم‌افزارهای تخصصی	استفاده از نرم‌افزارهای تخصصی مدیریت اطلاعات مانند EndNote و نرم‌افزار فیش‌برداری ابوریحان

هرچند هر یک از روش‌ها ویژگی‌های مثبت و منفی خود را دارد و تا حد زیادی بستگی به میزان تسلط پژوهشگر به آن‌ها دارد، اما به نظر می‌رسد آشنایی و تسلط بر نرم‌افزارهای کاربردی و تخصصی در این رابطه، بهره‌وری کار را تا حد زیادی افزایش می‌دهد.

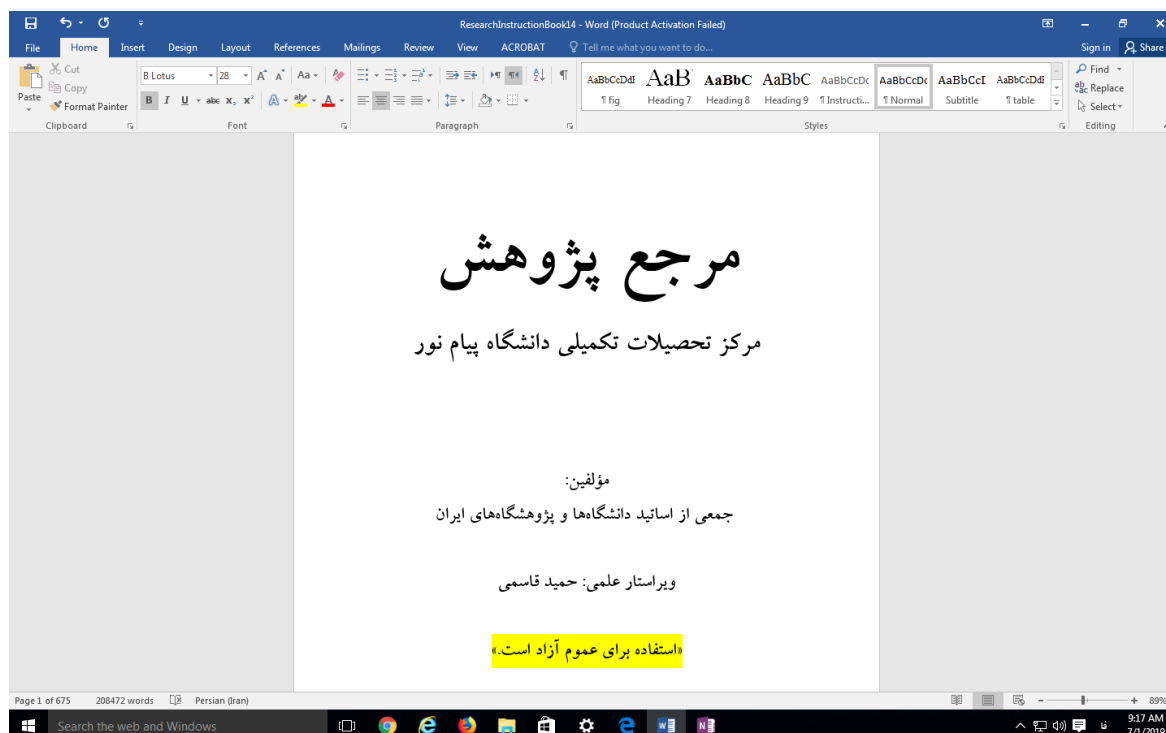
۴-۱۲-۱. استفاده از نرم‌افزار WORD

نرم‌افزار ورد از زیرمجموعه‌های بسته نرم‌افزاری رایج مایکروسافت آفیس و از بهترین ابزارها برای تایپ متن و مدیریت اطلاعات است. قابلیت‌های گسترده این نرم‌افزار تا حدی است که برای شناخت کامل آن به یک منبع جداگانه نیاز است اما در اینجا مهم‌ترین کاربردهای قابل استفاده برای پژوهشگر در جستجو موردتوجه قرار می‌گیرد. برخی از مهم‌ترین نکات برای کار با نرم‌افزار ورد در جدول ۴-۳۶ ارائه شده است.

جدول ۴-۳۶. نکات مهم برای کار با نرم‌افزار ورد در مدیریت اطلاعات حاصل از جستجو

ردیف	نکته	توضیح
۱	یکدستی	ترجیحاً با یک نسخه تمام مطالب را ساماندهی کنید تا دچار چالش به هم ریختگی نوشته‌ها نشوید.
۲	ذخیره کردن	هر بار متن تایپ شده را در کامپیوتر، فلش به‌ویژه ایمیل خود ذخیره کنید.
۳	تمایز تغییرات	پس از هر بار تغییرات در فایل، آن را با عنوان یا شماره یا تاریخ جدید مشخص کنید.
۴	پوشه‌بندی	تهیه پوشه‌ها، فایل‌ها و حتی فصل‌بندی‌های منظم برای جمع‌آوری و ساماندهی اطلاعات بدون سردرگمی
۵	فونت مناسب	از فونت‌های مناسب و رایج مانند بی‌لوتوس و بی‌نازنین استفاده شود.
۶	شکل اعداد	برای نوشتن فارسی و انگلیسی اعداد از منوی File و گزینه Option و بعد Advanced استفاده کنید. در قسمت show document content سه کادر اول Field shading را در وضعیت When selected دوم Numeral را در وضعیت Context و سوم Month names را در وضعیت Arabic قرار دهید.
۷	شماره صفحه	اگر قصد فارسی کردن شماره صفحه را دارید، شماره یک صفحه را انتخاب و ضمن نگه‌داشتن هم‌زمان دو کلید Shift و Ctrl با دست دیگر، کلید دیگر Shift در صفحه‌کلید را فشار دهید.
۸	کپی و چسباندن	برای چسباندن هر نوع متن از محیط دیگر در محیط جدید ورد می‌توان با راست کلیک و انواع گزینه‌های پیشنهادی یا به شکل فونت مقصد یا فونت انتخاب شده در صفحه موجود، عمل چسباندن را انجام داد.

محیط ورد صفحه‌ای به شکل ۴-۷ است که در قسمت نوارابزار آن ابزارهای متنوع و متعددی وجود دارد.



شکل ۴-۷. محیط کلی یک صفحه ورد

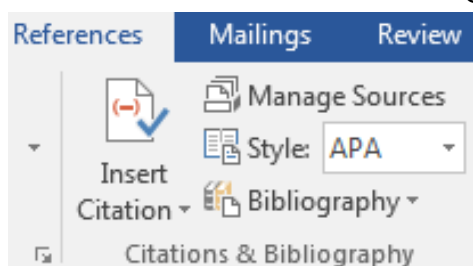
همان‌طور که در بخش نوار ابزار این نرم‌افزار مشاهده می‌شود، ابزارهای متعددی وجود دارد که کارکرد برخی از مهم‌ترین آن‌ها برای پژوهشگر در جدول ۴-۳۷ معرفی شده است.

جدول ۴-۳۷. برخی از مهم‌ترین ابزارهای نرم‌افزار ورد

ردیف	نوار منو	ابزارها
۱	Home	Clipboard (امکان برش و کپی و چسباندن)، Font (امکان انتخاب نوع، سایز، ضخیم شدن، ایتالیک، زیرخط‌دار، رنگ و هایلایت کردن فونت)، Paragraph (امکان تنظیم چپ‌چین، راست‌چین، وسط‌چین، شماره‌گذاری، فاصله خط‌ها و امثال آن برای پاراگراف‌ها)، Styles (امکان انتخاب انواع سبک نوشتاری) و Editing (امکان جستجو، جایگزینی کلمات و انواع انتخاب متن)
۲	Insert	Pages (امکان ایجاد جلد، صفحه خالی و جداسازی صفحات)، Tables (امکان رسم جدول)، Illustrations (امکان انتقال یا ترسیم تصویر، شکل، نمودار)، Links (ایجاد انواع لینک در داخل متن)، Comments (ایجاد یادداشت یا نظر دادن)، Header & Footer (نگارش و شماره‌گذاری در سرصفحه و زیرصفحه)، Text (امکان انتخاب الگوهای نوشتاری و دسترسی سریع به نوشته)، Symbols (امکان انتخاب انواع نمادها و معادلات).
۳	Design	Document Formatting (انتخاب انواع الگوهای صفحه‌آرایی در نوشتار)، Page Background (امکان انتخاب واترمارک، رنگ و حاشیه در پس‌زمینه صفحه)، در صورت فعالیت داخل جدول دو منو با عناوین Design و Layout ویژه کار روی جدول و با عنوان کلی Table Tools ارائه می‌شود.
۴	Layout	Page Setup (ایجاد حاشیه برای صفحه، انتخاب جهت عمودی یا افقی صفحه، انتخاب سایز صفحه برای چاپ، تعداد ستون نگارش و تعداد خط در صفحه)، Paragraph (امکان تنظیمات پاراگراف)، Arrange (امکان دورچین کردن متن پیرامون عکس، بردن تصاویر به پس‌زمینه یا جلو زمینه و دیگر موارد)
۵	References	Table of Contents (ایجاد جدول، انواع تغییرات، دادن عنوان و به‌روزرسانی محتوای آن‌ها)، Footnotes (دادن زیرنویس، داخل کردن با اندنوت)، Citation & Bibliography (استناددهی به روش‌های مختلف)، Captions (ساختن عنوان برای جدول و معادله و شکل).

۶	Index	برای ساخت نمایه موضوعی و نمایه نویسندگان در انتهای کتاب‌ها
۷	Review	Proofing (امکان ویرایش املاي انگلیسی، شمارش کلمات متن)، Comments (امکان ثبت یادداشت یا پیشنهاد روی کلمه با عبارات خاص)، Compare (امکان مقایسه متن ویرایش شده با اصلی و نمایش آن با رنگ قرمز)
۸	View	امکان تنظیم مشاهده صفحه به شکل‌های مختلف
۹	ACROBAT	امکان تبدیل ورد به پی‌دی‌اف

یکی از بخش‌های مهم این نرم‌افزار برای پژوهشگران بخش References و ابزارهای استناددهی در قسمت Citation & Bibliography به شرح شکل ۴-۸ است.



شکل ۴-۸. قسمت استناددهی در نرم‌افزار ورد

در قسمت Style می‌توان یکی از سبک‌های استناددهی مانند «APA، شیکاگو، هاروارد و امثال آن» را انتخاب کرد. با کلیک روی گزینه Insert Citation و سپس انتخاب Add New Source... تصویر شکل ۴-۹ نمایان می‌شود.

شکل ۴-۹. کادر محاوره برای ایجاد منبع جدید به منظور استناددهی

در قسمت Type of Source نوع منبع (کتاب یا مقاله)، و در ادامه نام نویسنده و در صورت بیش از یک نویسنده با گزینه Edit و سپس سایر اطلاعات مشخص و با کلمه Ok نهایی می‌شود. پس از ورود اطلاعات کتابشناختی، باید به تناسب در حین نگارش و استفاده از مطالب مختلف در حین جستجو استناد یا ارجاع داد. برای این منظور در هر نقطه موردنظر روی گزینه Insert Citation کلیک می‌شود تا منابع وارد شده مشخص و با انتخاب آن عمل ارجاع صورت گیرد. با کلیک روی گزینه Bibliography و انتخاب Insert Bibliography می‌توان فهرست مآخذ را در رفرنس ورد نمایش داد.

۴-۱۲-۲. استفاده از نرم‌افزار EndNote

Thomson Reuters EndNote یکی از بهترین و جامع‌ترین نرم‌افزارهای مدیریت اطلاعات و استناد در روند پژوهش است که شرکت Thomson Scientific جهت سهولت کار پژوهشگران، به کاربران خود عرضه کرده است. Endnote

کمک بسیار مؤثری در زمینه مدیریت مستندات، نوشتن مقالات علمی و نشر مقاله بر اساس استانداردهای مختلف ناشرین بین‌المللی است. این برنامه به برنامه کتابخانه شخصی نیز معروف است. پژوهشگر به‌طور پیوسته می‌تواند در پایگاه‌های کتابشناختی در «گوگل اسکالر، ساینس دایرکت، الزویر، پاب مد، پروکوست، جی استور، ابسکو و امثال آن» جستجو و منابع موردنظر را انتخاب و اطلاعات کتابشناختی آن‌ها را همراه با فایل‌های پی‌دی‌اف (در صورت موجود بودن) با یک کلیک ساده وارد کتابخانه شخصی کند. چنانچه فایل پی‌دی‌اف مقاله دارای DOI باشد تنها با واردکردن آن فایل، تمامی اطلاعات کتابشناختی اثر به‌طور خودکار در فیلدهای مخصوص آن وارد می‌شود. به‌علاوه پژوهشگر می‌تواند اطلاعات کتابشناختی منابعی را که در منزل دارد به‌صورت دستی وارد این کتابخانه کند. یکی از ویژگی‌های ممتاز این نرم‌افزار امکان جستجوی منبع بر اساس کلیدواژه‌های مختلفی نظیر «نام اثر، نام مؤلف، سال تألیف اثر، نام انتشارات و امثال آن» است. این نرم‌افزار دارای فرمت کتابشناختی مجلات مختلف و امکان تنظیم منابع مقاله مطابق با فرمت مجله دلخواه را دارد.

یکی از ویژگی‌های جالب‌توجه این نرم‌افزار قابلیت ارجاع‌دهی آن در درون فایل ورد است. به این معنا که پس از نصب نرم‌افزار بروی رایانه شخصی، اکنون این نرم‌افزار به‌صورت خودکار بروی نرم‌افزار ورد فعال می‌شود. در هنگام تایپ مقاله یا پایان‌نامه خود با کلیک بروی آیکن موردنظر وارد کتابخانه شخصی خود می‌شوید. پس از جستجو و انتخاب منبع موردنظر خود در کتابخانه با انتخاب گزینه «ارجاع در هنگام نگارش» به‌صورت خودکار در درون فایل ورد در حال تایپ و در مکان استقرار نشانگر با فرمت انتخاب‌شده پیش‌فرض به ارجاع‌دهی در درون متن می‌پردازد. برای نمونه در انتهای پاراگراف موردنظر نوشته می‌شود (Chamsky, 1965:22) که در همان زمان در انتهای فایل ورد اطلاعات کتابشناختی این اثر به‌طور کامل و به این شکل نوشته می‌شود:

- Chomsky, Noam. 1965. Aspects of the Theory of Syntax. MIT Press.

با ادامه دادن روند ارجاعات درون‌متنی به ترتیب فهرست منابع پایانی مقاله یا کتاب یا رساله نیز شکل می‌گیرد. برخی نسخه‌های این نرم‌افزار از اینترنت قابل دانلود است. نسخه تحت وب این برنامه با عنوان EndNote Web از طریق پایگاه اطلاعاتی ISI به‌صورت رایگان در دسترس کاربران قرار گرفته است. مهم‌ترین قابلیت این نسخه امکان اتصال به اینترنت و استفاده از منابع همراه با اضافه کردن منابع جدید است. با این نرم‌افزار به‌راحتی می‌توان داده‌های کتابخانه‌ها را به اشتراک گذاشت و منابع را به همدیگر منتقل کرد. نسخه موبایلی این نرم‌افزار هم وجود دارد که کار با آن مشابه قبلی است، با این تفاوت که نمایی ساده‌تر داشته و برخی از امکانات پیشرفته اندنوت در آن وجود ندارد اما به‌عنوان کتابخانه همراه، همه منابع شما را حمل می‌کند.

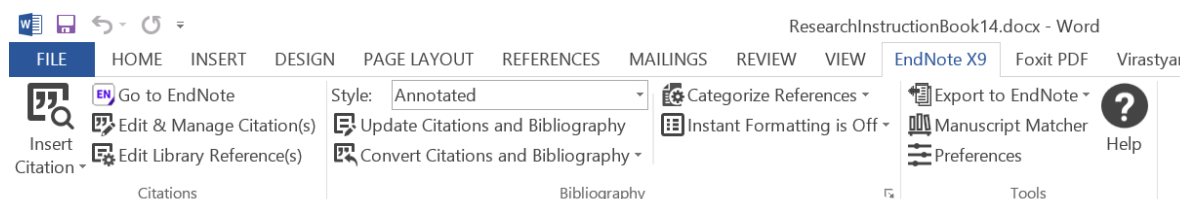
امروزه برای ارسال مقاله به بسیاری از مجلات معتبر دنیا باید فایل اندنوت منابع مقاله را با آن ارسال کرد. استفاده از این نرم‌افزار برای نگارش مقالات به زبان انگلیسی بسیار مناسب است. اما متأسفانه برای نگارش مقالات فارسی به سبب تفاوت فونت‌های فارسی با انگلیسی مشکلاتی وجود دارد. به همین دلیل آشنایی با نرم‌افزار «پژوهیار» برای نگارش مقالات فارسی ضروری به نظر می‌رسد.

این نرم‌افزار می‌تواند با نرم‌افزار ورد یا MS-WORD یکپارچه شود. از جمله امکانات قابل توجه این نرم‌افزار برای پژوهشگران می‌توان به مواردی به شرح جدول ۴-۳۸ اشاره کرد.

جدول ۴-۳۸. مهم‌ترین امکانات نرم‌افزار EndNote برای پژوهشگران

ردیف	موارد
۱	وارد کردن فایل‌های PDF به برنامه و جستجو در آنها
۲	امکان تبادل تا ۱۰,۰۰۰ رفرنس بین سیستم خود و اینترنت و اشتراک‌گذاری منابع
۳	امکان استانداردسازی منابع در پژوهش شما
۴	دارا بودن فرمت‌های مختلف منبع‌نویسی و ارجاع‌دهی مطابق با استانداردهای مهم دنیا
۵	امکان برقراری ارتباط بین منابع متن و منابع انتهایی پژوهش به منظور اعمال تغییرات هماهنگ در آنها
۶	یکپارچه شدن با نرم‌افزار Microsoft Office Word
۷	گروه‌سازی، ترکیب و مقایسه منابع

به محض نصب نرم‌افزار اندنوت، در منوی نرم‌افزار ورد شما گزینه EndNote با انواع ابزارهای معرفی شده در آن به صورت شکل ۴-۱۰ نمایان می‌شود.



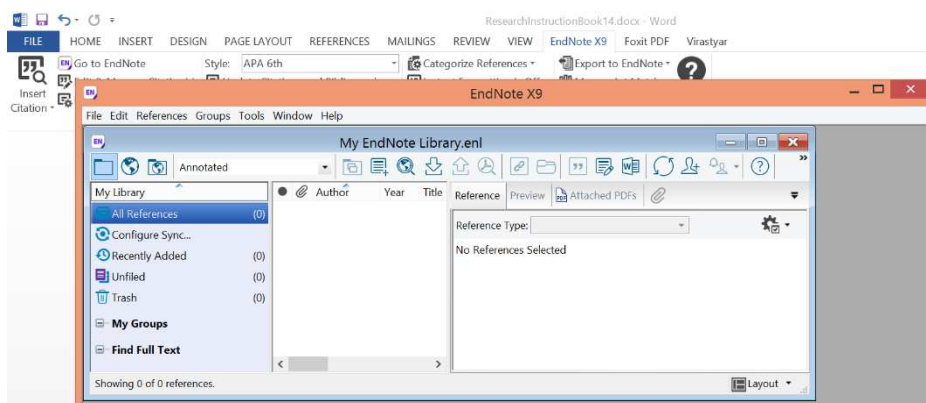
شکل ۴-۱۰. نمایان شدن گزینه EndNote در نرم‌افزار ورد پس از نصب آن

در شروع کار با این نرم‌افزار از شما خواسته می‌شود تا نامی به کتابخانه اندنوت داده و محل ذخیره آن را مشخص کنید. انواع فیلدهای اطلاعات برای انواع منابع چون «مقاله، کتاب، پایان‌نامه، مقالات همایش‌ها، لغتنامه و دیکشنری» وجود دارد. برای ورود منابع و استنادات به اندنوت می‌توان به چهار شکل به شرح جدول ۴-۳۹ اقدام کرد.

جدول ۴-۳۹. انواع راه‌های وارد کردن استنادات به نرم‌افزار EndNote

ردیف	موارد	توضیح
۱	به صورت دستی	ورود اطلاعات مربوط به منبع به شکل دستی
۲	از گوگل اسکولار	تنظیم گوگل اسکولار از ستینگ و انتخاب گزینه نمایش اندنوت
۳	از پایگاه‌های اطلاعاتی مانند ساینس دایرکت	از بخش اکسپورت و قسمت فرمت، گزینه اندنوت تیک می‌خورد.
۴	به صورت آنلاین از پایگاه‌ها در خود اندنوت	از پایگاه‌هایی که در خود اندنوت تعبیه شده

برای نوشتن منابع و استنادات به صورت دستی، ابتدا باید با گزینه Go to EndNote وارد صفحه اندنوت به شکل ۴-۱۱ شوید.

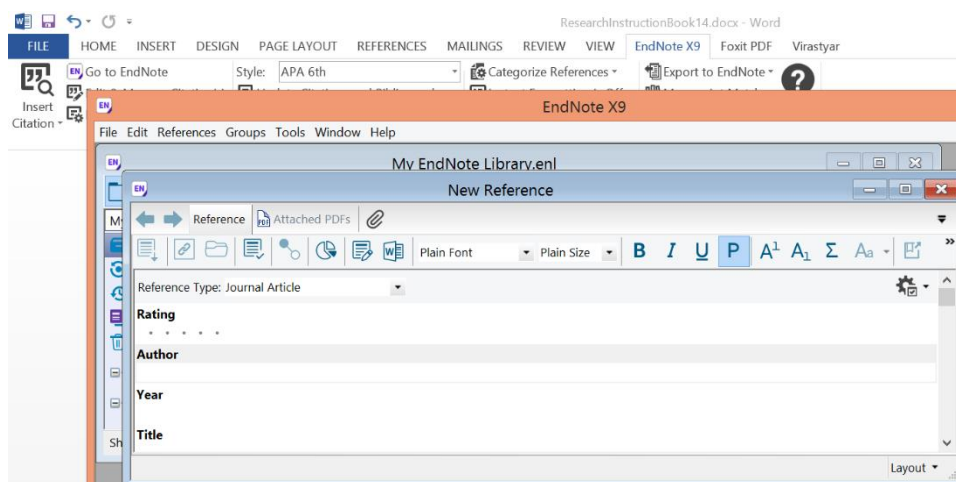


شکل ۴-۱۱. ورود به صفحه اندنوت برای ورد دستی منبع جدید

در این صفحه و برای اضافه کردن یک منبع یا استناد جدید در کتابخانه شخصی شما باید روی گزینه مربوطه به شکل ۴-۱۲ کلیک کنید.



شکل ۴-۱۲. گزینه ایجادکننده فرصت اضافه کردن منبع جدید بر روی نوار ابزار صفحه اختصاصی اندنوت پس از کلیک روی این گزینه، صفحه‌ای به شکل ۴-۱۳ نمایان خواهد شد.



شکل ۴-۱۳. صفحه ایجادکننده منبع جدید در فهرست منابع کتابخانه شخصی در اندنوت

در گام نخست باید از داخل کادر Reference Type نوع منبع از بابت «مقاله، کتاب و یا دیگر موارد» را مشخص و سپس فیلدهای خالی لازم را تکمیل کرد. در ادامه با کلیک هم‌زمان کلیدهای **ctrl+s** یا «کنترل و اس» اطلاعات ذخیره می‌شود. برای پر کردن فیلدها می‌توان از راهنمایی به شرح جدول ۴-۴ استفاده کرد. لازم به توضیح است که در معرفی فیلدهای انواع منابع، موارد معرفی شده در مرحله قبل آن مانند «نام، سال و عنوان» تکرار نشده است.

جدول ۴-۴۰. راهنمای پر کردن انواع فیلدهای ارائه شده برای منبع جدید در نرم افزار EndNote

ردیف	نام فیلد	معادل فارسی	توضیح
برای مقاله (Journal Article)			
۱	Author	نام نویسنده	ابتدا نام و بعد نام خانوادگی و اگر بیشتر از یک نفر بود با یک اینتر جدا شوند. مانند: حمید قاسمی رضا فنازاد
۲	Year	سال	سال انتشار اثر مانند: ۱۳۹۸
۳	Title	عنوان	نوشتن عنوان مقاله
۴	Journal	نام مجله	نوشتن نام مجله
۵	Volume	سال انتشار	نوشتن چندمین سال انتشار نشریه
۶	Issue	شماره	نوشتن چندین شماره انتشار مجله
۷	Pages	صفحات	نوشتن صفحات مقاله در مجله مورد نظر مانند ۴۵-۳۱
۸	Keywords	کلمات کلیدی	نوشتن کلمات کلیدی مقاله
۹	Abstract	چکیده	وارد کردن چکیده مقاله به این بخش
۱۰	Notes	یادداشت	نوشتن هر نوع یادداشت در صورت لزوم
۱۱	URL	آدرس اینترنتی	نوشتن آدرس دقیق اینترنتی مقاله به نحوی که با کلیک روی آن مقاله برود.
۱۲	File Attachments	ضمیمه کردن	ضمیمه کردن انواع فایل های صوتی، تصویری، پی دی اف و امثال آن
برای کتاب (Book)			
۱	Place Published	محل انتشار	برای کتاب نوشتن محل انتشار لازم است.
۲	Volume	شماره جلد	نوشتن شماره جلد کتاب استناد شده (در صورت تک جلدی بودن نیاز نیست)
۳	Number of Volume	تعداد جلد ها	نوشتن تعداد جلد های کتاب (در صورت تک جلدی بودن نیاز نیست)
۴	Editor	ویراستار	نوشتن به ترتیب نام و نام خانوادگی ویراستار کتاب مانند: حمید قاسمی
۵	Translator	مترجم	نوشتن به ترتیب نام و نام خانوادگی مترجم کتاب مانند: حمید قاسمی
برای وب سایت (Web Page)			
۱	Acess Date	تاریخ دسترسی	نوشتن تاریخ دریافت مطلب از وب سایت با ماه و سال مانند اسفند ۱۳۹۷
برای پایان نامه (Thesis)			
۱	Academic Department	نام دانشکده	نوشتن نام دانشکده مرتبط با گروه تخصصی پایان نامه مانند دانشکده علوم انسانی
۲	University	نام دانشگاه	نوشتن نام دانشگاه مانند دانشگاه پیام نور
۳	Degree	درجه دانشگاهی	مانند مقطع دکتری
۴	Thesis Type	فرمت	نوشتن فرمت انتشار پایان نامه مانند چاپی یا الکترونیکی
برای مقالات ارائه شده در همایش ها			
۱	Coference Name	نام همایش	نوشتن عنوان همایش برگزار شده
۲	Conference Location	محل همایش	نوشتن شهر محل برگزاری همایش
۳	Type	فرمت	نوشتن فرمت مقاله منتشر شده به صورت چاپی یا الکترونیکی
برای لغت نامه			
۱	Title	عنوان	نوشتن عنوان فرهنگ نامه
۲	Dictionary Title	عنوان لغت	نوشتن لغت مورد استناد
۳	Reprint Edition	ویرایش مجدد	نوشتن شماره ویرایش مجدد

در صورتی که نویسنده مطلب مورد استناد از وبسایتی مشخص نبود، به جای نام نویسنده، نام اثر نوشته می شود و به جای عنوان اثر، نام وبسایت آورده خواهد شد.

۴-۱۲-۳. نرم افزار پژوهیار

برای مدیریت منابع پژوهشی و استناددهی پژوهشگران فارسی زبان، مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) اقدام به تولید نرم افزار فارسی مدیریت اطلاعات و استناددهی «پژوهیار» کرد. پژوهیار اولین نرم افزار فارسی زبانی است که بر پایه نرم افزار استناددهی «Zetero» طراحی شده است و به راحتی می تواند پژوهشگران را در امر مدیریت منابع پژوهشی و همچنین استناددهی یاری کند. با کمک این نرم افزار می توان منابع اطلاعاتی مورد نیاز خود از جمله «کتاب، مقاله، پایان نامه و امثال آن» را به طور خودکار از پایگاه های اطلاعاتی مختلف فارسی و غیرفارسی به محیط نرم افزار وارد کرد. در ادامه و بعد از سازمان دهی منابع می توان با استفاده از شیوه نامه های استنادی موجود در نرم افزار به منابع مورد نظر ارجاع دهی کرد. «پژوهیار» دارای قابلیت های متعددی به شرح جدول ۴-۴۱ است.

جدول ۴-۴۱. برخی قابلیت های نرم افزار فارسی «پژوهیار» برای ارجاع دهی

ردیف	قابلیت ها
۱	امکان استناددهی هم زمان به سه زبان فارسی، انگلیسی و عربی (برتری ویژه نسبت به اندنوت و سایر نرم افزارهای مشابه)
۲	تبدیل خودکار استناد درون متن انگلیسی به فارسی
۳	پشتیبانی از پایگاه های اطلاعاتی فارسی و انگلیسی و امکان درون برد (Import) خودکار آنها به نرم افزار
۴	امکان پیوست خودکار فایل های PDF یک منبع اطلاعاتی در زمان درون برد (Import) آن به نرم افزار
۵	امکان تفکیک منابع موجود در کتاب نامه بر اساس نوع مدرک (کتاب، مقاله، پایان نامه و....)
۶	قابلیت تفکیک منابع کتاب نامه بر اساس زبان مدرک (قرارگیری منابع انگلیسی در ابتدا و سپس منابع فارسی و عربی یا بالعکس)
۷	پشتیبانی از شیوه های استناددهی ای.پی.ای، ونکوور، شیکاگو و هاروارد
۸	استناددهی به انواع منابع مانند «پایان نامه، کتاب، مقاله، صفحات وب، شبکه های اجتماعی، فایل پاورپوینت، نقشه و متن مصاحبه»
۹	پشتیبانی از سبک های خروجی اندنوت، مندلی و زوترو
۱۰	امکان سازمان دهی (نظم و ترتیب دادن) حجم زیادی از منابع اطلاعاتی اعم از مقاله، کتاب، پایان نامه و سایر منابع اطلاعاتی
۱۱	قابلیت ذخیره صفحات وب و یادداشت نگاری روی آنها
۱۲	یادداشت برداری از مقالات ذخیره شده در محیط نرم افزار و امکان انتقال راحت آنها به واژه پرداز ورد
۱۳	ایجاد و ویرایش کتاب نامه در انتهای پژوهش به صورت خودکار

بنابراین «پژوهیار» نرم افزاری مناسب برای پژوهشگرانی با منابع پژوهشی متنوع و زیاد است. به کمک این نرم افزار می توان فایل های اطلاعاتی یا منابع قابل ارجاع را سازمان دهی کرد و به انواع «کتاب، مقاله و پایان نامه» به زبان های «انگلیسی، فارسی و عربی» ارجاع داد. همچنین می توان در «وب گردی ها» مطالب متعددی را به کمک آن ذخیره کرد. در نهایت می توان به شکل خودکار به استناددهی و تنظیم کتاب نامه پرداخت. برای اطلاعات بیشتر در خصوص این نرم افزار به سایت مقابل مراجعه کنید. <http://pajoohyar.ir/> همچنین در لینک زیر نیز می توان با چگونگی کار با آن آشنا شد.

<https://www.noorsoft.org/fa/Film/View/۱۴۹۵۱/>

۴-۱۳. جستجو و شناسایی پژوهشگران مرتبط

پس از انتخاب موضوع یکی از اقدامات اساسی برای دانشجو یا پژوهشگر، شناسایی پژوهشگران برجسته و دارای تجربه بالا در موضوع مرتبط و برقراری ارتباط با آنان است. در بسیاری از موارد دانشجو یا پژوهشگر خود نیز باید با شناسه‌ها و هویت‌های پژوهشی مناسب به استقبال آنان برود تا زمینه مناسب‌تری برای برقراری ارتباط فراهم شود. برای این منظور پایگاه‌های اختصاصی در فضای مجازی وجود دارد که امکاناتی چون «ایجاد شناسه هویتی»، «شناسایی سایر پژوهشگران با تخصص مربوطه»، «گفتمان و پرس‌وجوهای فنی و تخصصی» و «دانلود رایگان انواع مقاله» را فراهم می‌کنند. از جمله این پایگاه‌ها می‌توان به مواردی به شرح جدول ۴-۴۲ اشاره کرد.

جدول ۴-۴۲. انواع محیط‌های ایجاد هویت شناسایی و جستجو برای شناسایی پژوهشگران

ردیف	انواع	توضیح
۱	ORCID	شناسه پژوهشگران و فعالان پژوهشی آزاد
۲	Google Scholar	امکان ایجاد پروفایل گوگل اسکولار برای پژوهشگران و جستجوی پژوهشگران با موضوع تخصصی
۳	Researchgate	یک شبکه اجتماعی برای تعامل و مباحثه‌ها و اشتراک‌گذاری در حوزه پژوهش
۴	Linkedin	یک شبکه اجتماعی برای تعامل و مباحثه‌ها و اشتراک‌گذاری در حوزه تخصص‌ها

۴-۱۳-۱. شناسه پژوهشگران و فعالان پژوهشی آزاد یا آرکید

شناسه پژوهشگران و محققان آزاد^۱ معروف به آرکید (ORCID)، شناسه ۱۶ رقمی و انحصاری برای هر نویسنده است. هدف از این رمز ۱۶ رقمی یا شناسه، شناسایی نویسنده یا پژوهشگر به صورت شخصی یا سازمانی است. این شناسه دارای دسترسی آزاد برای همه افراد به صورت اختصاصی است. شناسه آرکید برای زمانی که دو نویسنده یا بیشتر با اسامی مشابه در یک منطقه یا مناطق مختلف دنیا با انواع کارهای پژوهشی و احتمال بروز تشابهاتی وجود دارند، کاربرد زیادی دارد. همچنین باعث رفع انواع مشکلات مربوط به نگارش نام نویسندگان در رسم الخط‌های مختلف و کمک به محاسبه تعداد مقالات نویسنده یا Citation های آن فرد و یا اثر بسیار تأثیرگذار است. این شناسه همانند DOI است با این تفاوت که شناسه «DOI برای اثر پژوهشگر» اما «ORCID برای خود پژوهشگر» می‌باشد. آرکید وابسته به هیچ مؤسسه یا پایگاه اطلاعاتی نیست و عضویت در آن برای همگان آزاد و رایگان است و از سال ۲۰۱۲ شروع به کار کرده است. پژوهشگران می‌توانند با استفاده از شناسه آرکید، پروفایل مربوط به مقالات چاپ‌شده، ثبت اختراعات، پژوهش‌ها، گرانت‌های گرفته‌شده و امثال آن را شناسایی و رزومه علمی خود را به دیگر پژوهشگران ارائه کنند. همچنین با آن می‌توان به سادگی داده‌های خود را از پایگاه داده‌های دیگر مانند Scopus و ID Researcher وارد پروفایل خود کرد. به جای ارسال رزومه هر پژوهشگر می‌تواند شناسه آرکید خود را ارسال کند تا داوران و پژوهشگران دیگر با استفاده از این شناسه یا کد وارد صفحه نویسنده شده و رزومه او را مشاهده کنند. همچنین امکان تبادل اطلاعات بین این شناسه با ID Researcher نیز وجود دارد. سیستم آرکید طوری طراحی شده است که با اغلب مجلات هماهنگ است. بسیاری از سازمان‌های پژوهشی و انتشارات، سیستم خود را با آرکید یکپارچه کرده‌اند. شناسه آرکید،

1. Open Researcher and Contributor ID (ORCID)

در حال رشد سریعی است و از حامیان مشهور آن می‌توان به Nature، Science، Elsevier، Springer، Wiley و امثال آن اشاره کرد. در برخی نشریات داخلی داشتن شناسه ارکید برای نویسندگان ارسال‌کننده مقاله توصیه شده است اما پیش‌بینی می‌شود که در آینده جزو موارد لازم در ارسال مقاله خواهد شد. بنابراین از تمام پژوهشگران و دانشجویان دعوت می‌شود تا برای نظم‌دهی به دستاوردهای علمی خود و اثربخشی بیشتر در جستجوها به اخذ این شناسه اقدام کنند. برای این منظور باید مراحل به شرح جدول ۴-۴۳ دنبال شود.

جدول ۴-۴۳. مراحل دریافت شناسه ارکید (ORCID)

ردیف	مراحل
۱	ورود به سایت http://orcid.org و کلیک روی دکمه ثبت‌نام
۲	ورود اطلاعات شخصی به صفحه ثبت‌نام
۳	انتخاب مقالات از پایگاه‌های مختلف و ورود آن‌ها به ارکید
۴	انتخاب نام پروفایل
۵	ورود ایمیل و کلیک روی دکمه id Author Send

به سایت <http://orcid.org> وارد شده و در قسمت شماره ۱ مربوط به ثبت‌نام یا REGISTER روی قسمت Register now! به شرح شکل ۴-۱۴ کلیک می‌کنیم.

DISTINGUISH YOURSELF IN THREE EASY STEPS

ORCID provides a persistent digital identifier that distinguishes you from every other researcher and, through integration in key research workflows such as manuscript and submission, supports automated linkages between you and your professional activities ensuring that your work is recognized. [Find out more.](#)

1

REGISTER Get your unique ORCID identifier **Register now!**
Registration takes 30 seconds.

2

ADD YOUR INFO Enhance your ORCID record with your professional information and link to your other identifiers (such as Scopus or ResearcherID or LinkedIn).

شکل ۴-۱۴. ورود به سایت و کلیک روی گزینه «همین حالا ثبت‌نام کن»

با کلیک روی گزینه «همین حالا ثبت‌نام کن» صفحه‌ای به شکل ۴-۱۵ برای پر کردن مشخصات شما مقابلتان باز

می‌شود.

Register for an ORCID iD

ORCID provides a persistent digital identifier that distinguishes you from every other researcher and, through integration in key research workflows such as manuscript and grant submission, supports automated linkages between you and your professional activities ensuring that your work is recognized.

As per ORCID's [terms and conditions](#), you may only register for an ORCID iD for yourself.

First name *

Last name

Email *

Re-enter email *

Create an ORCID password *

Confirm ORCID password *

Your ORCID iD connects with your ORCID Record that can contain links to your research activities, affiliations, awards, other versions of your name, and more. You control this content and who can see it.

By default, who should be able to see information added to your ORCID Record?

شکل ۴-۱۵. فرم ثبت نام

در قسمت انتهایی با کادر با عنوان **Confirm ORCID password** امکان انتخاب یکی از سه حالت «عمومی، محدودشده یا خصوصی» به شرح شکل ۴-۱۶ وجود دارد.

Confirm ORCID password *

Your ORCID iD connects with your ORCID Record that can contain links to your research activities, affiliations, awards, other versions of your name, and more. You control this content and who can see it.

By default, who should be able to see information added to your ORCID Record?

Who can see this?

- ☒ everyone
- ☐ trusted parties
- ☐ only me

[More information on privacy settings](#)

☐ I'm not a robot 

[Terms of Use](#) *

شکل ۴-۱۶. انواع حالت‌های قابل انتخاب به صورت «عمومی، محدودشده یا خصوصی»

پس از کلیک کردن روی دکمه Register صفحه‌ای به شکل ۴-۱۷ باز می‌شود که می‌توان مقالات را با کلیک کردن بر روی لینک **Works** از پایگاه داده موردنظر انتخاب کرد. برای نمونه اگر می‌خواهید مقالات خود را از پایگاه داده Scopus وارد کنید و بر روی **ORCID to Scopus** کلیک نمایید.

ORCID iD and ORCID iD, for more...

Add information about you to help distinguish you from other researchers.

Also known as:

Country:

Keywords:

Websites:

Works

Education

Employment

Funding

Personal Information

Biography

You haven't added any education, add some now

You haven't added any employment, add some now

You haven't added any funding, add some now

You haven't added any works, add some now

LINK WORKS

ORCID has been working with many member organizations to make it easy to connect your ORCID iD, and link information from their records. Choose one of the links wizards to get started.

Airiti

ResearcherID

ResearcherID is a global, multi-disciplinary scholarly research community where members can register for unique identifier, build a profile of their scholarly works, view citation metrics, and search for like-minded researchers.

Scopus to ORCID

Import your Identifier, profile and publications. The wizard helps you find the correct Scopus profile and to confirm your publications. You can then import the identifier and list of publications into ORCID. Any changes you make will be submitted to the Feedback team to update your Scopus profile.

Don't see what you are looking for? You can connect your ORCID iD to many other organizations and sites. See our [Member Integration Page](#) to find more connections.

شکل ۴-۱۷. ورود مقالات از پایگاه‌های مختلف

در مرحله بعد در صفحه Scopus پروفایل مربوط به خود را انتخاب و بر روی Next کلیک کنید (شکل ۴-۱۸).

Scopus | ORCID

1 | Select profiles 2 | Select profile name 3 | Review publications 4 | Review profile 5 | Send Author ID 6 | Send publications

Select your Scopus profiles

Please select all profiles that contain publications authored by you and click the next button to continue.

You searched for: Authname () |

Sort by: Relevancy

All ☒	Authors	Documents	Subject area	Affiliation	City	Country
1 ☒	☒	☒	Pharmacology, Toxicology and Pharmaceutics, Chemistry, Medicine	Shahid Beheshti Medical University	Tehran	Iran

back |

شکل ۴-۱۸. انتخاب پروفایل در اسکوپوس

با زدن دکمه Next وارد صفحه‌ای می‌شوید که در آن باید نامی را برای پروفایل انتخاب کنید (شکل ۴-۱۹).

شکل ۴-۱۹. انتخاب نام برای پروفایل

با انتخاب گزینه Next صفحه‌ای شامل انواع مقالات با نام شما در Scopus به شرح شکل ۴-۲۰ نمایش داده می‌شود که شما باید مقالاتی که به شما تعلق ندارد را حذف کنید.

Review your authored publications
Please indicate below which of the 6 publications are authored by you.

	Document Title	Author(s)	Date	Source Title
	Synthesis of 11-arylmethyl substituted indole derivatives as new antiplatelet aggregation agents	[Redacted]	2014	Iranian Journal of Pharmaceutical Research 13 (Suppl.), pp. 35
	Synthesis and evaluation of new fluorinated anti-tubercular compounds	[Redacted]	2014	Iranian Journal of Pharmaceutical Research 13 (3), pp. 105
	Determination of the role of calcium on instability of neurotoxic metabolite of ecstasy by HPLC-mass	[Redacted]	2013	Chilic Journal of Pharmaceutical Sciences 27 (1)
	Electrochemical synthesis of novel 1,3-indandione derivatives and evaluation of their antiplatelet aggregation activities	[Redacted]	2013	Iranian Journal of Pharmaceutical Research 12 (Suppl.), pp. 38
	Synthesis of novel indole hydrazone derivatives and evaluation of their antiplatelet aggregation activity	[Redacted]	2013	Iranian Journal of Pharmaceutical Research 12 (3), pp. 105
	A simple electrochemical method for the rapid estimation of antioxidant potentials of some selected medicinal plants	[Redacted]	2012	Iranian Journal of Pharmaceutical Research 11 (1), pp. 105

Search for missing documents | back | Next

شکل ۴-۲۰. حذف مقالات غیرمرتبط با شما در مقالات ارائه شده از اسکوپوس

در مرحله بعد نشانی ایمیل یا پست الکترونیک خود را وارد و روی send id author کلیک کنید تا مقالات شما به ORCID ارسال شود (شکل ۴-۲۱).

شکل ۴-۲۱. ارسال مقالات به اراکید

به همین شکل می‌توان مقالات خود را از ID Research که متعلق به پایگاه ISI است و همین‌طور PubMed به پروفایل شخصی خود اضافه کنید. در انتها برای خروج از صفحه شخصی از گزینه Sign Out استفاده کنید.

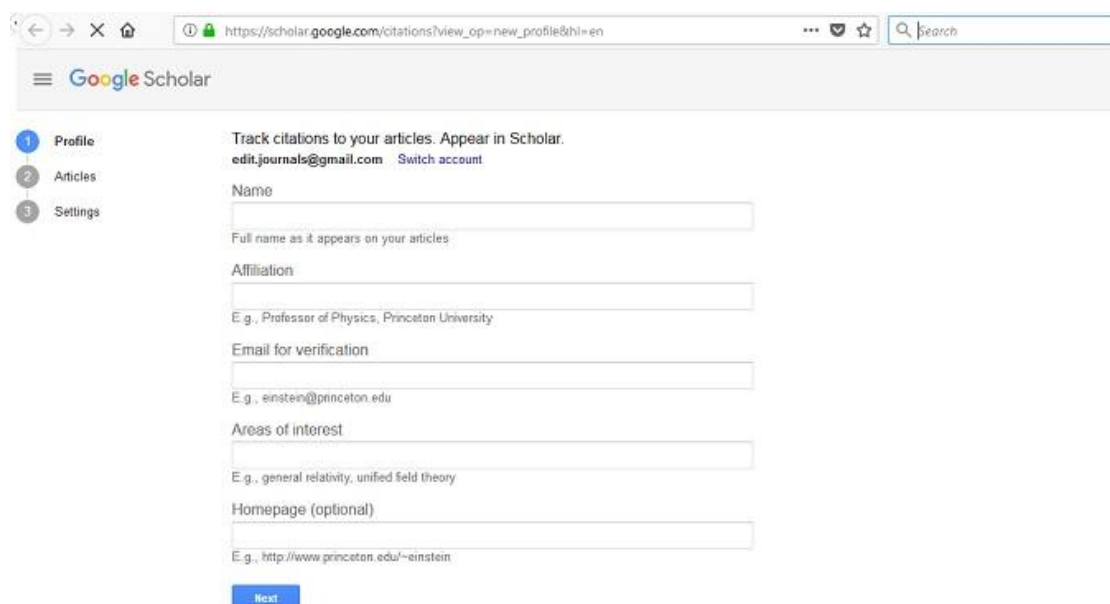
۴-۱۳-۲. نحوه ایجاد پروفایل گوگل اسکولار برای پژوهشگران

پژوهشگران با ایجاد پروفایل گوگل اسکولار، می‌توانند تمامی پژوهش‌های خود را یکجا جمع نموده و همچنین از امتیازات گوگل اسکولار همچون «استفاده از محاسبه h ایندکس»، «تعداد ارجاعات سایر پژوهشگران به مقالات پژوهشگر» و دیگر موارد برخوردار شد. برای ایجاد پروفایل گوگل اسکولار باید از قبل یک نشانی الکترونیکی جیمیل یا اکانت جیمیل (gmail) داشت. پس‌از آن با وارد به محیط جستجوی گوگل اسکولار از نشانی: (<https://scholar.google.com>) صفحه‌ای به شکل ۴-۲۲ باز می‌شود.



شکل ۴-۲۲. ورود به محیط جستجوی گوگل اسکولار

در گام بعد باید روی گزینه My profile که با فلش قرمز در شکل ۴-۲۲ نشان داده شده کلیک کرد تا فضایی به شکل ۴-۲۳ نمایان شود.



شکل ۴-۲۳. محیط My Profile در گوگل اسکولار

در کادرهای خالی موارد معرفی شده را به شرح جدول ۴-۴ تکمیل کنید.

جدول ۴-۴. انواع کادرهای موجود در بخش My Profile و نحوه تکمیل کردن آن

ردیف	بخش	توضیح
۱	Name	وارد کردن نام و نام خانوادگی
۲	Affiliation	وارد کردن آدرس دانشگاهی دانشجو یا عضو هیئت علمی دانشگاه مانند: Payame Noor University, Department of Managemnt, Iran, Tehran
۳	Email for verification	باید ایمیل دانشگاه مانند: H_ghasemi@Pnu.ac.ir وارد شود. اگر ایمیل دانشگاهی نداشتید می توانید آن را خالی بگذارید یا یک اکانت جی میل دیگر ارائه دهید.
۴	Areas of Interest	باید حوزه مورد علاقه در مطالعه را مشخص کرد مانند حوزه مطالعاتی مدیریت رسانه یا ارتباطات ورزشی
۵	Homepage	در صورتی که نشانی وبسایت دارید، در اینجا وارد کنید.

پس از پر شدن کادرها، با گزینه Next وارد محیطی به شکل ۴-۲۴ خواهید شد.



Hamid Ghasemi

Associate Professor of Sport Management, Payame Noor University(PNU)
No verified email - [Homepage](#)

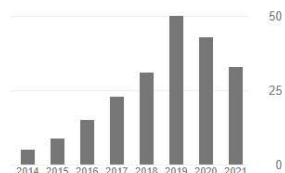
[Sport Communication](#) [Sports Media](#) [Sport management](#)

[FOLLOWING](#)

Cited by

[VIEW ALL](#)

	All	Since 2016
Citations	213	195
h-index	8	7
i10-index	4	3



Co-authors

[EDIT](#)

- Sara Keshkar
Associate professor of sport man...
- Rasool Nazari
Istahen (Khorasgan) Branch, Isl...

☐	TITLE	CITED BY	YEAR
☐	The Relationship between Communication Skills, Leadership Styles, Organizational Culture and Managers' Effectiveness in Sports Organizations: Structural Equations Modeling R Nazari, H Ghasemi, Z Sohrabi Journal of Sport Management & Behavior Movement 11 (21), 93-102	15	2015
☐	Structural equation modeling of relationship and interpersonal communication on organizational effectiveness between sport managers R Nazari, M Ehsani, FA Gangoel, H Ghasemi African Journal of Business Management 6 (27), 8136-8145	14	2012
☐	The role of culture in sports sponsorship: An update S Keshkar, I Lawrence, M Dodds, E Morris, T Mahoney, K Helsey, ...	13	2019
☐	Media activities on sport H Ghasemi, F Tejari, M Kohandel, A Khodayari Tehran: Bamdad Book (Persian)	11	2008
☐	The study of Environmental factors affecting the entrepreneurial spirit of students	9	2014

شکل ۴-۲۴. ورود به محیط انتخاب مقالات قابل شناسایی در گوگل و ورود آن‌ها به ذیل مقالات معرفی شده شما

در نمونه فوق نام فردی بنام Hamid Ghasemi وارد شده است. همان‌طور که می‌بینید گوگل اسکولار مقالاتی که در آن‌ها نامی از Hamid Ghasemi وجود دارد را در زیر کادر آورده است. نقش شما در اینجا آن است که مقالاتی که واقعاً به شما تعلق دارند با تیک زدن داخل مربع کناری انتخاب کنید تا شماره آن در بالا نمایان شود. با هر مقاله یک شماره به تعداد مقالات منتخب شما اضافه خواهد شد. در نهایت روی علامت تیک آبی رنگ در بالای صفحه کلیک کنید تا تمامی مقالات در یک صفحه نشان داده شود. در مرحله بعد مربع کوچکی اول هر مقاله وجود دارد، مقالات را خوب بررسی کنید و در صورتی که واقعاً مقاله برای شماست آن را تیک کنید.

در این فضا هر پژوهشگر با زمینه تخصصی خود معرفی شده است و حتی با ورود به هر یک از زمینه‌های تخصصی می‌توان وارد فهرستی از متخصصانی شده که خود را با آن زمینه معرفی کرده‌اند و از تعداد مقالات، ارجاعات به آن‌ها و اطلاعات دیگر مشابه آن بهره‌مند شد.





بخش دوم

مبانے اجرای پژوهش



مبانی انتخاب روش پژوهش

هدف کلی: آشنایی با انواع دسته‌بندی از روش‌شناسی پژوهش

اهداف یادگیری

- آشنایی با تفاوت میان روش‌شناسی و روش در پژوهش
- آشنایی با الگوهای دسته‌بندی در روش‌شناسی پژوهش
- آشنایی با انواع روش‌های پژوهش
- آشنایی با منطق استفاده از انواع روش پژوهش

مقدمه

روش‌شناسی‌ها و روش‌ها در پژوهش از ابعاد مختلفی دسته‌بندی و مورد استفاده قرار می‌گیرند. یکی از چالش‌های میان پژوهشگران و اساتید این حوزه برداشت‌های خاص در برخی از موارد در انواع این دسته‌بندی‌ها و مفاهیم مربوط به هر یک از آنان است. در این فصل تلاش شده است تا انواع روش‌ها برگرفته از منابع معتبر و دیدگاه اساتید به شکلی مشخص ساماندهی شود.

۱-۵. تفاوت میان روش‌شناسی و روش در پژوهش

بین مفاهیم «روش‌شناسی» یا Methodology با «روش» یا Method تفاوت‌هایی به شرح جدول ۱-۵ وجود دارد (فرام^۱، ۲۰۱۳).

جدول ۱-۵. تفاوت «روش‌شناسی» با «روش» در پژوهش

ردیف	موارد	توضیح
۱	روش‌شناسی	روشی برای تفکر و مطالعه واقعیت اجتماعی یا پدیده مورد مطالعه با رویکردی کلی‌تر
۲	روش	نشان‌دهنده مسیر اجرای پژوهش با مجموعه‌ای از رویه‌ها و فنون جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها

همان‌طور که مشاهده می‌شود، «روش پژوهش» به‌عنوان نشانگر «مسیر اجرای پژوهش» دارای دو جزء کلیدی «رویه» یا Procedure و «فن» یا Technique به شرح جدول ۲-۵ است.

جدول ۲-۵. اجزای کلیدی «روش» در پژوهش

ردیف	اجزا	توضیح
۱	رویه	یک سری اقدامات قابل انجام با ترتیب یا روشی خاص
۲	فن	یا تکنیک با جنبه‌های عملی در یک روش یا زمینه معین و اغلب با الزاماتی رسمی

هرچند این مفاهیم در مواردی به‌جای هم به‌کار می‌روند اما در زبان پژوهش باید به تفاوت آن‌ها توجه داشت. در این فصل تلاش می‌شود تا انواع دسته‌بندی‌های موجود از «روش‌شناسی» و «روش» در پژوهش معرفی شوند و در بخش سوم تلاش خواهد شد تا انواع «روش پژوهش» شناخته‌شده در قالب مسیر اجرای پژوهش و با جزئیات رویه‌ها و فنون موجود در آن‌ها معرفی شوند.

۲-۵. انواع الگوهای دسته‌بندی از روش‌شناسی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش، رویکرد کلی از تفکر و مطالعه درباره واقعیت اجتماعی یا پدیده مورد مطالعه را مشخص می‌کند و الگوهای دسته‌بندی متعددی با رویکردهایی به شرح جدول ۳-۵ برای آن وجود دارد. مهم‌ترین وجه تمایز برای تشخیص قرارداشتن موارد در دسته‌بندی‌های «روش‌شناسی» و جدا کردن آن از «روش» میزان پرداختن آن به جزئیات و پوشش «رویه‌ها و جزئیات» برای انجام پژوهش بود. اغلب پژوهشگر برای معرفی جامع از روش‌شناسی خود به بیان چند رویکرد از «روش‌شناسی» می‌پردازد.

جدول ۵-۳. انواع الگوهای دسته‌بندی روش شناسی پژوهش

ردیف	محور تقسیم‌بندی	انواع		
۱	هدف و ماهیت	بنیادی	نظری	کاربردی
۲	طول مدت اجرا	مقطعی	سری زمانی	طولی
۳	محل اجرا	میدانی	اسنادی	آزمایشگاهی
۴	زمان موردبررسی	گذشته‌نگر	حال نگر	آینده‌نگر
۵	میزان ژرفا	پهنانگر	ژرفانگر	
۶	منطق اجرا	اکتشافی	توصیفی	توجیهی یا تبیینی
۷	مورد مطالعه	کل جامعه	نمونه از جامعه	موردی
۸	نوع داده مورد جستجو	کمی	کیفی	ترکیبی
۹	راهبردی یا استراتژی	آزمایشی	توصیفی	کیفی
۱۰	فلسفی (پارادایم)	اثبات‌گرا	ساختارگرا	پراگماتیسم
۱۱	مطابقت	تطبیقی	غیر تطبیقی	
۱۲	رویکرد مطالعه	معمولی	فرامطالعه	
۱۳	منبع داده	اصلی	مروری	
۱۴	واکنش‌پذیری	واکنش‌پذیر	غیر واکنشی	
۱۵	مشارکت پژوهشگر	فردی	گروهی	جمع‌سپاری
۱۶	رویکرد مواجهه با واقعیت	تجربی	عقلی	
۱۷	ارزشیابی	ارزیابی کمی	ارزیابی کیفی	
۱۸	رویکرد اجتماعی	اجتماعی	غیر اجتماعی	

در اغلب پروپوزال‌ها یا پیشنهادها پژوهش‌دانشگاهی بر معرفی رویکردهای «هدف و ماهیت»، «نوع داده مورد جستجو» و «راهبردی» تأکید می‌شود. هر یک از روش‌ها در ادامه با جزئیات بیشتر توضیح داده خواهد شد.

۵-۳. انواع پژوهش بر اساس هدف و ماهیت

انواع پژوهش بر اساس هدف^۱ و ماهیت بر هدف نهایی پژوهش و ماهیت یا چیستی موضوع پژوهش تأکید دارد. اینکه هدف یا ماهیت پژوهش کدام‌یک از موارد «ایجاد یک نظریه، کشف مجهولات، رفع نیازمندی زندگی انسانی و یا حل مشکلات درون‌سازمانی» باشد، به یکی از موارد این دسته‌بندی اشاره می‌شود. در اغلب پروپوزال‌ها تقسیم‌بندی به شرح جدول ۵-۴ وجود دارد.

جدول ۴-۵. انواع پژوهش بر اساس هدف و ماهیت

ردیف	انواع پژوهش	توضیح
۱	بنیادی یا محض	به کشف ماهیت اشیاء، پدیده‌ها و روابط بین متغیرها، اصول، قوانین و ساخت یا آزمایش تئوری‌ها و نظریه‌ها می‌پردازد و به توسعه مرزهای دانش در رشته علمی توجه دارد.
۲	نظری	از روش‌های استدلال و تحلیل عقلانی استفاده می‌کند و بر پایه مطالعات کتابخانه‌ای انجام می‌شود.
۳	کاربردی	با استفاده از نتایج پژوهش‌های بنیادی به‌منظور بهبود و به کمال رساندن رفتارها، روش‌ها، ابزارها، وسایل، تولیدات، ساختارها و الگوهای مورد استفاده جوامع انسانی انجام می‌شود.
۴	سایر	مواردی چون: ارزشیابی، توسعه‌ای (R&D) و تحقیق برای اقدام

اغلب پژوهشگران به سه مورد نخست اشاره دارند اما در برخی موارد و حسب تأکید پژوهشگر به سایر مواردی به شرح جدول ۵-۵ اشاره می‌شود.

جدول ۵-۵. انواع پژوهش بر اساس هدف و ماهیت با رویکرد خاص

ردیف	انواع پژوهش	توضیح
۳	ارزشیابی	هدف مقایسه اطلاعات با معیارها
۴	توسعه‌ای	هدف یافتن ابزار و وسایل مناسب در یک زمینه یا رشته خاص
۵	اقدام‌پژوهی	هدف حل یک مشکل ویژه مثل مدیریت در زمان و مکان معین

۴-۵. انواع پژوهش از نظر طول مدت اجرا

گاهی پژوهش در یک مقطع زمانی و گاهی در چندین مقطع و دوره‌های زمانی طولانی به شرح جدول ۵-۶ انجام می‌شود.

جدول ۵-۶. انواع پژوهش بر اساس طول مدت اجرا

ردیف	انواع پژوهش	توضیح
۱	مقطعی	آزمون یا مشاهده در یک مقطع مثل انجام یک نظرسنجی
۲	سری زمانی	اندازه‌گیری متغیر وابسته طی یک دوره گسترده، قبل و بعد از اثر متغیر مستقل
۳	طولانی یا طولی	آزمون یا مشاهده در طولانی مدت مثل بررسی رفتار یک رئیس‌جمهور در دو دوره ۴ ساله

بیشتر پژوهش‌ها از نوع مقطعی هستند و به همین دلیل کمتر در روش‌شناسی‌ها به نوع مقطعی بودن پژوهش اشاره می‌شود. در موارد استفاده پژوهشگر یا دانشجو از روش‌های پژوهش در دوره‌های زمانی پیوسته، به پژوهش طولی اشاره خواهد شد. در پژوهش سری زمانی، یک متغیر وابسته، بعد از ارائه چندباره متغیر مستقل بررسی می‌شود. در پژوهش طولی پژوهشگر از مورد مطالعه در طول زمان یا در چند مقطع زمانی داده جمع‌آوری می‌کند. این رویکرد به‌ویژه زمانی کاربرد دارد که تغییرات ناشی از گذر زمان مهم باشد. برای نمونه می‌توان تحولات محتوای مطبوعات را در طول ۱۰ سال مورد بررسی قرار داد. مطالعات طولی یا طولانی مدت به چهار شکل به شرح جدول ۵-۷ انجام می‌شود.

جدول ۵-۷. انواع روش‌شناسی پژوهش طولی یا طولانی مدت

ردیف	انواع طولی	توضیح
۱	پانل	مطالعه تغییرات یک دسته آزمودنی ثابت منتخب به صورت پیوسته یا فاصله‌ای (در نوع پیوسته، مطالعه با فاصله زمانی منظم اما در نوع فاصله‌ای، به طور پراکنده و فقط در زمان نیاز)
۲	روند پژوهی	مطالعه نمونه‌های متعدد غیر ثابت با ویژگی‌های اصلی مشابه
۳	دسته‌ای	مطالعه یک دسته خاص بر اساس ویژگی‌های مشترک خاص
۴	پیگیری	مطالعه گروه آزمودنی با توجه به گذشته و آینده آن‌ها

۵-۵. انواع پژوهش از نظر محل اجرا

انواع پژوهش بر اساس محل جمع‌آوری داده‌ها در جدول ۵-۸ ارائه شده است.

جدول ۵-۸. انواع پژوهش بر اساس محیط اجرا یا محل جمع‌آوری داده‌ها

ردیف	انواع پژوهش	توضیح
۱	میدانی	مطالعه آزمودنی در موقعیت‌های طبیعی و ارائه داده‌ها توسط خود آزمودنی
۲	اسنادی	استفاده از منابع بیرونی و داده‌های دست دوم
۳	آزمایشگاهی	مطالعه آزمودنی در آزمایشگاه یا محیط کنترل شده

در پژوهش میدانی، مطالعه در موقعیتی طبیعی با جمع‌آوری داده‌ها از طریق مواردی چون «پرسشنامه و مصاحبه» و اغلب «کاربرد و با تعمیم‌پذیری بالا» است. در پژوهش اسنادی از داده‌های دست دوم مانند «نوشته، سند تاریخی، فیلم و امثال آن» استفاده می‌شود. تحلیل اسناد در مطالعه اسنادی هم می‌تواند کمی (مثل تحلیل محتوا) و هم کیفی (مثل تحلیل گفتمان) باشد. در پژوهش آزمایشگاهی، پژوهشگر امکان کنترل زیادی بر متغیرها و فرآیند پژوهش دارد. در برخی زمینه‌ها مثل محیط‌های کاری مدیران، انجام تحقیق آزمایشی مشکل است.

۵-۶. انواع پژوهش از نظر زمان رویداد مورد بررسی

زمان می‌تواند موجب تقسیم‌بندی دیگری در پژوهش شود. در تقسیم‌بندی قبل بر مدت زمان اجرای پژوهش تأکید شده بود، ولی در تقسیم‌بندی حاضر زمان رویداد مورد بررسی ملاک عمل است. بر این اساس رویکرد مطالعه می‌تواند مربوط به زمان‌های «گذشته، حال یا آینده» به شرح جدول ۵-۹ باشد.

جدول ۵-۹. انواع پژوهش بر اساس زمان رویداد مورد بررسی

ردیف	انواع	توضیح
۱	گذشته‌نگر	جمع‌آوری داده‌های مربوط به وقایع گذشته مانند تحقیقات تاریخی و علی پس از وقوع
۲	حال نگر	بررسی وضعیت موجود یک موضوع، حالت، کیفیت یا رویدادی خاص
۳	آینده‌نگر	بررسی، شناسایی و پیش‌بینی پدیده‌های نوظهور یا برنامه‌هایی برای آینده

۵-۶-۱. گذشته‌نگر: پژوهش درباره گذشته و رویدادها و موضوعاتی که در گذشته نزدیک تا دور اتفاق افتاده است. پژوهش‌های تاریخی بر این نوع تحقیق اشاره دارند که اغلب می‌توان در قالب رویکردهایی چون «تاریخی-تطبیقی»، «باستان‌شناسی»، «تاریخ شفاهی» و «مطالعات اسناد تاریخی» آن را انجام داد.

۶-۵-۲. **حال‌نگر:** بیشتر روش‌های پژوهشی معرفی شده با تأکید بر بررسی موضوعات جاری از این دست هستند. در واقع هر روشی که برای توصیف، کشف یا تبیین یک پدیده در حال وقوع استفاده می‌شود از این نوع خواهد بود.

۶-۵-۳. **آینده‌نگر:** این روش‌ها بر رویکرد آینده‌پژوهی تأکید دارند. آینده‌پژوهی با مطالعه منظم آینده، مفاهیمی از آینده را ایجاد می‌کند تا در زمان حال بتوان به‌شکل کارآمدتری تصمیم‌گیری کرد. انواع روش‌های آینده‌پژوهی را می‌توان در جدول ۵-۱۰ مرور کرد.

جدول ۵-۱۰. انواع روش‌های پژوهش آینده‌پژوهی

ردیف	انواع	ردیف	انواع	ردیف	انواع
۱	دیدهبانی آینده	۵	سناریو پردازی	۹	مدل‌سازی
۲	دلفی	۶	چشم‌انداز سازی	۱۰	شبیه‌سازی و بازی‌سازی
۳	تحلیل روند یا واکاوی روندها	۷	نقشه راه	۱۱	ترکیبی از روش‌های این جدول
۴	واکاوی پیشران‌ها	۸	پس‌نگری		

۵-۷. انواع روش پژوهش بر اساس منطق اجرا

انواع روش پژوهش بر اساس منطق اجرا به انواعی به شرح جدول ۵-۱۱ تقسیم می‌شود.

جدول ۵-۱۱. انواع روش پژوهش به لحاظ منطق اجرا

ردیف	انواع	توضیح
۱	اکتشافی	تهیه الگو و نظریه و مفهوم‌سازی درباره یک موضوع (مانند: فضای مجازی چه آثاری روی سازمان‌ها دارد؟)
۲	توصیفی	توصیف پدیده‌ای خاص با تمرکز روی مسئله در حال وقوع (مانند: آیا مردان از زنان بیشتر تلویزیون می‌بینند؟)
۳	توجیهی یا تبیینی	تشریح علت وقوع چیزها و تشخیص روابط علی بین متغیرها (مانند: چرا مردان بیشتر از زنان اخبار می‌بینند؟)
۴	پیشگویانه	پیش‌بینی پدیده‌های آینده بر اساس نتایج پژوهش (مانند: وضعیت مخاطب تلویزیون در آینده چگونه است؟)

۵-۸. انواع روش پژوهش بر اساس مورد مطالعه

دسته‌بندی دیگری را می‌توان بر اساس مورد مطالعه انجام داد. گاهی کل جامعه، گاهی نمونه‌ای از یک جامعه و گاهی موردی خاص به شرح جدول ۵-۱۲ مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۵-۱۲. انواع روش پژوهش بر اساس مورد مطالعه

ردیف	انواع	توضیح
۱	کل جامعه	انتخاب کل جامعه برای پژوهش (کل شمار یا سرشماری)
۲	نمونه از جامعه	انتخاب بخشی از جامعه به شکل‌های مختلف نمونه‌گیری با قدرت تعمیم‌های متفاوت
۳	مطالعه موردی	مطالعه گسترده و کامل روی یک مورد خاص مانند یک تیم، یک مدرسه، یک شبکه، یک شخص یا یک سازمان

۵-۹. انواع پژوهش بر اساس نوع جستجوی داده‌ها

انواع پژوهش بر اساس نوع جستجو و جمع‌آوری داده‌ها شامل مواردی به شرح جدول ۵-۱۳ است.

جدول ۵-۱۳. انواع پژوهش بر اساس نوع جستجوی داده‌ها

ردیف	انواع پژوهش	توضیح
۱	کمی (آزمایشی و توصیفی)	استفاده از اندازه‌گیری‌های عددی
۲	کیفی	جمع‌آوری داده‌های کلامی و تفسیر آن‌ها
۳	ترکیبی	ترکیب دو روش کمی و کیفی

در گذشته‌های دور اغلب پژوهش‌ها با روش کیفی و برگرفته از داده‌های مبتنی بر «تجارب شخصی، مشاهده، شهود، مصاحبه، تحلیل فردی و امثال آن» بود. بعد از رنسانس پژوهش‌های کمی با تأکید بر «فرضیه، تجربه، قابلیت مشاهده و تکرارپذیری»، «استفاده از درجه احتمال در کسب نتیجه و افزایش دقت» و استفاده از «ریاضی، محاسبه، مقایسه، همبستگی و دیگر نمادهای آماری» موردتوجه قرار گرفت. امروز بازهم توجه به روش‌های کیفی و به‌ویژه ترکیبی با توجه به خلأهای موجود در روش کمی، رو به افزایش است. برخی از مهم‌ترین تفاوت‌های پژوهش کمی و کیفی را می‌توان در جدول ۵-۱۴ مرور کرد.

جدول ۵-۱۴. مقایسه پژوهش‌های کمی و کیفی

ردیف	محور تفاوت	کیفی	کمی
۱	منطق	استقرایی	قیاسی
۲	هدف	فهم، توصیف، کشف معنا، تولید فرضیه، فهم و درک الگوی رفتار و کنش‌ها در بستری خاص	توصیف، اثبات، آزمون فرضیه، کشف قواعد جهان‌شمول برای پیش‌بینی و کنترل محیط
۳	سرشت داده‌ها	متنی	عددی
۴	سطح تحلیل	مضمون‌ها و تفسیر	تحلیل‌های آماری
۵	بازنمایی یافته‌ها	روایتی	جداول و نمودارهای آماری
۶	معرفت‌شناسی	تفسیری، انتقادی و طبیعت‌گرایانه	اثبات‌گرایی و عقل‌گرایانه
۷	روند پژوهش	تعداد مشاهده کم با تعداد جنبه مورد مطالعه زیاد	تعداد مشاهده زیاد و تعداد معدودی از متغیرها
۸	سؤالات پژوهش	چرا؟ چگونه؟	چه‌وقت؟ چه‌مقدار؟ چه تعداد؟
۹	بعد مطالعه	ذهنی	عینی
۱۰	نمونه	غیرتصادفی، کوچک و هدفمند	تصادفی، بزرگ و نمایندگی
۱۱	سطح اطمینان	نسبی	قطعی
۱۲	نوع بررسی	اکتشافی	تأییدی
۱۳	عمق بررسی	ژرفانگر	پهنانگر
۱۴	نگاه پژوهشگر	اغلب امیک (از منظر درون جامعه)	اغلب اتیک (از منظر بیرون از جامعه)

۵-۱۰. انواع پژوهش بر اساس راهبرد و مسیر اجرا

در این نوع طبقه‌بندی، هر روش تحقیق برای پاسخ به گونه‌ای از سؤال طراحی شده است. این نوع دسته‌بندی بسیار مهم است و از دانشجو انتظار می‌رود در پروپوزال خود، حتماً به نوع استفاده از روش پژوهش خود در این دسته‌بندی‌ها اشاره کند. در بسیاری از موارد دانشجو تنها به روش پژوهش از نظر مسیر اجرا یا فقط از نظر راهبرد اشاره می‌کند که

بهتر آن است که هر دو در امتداد یکدیگر مطرح شوند. زیرا هر نوع روش تحقیق بر اساس مسیر اجرا پس از تعیین روش پژوهش بر اساس راهبرد قابل درک تر خواهد بود.

اصولاً روش‌های پژوهش در دو سطح راهبردی و عملیاتی قابل اجراست. راهبرد پژوهش را می‌توان از لحاظ نوع پرسش پژوهش، قابلیت کنترل رفتار و زمان و بررسی رویداد مورد توجه قرار داد. پژوهش عملی روشی علمی در تعریف و توصیف نظام‌مند مشکلات دنیای واقعی بوده و در طراحی راه‌حل‌های مناسب کمک قابل توجهی می‌کند. در جدول ۵-۱۵ روش‌های پژوهش بر اساس راهبرد و مسیر اجرا یا شکل عملیاتی آن معرفی شده‌اند.

جدول ۵-۱۵. انواع پژوهش بر اساس راهبرد و روش (مسیر اجرا)

ردیف	انواع پژوهش بر اساس راهبرد	انواع روش پژوهش (مسیر اجرا)
الف	تجربی یا آزمایشی (راهبرد دست‌کاری متغیر مستقل و جمع‌آوری عددی داده‌ها)	۱. آزمایشی کامل یا حقیقی، ۲. نیمه آزمایشی، ۳. پیش آزمایشی یا شبه آزمایشی
ب	غیرآزمایشی یا توصیفی (راهبرد: بدون دست‌کاری متغیر مستقل و جمع‌آوری عددی داده‌ها)	۱. پس‌رویدادی یا علی‌مقایسه‌ای، ۲. پیمایشی، ۳. همبستگی، ۴. مطالعه موردی، ۵. تحلیل محتوا، ۶. تاریخی، ۷. فرا تحلیل، ۸. روش دلفی، ۹. فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، ۱۰. برآوردی یا ارزیابی، ۱۱. تحلیل استنادی، ۱۲. تحلیل روند یا واکاوی روند، ۱۳. مطالعات استراتژیک، ۱۴. مطالعات تطبیقی، ۱۵. روش تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه (AHP & ANP)، ۱۶. تحلیل پوششی داده‌ها، ۱۷. اقدام‌پژوهی، ۱۸. تحقیق در عملیات، ۱۹. داده‌کاوی، ۲۰. کیو، ۲۱. مدل‌سازی کیفی، ۲۲. چند روش پژوهشی (استفاده بیش از یک روش توصیفی)
پ	کیفی (راهبرد: بدون دست‌کاری متغیر مستقل و جمع‌آوری کلامی و غیر عددی داده‌ها)	۱. گراند تئوری، ۲. گروه متمرکز، ۳. گروه اسمی، ۴. تحلیل گفتمان، ۵. تاریخی، ۶. تک‌نگاری (مونوگرافی)، ۷. مصاحبه‌های عمیق، ۸. تحقیق مشاهده‌ای، ۹. مطالعات استراتژیک، ۱۰. قوم‌نگاری، ۱۱. پدیدارشناسختی، ۱۲. نشانه‌شناسی، ۱۳. جامعه‌سنجی یا گروه سنجی، ۱۴. دلفی، ۱۵. تحلیل تماتیک، ۱۶. روایی یا روایتی، ۱۶. دیالکتیک، ۱۷. تبارشناسی، ۱۸. مطالعه موردی، ۱۹. واسازی، ۲۰. فمینیسم، ۲۱. نقد کتاب، ۲۲. پژوهش حقوقی، ۲۳. سناریوسازی، ۲۴. چشم‌انداز سازی، ۲۵. اپرا، ۲۶. ژانرشناسی، ۲۷. فراترکیب، ۲۸. چند روش پژوهشی (استفاده بیش از یک روش کیفی)
ت	ترکیبی (راهبرد: ترکیب روش‌های کمی و کیفی)	۱. تبیینی متوالی (اول کمی بعد کیفی)، ۲. اکتشافی متوالی (اول کیفی بعد کمی)، ۳. همسوسازی هم‌زمان (هر دو باهم)، ۴. لانه‌ای هم‌زمان (یکی به عنوان بخشی از دیگری به طور هم‌زمان)

درواقع چهار نوع پژوهش «آزمایشی، توصیفی و کیفی و ترکیبی» از نظر راهبرد اجرایی وجود دارد که با دست‌کاری متغیر مستقل، فقدان دست‌کاری و مطالعه کیفی یا ترکیب بیش از یک مورد، راهبرد اجرایی آن مشخص می‌شود. مطالعات کیفی اغلب سعی در توصیف یک مشکل، مسئله، پدیده یا یک وضعیت دارند، بدون اینکه بخواهند آن را کمی‌سازی کنند. در این نوع پژوهش اغلب از روش‌هایی نظیر مصاحبه با سؤالات باز، مشاهده، تحلیل اسناد (کتبی، صوتی و تصویری)، استنتاج از مطالب، الگوها یا تفاسیر استفاده می‌شود. برای نمونه پژوهش کیفی می‌تواند برای: «ارائه میزان تنوع نظر افراد مختلف درباره یک موضوع خاص، توصیف غیر کمی یک وضعیت منحصر به فرد، توسعه تحلیل تاریخی یک رویداد» مورد استفاده قرار گیرد.

اگر پژوهشگر به صورت عمدی مقادیر (اندازه) تغییرات در یک موضوع، مسئله، پدیده یا یک وضعیت خاص را در نظر بگیرد، در این صورت داده‌های جمع‌آوری شده به صورت کمی (آزمایشی و توصیفی) خواهد بود. در مطالعات کمی (آزمایشی و توصیفی) اغلب از ابزارهایی نظیر رویه‌های از پیش تعیین شده، سؤالات مبتنی بر ابزار (سؤالات بسته یا گزینه‌های قابل انتخاب برای هر گویه)، داده‌های مبتنی بر عملکرد، نگرش، مشاهده یا اطلاعات مربوط به سرشماری، تحلیل آماری و تفسیر، استفاده می‌شود.

وقتی از هر دو رویکرد کمی و کیفی استفاده شود، به آن «روش پژوهش ترکیبی» گفته می‌شود. این نوع مطالعه اغلب شامل روش‌های از پیش تعیین شده با روش‌های کیفی، سؤالات باز و بسته، اشکال مختلف داده‌ها، تحلیل محتوایی و آماری و نتیجه‌گیری نهایی بر اساس یافته‌های به دست آمده از هر دو رویکرد کمی و کیفی است.

پس از تعیین راهبرد اجرایی و انتخاب روش پژوهش مربوطه باید روش پژوهش مناسبی بر اساس مسیر اجرا (اجرای عملیاتی) انتخاب شود. در تقسیم‌بندی از نظر روش یا مسیر اجرا، هر پژوهشی با داده‌های قابل کمی شدن یا تبدیل از مقیاس رتبه‌ای به کمی، در گروه غیرآزمایشی و توصیفی طبقه‌بندی می‌شود. برخی از این روش‌ها تعیین‌کننده مسیر اجرا در هر دو راهبرد توصیفی و کیفی بر اساس نوع و مقیاس داده‌های پژوهش خواهند بود، لذا در برخی از منابع برای رفع ابهام از عنوان توصیفی - تحلیلی استفاده می‌شود.

۵-۱۱. انواع پژوهش بر اساس رویکرد پارادایمی

پارادایم دارای تعاریف متعددی است اما مفهوم منتخب آن برای دسته‌بندی روش‌های پژوهش اشاره به «شیوه خلاصه-سازي باورهای پژوهشگر درباره تلاش‌های او برای خلق دانش» است. به عبارت دیگر، پارادایم به عنوان «چارچوب نظام‌بخش نظریه و پژوهش»، به پوشش اموری چون «فرض‌های بنیادی، مسائل کلیدی، رویه‌هایی برای کیفیت پژوهش و روش‌های دستیابی به پاسخ‌ها» می‌پردازد. در مجموع پارادایم برای پژوهشگر مشخص می‌کند که «دنبال چیست و در درون و برون محدوده موردبررسی در آن پارادایم چه چیزی رخ می‌دهد؟» (محمدپور، ۱۳۹۲). هر پژوهش اغلب از یک پارادایم بهره می‌گیرد و پارادایم به کار علمی مشروعیت‌های «معرفت‌شناختی، روش‌شناختی و جامعه‌شناختی» می‌دهد. دعاوی دانش همچون «ادعای مارکس بر شکل‌گرفتن فرهنگ بر اثر مناسبات تولید» تحت تأثیر سپهر پارادایمی یا محک‌خوردن و مشروعیت‌گرفتن از پارادایم‌ها هستند. پارادایم حاصل نوعی انباشت و ماحصل یک دوره از مسیر تحولات علمی، فنی و اجتماعی است که گرایش خاص ارزشی، دانشی و روشی با الگویی کلان و چترگونه برای جامعه علمی یا یک حوزه رشته‌ای خاص ایجاد می‌کند. پارادایم است که به پژوهشگر می‌گوید تا «چه چیزهایی را بدانند»، «چطور بررسی کند»، «چه چیزی مطالعه شود»، «چه پرسش‌هایی مطرح شود»، «چگونه برای پرسش‌ها پاسخ پیدا شود» و «چگونه پاسخ‌ها تفسیر شود». در عمل پارادایم امکان «اجماع میان گروه‌هایی از پژوهشگران» و «تمایز میان گروه‌های با پارادایم‌های متفاوت» را فراهم می‌کند. پارادایم‌ها تا زمان دادن خدمات کافی و از جمله امکان حل معماها پابرجاست. هر پارادایم با از دست دادن این ظرفیت‌ها، دچار بحران می‌شوند و زمینه‌های چرخش پارادایمی و انقلاب علمی تازه شکل می‌گیرد (فراستخواه، ۱۳۹۵).

در سده بیستم پارادایم مسلط در پژوهش‌های علمی دوران، پارادایم روش‌های کمی بود. برای نمونه پژوهشگران بیشتر بر اساس نظریه‌های از پیش آماده، به «ارائه فرضیه»، «فرضیه‌آزمایی»، «تحلیل رگرسیون» و «تحلیل واریانس و کواریانس» می‌پرداختند. از نیمه دوم این سده، پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که همه امور انسانی و اجتماعی با پارادایم روش‌های کمی برای «طرح مسئله»، «حل مسئله» و «تبیین» مناسب نیستند. در دهه ۸۰ از قرن بیستم، پارادایم روش‌های کیفی مورد توجه قرار گرفت. ابتدا میان پژوهش کمی و کیفی نوعی شکاف و حالتی دو قطبی ایجاد شد اما به مرور و به‌ویژه در شروع قرن بیست‌ویکم، پارادایم روش‌های ترکیبی (آمیخته کمی و کیفی) اهمیت پیدا کرد (فراسخواه، ۱۳۹۵).

پژوهشگر باید دلیل انتخاب روش‌شناسی‌های «کمی، کیفی یا ترکیبی» در پژوهش خود را با توجه به بنیان‌های فلسفی و پارادایمی بیان کند. در ساده‌ترین دسته‌بندی پارادایم‌ها با رویکرد روش‌شناسی، می‌توان آن‌ها را به سه دسته «اثبات‌گرا با رویکرد کمی»، «ساختارگرا با رویکرد کیفی» و «پراگماتیسم با رویکرد ترکیبی» تقسیم کرد. در فلسفه پژوهش سه رکن بنیادی «هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و روش‌شناسی» به شرح جدول ۵-۱۶ وجود دارد که با بررسی عمیق آن‌ها می‌توان پارادایم‌های متنوع‌تری را هم شناسایی کرد.

جدول ۵-۱۶. ارکان فلسفه پژوهش

ردیف	ارکان	توضیح
۱	هستی‌شناسی	تأکید بر شناخت شکل و ماهیت واقعیت در جهان واقعی
۲	معرفت‌شناسی	تأکید بر شناخت شکل و ماهیت روابط بین واقعیت‌های شناخته‌شده در هستی‌شناسی
۳	روش‌شناسی	تأکید بر روش‌های شناخت شکل و ماهیت واقعیت و روابط آن‌ها در جهان واقعی

امروزه پارادایم‌های متنوع‌تری بر مبنای سه رکن فلسفه پژوهش معرفی شده است. در جدول ۵-۱۷ به معرفی پنج پارادایم بر اساس ارکان فلسفه پژوهش پرداخته شده است. ارکان فلسفه پژوهش مواضع یا رویکردهای هر پارادایم و تمایز آن با دیگر پارادایم‌ها را مشخص می‌کند؛ بنابراین پژوهشگر ضمن معرفی پارادایم خود در پژوهش باید به محورهای مورد اشاره در ارکان فلسفی آن نیز بپردازد.

جدول ۵-۱۷. مواضع بنیادی هر پارادایم بر اساس ارکان فلسفه پژوهش

پارادایم رکن	اثبات‌گرا	فرا اثبات‌گرا یا پسااثبات‌گرا	ساختارگرا یا تفسیری	انتقادی	پراگماتیسم
هستی‌شناسی	برای قوانین و حقایق جهان‌شمول	برای حقیقت واحد و توضیح علی پدیده	برای واقعیت چندگانه	برای جهان پیچیده با قدرت‌های پنهان سامان‌یافته	واقعیت‌های چندگانه با وحدت هستی‌شناختی
معرفت‌شناسی	عینی	عینی	ذهنی	بین عینی و ذهنی	ذهنی و عینی
روش‌شناسی	کمی و قیاسی	کیفی و استقرایی	کیفی و قیاسی	کیفی	ترکیبی

پارادایم اثبات‌گرا یا واقع‌گرا یا عمل‌گرا، بر این فرض استوار است که در هر مورد فقط «یک حقیقت» در جهان وجود دارد که باید کشف شود. «پسااثبات‌گراها» نیز به دنبال «یک حقیقت» با توضیحات علی پدیده الگودار درباره رویدادها هستند. بنا بر رویکرد «پارادایم تفسیری یا ساختارگرا یا برداشت‌گرا»، واقعیت یا ادراک فرد قابل‌شناسایی و

توضیح است؛ یعنی مانند یک متن «خوانده، تحلیل و تفسیر» می‌شود. در «پارادایم انتقادی» تفکر با تأکید بر روابط قدرت و در ارتباط با «عقاید، اسطوره‌ها و باورها» در فرد و گروه موردتوجه قرار می‌گیرد. در رویکرد «پراگماتیسم» بر ترکیبی از موارد مورد اشاره و شناختی مبتنی بر رویکردهای «ذهنی و عینی» تأکید می‌شود.

در بسیاری از منابع به دو پارادایم دیگر بنام‌های «پست‌مدرن» و «فمینیسم» هم اشاره می‌شود. پارادایم «پست‌مدرن» یا «پساساختارگرا» همان رویکرد انتقادی است با این تفاوت که از منظر هستی‌شناسی بر «پراکنده، ناپایدار و جمعی بودن دانش و قدرت با فضای تصمیم‌گیری آزاد همراه با تردید درباره کلیت حقایق و قطعیت‌ها» تأکید دارد. از منظر معرفت‌شناسی در این پارادایم، به دلیل پراکنده و متکثر بودن واقعیت‌ها، دیگر نظریه‌ها و جمع‌آوری داده‌ها بر اساس آن‌ها نمی‌تواند به شناخت و توضیح یک پدیده یا حقیقت چندوجهی کمک کند. به همین دلیل و از منظر روش‌شناسی به روش‌های ساختارشکن و بررسی وجوه مختلف برای رسیدن به پاسخ نیاز است. پارادایم «فمینیسم» نیز از منظر هستی‌شناسی بر «نسبی‌گرایی جنسیتی و واقعیت جنسیتی شده» تأکید دارد. از منظر معرفت‌شناسی در این پارادایم «ثنویت‌گرایی و فراعینی‌گرایی» و به زبان ساده «وجود تفاوت بین دنیای زنانه و مردانه» موردتوجه قرار می‌گیرد. از منظر روش‌شناسی نیز تأکید آن بر «گفتگو، جدل و تأویل» است. «پارادایم پراگماتیسم» زیربنای نظری و فلسفی روش پژوهش ترکیبی است که به‌عنوان جنبش روش‌شناختی سوم شناخته می‌شود. از این منظر، تقابل متعارف و قدیمی بین روش‌های کمی و کیفی نه‌تنها مردود تلقی می‌شود، بلکه به ایجاد معرفت یک‌سویه، ناقص و مخدوش می‌انجامد. پراگماتیسم بر تلفیق پارادایم‌ها، صلح‌گرایی روش‌شناختی و ادغام فنون آن‌ها در قلمرو پژوهش تأکید دارد (محمدپور، ۱۳۹۲). پژوهشگر اغلب متأثر از پارادایمی خاص به «طرح مسئله، انتخاب روش پژوهش، ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل یافته» می‌پردازد. چهار پارادایم اصلی مطالعه در جدول ۵-۱۸ معرفی شده است (فراستخواه، ۱۳۹۵).

جدول ۵-۱۸. پارادایم‌های اصلی مطالعه

ردیف	پارادایم	توضیح
۱	اثبات‌گرایی	شناسایی حقیقت بر اساس روش
۲	برساخت‌گرایی	شناخت حقیقت بر اساس ساخت اجتماعی یا معنای ایجاد شده توسط جامعه
۳	متقاعدسازی	شناخت حقیقت بر اساس توافق‌ها و قراردادهای جامعه
۴	عمل‌گرایی	شناخت حقیقت بر اساس میزان کاربردی بودن آن در حل مسئله

۱۲-۵. پژوهش تطبیقی

تطبیق رویکردی مطالعاتی با مراحل مختلف است که مقایسه یکی از اجزا و محور کلیدی آن است. تفکر بدون مقایسه قابل‌تصور نیست و در غیاب مقایسه، هیچ اندیشه و پژوهش علمی نیز امکان‌پذیر نیست. روش تطبیقی بر اساس مقایسه به‌منظور فهم مشابهت‌ها و تفاوت‌ها شکل می‌گیرد. تحلیل روش تطبیقی علاوه بر توصیف و تبیین مشابهت‌ها و تفاوت‌ها شرایط و پیامدهای واحدهای اجتماعی کلان و بزرگ‌مقیاس همچون ملت‌ها، جوامع و کشورها را مورد مطالعه قرار می‌دهد (مک کی و مارش، ۱۳۸۴). این نوع پژوهش می‌تواند کیفی، کمی یا ترکیبی باشد. انواع مسیرهای اجرا در پژوهش تطبیقی در بخش سوم معرفی می‌شود.

۱۳-۵. پژوهش کیفی

پژوهش کیفی یک نگرش، شیوه‌ای ذهنی و نظام‌مند برای توصیف عمیق تجربیات زندگی و درک و تفسیر معنای آن‌ها با استفاده از روش‌های متنوع است. پژوهش کیفی با داده‌هایی سروکار دارد که واقعیت مورد مطالعه را به صورت کلامی، تصویری یا امثال آن نمایان و تحلیل می‌کند. این نوع پژوهش بر معنایی تأکید دارد که افراد شرکت‌کننده در فرایند اجرای پژوهش از پدیده مورد مطالعه در ذهن دارند. پژوهش کیفی عبارت از مجموعه فعالیت‌هایی چون «مشاهده، مصاحبه و امثال آن» است که هر کدام به نحوی پژوهشگر را در کسب اطلاعات دست‌اول، درباره موضوع پژوهش یاری می‌دهند. در این روش از داده‌های جمع‌آوری شده برای «توصیف‌های تحلیلی، ادراکی و طبقه‌بندی‌شده» استفاده می‌شود. درواقع هر نوع یافته‌ای که با شیوه‌هایی غیر از روش‌های آماری یا هرگونه کمی کردن باشد در زمره پژوهش کیفی قرار می‌گیرد. در پژوهش کیفی سه بخش عمده به شرح جدول ۵-۱۹ وجود دارد.

جدول ۵-۱۹. اجزای کلیدی پژوهش کیفی

ردیف	اجزا	توضیح
۱	داده‌ها	جمع‌آوری داده‌ها از راه‌هایی چون «مصاحبه، مشاهده و مشارکت و امثال آن»
۲	تجزیه و تحلیل داده‌ها	با روش‌های تحلیلی، تعبیری و تفسیری برای رسیدن به یافته‌ها یا نظریه‌ها که شامل شیوه‌های «مفهوم‌پردازی از داده‌ها یا کدگذاری» است. شیوه‌های دیگری مانند نمونه‌گیری غیرآماري، یادداشت‌برداری و نمایش روابط مفهومی به صورت دیاگرام نیز بخشی از مرحله تحلیلی هستند.
۳	گزارش نتایج	گزارش‌های نوشته‌شده و شفاهی و ارائه آن‌ها در مجلات و همایش‌های علمی

نتایج پژوهش کیفی برگرفته از یک نگاه عمیق به موضوع مورد بررسی است. در پژوهش کیفی، پژوهشگر خود را غرق و غوطه‌ور در محتوا می‌کند. اغلب روش‌های کیفی در «جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها» شباهت‌های نزدیکی دارند. از دیگر ویژگی‌های خاص روش کیفی «بازاندیشی» و تفکر از «آغاز تا پایان» و از «پایان به آغاز» با تأمل و تفکر انتقادی پژوهشگر است. باین حال در این کتاب تلاش شده است تا با رویکردی جامع‌نگرانه به معرفی هر یک از روش‌های کیفی و ویژگی‌های خاص و متمایزکننده آن‌ها نسبت به بقیه روش‌ها پرداخته شود.

دسته‌بندی از روش‌های پژوهش کیفی در منابع مختلف تفاوت‌های قابل‌تأملی را نشان می‌دهد. در برخی منابع انواع روش‌های پژوهش کیفی در یک دسته و با عناوینی چون «تاریخی، گراند‌تئوری، قوم‌نگاری، پدیدارشناسی، اقدام‌پژوهی، مطالعه موردی، مونوگرافی، دلفی، کیو، اپرا، گروه اسمی و امثال آن» قرار می‌گیرند و سایر مفاهیم یا روش‌های تحلیل گونه مانند تحلیل «گفتمان، روایتی، محتوا، هرمنوتیک، ژانر، مضمون، نشانه‌شناسی و امثال آن را» به عنوان «شیوه تحلیل» می‌دانند. در این راستا خنیفر و مسلمی (۱۳۹۵) برگرفته از نتایج یک پژوهش، دسته‌بندی از روش‌های کیفی به شرح جدول ۵-۲۰ را ارائه کرده‌اند.

جدول ۵-۲۰. انواع روش پژوهش کیفی با توجه به هدف

هدف	ردیف	روش	خروجی و نتایج
عصاره سازی اطلاعات و حرکت به سمت ژرفای متون	۱	تحلیل مضمون	روش شناختی و تلخیص متون
	۲	تحلیل محتوا	غربالگری پیامها و متون (سفر به روح جملات و جهان)
	۳	تحلیل نشانه شناختی	بررسی دالها (دلیلها) در متن برای درک معانی
	۴	تحلیل گفتمان	تجزیه و تحلیل زبان در کاربرد نهفته
	۵	تحلیل روایت	توصیف از دل تجارب زیسته
	۶	پدیدارشناسی	جوهره یابی (سفر بین الادهانی)
	۷	گراند تئوری	مفهوم سازی و تولید نظریه
آسیب شناسی و حقیقت جویی (سفر به فراسوی تاریخ و متن)	۸	تاریخی	تولید داده ها و یافته ها از دل آثار و شواهد
	۹	مردم نگاری	توصیف دقیق جزئیات یک قوم یا ملت
	۱۰	تبارشناسی	روش تاریخی مبتنی بر عدم پیوستگی رویدادها
جزئی نگری برای تفسیر و تطبیق	۱۱	مطالعه موردی	بررسی جنبه های بی شمار یک مورد
	۱۲	اقدام پژوهی	مطالعه یک عرصه برای ایجاد تغییر و تعدیل فوری
	۱۳	تطبیقی	کشف نقاط افتراق و انطباق پدیده ها
نهیضت قیام بر قواعد روشی	۱۴	واسازی	بررسی جزء نگر مفاهیم برای نشان دادن تناقضات مفهومی
	۱۵	فمنیسم	تجربه کاوی زنان و خلق نظریه جدید
حرکت در مرزهای کمی و کیفی	۱۶	آمیخته	انقلاب تلفیق روش کمی و کیفی
	۱۷	کیو	راهی به سوی جهان افراد
	۱۸	فراتحلیل	شکار یافته ها از مطالعات متعدد و پراکنده
	۱۹	مدل سازی	نمایش جهان وسیع متن در مینیاتور شبکه ای

در ادامه و معرفی هر روش در فصول آتی شاهد آن خواهید بود که برخی روش های کیفی می توانند با استفاده از ابزارهای جمع آوری داده های کمی، در زمره روش های کمی هم قرار بگیرند. از مهم ترین ویژگی های کلیدی فرایند پژوهش می توان به مواردی به شرح جدول ۵-۲۴ اشاره کرد.

جدول ۵-۲۴. مهم ترین ویژگی های پژوهش کیفی

ردیف	ویژگی	توضیح
۱	تکه چینی	قراردادن تکه های مختلف دیدگاه ها و چشم اندازها در کنار یکدیگر
۲	تشبیه قیف	شروع با یک سؤال پژوهشی گسترده مانند «چه می گذرد؟» و در ادامه محدود سازی تدریجی داده های گسترده
۳	دورانی بودن	تکرار فعالیت های «جستجو، ارزیابی، آماده کردن اسناد و ثبت» در مراحل «تعریف، تولید و پالایش» موارد
۴	مفاهیم حساس	تأکید بر نظریه ها یا ابزارهای تفسیری به عنوان دیدگاه آغازین پژوهش کیفی
۵	گشتالت	توجه کل نگرانه و همه جانبه نگر به زمینه و عرصه ها یا توجه به کل به جای اجزا

برای طراحی یک پژوهش کیفی باید پیکربندی آن را مشخص کرد. یعنی این که «چه اطلاعاتی؟ از کجا؟ و به چه میزان؟» برای رسیدن به «پاسخ مناسب سؤال پژوهش» لازم است. در جدول ۵-۲۱ مروری جامع بر انواع روش های پژوهش کیفی و مؤلفه های متمایزکننده آن ها صورت گرفته است.

جدول ۵-۲۱. مروری جامع بر انواع روش‌های پژوهش کیفی و ویژگی‌های متمایزکننده آن‌ها

ردیف	روش پژوهش	هدف	نمونه‌گیری	کاربرد	ابزار
۱	تحلیل مضمون	شناخت، تحلیل و گزارش	موارد خاص	متن شکافی	مصاحبه و اسناد
۲	تحلیل محتوای کیفی	اکتشاف در متون	۱ تا ۳۰ واحد	تحلیل متن	مصاحبه و اسناد
۳	تحلیل نشانه‌شناسی	مطالعه نشانه و موارد معنادار	رمزها و نمادها	تفسیر نشانه‌ها	مصاحبه و اسناد
۴	تحلیل گفتمان	مطالعه محتوای متأثر از فرهنگ	هدفمند	تفسیر عوامل بیرون از متن	ثبت مکالمات
۵	تحلیل روایت	بررسی روایت‌های متن	۱ تا ۲	تفسیر تجارب در روایت	مصاحبه و اسناد
۶	پدیدارشناسی	کشف تجربه زنده افراد	۵ تا ۲۵ نفر	شناخت پدیده با درک افراد	مصاحبه و مشاهده
۷	گراندد تئوری	دستیابی به نظریه از یک پدیده	۱۵ تا ۶۰	ساخت نظریه از داده‌ها	مصاحبه و مشاهده
۸	تاریخی	کشف و تفسیر رویداد گذشته	تا اشیاع	بازتولید تاریخ	اسناد و مصاحبه
۹	قوم‌نگاری	کشف موارد در میدان طبیعی	۳۰ تا ۵۰	اکتشاف فرهنگی	مشاهده و مصاحبه
۱۰	تبارشناسی	کندوکاو در سخن‌ها	۱ تا چند واژه	فهم عمیق واژه‌ها	اسناد و مشاهده
۱۱	مطالعه موردی	بررسی نظام‌مند مورد خاص	برحسب مورد	فهم عمیق از یک مورد	انواع موارد
۱۲	واسازی	تحلیل انتقادی در خوانش متن	۲ تا ۱۰	تحلیل انتقادی متن ادبی	اسناد و مصاحبه
۱۳	فمنیسیم	مطالعه درباره یا از نظر زنان	هدفمند	خلق نظریه درباره زنان	انواع موارد
۱۴	طبیعت‌گرایانه	مطالعه گروه‌های اجتماعی	هدفمند	توصیف و تفسیر رفتارها	انواع موارد

پژوهش طبیعت‌گرایانه رویکردی برای درک جهان اجتماعی است که پژوهشگر در آن، تجربیات و اقدامات افراد و گروه‌های خاص را در بستر اجتماعی و فرهنگی «مشاهده، توصیف و تفسیر» می‌کند. این روش پژوهش سنتی که ابتدا از «انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی» توسعه یافت، مجموعه‌ای از روش‌های پژوهش کیفی از جمله «قوم‌نگاری، مطالعات موردی، گراندد تئوری و امثال آن» است. پژوهشگران طبیعت‌گرا با جستجو در محل‌های زندگی و کار افراد، «مشاهدات، مصاحبه‌ها و سایر منابع داده‌های توصیفی و همچنین تجربیات ذهنی خود» را برای رسیدن به «توصیف‌های غنی» و در ادامه «تفسیر پدیده‌های اجتماعی» مورد استفاده قرار می‌دهند. طرح‌های پژوهش طبیعت‌گرایانه برای پژوهش‌های اکتشافی و به‌ویژه در شرایط «در دسترس نبودن چارچوب‌های نظری» یا «وجود اطلاعات کم درباره موضوع» بسیار مفید هستند (سالکیند^۱، ۲۰۱۰).

۱۴-۵. رویکردهای مطالعه

رویکردهای مطالعه را می‌توان به دو دسته رویکرد معمول و رویکرد فرامطالعه تقسیم کرد. رویکرد معمول به استفاده از روش‌های خاص و معمول اشاره دارد اما رویکرد فرامطالعه اغلب برای «بررسی، ترکیب و آسیب‌شناسی» پژوهش‌های گذشته به‌کار می‌رود. فرامطالعه انواع روش‌هایی به شرح جدول ۵-۲۲ را در بر می‌گیرد.

جدول ۵-۲۲. انواع روش‌های فرامطالعه

ردیف	انواع	توضیح
۱	فرانظریه	تحلیل نظریه‌های پژوهش‌های گذشته از جمله فرضیه‌ها، نظریه‌ها، پارادایم‌ها، سیر تکمیلی نظریه‌ها و کیفیت آن‌ها
۲	فراروش	تحلیل روش‌شناسی پژوهش‌های گذشته از جمله صحت و تناسب روش پژوهش، نمونه‌گیری و تحلیل داده‌ها
۳	فرا ترکیب	تحلیل یافته‌های پژوهش‌های گذشته با رویکرد کیفی از جمله تفسیر داده‌های اصلی از پژوهش‌های منتخب
۴	فرا تحلیل	تحلیل یافته‌های پژوهش‌های گذشته با رویکرد کمی

۱۵-۵. منبع داده

بر اساس منبع داده که یا دست‌اول یا دست‌دوم خواهد بود، می‌توان پژوهش‌ها را به دو دسته «اصلی و مروری» تقسیم کرد. در رویکرد «پژوهش اصلی» خود پژوهشگر داده‌ها را با ابزارهای مشخصی جمع‌آوری و آن را تحلیل می‌کند. اما در روش مروری، پژوهشگر به‌مرور داده‌ها یا اطلاعات حاصل از دیگر پژوهش‌ها و مطالعات پرداخته و آن‌ها را تحلیل می‌کند. بر این اساس روش‌های مروری را می‌توان به شرح جدول ۵-۲۳ شناسایی کرد.

جدول ۵-۲۳. انواع روش‌های مطالعات مروری

ردیف	انواع	توضیح
۱	مرور روایی	با مرور ادبیات پیشینه و با هدف خلاصه‌سازی موارد کلیدی از دانش فعلی در یک موضوع خاص
۲	مرور نظام‌مند	با هدف بررسی پاسخ به سؤال‌ها با «تجزیه و تحلیل مطالعات با معیارهای مشخص» یا «مطالعه مطالعات»
۳	مرور محدوده‌ای	مروری سریع برای مشخص کردن محدوده مطالعه
۴	فرا تحلیل	روشی با رویکردی آماری برای ترکیب نتایج پژوهش‌های مختلف (اغلب در ادامه مرور نظام‌مند)
۵	مرور واقع‌بینانه	بررسی واقع‌گرایانه سازوکارهای چگونگی و چرایی مداخلات پیچیده محیطی در بهبود یا ناکامی نتایج
۶	فرا ترکیب	تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات برگرفته از مطالعات کیفی (مانند فرا تحلیل اما برای مطالعات کیفی)

۱۶-۵. واکنش‌پذیری

روش غیرواکنشی یا غیرمزاحم برخلاف روش‌های واکنش‌پذیر، شامل هرگونه مطالعه رفتار انسانی است که مبتنی بر گفتگوی مستقیم با افراد (مانند مصاحبه) یا مشاهده مشارکتی آن‌ها نباشد. این روش می‌تواند دربرگیرنده «آثار فیزیکی و به‌جامانده از انسان‌ها مانند «آثار باستانی»، «پس‌ماندها» یا «اسناد و مدارک متنی، صوتی یا تصویری» و یا «اینترنت» باشد. از این رو برخی پژوهشگران روش‌های غیرواکنشی را برای اشاره به داده‌های ثانویه به‌کار می‌برند. سنجه‌های غیرواکنشی یا غیرمزاحم، به پژوهشگران اجازه می‌دهند تا ابعاد گوناگون یک پدیده را بدون مراجعه یا تغییر در آن مورد مطالعه قرار دهند. در این روش، افراد مورد مطالعه بدون آگاهی از مشاهده یا مطالعه شدن، هیچ واکنشی به فعالیت‌های پژوهشی ندارند؛ زیرا پژوهشگر در بستر موقعیت اجتماعی پنهان‌شده و زمینه‌ای برای اختلال در فعالیت پژوهش وجود ندارد. اهمیت این روش در زمان‌هایی است که آگاهی از مورد مطالعه قرار گرفتن باعث خودسانسوری پاسخ‌دهنده یا مشارکت‌کننده می‌شود. به همین دلیل برخی کارشناسان مشاهده پنهان یا بررسی مصنوعات و بقایای افراد مورد مطالعه را در بسیاری از موارد بر تماس مستقیم با آن‌ها ترجیح می‌دهند. آن‌ها تأکید دارند که خطای این روش‌ها

از روش‌های واکنشی بسیار کمتر است. انواع سنجه‌های غیرواکنشی را می‌توان به شرح جدول ۵-۲۴ دسته‌بندی کرد (محمدپور، ۱۳۹۲).

جدول ۵-۲۴. انواع سنجه‌های غیرواکنشی

ردیف	انواع	شامل
۱	مصنوعات	ناشی از فعالیت‌های انسانی مانند ثبت با داده‌های آرشیوی و شواهد آثار مادی
۲	مشاهده پنهان	بررسی یک پدیده اجتماعی بدون اطلاع افراد تحت مشاهده و با نقشی غیرتعاملی و غیرمزاحم با تأکید بر «حفظ فاصله»، «پرهیز از درگیری‌های عاطفی و رفتاری»، «مشاهده باز و آزاد» و «دوری از گفتگوی مستقیم»

داده‌های آرشیوی مصنوعاتی هستند که معانی نمادین با خود دارند و انواع متفاوتی از مواد مکتوب یا نوشتاری مانند نامه‌ها و روزنامه‌ها یا اطلاعات ذخیره‌شده در اشکال گوناگون دیگر مانند تصویرها را در بر می‌گیرند. این داده‌ها هم به‌عنوان تنها منبع مطالعه و یک پدیده یا موضوع و هم به‌عنوان منبع داده‌های مکمل در ارتباط با موضوع استفاده می‌شوند. داده‌های آرشیوی دارای انواع متفاوتی به شرح جدول ۵-۲۵ هستند.

جدول ۵-۲۵. انواع ثبت‌ها یا داده‌های آرشیوی

ردیف	انواع	شامل
۱	ثبت‌های همگانی مکتوب	انواع آرشیو دولتی و غیردولتی برای مصرف عمومی مانند انواع آمارها و گزارش‌ها
۲	ثبت‌های خصوصی مکتوب	انواع خودنگاری‌ها، یادداشت‌های شخصی، نامه‌ها و وبلاگ‌های شخصی
۳	پایگاه‌های داده‌های آرشیوی	از مطالعات قبلی و پوشش‌دهنده ابعاد گوناگون یک پژوهش
۴	اطلاعات ذخیره‌شده غیرنوشتاری	مانند آرشیو فیلم، صوت و تصویر

اکثر پژوهشگرانی که به تحلیل اسناد می‌پردازند، بین دو دسته منابع دست‌اول و دست‌دوم تفاوت قائل می‌شوند. منابع دست‌اول یا اصلی بر «نامه، سفرنامه یا گزارش شاهدان عینی از یک واقعه یا موقعیت» تأکید دارند. در مقابل منابع دست‌دوم یک گام دورتر از منابع دست‌اول و بر منابعی مانند «تحلیل تاریخ‌نگاران و جامعه‌شناسان و گزارش شاهدان غیرعینی» اشاره می‌کنند. امروزه اسناد و مدارک «مجازی و الکترونیک» با رویه‌های پژوهشی خاص مانند «تحلیل داده‌های مجازی»، «مردم‌نگاری مجازی»، «نشانه‌شناختی مجازی»، «مشاهده مشارکتی مجازی» موردتوجه قرار گرفته است. از نقاط قوت «اسناد رسانه‌ای» می‌توان به «دسترسی آسان، ارزان، عمومی بودن و ماندگاری بیشتر و امکان بررسی تغییرات در طول زمان» اشاره کرد. شواهد آثار مادی یا مصنوعات مادی را نیز می‌توان به دو دسته سنجه‌های «افزایشی و فرسایشی» به شرح جدول ۵-۲۶ تقسیم کرد.

جدول ۵-۲۶. انواع آثار مادی یا مصنوعات

ردیف	انواع	شامل
۱	افزایشی	باقی‌مانده‌های مواد و مستلزم انباشته شدن لایه‌ها روی یکدیگر مانند «برآورد مصرف نوشابه‌ها در یک شهر بر اساس بطری‌های خالی در زباله‌دان‌های خانگی» یا «یادداشت‌ها، شعارها و نقاشی‌های روی دیوارها به‌عنوان معرف یک گروه یا افراد خاص» یا «اطلاعات جامانده از صحنه جرم مانند پوکه»
۲	فرسایشی	مواد گزینشی و فرسوده مانند «گوشه‌های کثیف صفحات کتاب به‌عنوان نشانه‌ای از عامه‌پسندی» یا «نقاط پوسیده قالیچه در موزه به‌عنوان شاخص عامه‌پسندی»

این سنجه‌ها امکان مطالعه «چگونگی فرسوده شدن محیط توسط اقدامات روزمره انسانی» را فراهم می‌کند. تحلیل مصنوعات مادی از تحلیل متون مکتوب پیچیده‌تر است؛ زیرا از نظر زبان، چارچوب یا منطق کمتری نسبت به زبان گفتار و نوشتار دارد. محصولات مادی اغلب دارای معانی ضمنی هستند، لذا باید زمینه اجتماعی «تولید، مصرف، دوراندختن و بازمصرف» آن‌ها به دقت شناخته شود. تفسیر مصنوعات مادی علاوه بر اینکه به «پژوهشگر و خود فرهنگ مادی» وابسته است، احتمال دارد همچون زمینه تولید شدن آن در طول زمان دچار تغییرات شود (محمداپور، ۱۳۹۲).

۱۷-۵. انواع روش پژوهش با توجه به مشارکت پژوهشگر

پژوهش‌ها را می‌توان در سه دسته بر اساس مشارکت پژوهشگر به شرح جدول ۵-۲۷ دسته‌بندی کرد.

جدول ۵-۲۷. انواع پژوهش با توجه به مشارکت پژوهشگر

ردیف	انواع	توضیح
۱	فردی	یک فرد به تنهایی همه نقش‌ها را در پژوهش ایفا می‌کند.
۲	گروهی	نقش‌ها در یک تیم یا گروه بین پژوهشگران تقسیم می‌شود.
۳	جمع‌سپاری	مشارکت جمعی و داوطلبانه پژوهشگران از طریق سایت‌هایی تخصصی با رویکرد رسیدن به خرد جمعی

جمع‌سپاری یا انبوه‌سپاری معادل Crowdsourcing ترکیبی از دو کلمه «جمعیت» و «برون‌سپاری» و به معنای برون‌سپاری به انبوه مردم است. «جمع‌سپاری» در دنیای پژوهش نوعی برون‌سپاری به گروه فراوانی از پژوهشگران حائز شرایط ناشناخته و داوطلب است. ناشناخته به این معنا که بانی پژوهش نمی‌تواند پژوهشگران خود را تأمین کند. این کار معمولاً از طریق فراخوان عمومی در اینترنت و اغلب در وب‌سایت‌های تخصصی و مربوط به این کار انجام می‌شود. برای این منظور سایت‌های مخصوص پژوهش جمع‌سپاری با قرار دادن «یک پروژه پژوهشی در وب‌سایت» با جلب و همکاری متخصصان مربوطه داوطلب به اجرای آن می‌پردازند. این رویکرد «خرد جمعی» بر «بالتر بودن هوش جمعی از هوش فردی» تأکید دارد. منظور از «خرد جمعی»، میانگین گرفتن از راه‌حل‌ها نیست بلکه «تجمع» آن‌ها است. یعنی میانگین سرعت یک‌صد دهنده از سریع‌ترین دهنده بالاتر نیست اما «تجمع و جمع‌بندی» نظرات یک‌صد نفر درباره راه‌حل یک مشکل، خطای کمتری از تصمیم یک نفر دارد. در جمع‌سپاری‌ها به ویژگی‌هایی چون «تنوع آرا، عدم وابستگی جمعیت و هم‌افزایی در تبدیل قضاوت شخصی به تصمیمات گروهی» توجه داشت (سورویکی^۱، ۲۰۰۴). جمع‌سپاری پژوهشی از روندهای رو به رشد پژوهشی در حوزه علوم رفتاری و همراه با جذب پژوهشگران متنوع و متعدد از در سطح جغرافیایی وسیع است. از وب‌سایت‌های تخصصی برای این منظور می‌توان به مواردی چون «آمازون مکانیکال ترک، پروفیلیک آکادمیک، کوالتریکس پنل، استادی‌رسپانس، سوروی مانکی آودینس و ویلمارت»^۲ اشاره کرد. این رشد فراوانی مقالات جمع‌سپاری را در نشریات افزایش داده است (هارمس و دی‌سیمور^۳، ۲۰۱۵). جمع‌سپاری

1. Surowiecki

2. Amazon Mechanical Turk (MTurk), Prolific Academic, Qualtrics Panels, StudyResponse, Survey Monkey Audience and Witmart

3. Harms & DeSimone

اجازه می‌دهد تا پژوهشگران یا شرکت‌کنندگان زیادی (گاهی تا صدها نفر) با هزینه نسبتاً کم در یک دوره زمانی کوتاه و گاهی در یک روز در پروژه مشارکت کنند. نکته مهم آن است که باید اطمینان حاصل کرد که نمونه‌ها برای پاسخ به سؤال پژوهش، مناسب‌ترین باشند. نتایج نشان می‌دهد که در این روش نمونه‌های دانشگاهی و کارشناسی نتایج بهتری دارند (هنریش، هاین و نورنزیان^۱، ۲۰۱۰). به همین دلیل در پروژه‌های جهانی، سایت مربوطه محدودیت‌هایی را برای حضور پژوهشگران از کشورهای خاص ایجاد می‌کنند (فیتوسا، جوزف و نیومن^۲، ۲۰۱۵). برای استفاده از این روش باید سیستم عامل‌های محبوب کشورهای منتخب را برای بالابردن شانس انتخاب نمونه مناسب شناخت. برای نمونه MTurk در همه کشورها به اندازه ایالات متحده محبوب نیست (پالمر و استریکلند^۳، ۲۰۱۶). روش‌های جمع‌سپاری پژوهشی با روش‌های خلاقانه‌ای در چگونگی استفاده از عناصر اصلی آن یعنی «فناوری، ذینفعان و ارتباط» روند تکاملی را طی می‌کند. فناوری شامل «وب‌سایت اجراکننده» و «زیرساخت شبکه اجتماعی» آن است که بدون شناسایی مناسب ذینفعان یا گروه و افراد اثرگذار یا اثرپذیر از اهداف پروژه نمی‌توان از ظرفیت آن به‌طور مؤثر استفاده کرد. تأمین‌کنندگان وب‌سایت نقش مهمی در جمع‌سپاری پژوهشی با تأمین زیرساخت فناورانه دارد که به بانیان امکان قراردادن پروژه در معرض دید تعداد زیادی از پژوهشگران بالقوه را فراهم می‌کند. همچنین باید امکان برقراری ارتباط بین بانیان و پژوهشگران از طریق ویژگی‌هایی مانند «دریافت نظر، به‌روزرسانی پروژه و تبادل ایمیل» به شکلی کارآمد فراهم شود. بانی پژوهش می‌تواند فرد، تیم یا یک سازمان خاص باشد.

فرایند اجرای این الگو مبتنی بر جمعیتی بزرگ و قابل تقسیم به گروه‌های فرعی برای انجام فعالیت موازی روی اهداف مشترک است. در این مسیر اغلب پژوهشگر اصلی، سؤال اصلی پژوهش را با سامانه مطرح و ضمن جلب نظر و مشارکت پژوهشگران پاسخ‌ها و راه‌حل‌ها را از طریق سامانه جمع‌آوری و با توزیع آن‌ها در میان مشارکت‌کنندگان از آن‌ها خواسته می‌شود تا به ارزیابی و درجه‌بندی راه‌حل‌ها یا پاسخ‌ها بپردازند. این رویکرد زمینه دستیابی به راه‌حل‌های متنوع و درجه‌بندی آن‌ها توسط خود مشارکت‌کنندگان می‌شود. پژوهشگر اصلی می‌تواند یک استاد دانشگاه یا پژوهشگر یا هر فرد دیگری با توانایی لازم در امر پژوهشگری باشد. او باید وظایف جمع مشارکت‌کنندگان از جمله چگونگی را مشخص کند. تمامی این موارد در ساختار سامانه اینترنتی و توسط عملگر مربوطه انجام می‌شود.

۱۸-۵. دسته‌بندی بر مبنای رویکرد مواجهه با واقعیت

بر اساس این دسته‌بندی مبتنی بر روش‌شناسی یا نحوه تفکر و مطالعه در پژوهش، پژوهش‌ها در دو دسته کلی «پژوهش تجربی یا empirical research» و «عقلی یا Rationalism» به شرح جدول ۵-۲۸ قرار می‌گیرند.

1. Henrich, Heine and Norenzayan
2. Feitosa, Joseph & Newman
3. Palmer and Strickland

جدول ۵-۲۸. انواع پژوهش بر اساس نحوه تفکر و مطالعه

ردیف	انواع	توضیح
۱	تجربی	مبتنی بر مشاهده رفتار بدون دستکاری در متغیرها در بررسی امور
۲	عقلی	تکیه بر اصول عقلی و منطقی مانند نظریه‌های معتبر در بررسی امور

۵-۱۸-۱. پژوهش تجربی: گاهی در ترجمه‌های فارسی این مفهوم با «پژوهش آزمایشی یا experimental research» اشتباه گرفته می‌شود؛ زیرا در بسیاری از منابع، پژوهش‌های آزمایشی به عنوان تجربی ترجمه شده‌اند. مهم‌ترین تفاوت این دو روش در آن است که در پژوهش‌های آزمایشی، متغیر مستقلی دستکاری می‌شود و آثار آن بر متغیر وابسته‌ای بررسی می‌شود؛ اما در پژوهش تجربی، مشاهده رفتار و بدون دستکاری متغیری انجام می‌شود. پژوهش تجربی، مبتنی بر شواهد تجربی یا مستندات تجربی است. شواهد تجربی اطلاعاتی است که از طریق حواس به‌خصوص با مشاهده و مستندسازی الگوها و رفتار از طریق آزمایش حاصل می‌شود. در منطق تجربه‌گرایی کسی می‌تواند ادعای داشتن دانش داشته باشد که باورهای او دلایل منطقی و تجربی داشته باشد. همچنین راه جمع‌آوری داده و کسب دانش در آن می‌تواند از مشاهده یا تجربه مستقیم و غیرمستقیم باشد. شواهد تجربی مانند ثبت مشاهدات یا تجربیات مستقیم پژوهشگر، می‌تواند با رویکردهای کمی یا کیفی مورد تحلیل قرار گیرد. اغلب پژوهش تجربی به مثابه یک چرخه به ترتیب «مشاهده، استقرا، قیاس، آزمون و ارزشیابی» به شرح جدول ۵-۲۹ انجام می‌شود.

جدول ۵-۲۹. چرخه پژوهش تجربی

ردیف	انواع	توضیح
۱	مشاهده	مشاهده پدیده و جستجو درباره علل آن
۲	استقرا	تنظیم فرضیه‌ها یا توضیحات کلی برای پدیده
۳	قیاس	تدوین روش‌هایی برای آزمون فرضیه‌ها
۴	آزمون	آزمون فرضیه‌ها و رسیدن به نتیجه تأیید یا رد فرضیه
۵	ارزشیابی	تفسیر داده‌ها و تدوین نظریه بر اساس استدلال حاصل از نتایج آزمایش به عنوان معقول‌ترین توضیح برای پدیده

۵-۱۸-۲. پژوهش عقلی: این نوع پژوهش اغلب با یک نظریه آغاز می‌شود و از ابزارهای رسمی برای جمع‌آوری داده استفاده می‌شود. یافته‌های آن اغلب قابل تعمیم هستند. در این روش اغلب مسئله‌ها به صورت متغیرهایی چون مستقل و وابسته بر اساس روابط عقلانی بین آن‌ها معرفی می‌شوند.

۵-۱۹. انواع پژوهش ارزشیابی

پژوهش ارزشیابی بر ارزیابی منظم «ارزش، شایستگی، زمان، پول، تلاش و منابع صرف‌شده» برای رسیدن به یک هدف مشخص اشاره دارد. پژوهش ارزشیابی نوعی از پژوهش کاربردی با هدف تأثیرگذاری در دنیای واقعی است. روش‌های بسیاری مانند پیمایش و آزمایش می‌تواند برای انجام پژوهش ارزشیابی استفاده شود. فرایند پژوهش تحقیق ارزشیابی شامل جمع‌آوری داده‌ها در مورد سازمان‌ها، فرآیندها، پروژه‌ها، محصولات و یا منابع است. پژوهش ارزشیابی دانش و تصمیم‌گیری را تقویت می‌کند و به کاربردهای عملی منتهی می‌شود. این نوع پژوهش را می‌توان در دو شکل «ارزیابی کمی» و «ارزیابی کیفی» با انواع روش‌های معرفی شده در این دو نوع روش انجام داد.

۵-۲۰. انواع پژوهش با رویکرد اجتماعی

در برخی منابع به نوعی از روش پژوهش بنام «پژوهش اجتماعی» اشاره می‌شود. پژوهش اجتماعی روشی است که در آن پژوهشگران علوم اجتماعی برای کسب اطلاعات درباره مردم و جوامع به کار می‌گیرند. بدیهی است که وقتی رویکردی پژوهش به غیر از مطالعه مردم و جوامع باشد، در زمره پژوهش‌های غیر اجتماعی قرار می‌گیرد. از انواع روش‌های کمی و کیفی می‌توان در این دو نوع پژوهش استفاده کرد.

۵-۲۱. کدام دسته‌بندی و کدام روش پژوهش مناسب‌تر است؟

متأسفانه بی‌دقتی در انتخاب موضوع و روش پژوهش در موارد متعددی باعث می‌شود تا تلاش‌های دانشجویان و پژوهشگران به موارد مهمی چون ارائه «نظریه، ایده، علم محض یا پیشرفت دانش» و حتی «رفع یک مسئله یا مشکل یا پاسخی صریح به یک سؤال کلیدی» کمکی نکند و تنها نوعی نشخوارگی سطحی از ظواهر علم صورت گیرد. برای این منظور باید در انتخاب موضوع و روش پژوهش، نهایت دقت و تأمل قبل از شروع پژوهش صورت گیرد. روش پژوهش را می‌توان از چندین بعد معرفی کرد؛ اما در پروپوزال (پیشنهاد پژوهش) و فصل سوم پایان‌نامه یا پژوهش باید به روش پژوهش از نظر راهبرد و مسیر اجرا یا طرح پژوهش پرداخته شود. در مجموع مهم‌ترین دلایل در انتخاب یک روش پژوهش و معرفی آن در جدول ۵-۳۰ معرفی شده است.

جدول ۵-۳۰. انواع استدلال پژوهشگران برای برتری یک روش پژوهش نسبت به بقیه

ردیف	استدلال‌ها
۱	فلسفه خاص پژوهشگر
۲	چارچوب خاص نظری پژوهش
۳	مسئله پژوهش یا پرسش کلی پژوهش
۴	موقعیت‌های خاص پژوهش و انواع محدودیت‌ها یا فرصت‌های ممکن

برای درک بیشتر هر یک از روش‌های پژوهش بر مبنای مسیر اجرای آن‌ها که اغلب از آن به عنوان طرح پژوهش یاد می‌شود؛ بخش سوم این کتاب به معرفی هریک با جزئیات فرایند اجرای آن‌ها خواهد پرداخت.

مبانی انتخاب جامعه و نمونه پژوهش

هدف کلی: آشنایی با مبانی انتخاب جامعه و نمونه پژوهش

اهداف یادگیری

- آشنایی با قلمرو پژوهش
- آشنایی با انواع متغیر
- آشنایی با انواع جامعه پژوهش
- آشنایی با انواع نمونه گیری تصادفی
- آشنایی با انواع نمونه گیری غیر تصادفی

مقدمه

یکی از گام‌های اساسی در فرایند اجرای پژوهش انتخاب قلمرو، جامعه و نمونه پژوهش است. در این فصل فرایندهای محدودسازی و اجرای پژوهش بر اساس قلمرو، جامعه و نمونه معرفی خواهد شد.

۱-۶. تعیین قلمرو پژوهش

یکی از رویکردهای اصلی در پژوهش، محدود کردن قلمروهای آن برای بالا بردن قابلیت اجرا و دقت عمل در آن است. برخی از قلمرو پژوهش با عنوان «محدوده» یا «محدودیت‌های در کنترل پژوهشگر» یاد می‌کنند که در این کتاب با توجه به غنی بودن واژه «قلمرو» از نظر مفهومی، با این واژه مورد اشاره قرار خواهد گرفت. در اغلب موارد پژوهشگر در سه حیطه به تعیین محدوده قلمرو پژوهش می‌پردازد که این محدوده در انتخاب جامعه و نمونه نقش مهمی خواهد داشت. سه حیطه اصلی برای تعیین قلمرو پژوهش در جدول ۱-۶ معرفی شده است.

جدول ۱-۶. مهم‌ترین حیطه‌های تعیین قلمرو پژوهش

ردیف	حیطه	توضیح
۱	موضوع	تعیین محدوده موضوع و متغیرهای موردبررسی با تأکید بر انتخاب تعاریف عملیاتی برای آن‌ها
۲	زمانی	تعیین دوره زمانی موردبررسی از شکل کلی «گذشته، حال و آینده» و حتی محدوده دقیق‌تر آن
۳	مکانی	تعیین محدوده جغرافیایی و مکانی موردبررسی

۲-۶. تعیین محدوده موضوع و متغیرها

برای تعیین محدوده موضوع باید متغیرهای موردبررسی را خوب شناخت و بر اساس انواع دسته‌بندی از متغیرها نوع و محدوده آن را شناسایی کرد. معنی متغیر همان‌طور که از نام آن بر می‌آید، شامل هر چیز تغییرپذیری است که پژوهشگر در پژوهش به دنبال شناخت و اندازه‌گیری آن است تا بداند که در موضوع موردبررسی چه وضعیتی دارد یا تحت تأثیر و در ارتباط با چه عواملی دچار تغییر می‌شود یا در مقایسه با دیگر متغیرها چه تفاوت یا اولویتی خواهد داشت. برای اجرای یک موضوع پژوهشی را با روشی مشخص انجام داد، باید محدوده یا نحوه اندازه‌گیری متغیرهای آن موضوع را مشخص کرد. برای این منظور باید وضعیت متغیرها را از ابعادی به شرح جدول ۲-۶ مشخص کرد.

جدول ۲-۶. انواع رویکردهای تعیین وضعیت متغیرها

ردیف	انواع	توضیح
۱	معرفی نوع متغیر	از نظر «مستقل یا وابسته»، «ملاک یا پیش‌بین»، «نحوه اندازه‌گیری»، «آشکار یا پنهان»، «درون یا برون‌زایی»، «کواریت» و «مقوله»
۲	تعریف نظری	انتخاب تعریف نظری موردنظر از میان انواع تعاریف ارائه شده برای متغیر
۳	تعریف عملیاتی	معرفی روش اندازه‌گیری یا جمع‌آوری داده درباره متغیر بر اساس تعریف نظری منتخب برای آن

۶-۲-۱. معرفی نوع متغیر

متغیرها را می‌توان در انواع پژوهش‌ها با رویکردهای خاصی دسته‌بندی و نام‌گذاری نمود. با معرفی هر متغیر بر اساس دسته‌بندی‌های انتخاب‌شده، جایگاه آن متغیر در پژوهش و در ارتباط با سایر متغیرها مشخص خواهد شد. در ادامه این مسیر شرایط بهتری برای انتخاب تعریف نظری و عملیاتی مناسب متغیر فراهم خواهد شد. انواع دسته‌بندی از متغیرها را می‌توان در جدول ۳-۶ مرور کرد.

جدول ۳-۶. انواع دسته‌بندی از متغیرها

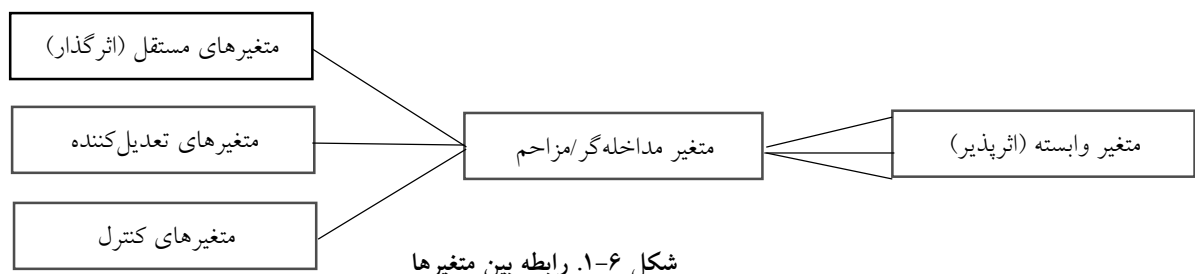
ردیف	نقش	انواع	توضیح
۱	مستقل یا وابسته	مستقل	عوامل کنترل‌شده یا دست‌کاری شده اثرگذار بر دیگر متغیرها در مطالعه
		وابسته	متغیر موردبررسی و اندازه‌گیری برای تشخیص تأثیر متغیر مستقل بر آن
		واسط (نوعی مستقل)	تعدیل‌کننده: متغیر مستقل با نقش ثانویه برای بررسی نقش آن در کنار متغیر مستقل
			کنترل: متغیر مستقل دیگری که اثرش بر متغیر وابسته خنثی یا کنترل شود.
			میانجی: توضیح‌دهنده رابطه بین دو متغیر دیگر
			مداخله‌گر (مزاحم): متغیر مستقل دیگری که اثرش بر متغیر وابسته قابل کنترل نیست.
۲	ملاک یا پیش‌بین	پیش‌بین (مستقل)	همان متغیر مستقل در پژوهش رابطه‌ای البته بدون دست‌کاری
		ملاک (وابسته)	همان متغیر وابسته که با بررسی تغییراتش برای تعیین میزان رابطه آن با متغیر پیش‌بین
۳	نحوه اندازه‌گیری	گسسته یا طبقه‌ای	متغیری معین با ارزش‌های محدود مانند روزهای هفته یا جنسیت
		پیوسته	قابل گزارش به صورت نامحدود مانند یک‌صدم یا یک‌صد هزارم
۴	آشکار یا پنهان	آشکار	قابل اندازه‌گیری مستقیم
		مکنون یا پنهان	غیرقابل اندازه‌گیری مستقیم مانند هوش و امکان سنجش با شاخص یا عملکرد خاص
۵	درون یا بیرون‌زایی	برون‌زا	به‌عنوان متغیر مستقل در مدل‌ها بر دیگر متغیرها اثر می‌گذارند.
		درون‌زا	به‌عنوان متغیری در مدل که هم‌زمان مستقل (اثرگذار بر متغیر دیگر) و وابسته (اثرپذیر از متغیر دیگر) است.
۶	کواریت	یک نوع متغیر مستقل	بدون دست‌کاری محقق بر متغیر وابسته اثر دارد که در صورت عدم کنترل آماری، احتمال استنباط نادرست از قدرت پیش‌بینی متغیر مستقل بر وابسته ایجاد می‌کند.
	مقوله		در پژوهش کیفی اغلب از مقوله یا موضوع و متغیر موردبررسی یاد می‌شود.

متغیر مستقل بر روی متغیر وابسته اثر می‌گذارد یا با تغییرات خود موجب تغییرات متغیر وابسته می‌شود. اغلب با نماد X (به‌خصوص در معادله رگرسیونی) یا متغیر علت معرفی می‌شود. این متغیر در پژوهش آزمایشی تحت کنترل پژوهشگر است؛ یعنی می‌تواند آن را وارد فرایند آزمایش کند، از فرایند آزمایش خارج کند و یا مقدار آن را تغییر دهد. پژوهشگر از قبل با متغیر مستقل و تغییرات آن آشنایی دارد. اما متغیر وابسته به‌عنوان یک متغیر معلول با تغییراتی وابسته به متغیر مستقل است که اغلب با نماد آماری Y نمایش داده می‌شود. اغلب در هر پژوهش یک متغیر وابسته و حداقل یک متغیر مستقل وجود دارد. احتمال اینکه ما چند متغیر مستقل داشته باشیم زیاد است اما اغلب متغیر وابسته (نهایی) یکی است. اگر پژوهشی چند متغیر وابسته باشد، پژوهشگر در عمل با چند پژوهش در یک پژوهش مواجه است. در پژوهش آزمایشی تغییرات متغیر وابسته در کنترل پژوهشگر نیست بلکه در گرو تغییرات متغیر مستقل است. بنابراین پژوهشگر نمی‌تواند به‌طور مستقیم متغیر وابسته را تغییر دهد، حذف کند، دستکاری کند و یا جهت آن

را تغییر دهد. پژوهشگر از آغاز با تغییرات متغیر وابسته آشنا نیست، بلکه با انجام پژوهش می‌خواهد که آن را پیدا کند. به همین جهت در پژوهش‌های پیش‌بینی، متغیر وابسته نقش پیش‌بینی شونده را دارد (حبیب‌پور و صفری، ۱۳۸۸). متغیر تعدیل‌کننده نوعی متغیر مستقل است که نقش ثانویه دارد و پژوهشگر مایل است اثر آن را در فرایند آزمون فرضیه، در کنار متغیر مستقل مطالعه کند (دلاور، ۱۳۷۸). این متغیر عاملی است که توسط پژوهشگر «انتخاب، اندازه‌گیری یا دستکاری» می‌شود تا روشن شود که آیا تغییر آن موجب تغییر رابطه بین متغیر مستقل و پدیده مشاهده‌شده می‌شود. اغلب در پژوهش‌ها متغیر تعدیل‌کننده یا متغیر مستقل ثانویه با Z نمایش داده می‌شود. برای نمونه در بررسی همبستگی بین هوش و معدل دانشگاهی دانشجویان پسر و دختر، متغیر هوش به‌عنوان متغیر مستقل، معدل دانشگاهی متغیر وابسته و جنسیت (دختر یا پسر بودن) متغیر تعدیل‌کننده است (دلاور، ۱۳۷۷).

متغیر کنترل مربوط به زمانی است که پژوهشگر نیاز دارد تا تأثیر برخی متغیرها را بر متغیر وابسته به‌صورت ثابت نگه دارد و یا اثر آن‌ها را حذف کند. برخی از متغیرهای تعدیل‌کننده مانند جنسیت، هوش یا وضعیت اقتصادی در پژوهش‌های مختلف به‌عنوان متغیر کنترل مورد استفاده قرار می‌گیرند.

متغیر مداخله‌گر یا مزاحم برخلاف متغیرهای واسطه‌ای قابل «مشاهده، اندازه‌گیری و دستکاری» نیستند. بنابراین اثر آن‌ها بر رویدادهای قابل مشاهده باید از طریق تأثیر متغیرهای مستقل و تعدیل‌کننده مشخص شود (دلاور، ۱۳۷۷). بنابراین گاهی متغیر مزاحم را می‌توان به‌عنوان متغیر واسطه‌ای تلقی کرد که با قرار گرفتن بین متغیرهای مستقل و وابسته، خط ارتباط بین آن‌ها را کامل می‌کند. برخی کارشناسان متغیر مداخله‌گر را همان متغیر نهفته می‌دانند زیرا به‌صورت یک ویژگی مشاهده نشده‌ای است که پایه و اساس متغیرهای مشاهده‌شده فرض می‌شود. این اصطلاح به‌منظور توجیه و تبیین فرایندهای ذهنی و درونی است که به‌طور مستقیم قابل مشاهده نیستند اما رفتار را به‌موقع خود تبیین می‌کنند. درمجموع متغیرهای مداخله‌گر، متغیرهای غیر عینی و از دیدگاهی غیرواقعی هستند؛ بنابراین غیرقابل کنترل و غیرقابل مطالعه هستند. باین‌وجود شناخت آن‌ها نه تنها در منطقی ساختن فرایند آزمایش، بلکه در فرایند تحلیل اهمیت دارد (دلاور، ۱۳۷۸: ۴۲). از دیدگاه تاکمن (۱۹۷۸) متغیرهای مستقل، تعدیل‌کننده و کنترل، پیش‌فرض، درون داد یا علت هستند. دو متغیر اول (یعنی مستقل و تعدیل‌کننده) مورد پژوهش قرار می‌گیرند، ولی تأثیر متغیر سوم (یعنی متغیر کنترل) حذف یا خنثی می‌شود. رابطه بین متغیرها بر اساس شکل ۶-۱ خواهد بود (حبیب‌پور و صفری، ۱۳۸۸: ۳۸-۳۹).



یک مثال برای تشخیص متغیرها: «تأثیر شیوه‌های آموزش بر میزان استفاده کاربران از کتابخانه» انواع متغیرها به شرح جدول ۶-۴ قابل تشخیص هستند.

جدول ۶-۴. انواع متغیرها در مثال مورد بررسی

ردیف	انواع متغیر	توضیح
۱	مستقل	شیوه‌های آموزش
۲	وابسته	میزان استفاده
۳	تعدیل کننده	رشته استفاده‌کنندگان (متغیر مستقل دوم)
۴	کنترل	مقطع تحصیلی و جنسیت
۵	مداخله‌گر	یادگیری به‌عنوان متغیری اثرگذار در متغیر مستقل و وابسته

برای درک بیشتر متغیرهای واسطه در یک بررسی باید به تفاوت‌های آن‌ها توجه کرد. «متغیر تعدیل کننده» متغیری است که قدرت روابط بین دو متغیر دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد و «متغیر میانجی» متغیر توضیح‌دهنده رابطه بین دو متغیر دیگر است. «متغیر تعدیل کننده» مانند یک کاتالیزور در یک رابطه رگرسیونی است اما «متغیر کنترل» متغیر مستقلی است که جزو متغیرهای اصلی پژوهش نیست ولی نمی‌توان اثر آن را نادیده گرفت. در یک مثال ساده، «یک مادر زن خوب یا بد» با نقش تعدیل کننده می‌تواند روابط زن و شوهر را ضعیف یا تقویت کند اما فرزندان در روابط «زن و شوهر» می‌توانند نقش میانجی را ایفا کنند. در واقع تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته با متغیر میانجی قابل بررسی است. برای نمونه در بررسی «اثر جنسیت بر درآمد» و نتایج برخی گزارشات مبنی بر پایین‌تر بودن حقوق زنان، می‌توان از متغیرهای میانجی چون «رشته دانشگاهی» برای این اثر استفاده کرد. متغیر تعدیل کننده تا حدی بر پیوند بین متغیر مستقل و وابسته اثر دارد؛ طوری که می‌توان گفت «تأثیر مستقل بر وابسته تا حدی توسط این متغیر ناظر» تعدیل می‌شود. «اثر جنسیت بر درآمد» را می‌توان با متغیر «وضعیت خانواده» تعدیل کرد. یعنی افراد از طبقه اجتماعی بالاتر می‌توانند در مشاغل با سطح پرداخت بالاتر استخدام شوند؛ بنابراین انتظار می‌رود درآمد زنان از خانواده‌های ثروتمند، درآمد بیشتری نسبت به خانواده‌های فقیر داشته باشند. در اینجا «طبقه اجتماعی» می‌تواند بین «جنسیت و درآمد» تعدیل ایجاد کند. تعدیل کننده متغیری است که از قبل موجود است و بر روابطی که در حال مطالعه آن هستید تأثیر می‌گذارد. این متغیر توضیح می‌دهد که چگونه برخی از ویژگی‌های موجود در قدرت یا جهت رابطه‌ای که مشاهده می‌کنید تأثیر می‌گذارد. در نهایت متغیر میانجی در نتیجه آزمایش قابلیت تغییر دارد تا توضیح دهد که چرا تغییر در متغیر مستقل در متغیر وابسته تغییر ایجاد می‌کند.

«متغیر کنترل» متغیری است که نمی‌توان اثرش را بر متغیر وابسته نادیده گرفت؛ بنابراین در مدل پژوهش به همراه سایر متغیرهای مستقل گنجانده می‌شود. با این شرط که «تحت کنترل» یا «ثابت نگهداشتن» باشد تا بتوان تأثیر آن را بر روابط بین متغیر مستقل و وابسته بررسی کرد. اما «متغیر تعدیل کننده» به‌صورت آگاهانه و بر اساس مرور ادبیات پیشینه شناسایی و به‌عنوان بخشی از مطالعه برای ارزیابی چگونگی تعدیل رابطه بین متغیر مستقل و وابسته مورد توجه قرار می‌گیرد. متغیر تعدیل کننده همزمان با متغیر مستقل شروع و با یکدیگر و کنش نسبت به هم بر روی متغیر وابسته اثر می‌گذارند. «متغیر تعدیل کننده» اغلب به‌عنوان بخشی از فرضیه بیان می‌شود. برای نمونه می‌توان رابطه بین «شیوه‌های مدیریت منابع انسانی به‌عنوان متغیر مستقل» و «عملکرد کارکنان به‌عنوان متغیر وابسته» را

با توجه به «سبک رهبری به عنوان متغیر تعدیل کننده» بررسی کرد. یعنی این رابطه با کدام سبک‌های رهبری قوی‌تر و با کدام سبک‌ها ضعیف‌تر می‌شود.

۲-۲-۶. تعریف نظری متغیر

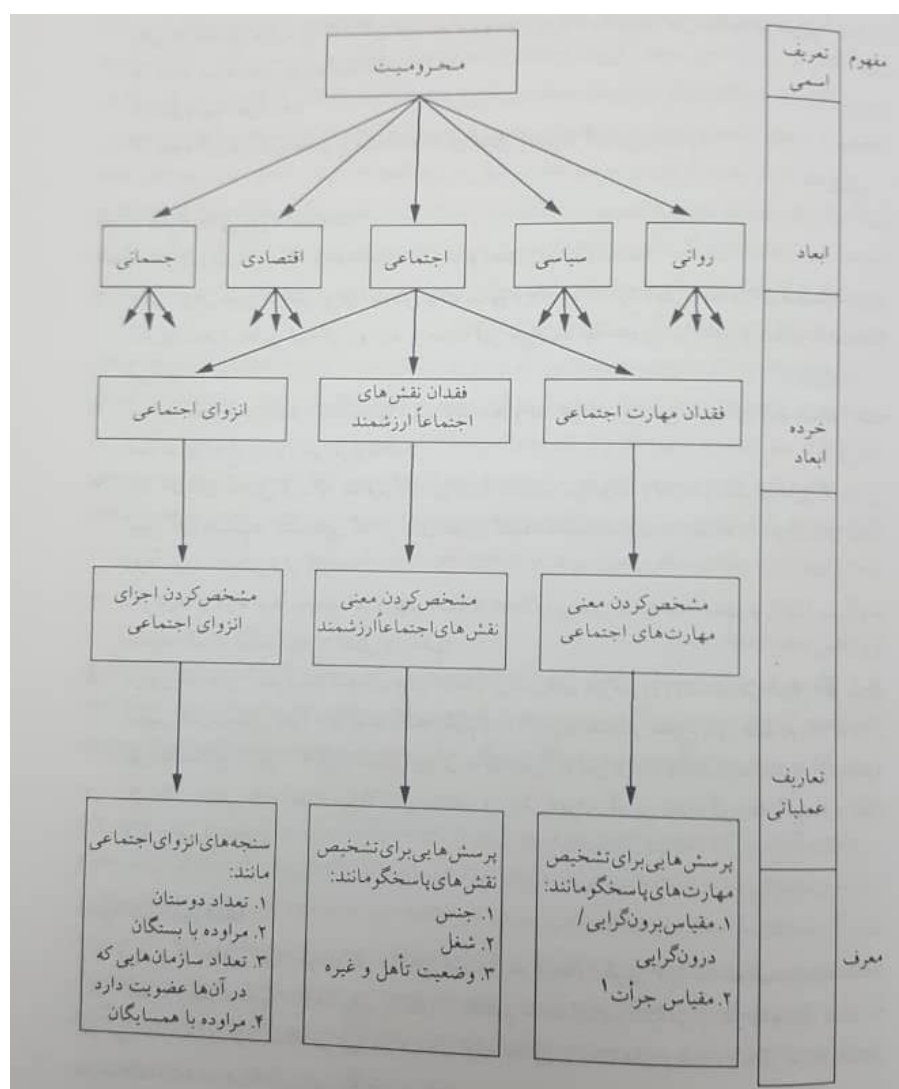
اغلب متغیرهای موردبررسی دارای چندین تعریف مفهومی هستند. برای نمونه متغیرهایی مانند «مدیریت» یا «ارتباطات» چندین تعریف صحیح نظری دارند که هرکدام به تشریح مفاهیم مربوطه از زوایای مختلفی می‌پردازند. پژوهشگر باید در میان این تعریف چندگانه یکی از آن‌ها را با توجه به زاویه انتخاب شده برای پژوهش انتخاب و آن را معرفی کند. این کار یکی از گام‌های مهم در تعیین محدوده موضوع و گامی اثربخش برای انتخاب تعریف عملیاتی در مرحله بعد خواهد بود.

مفاهیم ابزارهایی با کارکرد مختصر و سودمند و خلاصه انتزاعی از مجموعه «رفتارها، نگرش‌ها و خصیصه‌ها» با وجوه مشترک هستند. با توجه به اینکه برخی مفاهیم تعاریف متعددی دارند، در تعریف نظری متغیر باید مشخص کرد که در پژوهش حاضر، چه تعریفی از مفهوم موردنظر است و بر اساس همان تعریف پژوهش را دنبال کرد. برای این منظور می‌توان از مراحل به شرح جدول ۵-۶ استفاده کرد.

جدول ۵-۶. مراحل رسیدن به یک تعریف از یک مفهوم

ردیف	مراحل	توضیح
۱	انواع تعریف	تهیه مجموعه‌ای از تعاریف مفهوم موردنظر و در صورت لزوم طبقه‌بندی و اولویت‌بندی آن‌ها از ابعادی چون «فراگیربودن، کارکرد، اختصاصی بودن، قلمرو، پیوندهای مشترک»
۲	انتخاب تعریف	تصمیم‌گیری برای انتخاب یکی از تعاریف موجود یا ارائه تعریفی جدید از مجموعه حاضر با دلیل موجه
۳	تشریح ابعاد	مشخص کردن مؤلفه‌ها، ابعاد تعریف

نسبت دادن تعریف به یک مفهوم، تعریف اسمی آن است. یعنی تعریفی که برای مقاصد عملی در پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد. این نوع تعریف محوری برای پژوهش و شناسایی نوع اطلاعات مورد نیاز است. بسیاری از مفاهیم دارای مؤلفه‌ها و ابعاد مختلفی هستند که اگر در تعریف به آن‌ها اشاره شود به پژوهش کمک می‌کند. از ابعاد یک مفهوم در تعریف می‌توان در استدلال و تحلیل‌ها بهره گرفت. برای نمونه محرومیت مصداق یک مفهوم چندبعدی از جمله «جهانی، روانی، سیاسی، اقتصادی یا اجتماعی» است. تمایز این ابعاد و انتخاب بعد موردنظر در پژوهش به جمع‌آوری مبانی نظری مناسب برای آن کمک می‌کند (دواس، ۱۳۹۴؛ ایزانلو، ۱۳۹۵). فرایند رسیدن از مفهوم و سازه‌های انتزاعی به رویکردی عینی را «پایین آمدن از نردبان انتزاع» گویند. در این مرحله است که وارد تعریف عملیاتی متغیر یا رسیدن از مفاهیم انتزاعی به نقطه‌ای است که بتوان «گویه‌ها یا پرسش‌های» پرسشنامه را از تعریف نظری مشخص کرد. برای این منظور بهتر است هنگام معرفی ابعاد، هر بعد را هم تعریف کرد. فرایند پائین آمدن از نردبان انتزاع را می‌توان در شکل ۲-۶ و با یک مثال مرور کرد (دواس^۱، ۱۳۹۴).



شکل ۶-۲. پایین آمدن از نردبان انتزاع

۶-۲-۳. تعریف عملیاتی متغیر

گام بعدی در انتخاب تعریف نظری و مشخص کردن ابعاد و مؤلفه ها آن، تعریف شاخص ها یا معرف هایی است که به کمک آن ها بتوان، ابعاد مفهوم را اندازه گیری کرد. در بیشتر موارد در علوم اجتماعی، مفاهیم و ابعادشان با نشانه های قابل مشاهده مستقیم تعریف نمی شوند. اما باید آگاه بود که تعریف مفهوم باید ما را به شناختن امر واقعی هدایت کند. برای این منظور شاخص ها یا معرف ها این نقش کلیدی را ایفا می کنند. شاخص ها یا معرف ها نشانه های عینی قابل شناسایی و قابل اندازه گیری ابعاد مفهوم هستند. شاخص های برخی مفاهیم مانند سلامت برای عینی شدن مانند برخی آزمایش ها پزشکی و ورزشی ساده تر از برخی موارد مانند محرومیت هستند.

درواقع در این مرحله پژوهشگر پس از انتخاب تعریف نظری منتخب خود، مشخص می کند که چگونه و با چه ابزاری آن را اندازه گیری یا داده های مربوط به آن را جمع آوری خواهد کرد. فصل هفتم به طور کامل به معرفی انواع ابزارهای جمع آوری داده ها درباره متغیرها خواهد پرداخت. این اقدام گام مؤثر بعدی در تعیین محدوده موضوع از نظر

جمع‌آوری داده‌ها درباره متغیر خواهد بود. برای نمونه در رابطه با متغیری مانند «مهارت‌های ارتباطی» چندین پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌های این متغیر وجود دارد که پژوهشگر باید از میان آن‌ها با توجه به تعریف نظری انتخاب‌شده، دقت ابزار و منابع موجود، بهترین آن را انتخاب و محدوده کار خود را در این زمینه مشخص کند.

۳-۶. تعیین محدوده زمانی پژوهش

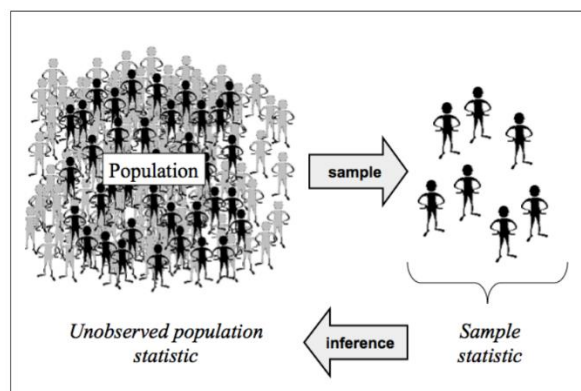
یکی از نکات بسیار مهم در اغلب پژوهش‌ها برای اجرایی شدن آن، مشخص کردن محدوده زمانی موردبررسی است. در ابتدا پژوهشگر ممکن است رویکردهای زمانی «گذشته‌نگر، حال‌نگر یا آینده‌نگرانه» به موضوع پژوهش خود داشته باشد. این رویکردها، هرچند به شناسایی کلی محدوده زمانی کمک می‌کنند اما کافی نیستند. از دیگر رویکردها برای تعیین دقیق محدوده زمانی پژوهش، رویکرد طول مدت اجرای پژوهش است که می‌تواند «مقطعی یا طولی» باشد. به این معنا که در روش مقطعی، یک دوره زمانی خاص و محدود مانند یک سال خاص برای پژوهش و جمع‌آوری داده‌ها در یک مقطع انتخاب می‌شود اما در روش پژوهش طولی، یک دوره زمانی طولانی مانند دوره‌های پنج‌ساله یا بیشتر برای جمع‌آوری داده‌ها در مقاطع مختلف مانند هر سال یک‌بار انتخاب می‌شود. پس از مشخص شدن این موارد لازم است که به زمان مشخص برای جمع‌آوری داده‌ها مانند «سال ۱۳۹۸» یا «از سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰» اشاره شود.

۴-۶. تعیین محدوده مکانی پژوهش

برای محدود شدن پژوهش روی متغیرهای موردبررسی لازم است تا محدوده جغرافیایی آن بر اساس منابع موجود تعیین شود. برای نمونه گاهی هدف مطالعه موردی و پژوهش روی یک فرد، گروه یا سازمان و گاهی مطالعه روی جوامع خاص محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی است. پژوهشگر باید محدوده مکانی مورد مطالعه خود را به‌طور دقیق مشخص کند تا بتواند در گزارش خود به نتایج و تحلیل درباره همان موارد موردبررسی اشاره کند و یا به‌شرط رعایت پیش‌نیازها با توجه به اهداف پژوهش، نتایج را به موقعیت‌های فراتر از آن تعمیم دهد.

۵-۶. جامعه پژوهش

پس از مشخص شدن قلمروهای پژوهش، عملاً جامعه پژوهش مشخص می‌شود. حال اگر این جامعه به نحوی باشد که پژوهشگر بتواند روی همه تک‌تک موارد آن بررسی و مطالعه خود را انجام دهد، کار پژوهش با رویکردی تمام‌شمار یا بررسی همه جامعه آغاز می‌شود. اما در اغلب موارد و به‌ویژه در شرایط بالا بودن تعداد جامعه موردبررسی، پژوهشگر باید با انتخاب نمونه‌ای از جامعه کار خود را دنبال کند. منطق نمونه‌گیری انتخاب نمونه از یک جامعه موردبررسی به نحوی است که نتایج حاصل از جمع‌آوری داده از آن نمونه، قابل تعمیم به کل جامعه باشد (شکل ۳-۶).



شکل ۶-۳. نتایج نمونه آماری با قابلیت تعمیم به کل جامعه

از دلایل ضرورت انتخاب نمونه از جامعه پژوهش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۶-۶ اشاره کرد.

جدول ۶-۶. انواع دلایل انتخاب نمونه از جامعه برای پژوهش

ردیف	انواع	توضیح
۱	صرفه عامل خطا	از تعداد مشخصی از حجم نمونه‌ها به بعد، افزایش تعداد نمونه، کاهش درصد خطای زیادی نخواهد داشت.
۲	کنترل منابع	فراتر از منابع موجود بودن کار بررسی تک تک جامعه
۳	دسترسی	مشکل دسترسی به تمامی افراد جامعه برای بررسی
۴	دقت	بالا رفتن دقت در جمع‌آوری داده‌ها

۶-۶. نمونه‌گیری از جامعه پژوهش

اگر قرار به گرفتن نمونه از جامعه پژوهش باشد، باید به روش گرفتن نمونه و کافی بودن نمونه توجه داشت. روش گرفتن نمونه بر انتخاب نمونه با دادن فرصت احتمالات و انتخاب به شکل تصادفی تأکید دارد. روش‌های نمونه‌گیری در سه دسته اصلی «احتمالی، غیر احتمالی و ترکیبی» تقسیم می‌شوند که هر دسته دارای چندین نوع از روش‌های نمونه‌گیری است. هر روش دارای ظرفیت‌های مشخصی از خطا و قدرت تعمیم‌پذیری به جامعه اصلی خواهد بود که پژوهشگر بر اساس منابع در دسترس و محدوده زمانی لازم برای اجرای پژوهش یکی از انواع آن را انتخاب می‌کند. پس از انتخاب روش نمونه‌گیری باید از کفایت تعداد نمونه برای کاهش خطا و قدرت تعمیم‌پذیری اطمینان حاصل کرد. پژوهشگر باید در گزارش پژوهشی منطق انتخاب روش نمونه‌گیری و تعداد نمونه انتخابی خود را توضیح دهد. از مهم‌ترین خطاهایی که باید از ظهور آن‌ها مراقبت کرد، می‌توان به مواردی به شرح جدول ۶-۷ اشاره کرد.

جدول ۶-۷. انواع خطاها در نمونه‌گیری‌های پیمایشی

ردیف	انواع	توضیح
۱	انتخاب نمونه	ناهمگونی در افراد منتخب از جامعه و دور شدن میانگین نمونه انتخابی از میانگین جامعه به‌ویژه در شرایط کاهش تعداد نمونه
۲	پاسخ ندادن‌ها	افزایش تعداد پاسخ ندادن نمونه‌ها یعنی افزایش احتمال خطای نمونه‌گیری
۳	پوشش جامعه	عدم ارائه فرصت برای انتخاب نمونه به برخی از افراد جامعه
۴	اندازه‌گیری	عدم دقت در پاسخ‌های ضبط‌شده در ابزار بررسی

البته باید دقت کرد که این خطاها در نمونه‌گیری با روش پژوهش پیمایشی است و در ادامه و مطالعه هر یک از روش‌های پژوهش از نظر مسیر اجرا، ملاحظه خواهید کرد که هر روش از ملاحظات خاص خود برای کنترل خطای نمونه‌گیری برخوردار است.

۶-۶-۱. انواع روش نمونه‌گیری

هر یک از انواع نمونه‌گیری «احتمالی، غیر احتمالی یا ترکیبی» که با عنوان «تصادفی، غیر تصادفی و ترکیبی» هم معرفی می‌شوند، دارای انواع متنوعی از روش‌ها به شرح جدول ۶-۸ است. پژوهشگر با توجه به نوع روش پژوهش از نظر جمع‌آوری داده‌ها، منابع، شرایط، لزوم تعمیم‌پذیری و هدف پژوهش، یک یا چند روش نمونه‌گیری را انتخاب خواهد کرد.

جدول ۶-۸. انواع روش‌های نمونه‌گیری

انواع کلی	ر	انواع روش	توضیح	زیرشاخه
تصادفی یا احتمالی	۱	تصادفی ساده	فرصت برابر برای انتخاب شدن	با جایگزین-بدون جایگزین
	۲	سیستماتیک یا منظم	انتخاب تصادفی به شیوه منظم	فهرست‌های منظم-رایانه
	۳	طبقه‌ای	تبدیل جامعه به گروه‌های متجانس و انتخاب تصادفی از میان هر یک از گروه‌ها	متناسب با تعداد گروه‌ها- نامتناسب با تعداد گروه‌ها
	۴	خوشه‌ای	خوشه کردن تصادفی تا یک خوشه	جغرافیایی-متناسب با حجم
	۵	ترکیبی	ترکیب روش‌های قبلی با هم	مانند ترکیب خوشه‌ای و تصادفی ساده
غیر تصادفی یا غیر احتمالی	۱	آسان‌یاب	انتخاب افراد در دسترس	داوطلبانه، حبسی، مراکز خرید، اتفاقی
	۲	سهمی‌ای	انتخاب به تناسب با ویژگی‌های خاص از گروه‌ها یا طبقات مختلف	
	۳	هدفمند یا قضاوتی	انتخاب بر اساس خصوصیات و اهداف ویژه	معرف‌ها یا موارد خاص
	۴	متوالی یا متواتر	حجم نمونه تا رسیدن به اطلاعات کافی افزایش می‌یابد.	نظری، تأیید و ردکننده، فرصت‌طلبانه و گلوله برفی
	۵	ترکیبی	استفاده از بیش از یک روش غیر تصادفی	مانند سهمیه‌ای - اتفاقی
ترکیبی	۱	ترکیبی	ترکیب روش‌های احتمالی و غیر احتمالی	

در نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، واحدهای جامعه مورد مطالعه، در طبقه‌هایی گروه‌بندی می‌شوند که از نظر صفت متغیر همگن‌تر باشند. در ادامه از هر یک از این طبقات تعدادی انتخاب خواهند شد. اگر فهرست کامل افراد در دسترس نباشد، از روش خوشه‌بندی استفاده می‌شود. در نمونه‌گیری‌های غیراحتمالی، دو نوع «آسان‌یاب و هدفمند» به‌ویژه در پژوهش‌های کیفی رواج بیشتری دارند که خود این روش‌ها نیز از انواعی به شرح جداول ۶-۹ و ۶-۱۰ تشکیل شده‌اند.

جدول ۶-۹. انواع روش‌های نمونه‌گیری غیراحتمالی آسان‌یاب

ردیف	انواع	توضیح
۱	داوطلبانه	انتخاب افراد داوطلب با رویکردهای مادی یا معنوی
۲	حبسی	انتخاب افراد تجمع یافته در یک مکان و قابل کنترل مانند یک کلاس درس
۳	مراکز خرید	انتخاب عابران یا گذری‌ها در مراکز خرید
۴	اتفاقی یا شانسی	هرکدام از افراد جامعه که شد

نمونه‌گیری هدفمند شامل سه نوع «رسیدن به معرف، موارد خاص و متوالی» به شرح جدول ۶-۱۰ است. نمونه‌گیری برای رسیدن به معرف بودن یا قابلیت مقایسه به‌منظور رسیدن به نمونه معرف یک گروه وسیع‌تر از نمونه‌ها و تا حد امکان نزدیک به آن است. در نمونه‌گیری موارد خاص، خود فرد مهم‌تر از موضوع موردبررسی می‌باشد؛ در نمونه‌گیری متوالی یا متواتر به‌جای انتخاب یک نمونه ثابت، انتخاب نمونه تا جای رسیدن به احساس کفایت اطلاعات ادامه می‌یابد.

جدول ۶-۱۰ انواع نمونه‌گیری هدفمند

انواع	ردیف	شامل نمونه‌گیری‌های	توضیح
رسیدن به معرف	۱	موارد نوعی یا بارز	انتخاب نوعی از موارد مانند فرد، گروه یا مجموعه که رفتارشان معرف کل باشد مانند انتخاب رفتار یک گروه برای مطالعه واکنش به تماشای فوتبال در مراکز خرید
	۲	موارد مرزی یا انتهایی	انتخاب موارد افراطی یا مواردی که از الگوی معمول پیروی نمی‌کنند مانند مطالعه یک دانشجوی ضعیف یا قوی در عملکرد تحصیلی
	۳	با بالاترین قدرت	انتخاب مواردی که پدیده را به میزان زیاد نشان می‌دهند اما در حدود میانه توزیع هستند. مانند انتخاب خانواده‌هایی با رفتار رایج در زمینه خاص
	۴	با حداکثر اختلاف یا ناهمگون	انتخاب با حداکثر تنوع و اختلاف برای بررسی تغییرات گسترده در پدیده مورد مطالعه مانند بررسی رفتار اصناف مختلف با مشتریان
	۵	همگون	بررسی دقیق و عمیق افراد با خصوصیات مهم مشترک مانند انتخاب متخصصان یک حوزه یا گروه همسالان نزدیک برای یک موضوع
	۶	شاخه‌شده‌ها یا معروف	انتخاب متخصص یا مطلع کلیدی در حوزه‌های خاص و مرتبط با موضوع
موارد خاص	۱	اکتشافی یا مکاشفه‌ای	دسترسی به یک مورد واحد که معرف یک پدیده است مانند دسترسی به اولین‌ها در یک پدیده خاص مانند نخستین مهاجرین یک منطقه معروف
	۲	موارد ویژه	افراد یا محل‌هایی که بیشترین اطلاعات را فراهم می‌آورند مانند بررسی میزان درک یک گروه پایین‌تر که در صورت تأیید به‌منزله تأیید درک گروه بالاتر هم هست.
	۳	مهم از نظر سیاسی	موارد مهم از نظر سیاسی با توجه به شرایط موردبررسی
	۴	کل مجموعه	یا ملاک محور که در آن تمام افراد یک مجموعه با ملاکی مشخص انتخاب می‌شوند.
متوالی	۱	نظری	روش غالب در گراند تئوری و ادامه انتخاب نمونه تا رسیدن به اشباع نظری
	۲	گلوله برفی یا افزایشی	فرد منتخب افراد دیگر ناشناخته در رفتاری خاص مانند اعتبار را معرفی می‌کند
	۳	فرصت طلبانه	استفاده پژوهشگر از فرصت پیش‌آمده برای کسب اطلاعات
	۴	موارد تأیید و رد کننده	برای اعتبار الگو نمونه‌های رد و تأییدکننده آن انتخاب می‌شوند.

در خصوص اندازه نمونه باید گفت که اندازه نمونه برای تعمیم به روش آماری مهم است، ولی برای پژوهش کیفی، مقوله کیفیت مهم‌تر از کمیت بوده و از اولویت پژوهش، تعمیم نیست. بنابراین در مطالعات کیفی معیار دقیقی

برای نوع و حجم نمونه وجود ندارد و در حین کار مشخص می‌شود. کفایت نمونه‌ها امری نسبی و قضاوتی است و بر اساس کیفیت اطلاعات به‌دست‌آمده از هر واحد نمونه، خواهد بود.

۶-۶-۲. کفایت تعداد نمونه منتخب از جامعه پژوهش

کفایت تعداد نمونه یا مکفی بودن تعداد نمونه با توجه به اهداف پژوهش بسیار مهم است. تعداد مناسب نمونه به مؤلفه‌های مختلفی وابسته است که از مهم‌ترین آن‌ها «نوع پژوهش، مسیر اجرا و هدف پژوهش» انتخاب شده است. برای نمونه در اغلب موارد در پژوهش‌های کمی از انتخاب تصادفی با تعداد نمونه بیشتر و در پژوهش‌های کیفی از انتخاب غیرتصادفی با تعداد نمونه کمتری استفاده می‌شود. حتی در مسیرهای اجرای پژوهش کمی مانند روش پیمایشی ملاحظات تعداد نمونه مکفی با روش تحلیل محتوای کمی متفاوت است. در بیشتر منابع برای پژوهش‌های کمی و روش‌های رایج پژوهشی تعداد نمونه کافی برای تعمیم به کل جامعه الگوهایی به شرح جدول ۶-۱۱ معرفی شده است.

جدول ۶-۱۱. انواع روش‌های تعیین کفایت نمونه

ردیف	انواع	توضیح
۱	انتخاب حداثلی	حدافل نمونه برای تعمیم با خطای قابل‌پذیرش مانند ۱۰۰ نمونه
۲	انتخاب جدولی	انتخاب تعداد نمونه مکفی بر اساس تعداد جامعه از روی جداول محاسبه‌شده با ضرایب خطای مشخص
۳	انتخاب محاسباتی	انتخاب بر اساس فرمول‌های دقیق و تعیین‌کننده
۴	اشباع نظری	انتخاب تا جائی که چیز جدیدی به نظرات قبلی اضافه نشود.
۵	مطالعه موردی	انتخاب یک مورد خاص بدون نیاز به تعمیم بیش از آن

یکی از چالش‌های دانشجویان در روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده متناسب یا نامتناسب با تعداد گروه‌ها است. روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب یعنی تعداد نمونه در هر طبقه به‌اندازه نسبت آن طبقه در کل جامعه آماری است. برای نمونه به‌منظور مقایسه دانشجویان گروه‌های قومی مختلف کرد، لر، آذری و گیلکی به‌عنوان مقایسه چندطبقه در روش متناسب از هر قومیت نمونه به‌تناسب تعداد آن‌ها انتخاب می‌شود. برای نمونه اگر یک قومیت ۱۰۰۰ نفر و قومیت دیگر ۵۰۰ نفر بود باید از هر کدام به نسبت تعدادشان در جمعیت نمونه‌گیری شود. یعنی ۱۰ درصد از ۱۰۰۰ نفر که می‌شود ۱۰۰ نفر و ۱۰ درصد از ۵۰۰ نفر که ۵۰ نفر می‌شود. اما در نمونه‌گیری طبقه‌ای نامتناسب تعداد متناسب با جمعیت انتخاب نمی‌شود؛ برای مثال در مورد قبلی از هر گروه ۵۰ یا ۱۰۰ نفر انتخاب می‌شود. این روش اغلب در صورت وجود طبقات بسیار کوچک در کنار طبقات بزرگ یا قرار گرفتن نمونه بیشتر در درون طبقه‌ای خاص با تغییرپذیری بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. برای استفاده از این روش پژوهشگر باید بینش و دانش بیشتری در مورد جامعه هدف داشته باشد. باید توجه داشت که در پژوهش‌های کیفی، نمونه معرف مفاهیم و در پژوهش‌های کمی، نمونه نماینده جامعه تحت بررسی است.

همچنین در پژوهش‌های کیفی نمونه‌گیری بر اساس نوع پژوهش مشخص می‌شود و حتی راهبرد جدید در پژوهش‌های کیفی استفاده از انعطاف‌پذیری حداکثری در نمونه‌گیری است. به همین علت انواع روش‌های مناسب

نمونه‌گیری و تعداد کافی نمونه برای آن در بخش دوم و داخل هر یک از روش‌ها یا مسیرهای اجرای پژوهش معرفی خواهند شد.

۶-۷. نمونه‌گیری اینترنتی (برخط)

امروزه با توجه به توسعه کاربرهای مورد استفاده از فضای مجازی، الگوهای متعددی از نمونه‌گیری‌های اینترنتی به شکل تصادفی و غیرتصادفی معرفی شده است. بر این مبنا استفاده از شکل وبسایت‌ها و ایمیل‌ها برای انتخاب نمونه و جمع‌آوری داده‌ها رواج پیدا کرده است. بر این اساس در هر یک از روش‌های پژوهش از نظر مسیر اجرا، ملاحظات وجود دارد که در بخش و فصل مربوطه به آن اشاره می‌شود.

۶-۸. خطای نمونه‌گیری

یکی از خطاهای رایج مربوط به نمونه‌گیری تصادفی است. پژوهشگران اغلب به اشتباه فرض می‌کنند که نتایج حاصل از نمونه‌گیری تصادفی قابل تعمیم به کل جامعه است. در صورتی که پژوهشگر باید به عبارت «ممکن است در آمار استنباطی درست باشد» توجه داشته باشند. تأکید این رویکرد از بین بردن تعصب نظام‌مند با دادن شانس برابر برای انتخاب شدن به همه افراد است. در حقیقت چیدمان تصادفی ضروری‌تر از نمونه‌گیری تصادفی است. نمونه‌گیری‌های تصادفی اغلب بسیار دشوار هستند. چیدمان تصادفی بر نمونه‌گیری به تناسب از گروه‌های مختلف مورد بررسی برای اعتبار درونی لازم است. با چیدمان تصادفی می‌توان یک اندازه‌گیری مطمئن داشت. آمار استنباطی برای استنباط چیزی در مورد خصوصیات جامعه «پارامترها» از آن چیزی است که درباره خصوصیات نمونه یا «آماره» می‌دانیم. به راحتی می‌توان درک کرد که همیشه احتمال خطای نمونه‌گیری تصادفی وجود دارد. باید دقت کرد که گرفتن نمونه از بخشی از جامعه و تعمیم آن به کل جامعه نادرست است. اما در بعضی شرایط اشکالی ندارد و تنها راه انجام پژوهش آماری مورد نظر است. به عنوان مثال گرفتن نمونه از هواداران چند تیم سرشناس در خصوص بیان وفاداری هواداران تمامی تیم‌ها کار درستی نیست. در نمونه دیگر، گرفتن نمونه از کارکنان یک اداره کل از یک وزارتخانه، برای برآورد رضایت شغلی کارکنان اداره کل‌های کشور کار درستی نیست و نمی‌توان نتایج آن را به کل کشور تعمیم داد. اما گرفتن نمونه از دانش‌آموزان دوره ابتدایی کلان‌شهر مشهد و بررسی نقش پیشرفت تحصیلی در سرمایه اجتماعی آنان را می‌توان به دانش‌آموزان دوره ابتدایی سایر کلان‌شهرها در سال‌های آینده نیز تعمیم داد.

هرچه حجم نمونه تا حد مطلوب بزرگ‌تر شود، در نتیجه به کل جمعیت نزدیک‌تر می‌شود، انحرافات احتمالی یک نمونه از جمعیت واقعی کاهش می‌یابد. نمونه‌های کوچک ممکن است بر توان آماری، توانایی ترکیب روش‌های پیشرفته آماری در طراحی مطالعه تأثیر منفی بگذارد و افزایش در اندازه فواصل اطمینان در پارامترها تخمین زده می‌شود. علاوه بر این با افزایش مناسب اندازه نمونه، احتمال بروز خطای سیستماتیک در مطالعه کاهش می‌یابد. هرچه خطای نمونه‌گیری کاهش یابد، احتمال بیانگر بودن نمونه از ویژگی‌های جمعیت افزایش می‌یابد. اما باید توجه داشت که استفاده از حجم نمونه بسیار زیاد هم مشکلاتی را به همراه دارد. این تصور نادرست وجود دارد که با افزایش بسیار

زیاد حجم نمونه، نتایج بهتری حاصل می‌شود. اما باید در نظر داشت که در نمونه‌هایی با حجم بسیار زیاد، تضمینی برای اتخاذ تصمیم منطبق بر واقعیت وجود ندارد. ارائه یک راه‌حل ساده برای تعیین اندازه کافی نمونه یکی از چالش‌برانگیزترین کارها در آمار است، زیرا به عوامل مختلفی شامل اندازه جمعیت، فواصل اطمینان، حاشیه خطا، هزینه و زمان بستگی دارد.

اما فهرست زیر دستورالعمل‌های عملی توسط لنس (۲۰۰۱) را ارائه می‌دهد که پژوهشگران به‌طور کلی می‌توانند از آن‌ها استفاده کنند و مفید هستند:

- از حجم نمونه مطالعات مشابه استفاده کنید.
- از جداول اندازه نمونه که موجود و در دسترس هستند استفاده کنید (مثلاً جدول مورگان)
- از یک فرمول استفاده کنید (مثلاً فرمول اندازه نمونه کوکران)
- از یک نرم‌افزار برای تعیین حجم نمونه استفاده کنید. برای نمونه می‌توان به نرم‌افزارهای آماری R، NCC & PASS و یا G-Power اشاره کرد.

هرچه نمونه همگن‌تر باشد، در صورت فرض این‌که واحدهای جامعه همگن هستند، گرفتن نمونه‌ای که نماینده کل جامعه باشد آسان‌تر خواهد بود. در شرایط همگن نبودن جامعه باید آن را به چندین بخش همگن یا طبقه تقسیم کرد. با مشخص شدن طبقه‌ها و انتخاب تصادفی از آن‌ها، احتمال «نمایش صحیح از جامعه» افزایش و احتمال «خطای نمونه‌گیری» کاهش پیدا می‌کند.

مبانی جمع‌آوری داده و اطلاعات در پژوهش

هدف کلی: آشنایی با انواع روش‌های جمع‌آوری داده و اطلاعات در پژوهش

اهداف یادگیری

- انواع ابزارهای اندازه‌گیری متغیرها را بشناسد.
- انواع سؤالات و مقیاس‌های نمره‌گذاری برای آن‌ها را درک کند.
- چگونگی تعیین اعتبار، پایایی و عینیت ابزارها را تشخیص دهد.

مقدمه

برای جمع‌آوری داده‌ها نیاز به جمع‌آوری اطلاعات برای شناخت حوزه دانش مربوطه است. به این ترتیب امکان تعریف متغیرها و تدوین اهداف و فرضیه‌ها یا سؤالات پژوهش امکان‌پذیر می‌شود. به کمک ابزارهای موجود یا ساخت ابزار مناسب می‌توان داده‌ها را جمع‌آوری کرد. در این فصل به انواع روش‌های جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات درباره انواع متغیرهای موردبررسی پرداخته خواهد شد.

۷-۱. داده، اطلاعات و دانش

بسیاری از دانشجویان بدون توجه به تمایز میان «داده، اطلاعات و دانش» به جمع‌آوری داده اقدام می‌کنند. باید توجه داشت که این سه مفهوم کلیدی از یکدیگر متمایز و در هر مرحله نوع خاصی از این مفاهیم برای پژوهش جمع‌آوری می‌شود. تفاوت سه مفهوم پژوهشی «داده، اطلاعات و دانش» در جدول ۷-۱ معرفی شده است.

جدول ۷-۱. سه مفهوم کلیدی «داده، اطلاعات و دانش» در پژوهش

ردیف	مفهوم	توضیح
۱	داده	واقعیات عینی درباره رویدادها مانند داده‌های جمع‌آوری‌شده از یک عمل خرید ساده در یک فروشگاه (مواردی چون زمان خرید، کالا و تعداد آن و مقدار پول پرداخت‌شده)
۲	اطلاعات	در اثر اضافه کردن زمینه و تفسیر به داده‌ها و ایجاد ارتباط بین آن‌ها شرایط ایجاد درک جدید فراهم می‌کند. مانند اینکه در میان اقلام خریداری‌شده در مثال قبل، کدام مورد اقبال بیشتری داشته است.
۳	دانش	وسیع‌تر، عمیق‌تر و غنی‌تر از داده‌ها و اطلاعات و چارچوبی برای ارزشیابی و بهره‌مندی از تجربیات و اطلاعات است. دانش کارآمد باعث حذف اطلاعات و داده‌های ناخواسته می‌شود (مانند نقش کیفیت در خرید بیشتر).

پژوهشگر در مراحل مختلف پژوهش به جمع‌آوری «داده، اطلاعات و دانش» می‌پردازد. برای نمونه در پشتیبانی از بیان مسئله، اهمیت و ضرورت پژوهش و شکل‌گیری چارچوب مفهومی و نظری پژوهش، «اطلاعات و دانش» جمع‌آوری می‌شود و در هنگام اجرای پژوهش، با جمع‌آوری داده‌ها از متغیر شرایط برای تحلیل و تولید اطلاعات و دانش توسط خود پژوهشگر فراهم خواهد شد.

۷-۲. جمع‌آوری اطلاعات و دانش در مرحله مطالعه مبانی نظری و ادبیات پیشینه

مبانی نظری شامل دامنه گسترده‌ای از «مفاهیم، فرضیه‌ها، نظریه‌ها، مکاتب، قضیه‌ها، اصول، قوانین، پارادایم‌ها، الگوها، مدل‌ها، استعاره‌ها، نماها یا مدها، الگوریتم‌ها و نقشه‌های ذهنی» موجود درباره متغیرهای موردبررسی است. جمع‌آوری کامل و جامعی از مبانی نظری مرتبط با متغیرهای مورد مطالعه به موفقیت پژوهش کمک می‌کند. جمع‌آوری اطلاعات و دانش کافی با کمک جستجو انجام می‌شود. فرایند جستجو برای مبانی نظری و ادبیات پیشینه به‌طور مفصل در فصل چهارم معرفی شده است. این اطلاعات و دانش به مواردی چون «شناسایی مفاهیم مرتبط با مطالعه»، «تعریف مفاهیم مرتبط»، «عملیاتی کردن و ارائه تعریف عملیاتی پس از تعریف مفهومی»، «مشخص کردن هویت متغیرها و نوع روابط آن‌ها» کمک می‌کند. با جمع‌آوری انواع مبانی نظری و ربط منطقی آن‌ها به مسئله و متغیر موردبررسی چارچوب

مفهومی و نظری شکل می‌گیرد و به انتخاب بهترین شیوه و ابزار جمع‌آوری داده درباره مسئله و متغیر موردبررسی کمک می‌کند. در مواردی «ادبیات پیشینه» مستقل از «مبانی نظری» و بر جمع‌آوری نتایج مطالعات و پژوهش‌های قبلی مشابه یا نزدیک به پژوهش موردنظر تأکید دارد. در این نوع جمع‌آوری به دنبال نتایج مطالعات دیگر پژوهشگران در رابطه با چالش یا سؤالات پژوهش خود هستیم. همان‌طور که در فصل دوم این کتاب اشاره شد، مطالب حاصل از جمع‌آوری اطلاعات و دانش را می‌توان با الگوهایی به شرح جدول ۷-۲ نوشت.

جدول ۷-۲. انواع الگوهای نگارش اطلاعات و دانش حاصل از جمع‌آوری اطلاعات و دانش

ردیف	انواع	توضیح
۱	نقل قول مستقیم	بیان عین عبارات و جملات متن اصلی و مناسب عبارات غیرقابل تغییر مانند آیات قرآن
۲	نقل قول غیرمستقیم	بیان عبارات و جملات با زبان پژوهشگر با حفظ اصل پیام متن
۳	خلاصه	بیان خلاصه اندیشه اصلی با حداقل عبارات و جملات
۴	نقد و نظر	بیان نظرات از متن اصلی به همراه نظرات پژوهشگر با تأکید بر روشن کردن برخی زوایا یا نقد آن
۵	ترکیب	تلفیق اطلاعات گوناگون از یک متن

دقت در نحوه مستندسازی بسیار مهم است. پس از جمع‌آوری ادبیات پژوهش، لازم است موارد باهم ترکیب و به شکل مناسبی ساماندهی شوند. برای این منظور می‌توان به الگوهایی به شرح جدول ۷-۳ توجه داشت.

جدول ۷-۳. راهبردهای ساماندهی مستندات مبانی نظری و ادبیات پیشینه

ردیف	روش ساماندهی	توضیح
۱	بر اساس فرضیه‌ها یا سؤالات پژوهش	تاریخچه، مبانی نظری و ادبیات پیشینه بر اساس هر فرضیه یا سؤال
۲	بر اساس ساختار مبانی نظری و ادبیات پیشینه	ساختار متداول: تاریخچه، مبانی نظری، ادبیات پیشینه داخلی و خارجی
۳	ترکیب دو رویکرد قبلی	با توجه به ظرفیت‌های هر متغیر یا فرضیه یا سؤال

برای شکل‌گیری چارچوبی که بتوان به‌خوبی از آن‌ها در فصل دوم پایان‌نامه یا رساله نیز استفاده کرد، اغلب مباحث مربوط به مبانی نظری، یعنی نظریه‌ها و فرضیه‌ها و مکاتب موجود در رابطه با پرسش اصلی پژوهش آورده می‌شود. سپس، مطالعات انجام‌شده در رابطه با موضوع با توجه به یافته‌های مورد استفاده برای توضیح مسئله و معرفی زمان، مکان و مجری آن ارائه می‌شود. در صورتی که از متغیرهای متعددی بهره می‌گیرید و مبانی نظری و ادبیات پیشینه خوبی جمع‌آوری کرده‌اید، بهتر است از روش اول استفاده کنید.

مهم‌ترین نکته ایجاد ارتباط بین نوشته‌ها است. چراکه خواننده بر اساس درک ارتباط منطقی بین مطالب و ارتباط آن با موضوع موردبررسی، قضاوت خواهد کرد. در نگارش و پیاده‌سازی مطالب جمع‌آوری‌شده باید ارتباط منطقی بین آن‌ها را مدنظر قرار داد. مهم‌ترین مشکلات برداشت از منابع که در پایان‌نامه‌ها یا رساله‌ها دیده می‌شود، ارتباط ندادن مطالب جمع‌آوری‌شده مبانی نظری و ادبیات پیشینه و بیان کلی مطالب است.

۷-۳. جمع‌آوری داده‌ها بر اساس متغیرها

متغیرها عوامل قابل اندازه‌گیری در پژوهش هستند که اغلب اندازه‌گیری آن با جمع‌آوری داده‌ها به کمک ابزارهای مناسب صورت می‌گیرد. انواع روش‌های جمع‌آوری و ثبت داده‌ها بر اساس سؤالات یا فرضیه‌های پژوهش از دو بعد

«محل و نوع ابزار» برای جمع‌آوری موردتوجه قرار می‌گیرد. جمع‌آوری داده‌ها از نظر محل جمع‌آوری می‌تواند میدانی (محیط طبیعی)، کتابخانه‌ای (اسنادی) و آزمایشگاهی (کنترل‌شده) باشد. داده‌ها را با ابزارهایی به شرح جدول ۴-۷ می‌توان جمع‌آوری و ثبت کرد.

جدول ۴-۷. انواع ابزارهای جمع‌آوری و ثبت داده‌ها بر اساس متغیرها

ردیف	ابزار اندازه‌گیری	توضیح
۱	پرسشنامه	اندازه‌گیری نظر و نگرش نسبت به موضوع یا پدیده خاص
۲	چک‌لیست یا فهرست کنترل	اندازه‌گیری تعداد و کمیت‌های موجود در زمینه موردبررسی
۳	برگه کدگذاری	اندازه‌گیری فراوانی کیفیت خاص در اسناد و رسانه‌ها
۴	آزمون	اندازه‌گیری توانایی افراد در زمینه خاص
۵	مصاحبه	اندازه‌گیری نظر و نگرش نسبت به موضوع یا پدیده خاص از طریق پرسش و پاسخ شفاهی
۶	مشاهده	اندازه‌گیری رفتار، واکنش و اقدام در رابطه با موضوع یا پدیده خاص از طریق مشاهده
۷	برگه‌های یادداشت	اندازه‌گیری رویدادها، اسناد و سوابق در رابطه با موضوع یا پدیده خاص
۸	اندازه‌گیری آزمایشگاهی	اندازه‌گیری رویدادها، اسناد، سوابق و رفتارها در محیط کنترل‌شده
۱۰	گروه متمرکز	اندازه‌گیری نظر و نگرش با مصاحبه هم‌زمان با چند نفر
۱۱	ضبط کننده صوت و تصویر	دستگاه‌های ضبط صدا یا صدا و تصویر
۱۲	تکمیل داستان	شرکت‌کنندگان نظرات خود را در مورد یک موضوع با تکمیل داستانی که معمولاً توسط پژوهشگر آغاز شده بیان می‌کنند.

این ابزارها به گردآوری داده‌ها به صورت کمی (عددی) یا کیفی (کلامی) و یا ترکیبی از هر دو می‌پردازند. سؤالات ابزارها برای جمع‌آوری داده‌ها، اغلب به سه شکل «باز، نیمه ساختاریافته و ساختاریافته» به شرح جدول ۵-۷ است.

جدول ۵-۷. انواع سؤالات ابزارها برای اندازه‌گیری و جمع‌آوری داده کمی یا کیفی

ردیف	انواع سؤالات	توضیح
۱	باز یا تشریحی	امکان پاسخ مشروح و آزادانه پاسخ‌دهنده
۲	بسته (ساختاریافته)	محدودکننده پاسخ‌دهنده به انتخاب یک گزینه از میان چند گزینه ارائه شده
۳	نیمه ساختاریافته	ترکیب سؤالات باز و بسته به معنای یک انتخاب محدود با ارائه توضیح درباره آن

از سؤالات باز برای جمع‌آوری داده‌های کیفی و از سؤالات بسته برای جمع‌آوری داده کمی استفاده می‌شود. اغلب در صورت تأکید بر «اطلاعات کمی یا عددی، نیاز به اجرای پژوهش در زمان کوتاه، نیاز به پاسخ‌های ساده و قابل فهم و تحلیل سریع» از سؤالات بسته و در غیر این صورت از سؤالات باز یا نیمه ساختاریافته استفاده می‌شود. سؤالات بسته یا ساختاریافته دارای مقیاس‌های پاسخگویی به شرح جدول ۶-۷ هستند.

جدول ۶-۷. انواع مقیاس‌های پاسخگویی در سؤالات بسته

ردیف	نام مقیاس	ویژگی‌ها
۱	ترستون ^۱	برای تعیین نگرش مثبت یا منفی نسبت به یک موضوع و نمره‌گذاری دو ارزشی بلی و خیر
۲	لیکرت ^۲	نمره‌گذاری چند ارزشی بین سه تا هفت ارزش از منفی‌ترین تا مثبت‌ترین حالت (مثل از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم) که پاسخ‌دهنده یکی را انتخاب می‌کند.
۳	گاتمن ^۳ یا تراکمی	برای سنجش پدیده‌های ساده اجتماعی و کودکان با سؤالات یک‌بعدی و مرتب‌شده بر اساس ارزش وزنی و امکان تأیید یکی از آن‌ها
۴	افتراق معنایی یا ازگود	اندازه‌گیری معنای مفاهیم با امکان انتخاب در یک مقیاس دوقطبی (دو صفت متضاد) هفت‌درجه‌ای مثل «پسندیده ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷ ناپسند»
۵	فاصله اجتماعی بوگاردوس ^۴	به‌صورت موقعیت‌های فرضی معرف فاصله اجتماعی و برای بررسی نگرش نسبت به گروه‌های قومی، نژادی، مذهبی و...
۶	چند جوابی	انتخاب یک مورد از میان موارد مختلف مثل اینکه در اوقات فراغت خود بیشتر چه کاری انجام می‌دهید؟ ورزش مطالعه گردش سایر موارد
۷	تعیین اولویت یا رتبه‌بندی	امکان دادن رتبه یا درجه اهمیت به مجموعه‌ای از گزینه‌ها مانند رتبه‌بندی علایق فهرست شده
۸	پرسش وابستگی یا مشروط	پرسشی که پاسخ به آن مشروط به پاسخ به پرسش قبلی است.
۹	فهرستی یا مهندسی	امکان انتخاب چند جواب به یک سؤال، مانند از کدام یک از رسانه‌های زیر در طول روز استفاده می‌کنید: (الف) کتاب، (ب) رادیو، (ج) تلویزیون، (د) مطبوعات، (ه) سینما و اینترنت...

به‌عنوان مثالی از مقیاس گاتمن می‌توان به سؤالات پرسش‌نامه طلاق عاطفی با این نوع مقیاس اشاره کرد. برای این پرسشنامه باید جمله‌ها را با دقت خواند و بر اساس احساس فعلی خود به صورت «بله یا خیر» به آن‌ها پاسخ داد. مانند «آنقدرها که دلم می‌خواست به همسرم نزدیک نیستم» یا «در این ازدواج احساس خلاء می‌کنم» یا «کسی را ندارم که به او پناه ببرم» و امثال آن که در انتها پاسخ‌های بله و خیر جمع و تحلیل می‌شوند.

مقیاس فاصله اجتماعی بوگاردوس، فاصله اجتماعی که اقوام یا سایر گروه‌ها را از یکدیگر جدا کرده را اندازه‌گیری می‌کند. در این مقیاس یک گروه در نظر گرفته می‌شود تا مقدار فاصله احساس شده این گروه نسبت به سایر گروه‌ها تعیین شود. این روش برای سنجش تمایل اعضای گروه‌های اقوام مختلف به برقراری ارتباط با دیگران ابداع شد. از این مقیاس می‌توان برای سنجش احساس نزدیکی یا دوری یک گروه نسبت به سایر گروه‌ها (مثل اقلیت‌های مذهبی) استفاده کرد. این مقیاس از یک منطق ساده پیروی می‌کند. افراد باید به مجموعه‌ای از گزاره‌های منظم پاسخ دهند. افراد با رفتار غیردوستانه یا کناره‌گیر از نظر اجتماعی در یک سر طیف، و افراد دارای رفتار دوستانه و علاقه‌مند به تعاملات اجتماعی در سر دیگر طیف قرار می‌گیرند. بر اساس این منطق فردی که از تعاملات اجتماعی با افراد دوری می‌گزیند و ارتباطات دوستانه‌ای با گروه‌های بیگانه ندارد، گویه‌های مرتبط با روابط اجتماعی نزدیک را رد می‌کند. پژوهشگران از این مقیاس مانند مقیاس لیکرت به چند شکل متفاوت استفاده می‌کنند. برای نمونه چند گزاره در اختیار افراد گذاشته می‌شود. برای نمونه فرض کنید می‌خواهید احساس دانشجویان تهرانی دانشگاه تهران را نسبت

1. Thurstone
2. Likert
3. Gutman
4. Bogardos

به دانشجویانی که از شهرهای جنوبی به این دانشگاه آمده اند را با سؤالاتی مانند «آیا با دیدن چنین دانشجویانی احساس خوشایندی دارید؟» یا «آیا حاضرید با این دانشجویان در یک خوابگاه زندگی کنید؟» یا «آیا حاضرید این دانشجویان را در گروه‌های دوستی خود بپذیرید؟» سنجید. اغلب این سؤالات با یک طیف اغلب ۵ تا ۹ گزینه‌ای فاصله اجتماعی خود را از این گروه‌ها بیان می‌کنند. به این نحو که در یک طرف طیف دوری و کناره‌گیری کامل و در طرف دیگر تعاملات اجتماعی کامل معرفی می‌شود.

۷-۳-۱. جمع‌آوری و ثبت داده‌ها با پرسشنامه

پرسشنامه از ابزارهای رایج در پژوهش است که با مجموعه‌ای از سؤالات، امکان جمع‌آوری داده‌ها درباره علائق، نگرش‌ها، دانش، تجارب و عقاید فرد پاسخ‌دهنده در موضوعی خاص را فراهم می‌کند. پرسشنامه می‌تواند دارای چندین سؤال از انواع «ساختاریافته، نیمه ساختاریافته یا باز» باشد. پرسشنامه اغلب دارای «نامه همراه، دستورالعمل و سؤالات» است. نامه همراه اغلب شامل یک مقدمه انگیزاننده و هدایت‌کننده برای پاسخگویی است که به مواردی چون ضرورت پژوهش و درخواست برای پاسخگویی در زمانی مشخص اشاره دارد. دستورالعمل نیز عباراتی کوتاه برای راهنمایی پاسخ‌دهنده به منظور پاسخگویی است. پرسشنامه از نظر ماهیت به سه شکل به شرح جدول ۷-۷ قابل معرفی است.

جدول ۷-۷. انواع شکل‌های پرسشنامه برای استفاده

ردیف	انواع	توضیح
۱	استاندارد	با روش‌شناسی مشخص، اعتبار صوری، محتوایی و سازه آن به شکل کامل به تأیید رسیده و مورد اقبال پژوهشگران است.
۲	محقق ساخته غیراستاندارد	توسط یک پژوهشگر برای جامعه‌ای محدود و اغلب با اعتبار صوری و محتوایی و پایایی (اغلب با آلفای کرونباخ) تأیید شده است. کاربرد این پرسشنامه به بررسی مجدد روایی و پایایی با ملاحظات نیاز دارد.
۳	نیاز به ساخت	در شرایط نبودن پرسشنامه استاندارد یا جامع و تلاش پژوهشگر برای ساخت یک پرسشنامه جدید

در صورتی که پژوهشگر تصمیم به استفاده از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده بگیرد، باید مطمئن شود که آیا پرسشنامه مناسبی وجود دارد. با انجام یک مطالعه کامل از موضوع و متغیرهای انتخاب‌شده، پژوهشگر می‌تواند پرسشنامه‌های موجود احتمالی را برای ارزیابی متغیرهای موردبررسی شناسایی کند. پرسشنامه موجود این مزیت را دارد که پیش‌تر از نظر روایی و پایایی ارزیابی شده و بیشتر می‌توان به آن اطمینان کرد. از سوی دیگر پژوهشگر زمان لازم برای طراحی پرسشنامه‌ای پایا و روا را ذخیره می‌کند. در صورتی که پرسشنامه‌ای برای سنجش متغیرهای موردبررسی موجود نباشد، پژوهشگر باید به طراحی گویه‌هایی منطبق با اهداف، فرضیه‌ها یا سؤالات پژوهش بپردازد. برای ساخت پرسشنامه جدید، ابتدا باید سؤالات آن را طراحی کرد.

پرسشنامه اغلب برای جمع‌آوری داده‌های ساده و کمی از یک گروه بسیار بزرگ مناسب است. داده‌هایی که بتوان آن‌ها را در قالب جدول و نمودار خلاصه و تجزیه و تحلیل کرد. اگر اطلاعات پیچیده‌تری موردنیاز باشد، باید روی روش‌های دیگر فکر کرد. در مجموع پرسشنامه دارای مزایایی چون «دسترسی به جمعیت زیاد، کاهش اعمال نظر شخصی، گمنام ماندن پاسخ‌دهنده و داده‌های ساختاریافته» است.

۷-۳-۲. جمع‌آوری و ثبت داده‌ها با چک‌لیست (فهرست کنترل)

یکی از چک‌لیست‌های رایج که اغلب از آن به‌عنوان پرسشنامه یاد می‌شود، چک‌لیست یا فهرست کنترل ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان است. مشخصات اصلی مانند جنسیت، سن، تحصیلات، وضعیت تأهل و... به پژوهشگر کمک می‌کند تا پاسخ‌دهندگان را با دقت شناسایی کند و حتی در صورت نیاز ارتباط برخی از این متغیرها را با دیگر متغیرهای موردبررسی اندازه‌گیری و مورد تحلیل قرار دهد.

چک‌لیست یا فهرست کنترل، ابزاری است که بر اساس مشاهدات مشاهده‌گر، مقدارهای مشاهده‌شده در آن ثبت می‌شود. برای نمونه برخی چک‌لیست‌ها برای کنترل وضعیت اماکن و تجهیزات به کار می‌رود و در آن مشاهده‌گر، مشاهدات خود را درباره وضعیت «اماکن و تجهیزات» ثبت می‌کند. به کمک این ابزار معمولاً می‌توان وضعیت‌های مختلف را مشخص یا کنترل کرد.

۷-۳-۳. جمع‌آوری و ثبت داده‌ها با برگه کدگذاری

در تحلیل محتوا با استفاده از روش‌های نظام‌مند به توصیف محتوای یک متن پرداخته می‌شود. این متن می‌تواند مکتوب، صوتی یا تصویری باشد که به کمک برگه کدگذاری داده‌های مربوط به آن‌ها جمع‌آوری می‌شود. در این رابطه می‌توان متون نشریات، عکس‌ها، برنامه‌های رادیو و تلویزیون، بیوگرافی‌ها و نامه‌ها را تحلیل محتوا کرد.

۷-۳-۴. جمع‌آوری و ثبت داده‌ها با مصاحبه

در مصاحبه توسط مصاحبه‌گر پرسش‌هایی مطرح می‌شود و پاسخ‌دهنده به‌صورت رودررو، تلفنی یا اینترنتی پاسخ می‌دهد. مهارت مصاحبه‌کننده در انجام مصاحبه مهم است. برای ضبط و ثبت اطلاعات در مصاحبه از وسایلی نظیر ضبط‌صوت، دوربین و یادداشت‌برداری استفاده می‌شود. در جریان مصاحبه حالات و واکنش آزمودنی و مقاومت او در برابر برخی سؤالات قابل‌شناسایی است. مصاحبه را می‌توان یک پرسشنامه شفاهی دانست. مصاحبه صمیمانه می‌تواند منجر به داده‌هایی شود که در دیگر شرایط کسب آن‌ها دشوار است. مصاحبه به زمان بیشتری نسبت به پرسشنامه نیاز دارد و تجزیه و تحلیل اطلاعات به‌دست‌آمده از آن دشوارتر است. مصاحبه اغلب برای جمع‌آوری داده‌های کیفی و مناسب مواردی چون «تأکید بر چرایی یا چگونگی موضوع، نیاز به اطلاعات غنی‌تر با بررسی عمیق گروه کوچک و تأکید بر اکتشاف» است. انواع مصاحبه را می‌توان به شرح جدول ۷-۸ دسته‌بندی کرد.

جدول ۷-۸. انواع مصاحبه از نظر ساختار

ردیف	انواع	توضیح
۱	بسته یا ساخت‌دار	همان سؤالات بسته در پرسشنامه که در مصاحبه پرسیده می‌شود.
۲	نیمه‌باز یا نیمه ساخت‌دار	یک سری سؤالات بسته و باز (روش انعطاف‌پذیر)
۳	باز یا بی‌ساخت یا عمیق ^۱	با یک موضوع کلی سؤال و مسیر مصاحبه برای دریافت پاسخ عمیق هدایت می‌شود.

طراحی مصاحبه از روندهای مشابه طراحی پرسشنامه پیروی می‌کند و ابتدا لازم است که مشخص شود که به چه داده‌هایی برای جمع‌آوری نیاز است و چگونه با مصاحبه می‌توان آن‌ها را جمع‌آوری کرد. برای طراحی انجام مصاحبه به مواردی به شرح جدول ۷-۹ نیاز است.

جدول ۷-۹. مراحل طراحی اجرای مصاحبه

مراحل	ر	مراحل فرعی	توضیح
پیش از مصاحبه	۱	تعیین هدف مصاحبه	تهیه یک راهنمای اولیه مشابه نامه مقدمه برای پرسشنامه
	۲	ساماندهی موضوعی سؤالات	تنظیم سؤالات مربوط به هر موضوع در یک گروه برای هدایت مصاحبه
	۳	سؤال از ساده به سخت	شروع با سؤالات ساده برای احساس راحتی و همراهی مصاحبه‌شونده
	۴	انتخاب مکان مناسب	انتخاب محلی برای افزایش احتمال پاسخگویی صریح مصاحبه‌شونده
	۵	توجه به مهارت مصاحبه‌کننده	توانایی برقراری ارتباط، طرح سؤال و جمع‌آوری اطلاعات
حین مصاحبه	۶	اطمینان‌سازی	جلب اطمینان مخاطب با رفتار مناسب
	۷	پرهیز از سؤالات منفی و مبهم	توجه به فهم زبان، فرهنگ و آگاهی پاسخ‌دهندگان در بیان سؤالات
	۸	کنترل عکس‌العمل‌های خود	پرهیز از عکس‌العمل‌های با اثرگذاری منفی در پاسخ صحیح
	۹	کنترل در مسیر هدف	دور نشدن سؤالات و پاسخ‌ها از هدف پژوهش
	۱۰	تعهد به تکمیل مصاحبه	نیمه‌تمام نماندن مصاحبه و نیمه‌تمام رها نشدن
	۱۱	جمع‌آوری داده	ثبت مصاحبه از راه‌های یادداشت‌برداری، ضبط صدا، ثبت تصاویر و امثال آن

صحت و اعتبار مصاحبه از نکات بسیار مهم برای جمع‌آوری داده به این روش است. از جمله موارد مهم در صحت و اعتبار مصاحبه می‌توان به مواردی به شرح جدول ۷-۱۰ اشاره کرد.

جدول ۷-۱۰. عوامل اثرگذار در صحت و اعتبار مصاحبه

ردیف	عوامل	توضیح
۱	استفاده از سؤال بسته و استاندارد	اعتبار بیشتر سؤالات بسته و استاندارد
۲	پایایی محیط مصاحبه	حفظ شرایط مناسب و استواری در محیط مصاحبه
۳	ضبط مصاحبه	ضبط صدا و حتی تصویر با اجازه مصاحبه‌شونده
۴	پیاده‌سازی در کوتاه‌ترین زمان	برای پرهیز از تأثیر منفی زمان و احتمال فراموشی برخی نکات
۵	اطمینان از درک صحیح سؤال	اطمینان از فهم درست و بدون ابهام مصاحبه‌شونده از سؤال
۶	رمزگشایی صحیح پاسخ‌ها	اطمینان از درک صحیح مصاحبه‌کننده از منظور پاسخ‌دهنده و رمزگشایی صحیح آن‌ها
۷	کنترل عوامل اثرگذار منفی	ممانعت از عوامل تأثیرگذار منفی در پاسخ‌های واقعی و کنترل آن‌ها

در صورت فقدان امکان مصاحبه رودررو می‌توان از مصاحبه تلفنی استفاده کرد. با این شکل هم هزینه‌ها کاهش می‌یابد و هم خیلی از پاسخ‌دهندگان ترجیح می‌دهند تا به این شکل به سؤالات شما پاسخ دهند.

نکته مهم بعدی توجه به اندازه نمونه در مصاحبه‌ها است. برخلاف تجزیه و تحلیل‌های کمی که اغلب به نمونه‌های بزرگ نیاز دارد، پژوهش کیفی نیاز به نمونه کمتری دارد. هدف پژوهش کیفی به دست آوردن اطلاعات غنی و کامل از یک گروه نمونه کوچک است. در مجموع می‌توان جمع‌آوری اطلاعات را تا مرحله اشباع و تکرار یافته‌ها پیش برد. در مواردی مانند مطالعات موردی شما ممکن است تنها یک مورد مصاحبه داشته باشید. مصاحبه‌ها در مواردی رویکرد «مردم‌نگارانه» و صورتی «محو‌ره‌ای، غیررسمی، آزاد و اغلب در میدان» دارد. در مواردی رویکرد مصاحبه «روانی یا

روایتی» و به صورت «باز و بدون ساختار و ایجاد امکانی برای شرکت‌کننده به منظور بیان داستان از موضوعات مورد بحث» است؛ داستان‌ها می‌تواند درباره خود مشارکت‌کنندگان یا تجارب آن‌ها یا رویدادهای ناظر بر آن باشد. در مواردی رویکرد مصاحبه «زندگینامه‌ای» است که از مصاحبه‌شونده خواسته می‌شود در مورد «زندگی، خاطرات و هر چیز لازم به دانستن دیگران» سخن بگویند. در مواردی مصاحبه رویکردی گروهی دارد و در آن هم‌زمان با چند نفر مصاحبه انجام می‌شود.

پیاده‌سازی مصاحبه‌های شفاهی به صورت متن کاری ضروری و گاهی وقت‌گیر برای پژوهشگر است. امروزه با نرم‌افزارهای تبدیل گفتار شفاهی به متن این کار سریع انجام می‌شود. یکی از این نرم‌افزارهای محبوب، نرم‌افزار رایگان Google Keep Notes با قابلیت نصب روی موبایل و خطای بسیار کم در تبدیل گفتار شفاهی به متن است. این امکان از روی پلتفرم‌های موبایلی مانند واتس‌آپ قابل دسترسی است.

۷-۳-۵. جمع‌آوری و ثبت داده‌ها با مشاهده

در مشاهده بر جمع‌آوری داده‌هایی درباره رفتارهای غیرکلامی تأکید می‌شود. با این روش هم داده‌ها به صورت کیفی و هم کمی جمع‌آوری می‌شود. برای نمونه رفتارهای غیرکلامی را می‌توان پس از طبقه‌بندی و تعریف، فراوانی رخدادشان را شمارش کرد. در مشاهده پژوهشگر می‌تواند داده‌های مربوط به رفتارها را به عنوان یک فرد بیرونی یا در درون رویداد جمع‌آوری کند. در این روش فرد از درون یا بیرون محیط، انواع رفتارهای صوتی و تصویری را با توجه به سؤالات ذهنی خود رصد می‌کند. جمع‌آوری داده با مشاهده با طرح‌های مختلفی به شرح جدول ۷-۱۱ قابل اجرا خواهد بود.

جدول ۷-۱۱. انواع طرح‌های جمع‌آوری داده با مشاهده

ردیف	طرح‌ها	توضیح
۱	مشاهده کنترل نشده	مشاهده در محیط طبیعی و بدون کنترل سایر متغیرها
۲	مشاهده کنترل شده	مشاهده در محیط آزمایشگاهی و با کنترل متغیرها
۳	مشاهده غیر مشارکتی	مشاهده به عنوان عضوی مستقل از گروه مشاهده شونده
۴	مشاهده مشارکتی	مشاهده به عنوان عضوی از گروه مشاهده شونده
۵	مشاهده فردی	مشاهده یک نفره
۶	مشاهده گروهی	مشاهده توسط بیش از یک نفر
۷	مشاهده غیرعلنی	مشاهده بدون اطلاع مشاهده شونده
۸	مشاهده علنی	مشاهده با اطلاع مشاهده شونده

روش جمع‌آوری داده به میزان ساختار و شرایط مشاهده به شرح جدول ۷-۱۲ بستگی دارد.

جدول ۷-۱۲. میزان ساختار و شرایط مشاهده برای جمع‌آوری داده

ردیف	ساختار و شرایط مشاهده	روش مشاهده
۱	بی‌ساختار و شرایط طبیعی	بررسی میدانی بی‌ساختار مانند انواع رفتار افراد مورد مشاهده در میدان
۲	باساختار و شرایط طبیعی	بررسی میدانی با ساختار معین
۳	بی‌ساختار و شرایط آزمایشگاهی	بررسی آزمایشگاهی بدون ساختار
۴	باساختار و شرایط آزمایشگاهی	بررسی آزمایشگاهی با ساختار معین مانند ثبت رفتار بینندگان یک برنامه تلویزیونی در اتاق

در مشاهده باساختار، بر مبنای طرحی تعریف‌شده، رفتارها طبقه‌بندی و ثبت می‌شود اما در مشاهده بی‌ساختار، رفتارها بدون چارچوب قبلی ثبت خواهد شد. در مشاهده بی‌ساختار یا آزاد مشاهده‌گر، مشاهدات را با برداشت آزاد خود جمع‌آوری و ثبت می‌کند. در مشاهده باساختار از سؤالات مشخص، بسته و قابل کمی شدن استفاده می‌شود. برای نمونه در جدول ۷-۱۳ با مقیاس درجه‌بندی شده می‌توان داده‌های رفتار مورد مشاهده جمع‌آوری شده را جمع‌آوری کرد اما در جدول ۷-۱۴ نمونه یک چک‌لیست قابل علامت‌گذاری برای جمع‌آوری داده‌ها معرفی شده است.

جدول ۷-۱۳. نمونه انتخاب عدد در یک پیوستار برای جمع‌آوری و ثبت مشاهدات بازیکنان یک تیم فوتبال

ردیف	رفتارها	دامنه
۱	میزان مشارکت در کار تیمی	مشارکت زیاد ۱-۲-۳-۴-۵ مشارکت کم
۲	پرخاشگری پس از متوقف شدن با توپ	مقدار زیاد ۱-۲-۳-۴-۵ مقدار کم
۳	رفتار جوانمردانه پس از برخورد با حریف	مقدار زیاد ۱-۲-۳-۴-۵ مقدار کم

جدول ۷-۱۴. نمونه علامت‌گذاری برای جمع‌آوری و ثبت مشاهدات بازیکنان یک تیم فوتبال

در هر بازی برای فعالیت مورد نمونه علامت بزنید							
بازی							ردیف
			*	*	*	*	۱
		*	*	*	*	*	۲
					*	*	۳
				*	*	*	۴
			*	*	*	*	۵

پژوهشگر می‌تواند در محیط‌های مختلف مشاهده و داده جمع‌آوری کند اما باید مطمئن شد که مکان مورد مطالعه، قابل دسترسی، مقرون به صرفه، بی‌خطر و بی‌اثر بر رفتار طبیعی مورد مشاهده باشد. بر این اساس مشاهده را می‌توان از درون جمع و در محیط یا بیرون از جمع انجام داد. در مشاهده از درون جمع، فرد در کنار سایر افراد مانند شرکت در تظاهرات دانشجویی و ثبت رفتارهای اعتراضی در کنار آنان است. در مشاهده از بیرون جمع، فرد رفتارها را از بیرون جمع مانند مشاهده از دور یا با فیلم و عکس، جمع‌آوری و ثبت می‌کند. امروزه نوع مشاهده در فضای مجازی با اسامی «نتنوگرافی یا وبنوگرافی» نیز مطرح می‌شود که در آن مشاهده «پست الکترونیکی، چت روم، وبلاگ و نشریه‌های آنلاین» مورد توجه قرار می‌گیرد. باید دقت کرد که حضور مشاهده‌گر، بر محیط و رفتار افراد تأثیری نداشته و باعث سوگیری در رفتارها و نتایج پژوهش نشود.

برای جمع‌آوری و ثبت مناسب داده‌های حاصل از مشاهده باید توانایی مناسبی در «مشاهده، گوش دادن، تعامل و مصاحبه» وجود داشته باشد. ازجمله مزایای جمع‌آوری داده با مشاهده می‌توان به «انعطاف‌پذیری، بررسی در محیط طبیعی و بالا رفتن دقت» اشاره کرد و از معایب آن‌هم «طولانی بودن جمع‌آوری داده‌ها، مشکل بودن مستندسازی داده‌ها و وابستگی به ذهن مشاهده‌گر» است. مراحل جمع‌آوری و ثبت داده با مشاهده به شرح جدول ۷-۱۵ خواهد بود.

جدول ۷-۱۵. مراحل جمع‌آوری و ثبت داده با مشاهده

ردیف	موارد	توضیح
۱	تعریف متغیر	شناسایی متغیرهای تحت مشاهده بر اساس اهداف پژوهش و اطلاعات موردنیاز
۲	انتخاب نمونه	انتخاب نمونه با تأکید بر زمان و محل مناسب جمع‌آوری داده
۳	ثبت داده‌ها	تصویربرداری، یادداشت یا هردو یا تکمیل چک‌لیست مشاهده
۴	شناسایی عوامل اثرگذار	شناسایی هرگونه عامل احتمالی اثرگذار در نتایج مشاهدات و ثبت آن‌ها

در صورت وجود بیش از یک پژوهشگر در پروژه پژوهشی باید آن‌ها را آموزش داد. انجام یک مطالعه آزمایشی برای اطمینان از رویه، روایی و صحت پژوهش مفید است. پس از اطمینان از صحت مشاهده، داده‌ها جمع‌آوری و روایی کیفی آن‌ها بررسی می‌شود. مراحل نهایی، کدگذاری، تحلیل داده و نوشتن گزارش نهایی است.

به‌طور کل استفاده از روش مشاهده در مواردی چون «امکان مشاهده مستقیم موضوع، امکان مشاهده الگوهای رفتاری، امکان دریافت پاسخی ناممکن از سایر روش‌ها و امکان بررسی رفتار در شرایط طبیعی» موردتوجه قرار می‌گیرد. باید دقت کرد که این روش بیشتر به دنبال توصیف امور مورد مشاهده تا دلایل آن است. این روش بیشتر در پژوهش‌های کیفی و توصیفی به کار می‌رود و کاربرد عمده آن برای بررسی پدیده‌های در حال وقوع است.

اصطلاح «پارادوکس مشاهده‌گر»^۱ در پژوهش نخستین بار توسط «ویلیام لباف»^۲ در حوزه مطالعات زبان‌شناسی اجتماعی^۳ استفاده شد و سپس در سایر علوم اجتماعی نیز موردتوجه قرار گرفت. این اصطلاح به موقعیتی اشاره دارد که در آن پژوهشگر به‌طور میدانی موضوع مورد مطالعه را رصد و مشاهده می‌کند، در حالیکه حضور وی به‌عنوان مشاهده‌گر و پژوهشگر از سوی گروه مورد مشاهده قابل تشخیص نیست. برای نمونه زبان‌شناس اجتماعی وارد گروه، قوم و یا جامعه هدف می‌شود و بدون اینکه بقیه متوجه کار او شوند در کنارشان حضور دارد و زندگی می‌کند تا پژوهش را انجام دهد. البته به تبعیت از اصول اخلاقی، پژوهشگر باید بعد از اتمام پژوهش و قبل از بازنشر یا استفاده از نتایج حاصل از داده‌ها، افراد جامعه هدف را از چرایی و چگونگی این حضور مطلع سازد. هدف از توسل به این شیوه مشاهده‌ای بخصوص در حوزه زبان‌شناسی و زبان‌شناسی اجتماعی و مطالعات اجتماعی این است که پژوهشگر بتواند گفتار واقعی افراد را مشاهده کند. این در حالی است که گفتار واقعی افراد در پژوهش نظام‌مند قابل مشاهده نیست. درواقع مشاهده‌گر با این شیوه به داده‌های دست‌اول و واقعی دسترسی مستقیم پیدا می‌کند (لباف، ۱۹۷۲).

1. Observer's paradox

2. William Labov

3. Sociolinguistics

«تأثیر هاوتورن»^۱ نیز به موقعیتی اطلاق می‌شود که اشخاص مورد مطالعه جنبه‌ای از رفتار خود را به‌خاطر مشاهده شدن توسط پژوهشگر آگاهانه تغییر می‌دهند. این تأثیر می‌تواند رابطه بین متغیرهای اصلی را تحت تأثیر قرار دهد. تأثیر هاوتورن متغیری در پژوهش است که نام خود را از کارخانه تولیدات محصولات الکتریکی هاوتورن گرفته است. مهندسان این کارخانه در دهه بیست و سی برای افزایش کارایی و بهره‌وری به دنبال بررسی نقش متغیرهای ارتقای شرایط کار مانند روشنایی بهتر برای در متغیر میزان تولید و کار کارگران بودند. مهندسان متوجه شدند زمانی که شرایط بهتری را برای کار در خط تولید مهیا کردند کارایی افزایش یافت. اما زمانی که شرایط خط تولید را به حالت سابق بازگرداندند بازهم شرایط کار ارتقا یافت. مهندسان دریافتند که «متغیر مشاهده کارگران کارخانه» عامل اصلی افزایش کارایی و بازدهی بود و این امر به تغییر شرایط در خط تولید ارتباطی نداشت. اصطلاح تأثیر هاوتورن را «هانری لاندزبرگر»^۲ در سال ۱۹۵۵ مطرح کرد. بسیاری از پژوهشگران بر این باورند که در مورد این تأثیر تا حدی اغراق شده است. باین حال برخلاف انتقادات وارد به «تأثیر هاوتورن»، این پدیده همچنان مدنظر برخی از پژوهشگران در هنگام طراحی پژوهش و تحلیل آن‌ها قرار می‌گیرد. برخی کارشناسان اعتقاد دارند که اگرچه همیشه شواهد کافی برای این تأثیر وجود ندارد اما این تأثیر را باید جدی گرفت و در پژوهش به آن توجه داشت (لباف، ۱۹۷۲).

۷-۳-۶. جمع‌آوری و ثبت داده‌ها با برگه یادداشت (فیش‌برداری)

یادداشت‌برداری یا ثبت مشاهدات، هم روشی مستقل و هم ابزار اصلی جمع‌آوری داده در مشاهده معرفی می‌شود. پژوهشگران از یادداشت‌های میدانی برای ثبت مشاهدات درباره افراد، اسناد، محیط و رفتارها استفاده می‌کنند. یادداشت‌های میدانی در اولین فرصت ساماندهی می‌شوند تا دچار مشکلات مرور زمان و فراموشی نشوند. یادداشت‌های میدانی دارای انواع مختلفی به شرح جدول ۷-۱۶ هستند.

جدول ۷-۱۶. انواع یادداشت‌های میدانی

ردیف	انواع	توضیح
۱	چکرنویس	یادداشت دستی با عبارات مختصر و کلمات کلیدی درباره رفتار یا هر چیز مرتبط با اهداف پژوهش
۲	توصیفات دقیق	یادداشت کامل مشاهدات، گفتگوها و اطلاعات با جزئیات
۳	تحلیلی	یادداشت پیشنهادها و ایده‌های خود درباره مشاهدات
۴	دفتر روزانه	ثبت مشاهدات از جمله دیدگاه‌ها و اعتقادات شخصی به همراه مشاهدات و هزینه‌های پژوهش

۷-۳-۷. جمع‌آوری و ثبت داده‌ها با آزمون

در آزمون، آزمودنی اقدامات خاصی را انجام می‌دهد تا وضعیت یا مهارت یا توانایی او مورد آزمایش قرار گیرد. برای نمونه ممکن است با دیدن، شنیدن یا لمس یک محرک خاص، دکمه مشخصی را فشار دهد. یا با مجموعه فعالیت‌های خاصی مهارت خود را در زمینه مشخصی، نشان دهد و بر اساس آزمون امتیاز مشخصی را کسب نماید. برخی از

1. Hawthorne effect
2. Henry A. Landsberger

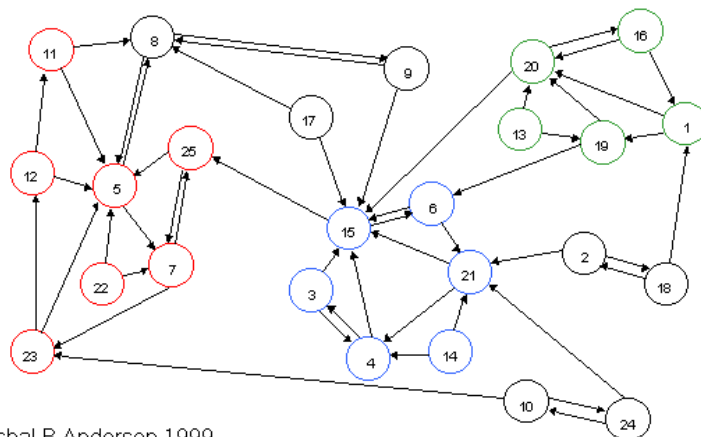
آزمون‌ها مانند آزمون هوشی و کسلر، مجموعه اقدامات مختلفی است که جمع امتیازات آن‌ها وضعیت ضریب هوشی شخص را معین می‌کند.

۷-۳-۸. جمع‌آوری و ثبت داده‌ها با ضبط صوت و دوربین

از ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها ضبط صوت و یا دستگاه‌های مختلف دیجیتال برای ضبط جریان مصاحبه‌هاست که به پژوهشگر کمک می‌کند تا اینکه بدون نگرانی در خصوص ثبت محتوای مصاحبه، با آرامش خاطر و اطمینان از اینکه جریان مصاحبه توسط دستگاه ضبط می‌شود، کنترل جلسه مصاحبه را در اختیار داشته و بتواند بر موضوعات تمرکز داشته باشد. از دوربین می‌تواند حتی برای ثبت رفتار و توضیح بیشتر استفاده کرد.

۷-۳-۹. جمع‌آوری و ثبت داده‌ها با گروه سنجی

یکی دیگر از روش‌های جمع‌آوری داده‌ها گروه سنجی با یک مقیاس اختصاصی است. گروه سنجی روشی کمی برای اندازه‌گیری یا توصیف روابط اجتماعی میان افراد و یا پذیرش یا طرد افراد از سوی سایر اعضای گروه است. هدف گروه سنجی این است که ارزش اجتماعی یا شخصیتی هر فرد از نظر سایر اعضای گروه سنجیده شود. وقتی از اعضای گروه خواسته می‌شود سایر افراد درون گروه را بر اساس ملاک‌های خاصی انتخاب نمایند، هرکسی در گروه می‌تواند انتخاب و دلیل آن انتخاب را بیان کند. از این گزینش‌ها، توصیفی راجع به شبکه‌های موجود درون گروه موردنظر به دست می‌آید. ترسیم نمودار این شبکه‌ها را گروه نما می‌نامند. داده‌های این گروه نما را می‌توان به صورت یک جدول ماتریسی از گزینش‌های هر فرد نمایش داد. یک چنین جدول یا ماتریس را ماتریس گروه می‌نامند.



Marshall B Anderson 1999

شکل ۷-۱. از یک گروه نما (سوسیوگرام) در یک تیم فوتبال

در گروه نما فردی که همه تمایل دارند با او در ارتباط باشند، «ستاره گروه» نامیده می‌شود و افرادی که کسی تمایل به برقراری ارتباط با آن‌ها ندارند، «منزوی یا ایزوله» نامیده می‌شوند. گروه سنجی به روش‌های گوناگون اجرا و نمره‌گذاری می‌شود. برای نمونه ممکن است از گروه خواسته شود، اسامی سه نفر منتخب برای کار باهم را به ترتیب

اولویت بنویسند. یکی از روش‌های متداول، شمردن تعداد دفعات انتخاب فرد توسط دیگران بدون توجه به ترتیب انتخاب است. روش دیگر دادن امتیاز ۳ به انتخاب اول، امتیاز ۲ به انتخاب دوم و امتیاز ۱ به انتخاب سوم است.

۴-۷. ارزشیابی انواع ابزارهای جمع‌آوری داده

در صورت استفاده از ابزارهای غیراستاندارد و ساخت ابزار جدید، پژوهشگر لازم است تا به تناسب از اعتبار و پایایی آن مطمئن شود. منظور از اعتبار، میزان صحت ابزار برای سنجش آن چیزی که قرار است موردسنجش قرار گیرد. پایایی ابزار بر این ویژگی تأکید دارد که در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی ارائه می‌کند. عینیت نوعی از پایایی است که با میزان توافق ارزیاب‌ها یا کدگذارها در ثبت مطالب توسط یک ابزار مشخص تعیین می‌شود.

۱-۴-۷. اعتبار یا روایی ابزارهای جمع‌آوری داده

برای تعیین اعتبار ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها با توجه به نوع ابزار می‌توان از یک یا چندین راه به شرح جدول ۷-۱۷ استفاده کرد.

جدول ۷-۱۷. انواع روش تعیین اعتبار ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها

ردیف	انواع اعتبار	ویژگی‌ها
۱	صوری یا ظاهری	بررسی کیفی ابزار از دیدگاه صاحب‌نظران در خصوص تناسب ویژگی ظاهری آن برای سنجش و جمع‌آوری داده از متغیر موردبررسی (برای اکثر ابزارها)
۲	محتوا	بررسی میزان توافق صاحب‌نظران درباره ارتباط مناسب ابزار با متغیر مورد هدف که هم به صورت کمی «مانند استفاده از روش لاوشه ^۱ برای میزان توافق ارزیابان درباره مناسب بودن گویه‌ها» و هم کیفی قابل محاسبه است.
۳	ملاک یا معیار	بررسی تناسب ابزار با متغیر مورد هدف بر اساس مقایسه با یک معیار یا ملاک معتبر و دارای دو نوع هم‌زمان و پیش‌بین است. در پیش‌بین میزان نمرات پاسخ‌دهنده با نتایج قبلی معتبر از ابزار استاندارد و در هم‌زمان با اجرای هم‌زمان ابزار موردبررسی و ابزار معتبر روی یک جامعه مقایسه می‌شود.
۴	سازه یا ساخت	میزان ارتباط نمره‌های حاصل از اجرای ابزار با مفاهیم و ساختار متغیر از دو رویکرد افتراقی و همگرا است. در روایی افتراقی بر تمایز سازه‌های غیرهمنام از یکدیگر از طریق بررسی همبستگی بین سازه‌های نامشابه و در روایی همگرا از طریق هم سویی اندازه‌های مختلف سازه ابزار محاسبه می‌شود.

روایی صوری یکی از انواع روایی محتوایی است که به بررسی سطحی سؤالات می‌پردازد. روایی محتوایی به صورت کیفی و کمی است. در بررسی کیفی ارزیابی بر اساس نظرات اساتید «راهنما و مشاور» و گاهی در قالب جدول ۵-۲۱ صورت می‌گیرد. روایی محتوایی به صورت کمی (لاوشه) از نظرات متخصصان به دو شکل قابل اجراست و از دو ضریب نسبی روایی محتوا (CVR) و شاخص روایی محتوا (CVI) استفاده می‌شود. در روش CVI، تجمیع امتیازات موافق برای هر آیت که امتیاز «مرتبط اما نیاز به بازبینی» و «کاملاً مرتبط» را کسب کرده‌اند بر تعداد کل متخصصان تقسیم خواهد شد. سایر گزینه‌ها در این نوع بررسی شامل «غیر مرتبط» و «نیاز به بازبینی» هستند. برای تعیین CVR از متخصصان درخواست می‌شود تا هر آیت را براساس طیف سه‌قسمتی «ضروری است»، «مفید است ولی ضرورتی

ندارد» و «ضرورتی ندارد» بررسی کنند. سپس تعداد متخصصانی که گزینه «ضروری» را انتخاب کرده‌اند بر کل متخصصان تقسیم خواهند شد.

برای نمونه پس از طراحی پرسشنامه، می‌توان با سؤالات جدول ۷-۱۸ از تعدادی از صاحب‌نظران روایی محتوایی را به‌صورت کیفی بررسی کرد.

جدول ۷-۱۸. انواع پرسش‌ها برای تعیین روایی صوری یک پرسشنامه

ردیف	پرسش‌ها
۱	آیا ترتیب سؤالات رعایت شده است؟
۲	آیا پرسشنامه با سؤالات نسبتاً ساده و جالب و اغلب بسته شروع و سپس به سراغ سؤالات پیچیده‌تر می‌رود؟
۳	آیا از تکراری نبودن ظاهر و محتوای گویه‌ها اطمینان حاصل شده است؟
۴	آیا گویه‌ها یا سؤالات با اهداف پژوهش تناسب دارند؟
۵	آیا جملات و اصطلاحات به‌راحتی قابل فهم است؟
۶	آیا دستورالعمل به‌راحتی قابل پیروی است؟
۷	آیا تعداد گویه‌ها یا سؤالات به‌اندازه‌ای است که افراد به آن پاسخ دهند؟
۸	آیا اطلاعات مهمی وجود دارد که نادیده گرفته شده باشد؟

برای بررسی روایی محتوایی پرسشنامه باید اطلاعات بیشتری را برای صاحب‌نظران ارسال کرد و از آن‌ها خواست تا در محورهای موردنظر خود به آن‌ها امتیاز بدهند. برای این منظور باید «هدف کلی، اهداف ویژه، جامعه پژوهش یا پاسخ‌دهندگان و اختصاص هر یک از گویه‌ها باهدف خاص» مشخص شود. تعداد متخصص یا صاحب‌نظر لازم برای ارزیابی محتوایی پرسشنامه بین ۱۰ تا ۱۵ نفر و حتی در مواردی کمتر هم کافی است. ولی این افراد حتماً باید به موضوع موردنظر شما تسلط کامل داشته باشند. پس از مشخص شدن این موارد می‌توان به کمک پرسشنامه‌ای به شکل جدول ۷-۱۹ داده‌های لازم برای ارزیابی روایی محتوایی را جمع‌آوری کرد.

جدول ۷-۱۹. الگوی تعیین نمره هر داور به سؤالات به‌منظور تعیین روایی محتوا

اهداف ویژه	متغیرها	سؤالات	میزان مناسب بودن هر سؤال
هدف ویژه ۱	۱-.....	۱-.....	۵ ۴ ۳ ۲ ۱
	۲-.....	۲-.....	۵ ۴ ۳ ۲ ۱
	۳-.....	۱-.....	۵ ۴ ۳ ۲ ۱
	۳-.....	۲-.....	۵ ۴ ۳ ۲ ۱
	۴-.....	۱-.....	۵ ۴ ۳ ۲ ۱
	۴-.....	۲-.....	۵ ۴ ۳ ۲ ۱
هدف ویژه ۲	۵-.....	۱-.....	۵ ۴ ۳ ۲ ۱
	۵-.....	۲-.....	۵ ۴ ۳ ۲ ۱
	۶-.....	۱-.....	۵ ۴ ۳ ۲ ۱
	۶-.....	۲-.....	۵ ۴ ۳ ۲ ۱

پس از جمع‌آوری داده‌های حاصل از نظرات ارزیابان در مورد هر سؤال، آن‌ها را در جدولی مشابه جدول ۷-۲۰ ثبت کنید و سؤالات با نمره میانگین کمتر را بازنگری یا حذف کنید.

جدول ۷-۲۰. تعیین میانگین نمره داوران برای هر سؤال در تعیین روایی محتوا

اسم داوران	نمره هر سؤال	سؤال (۱)	سؤال (۲)	سؤال (۳)	سؤال (۴)	سؤال (۵)	سؤال (۶)	سؤال (۷)	...
۱- ...									
۲- ...									
۳- ...									
۴- ...									
۵- ...									
میانگین نمرات داوران به سؤال									

۷-۴-۲. پایایی ابزارهای اندازه‌گیری

منظور از پایایی این است که پرسشنامه در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی دارد. عینیت نیز به پایایی ارزیاب‌ها در میزان موافقت آن‌ها در مورد روش یا ابزار جمع‌آوری داده یا گویه‌های ابزار و مشاهده دلالت دارد. جدول ۷-۲۱ راه‌های تعیین پایایی یک پرسشنامه را نشان می‌دهد.

جدول ۷-۲۱. راه‌های تعیین پایایی پرسشنامه

ردیف	روش تعیین پایایی	توضیحات
۱	اجرای دوباره (بازآزمایی) یا روش آزمون-آزمون مجدد	پاسخگویی دوباره یک گروه به یک پرسشنامه در فاصله یک هفته یا بیشتر و تعیین همبستگی دو پاسخ است که همبستگی حدود ۰/۷ در تحقیقات مدیریت قابل قبول است.
۲	دو نیمه کردن پرسشنامه یا همسانی درونی	پاسخگویی یک‌باره پرسشنامه توسط یک گروه و تقسیم سؤالات پرسشنامه به دو نیمه شامل سؤالات زوج به عنوان یک بخش و فرد هم یک بخش (دقت شود که آزمون را نباید از وسط نصف کرد)، سپس همبستگی دو دسته نمره تعیین می‌شود تا نشان دهد که نمرات آزمون در درون خود چه قدر همسانی دارند.
۳	کودر-ریچاردسون	پاسخگویی یک‌باره و بررسی میزان همسانی درونی یا تجانس سؤالات دو ارزشی با استفاده از تعیین همبستگی از طریق فرمولی که تعداد سؤالات آزمون را با نسبت پاسخ‌دهنده‌های صحیح و غلط و واریانس کل آزمون محاسبه می‌کند.
۴	دو فرم موازی (همتا) یا جایگزین یا پایایی هم ارزی	پاسخگویی به محتوای مشابه اما با شکل ظاهری متفاوت است. اگر از یک آزمون دو فرم موازی باشد می‌توان هر دو را پشت سر هم یا با فاصله زمانی چندروزه اجرا و ضریب همبستگی دو دسته نمره را محاسبه کرد.
۵	آلفای کرونباخ	پاسخگویی یک‌باره و بررسی همبستگی بین تک‌تک گویه‌ها با کل نمره آزمون است.
۶	پایایی مرکب (CR)	قابل محاسبه در PLS و یک معیار ارزیابی برازش درونی مدل و براساس میزان سازگاری سؤالات مربوط به سنجش هر عامل قابل محاسبه (شبیه روایی همگرا و استفاده از پارامترهای روایی همگرا)
۷	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	روایی همگرا دومین معیار برای برازش مدل‌های اندازه‌گیری در PLS است. معیار AVE نشانگر میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود است و هر چه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است. معیار AVE برای سنجش روایی همگرا معرفی شده و مقدار بحرانی آن عدد ۰,۵ است. بدین معنی که مقدار AVE بالای ۰,۵ روایی همگرایی قابل قبول را نشان می‌دهند.

درمجموع پایایی و اعتبار به هم ارتباط دارند و لازم و ملزوم یکدیگرند. برای درک این مسئله تیراندازی را در نظر بگیرید که تمام تیرهای خود را در یک نقطه خارج از هدف می‌زند. چون تیرها همگی در یک نقطه هستند می‌توان گفت پایایی وجود دارد اما این تیراندازی‌ها اعتبار ندارد چون به هدف اصابت نکرده‌اند!

۷-۴-۳. عینیت ابزارهای اندازه‌گیری

عینیت یا پایایی نمره گذار، ارزیاب یا آزمون گیرنده، ویژگی مهم آزمون یا ابزار اندازه‌گیری به شمار می‌رود. عینیت را می‌توان توافق نزدیک بین دو یا چند داور در دادن نمره یا کدی خاص به هر آزمودنی مانند ارزیابی فیلم تعریف کرد. این شاخص برای تعیین همسانی نمرات به دست آمده توسط بیش از یک آزمونگر است. برای مثال اگر دو پژوهشگر رفتار مدیران در سازمانی را درجه‌بندی می‌کنند، نشان دادن این موضوع اهمیت دارد که آن‌ها اندازه‌گیری‌هایی را به دست آورده‌اند که توافق خیلی نزدیکی با یکدیگر دارند. برای محاسبه پایایی ارزیاب‌ها می‌توان از تقسیم تعداد توافقات بر تعداد کل ارزیابی‌ها استفاده کرد. مثلاً اگر در ۱۴ ارزیابی توسط ۱۴ ارزیاب، ۱۲ مورد توافق باشد، پایایی ارزیاب‌ها از تقسیم ۱۲ مورد توافق بر ۱۴ مورد ارزیابی و برابر ۰/۸۵۷ محاسبه می‌شود.

۷-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌های کیفی

با توجه اینکه در پژوهش کیفی هر «داده» به عنوان یک محصول انسانی قابل تحلیل و بررسی است، بنابراین باید در شناسایی و جمع‌آوری با دقت آن تلاش مضاعفی را صرف کرد. در یک تقسیم‌بندی کلی، داده‌های کیفی را می‌توان به انواعی به شرح جدول ۷-۲۲ تقسیم کرد (محمدپور، ۱۳۹۲).

جدول ۷-۲۲. انواع داده‌های کیفی

ردیف	نوع داده	داده‌های خاص	موارد
۱	متنی	متنی تولیدشده (متنی-شنیداری)	حاصل از مصاحبه، روایت زنده و تاریخ شفاهی
		متون مکتوب (متنی-دیداری)	حاصل از تاریخچه زندگی، خاطره، نشریات، داستان، روایت منقول، اسناد و...
۲	مشاهده‌ای	مشاهده متن شده	حاصل از یادداشت میدانی پراکنده، مشاهده مستقیم و استنباط پژوهشگر
		مشاهده ناب	حاصل از تصویر، فیلم، نقشه و امثال آن

در فرایند جمع‌آوری داده‌های کیفی، باید به تحلیل صداها، بوها و دیگر نشانه‌های قابل تحلیل نیز توجه داشت. داده‌های کیفی ماهیت تجربه‌ای داشته و به حضور فیزیکی پژوهشگر در میدان مطالعه یا درگیری در پدیده مورد مطالعه وابسته‌اند. این درگیری شامل «مستند کردن وقایع ملموس»، «ثبت گفته‌های مردم در قالب کلمه‌ها، اشارات و اصوات»، «مشاهده رفتارهای خاص»، «مطالعه مدارک مکتوب» و «بررسی اشکال دیداری رویدادها» است. از مهم‌ترین رویکردهای «مشاهده مشارکتی» می‌توان به مواردی به شرح جدول ۷-۲۳ اشاره داشت (محمدپور، ۱۳۹۲).

جدول ۷-۲۳. مهم‌ترین رویکردهای مشاهده مشارکتی

ردیف	رویکرد	توضیح
۱	میزان اقامت	مدت اقامت پژوهشگر در میدان مطالعه با توجه به اهداف مطالعه
۲	سطح مشارکت	از مشاهده‌گر منفعل تا مشاهده‌گر فعال
۳	میزان بومی شدن	درک نظام معنایی و فرهنگی سوژه‌های مورد مطالعه و دیدن جهان اجتماعی از منظر آن‌ها
۴	میزان غوطه‌وری	درگیری عمیق عاطفی و رفتاری در فرهنگ مورد بررسی
۵	بازفرهنگ‌پذیری	با تأکید بر هماهنگی و ادغام با فرهنگ موجود از هر جهت
۶	درگیری عاطفی	کنش همدلانه و درون‌نگری با سوژه‌های پژوهش با محوریت ارزش‌گرایی و انسان‌گرایی
۷	چرخه امیک-اتیک	حفظ فاصله با سوژه‌ها، هم‌زمان با غوطه‌وری برای پرهیز از خطای کل‌نگری یا جزءنگری صرف
۸	طبیعت‌گرایی	ثبت و ضبط کنش‌ها، رویدادها و روابط در بستر زندگی طبیعی و دستکاری نشده

مبانی تجزیه و تحلیل یافته‌ها

هدف کلی: آشنایی با انواع روش‌های تجزیه و تحلیل یافته‌ها یا داده‌های جمع‌آوری شده

اهداف یادگیری

- آشنایی با انواع روش‌های تجزیه و تحلیل یافته‌های کمی
- آشنایی با نحوه تحلیل جداول آماری
- آشنایی با انواع روش‌های تجزیه و تحلیل یافته‌های کیفی

مقدمه

پس از جمع‌آوری داده‌ها باید آن‌ها را در راستای سؤالات یا فرضیه‌های پژوهش تجزیه و تحلیل کرد. داده‌های جمع‌آوری شده همان یافته‌ها هستند که برای تحلیل آن‌ها باید به نوع کمی یا کیفی آن توجه داشت. در این فصل تلاش می‌شود تا انواع راه‌های تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده یا یافته‌ها معرفی شود.

۸-۱. تحلیل داده‌ها یا یافته‌ها

داده‌های جمع‌آوری شده همان «یافته‌ها» هستند؛ به همین دلیل در بسیاری از منابع از عنوان «تجزیه و تحلیل یافته‌ها» استفاده می‌شود. خروجی حاصل از تجزیه و تحلیل یافته‌ها نیز به عنوان «نتایج» معرفی می‌شوند. داده‌ها در پژوهش‌ها می‌تواند کمی یا عددی یا کیفی و کلامی باشد. داده‌ها ممکن است آمار ثبت شده مربوط به رفتار کلامی یک استاد (کیفی) یا زمان‌های ثبت شده در عملیات یک کارمند سازمان (کمی) باشد. یکی از تفاوت‌های عمده بین پژوهش‌های کیفی و کمی در این است که پژوهش‌های کیفی به طور عمده به تدوین یا ساخت فرضیه منتج می‌شوند اما پژوهش‌های کمی به آزمون فرضیه می‌پردازد. بنابراین برای آزمون فرضیه‌ها باید داده‌ای کمی جمع‌آوری شود و یا داده‌های کیفی به کمی تبدیل شود. به طور کلی اغلب پژوهش‌های کتابخانه‌ای و نظری با داده‌های جمع‌آوری شده به وسیله ابزارهایی چون «فیش، جدول، کارت و امثال آن» از نوع کیفی هستند. در مجموع ۴ مقیاس برای جمع‌آوری داده‌ها به شرح جدول ۸-۱ وجود دارد.

جدول ۸-۱. انواع مقیاس‌های جمع‌آوری داده‌ها

ردیف	نوع مقیاس	ویژگی
۱	اسمی	شماره یا نمادهایی برای طبقه‌بندی اشخاص، اشیاء یا خصوصیتی مثل شماره روی پیراهن بازیکنان
۲	رتبه‌ای	رتبه‌بندی متغیرها برحسب یکی از ابعاد به گونه معنادار از کوچک به بزرگ‌تر مانند رتبه دانشجویان
۳	فاصله‌ای	علاوه بر ویژگی مقیاس رتبه‌ای، فاصله‌ها دارای ارزش برابر هستند مثل دماسنج (صفر مطلق ندارد)
۴	نسبی	علاوه بر ویژگی مقیاس فاصله‌ای، دارای صفر مطلق یا حقیقی هستند مثل زمان و مسافت

دو سطح اول (اسمی و رتبه‌ای) را آمار ناپارامتری و سطوح سوم و چهارم را آمار پارامتریک می‌نامند. مقیاس‌ها در جدول فوق به صورت زنجیره یا سلسله مراتبی هستند. مقیاس اسمی از نوع کیفی است و به تعیین طبقات می‌پردازد. البته اگر برای تعیین چنین طبقاتی عدد به کار برده شود به آن معنا نیست که این طبقات مفهوم عددی دارند، بلکه آن‌ها صرفاً برای سهولت نام‌گذاری اطلاعات هستند. بنابراین، طبقه‌بندی باید به گونه‌ای باشد که افراد نسبت به دارا بودن یا نبودن یک صفت، بررسی شوند. این نوع متغیرها به دو صورت دو ارزشی (مثل زن و مرد) و چند ارزشی (مثل رشته دانشگاهی) هستند. برای نمونه می‌توان مدیران ارشد را با شماره یک، مدیران میانی با شماره ۲ و مدیران عملیاتی با شماره ۳ بدون معنای کمی و امکان جمع، تفریق، ضرب یا تقسیم آن‌ها، طبقه‌بندی یا نام‌گذاری کرد. هدف مقیاس اسمی، طبقه‌بندی و تشخیص طبقات از یکدیگر است و این مقیاس فاقد ویژگی‌های کمیت، واحدهای مساوی و صفر مطلق خواهد بود.

در مقیاس رتبه‌ای، علاوه بر طبقه‌بندی و نام‌گذاری به ترتیب طبقات نیز پرداخته می‌شود. یعنی در این مقیاس اعداد به‌منظور رتبه‌بندی به‌کاربرده می‌شوند. در این مقیاس اعداد صرفاً به‌منظور رتبه‌بندی و مرتب کردن افراد یا اشیا از بالا به پایین بر اساس ویژگی‌های مورداندازه‌گیری به کار می‌رود. این مقیاس هم کیفی است زیرا اگرچه به کمیت اشاره دارد اما اعمال ریاضی مانند جمع و تفریق یا ضرب و تقسیم را نمی‌توان در مورد آن‌ها اعمال کرد. در طبقه‌بندی‌هایی نظیر طبقه اجتماعی، پیشرفت تحصیلی، رضایت شغلی و نظایر این‌ها با مقیاس و طیف ترتیبی دارای بار صفتی کمتر یا بیشتر استفاده می‌شود. مقیاس‌های لیکرت و بوگاردوس، نمونه‌هایی از آن هستند.

در مقیاس فاصله‌ای، علاوه بر طبقه‌بندی و ترتیب، فاصله‌های موجود نیز به‌طور دقیق مشخص می‌شود و اعداد آن را می‌توان اعمال ریاضی مانند جمع یا تفریق روی آن انجام داد. مقیاس فاصله‌ای دارای ویژگی‌های کمیت با واحدهای مساوی است؛ ولی فاقد صفر مطلق است. بسیاری از مفاهیم نظری به همین منوال و فاقد صفر مطلق هستند. مقیاس‌هایی نظیر دماسنج، هوش و نمره پایان‌ترم دانشجو، از این دست هستند. مقیاس نسبی با همان ویژگی مقیاس فاصله‌ای و تفاوت داشتن صفر مطلق مانند وزن، طول و پول است.

چهار مقیاس مورد اشاره در دو دسته کمی (فاصله‌ای و نسبی) و کیفی (اسمی و رتبه‌ای) قرار دارند. مقیاس‌های کمی پیوسته هستند یعنی بین هر دو واحد عدد می‌توان واحدهای جزئی‌تر مانند اعشار داشت اما متغیرهای کیفی مانند جنسیت (زن و مرد) گسسته هستند و نمی‌توان گفت برای نمونه ۱/۵ زن یا ۱/۲ مرد وجود دارد.

۲-۸. تجزیه و تحلیل داده‌های کمی

همان‌طور که گفته شد در شرایط معمول از روش‌های آماری برای مقیاس‌های کمی استفاده می‌شود اما در موارد متعددی می‌توان داده‌های کیفی را کمی کرد و از محاسبات آماری و روش‌های آماری برای تجزیه و تحلیل آن‌ها استفاده کرد. برای نمونه در روش تحلیل محتوا داده‌های کیفی کدگذاری می‌شود و با محاسبه فراوانی کدها می‌توان از روش‌های آماری برای تجزیه و تحلیل آن‌ها استفاده کرد. به همین دلیل با توجه به نوع داده‌های جمع‌آوری شده (کمی یا کیفی) از دو نوع روش‌های آماری «پارامتریک یا ناپارامتریک» به شرح جدول ۲-۸ می‌توان استفاده کرد.

جدول ۲-۸. روش‌های آماری پارامتریک و ناپارامتریک

ردیف	انواع	توضیح
۱	پارامتریک	برای مقیاس‌های کمی فاصله‌ای و نسبی و متغیر پیوسته با شروط نمونه‌گیری تصادفی و توزیع بهنجار
۲	ناپارامتریک	مورد استفاده برای مقیاس‌های کیفی اسمی و رتبه‌ای و متغیر گسسته و فراهم نشدن شروط پارامتریک

برای پاسخ به سؤالات و آزمون فرضیه‌ها زمانی می‌توان از روش‌های پارامتریک استفاده کرد که شروط جدول ۲-۸ برقرار باشد. اگر حتی داده‌ها از نوع کمی بود و دیگر شروط برقرار نبود باید از روش‌های ناپارامتریک استفاده کرد.

جدول ۸-۳. پیش شرط‌های لازم برای استفاده از آزمون پارامتریک

ردیف	پیش شرط	توضیح
۱	متغیرهای پیوسته	یعنی از نوع مقیاس فاصله‌ای یا نسبی
۲	نمونه‌گیری تصادفی	انتخاب تصادفی نمونه‌ها (در صورت نمونه‌گیری برای انتخاب کل جامعه نیاز نیست).
۳	توزیع بهنجار	اطمینان از پراکندگی نرمال داده‌ها با استفاده از آزمون‌هایی مانند کولموگروف - اسمیرنوف

از آنجایی که آزمون‌های پارامتریک دقت محاسباتی بالاتری نسبت به آزمون‌های ناپارامتریک دارند؛ در شرایط مناسب و با توجه به برخی پیش‌فرض‌ها می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد. برای نمونه در برخی موارد به شرط اطمینان از بهنجار بودن نمونه‌های منتخب غیرتصادفی، از آزمون‌های پارامتریک استفاده می‌شود. حتی در مواردی داده‌های با مقیاس رتبه‌ای به صورت «شبه‌فاصله‌ای» در نظر گرفته می‌شود تا از روش‌های آماری پارامتریک استفاده شود. برای نمونه وقتی در یک پرسشنامه سؤال می‌شود که تا چه اندازه به برنامه‌های مدیر سازمان خود اعتماد دارید و پاسخ‌دهنده باید یکی از پنج گزینه «خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم» را انتخاب کند؛ می‌توان به بالاترین رتبه، عدد ۵ و به پایین‌ترین رتبه، عدد یک اختصاص یابد تا هویتی شبه‌فاصله‌ای ایجاد شود. وقتی قرار است داده‌های یک پرسشنامه را تجزیه و تحلیل آماری کرد، هرگویی یا سؤال را می‌توان به صورت مجزا تحلیل کرد یا در مواردی پاسخ‌های گویه‌ها را جمع و نمره‌ای گروهی را تحلیل نمود.

تجزیه و تحلیل داده‌های کمی با انواع روش‌های آماری توصیفی و استنباطی صورت می‌گیرد. علم آمار مجموعه‌ای از فنون و روش‌های ریاضی برای جمع‌آوری، تنظیم، تحلیل و تفسیر داده‌ها در جهت هدفی معین است. آمار توصیفی اطلاعات را سازمان‌دهی و آمار استنباطی امکان تشخیص رابطه یا اختلاف بین دو یا چند متغیر را مشخص می‌کند. در متن «پایان‌نامه یا رساله» اغلب تجزیه و تحلیل یافته‌ها در فصل چهارم و در راستای سؤالات یا فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌شود. در این بخش ابتدا جداول توصیفی و سپس استنباطی به تشریح تحلیل یافته‌ها می‌پردازند. روش‌های آماری بر اساس استفاده از نوع روش پژوهش و نحوه جمع‌آوری و نوع داده‌ها به شرح جدول ۸-۴ انتخاب می‌شوند.

جدول ۸-۴. انواع روش‌های آماری

ردیف	انواع	توضیح
۱	توصیفی	برای سازمان‌دهی، تلخیص و توصیف اندازه نمونه
۲	استنباطی	برای پیش‌بینی یا برآورد پارامترهای جامعه از اندازه‌های نمونه با توجه به احتمالات

امروزه اغلب فعالیت‌های آماری و اجرای انواع روش‌های آمار توصیفی و استنباطی با نرم‌افزارهای کامپیوتری متعددی مانند SPSS، PLS، LISREL، AMOS و امثال آن‌ها انجام می‌شود.

۸-۲-۱. روش‌های آمار توصیفی

آمار توصیفی «جمع‌آوری، تنظیم، دسته‌بندی و خلاصه‌سازی» داده‌های جمع‌آوری شده و شامل انواعی به شرح جدول ۸-۵ است.

جدول ۸-۵. انواع روش‌های آمار توصیفی

ردیف	روش آماری	انواع عملیات و شاخص‌ها
۱	جدول توزیع فراوانی‌ها	تلخیص اطلاعات خام، تعیین توزیع فراوانی‌ها
۲	شاخص‌های گرایش مرکزی	میانگین، میانه و نما (مد)
۳	شاخص‌های پراکندگی (تغییرپذیری)	ضریب تغییرات، واریانس و انحراف استاندارد
۴	تعیین موقعیت نسبی یا مقیاس مقایسه‌ای	نقطه‌ها و مرتبه‌های درصدی، نمره‌های استاندارد (T, Z)، منحنی طبیعی)

جدول توزیع فراوانی کاربرد زیادی در پژوهش‌ها دارد و به تلخیص اطلاعات خام و امکان مقایسه بین انواع فراوانی‌ها در هر یک از متغیرها به صورت عددی و درصدی کمک می‌کند. در موارد نیاز شاخص‌های گرایش مرکزی امکان توصیف کلی مجموعه‌ای از داده‌ها را با یک ارزش عددی واحد به شرح جدول ۸-۶ فراهم می‌کند.

جدول ۸-۶. انواع شاخص‌های گرایش مرکزی برای توصیف داده‌ها

ردیف	شاخص	توضیح
۱	میانگین	معدل مجموعه نمرات با روش حاصل جمع نمرات تقسیم بر تعداد آن‌ها و مناسب مقیاس فاصله‌ای است.
۲	میانه	نقطه‌ای که ۵۰ درصد از نمره‌ها در بالای آن و ۵۰ درصد در زیر آن و مناسب متغیرهای رتبه‌ای است.
۳	نما	ساده‌ترین شاخص و شامل نمره یا نمرات با بیشترین فراوانی در توزیع و مناسب متغیرهای اسمی است.

شاخص‌های پراکندگی میزان پراکندگی داده‌ها حول میانگین و شامل مواردی به شرح جدول ۸-۷ است.

جدول ۸-۷. انواع شاخص‌های پراکندگی برای توصیف داده‌ها

ردیف	شاخص	توضیح
۱	دامنه تغییرات	ساده‌ترین شاخص برای برآورد کلی و شامل تفاوت بین بالاترین و پایین‌ترین نمره در توزیع داده‌ها است.
۲	انحراف استاندارد (SD)	معتبرترین شاخص و متوسط فاصله نمره‌ها از میانگین است. نمره بالا پراکندگی بالای داده‌ها نسبت به میانگین و نمره پایین برعکس را نشان می‌دهد (مناسب متغیرهای فاصله‌ای).
۳	واریانس	شاخص دیگری از فاصله نمره‌ها از میانگین و در واقع همان مجذور انحراف معیار است که برای تشخیص دامنه تفاوت بالاترین و پایین‌ترین در توزیع امتیازات به کار می‌رود.

شاخص‌های موقعیت نسبی یا مقیاس‌های مقایسه‌ای، نشانگر موقعیت نسبی هر یک از نمره‌ها در توزیع داده‌ها است و شامل مواردی به شرح جدول ۸-۸ است.

جدول ۸-۸. انواع شاخص‌های موقعیت نسبی برای توصیف داده‌ها

ردیف	شاخص	توضیح
۱	نرخ	مقایسه جمعیت‌های مختلف با تقسیم تعداد رخداد‌های واقعی به تعداد رخداد‌های ممکن مانند نرخ بیماری ۰/۰۵ در جامعه ده میلیون نفری یعنی پانصد هزار نفر و از هر ۱۰۰ نفر، ۵ نفر بیمار است.
۲	نسبت	برای شناخت نسبت گروه‌ها در یک فعالیت مانند جمعیت پانصد هزار نفری ورزشکار با ۳۵۰ هزار مرد و ۱۵۰ هزار زن دارای نسبت ۷ به ۳ مردان به زنان است.
۳	رتبه درصدی	مقایسه یک زیرگروه با تمام گروه بر اساس مقیاس ۱۰۰ درصدی مانند ۷۰ درصد جمعیت زیردپلم و ۳۰ درصد جمعیت بالای دپلم برای جمعیت پانصد هزار نفری با ۳۵۰ هزار زیر دپلم و ۱۵۰ هزار بالای دپلم است.
۴	نمره‌های استاندارد	نمره‌های دست‌کاری شده که نشانگر فاصله یک نمره از میانگین بر مبنای انحراف استاندارد است. رایج‌ترین آن‌ها نمره‌های Z و t هستند که فاصله از میانگین را بر مبنای انحراف استاندارد نشان می‌دهند.

۸-۲-۲. روش‌های آمار استنباطی

آمار استنباطی در تجزیه و تحلیل یافته‌ها یا داده‌های جمع‌آوری شده، برای «تعمیم نتایج به دست آمده از نمونه به جامعه» مورد مطالعه است. در بسیاری از موارد داده از نمونه کافی، جمع‌آوری و با کمک از آمار استنباطی یا استنباط‌های منطقی به کل جامعه تعمیم داده می‌شود. در آمار استنباطی مفاهیم کلیدی به شرح جدول ۸-۹ برای استنباط وجود دارد.

جدول ۸-۹. مفاهیم کلیدی آمار استنباطی برای استنباط داده‌ها

ردیف	مفاهیم	توضیح
۱	سطح معنی‌داری	سطح اطمینان یا احتمال صحت داشتن و از روی شانس نبودن یافته
۲	خطای نوع اول	فرض صفر صحیح به اشتباه رد شود.
۳	خطای نوع دوم	فرض صفر غلط به اشتباه تأیید شود.
۴	توان آماری	توانایی آزمون برای تشخیص تفاوت یا رابطه واقعی
۵	اندازه اثر	سنجش بزرگی اثر مشاهده شده
۶	یک یا دو دامنه بودن	تفاوت متغیر در بین دو گروه = دو دامنه؛ برتری یا کمتری یک گروه نسبت به گروه دیگر = یک دامنه

سطح معنی‌داری به احتمال شانس یا تصادفی بودن تفاوت‌ها یا رابطه‌ها اشاره دارد و باید در استنباط‌ها به آن اشاره شود. به این شکل که با آن به سطح اطمینان برای رد یا تأیید فرضیه اشاره خواهد شد. سطح معنی‌داری با ارزش پی یا p value و اغلب در سطح ۰/۰۵ در نظر گرفته می‌شود ($p < 0.05$). هرچند موارد بعدی اغلب در پژوهش‌ها گزارش نمی‌شود اما مهم هستند. کاهش خطای نوع اول موجب افزایش خطای نوع دوم و بالعکس خواهد شد و پژوهشگر باید توازن مناسبی بین این دو ایجاد کند. توان آماری یعنی آزمون، فرضیه صفر را زمانی رد کند که واقعاً غلط است و عواملی چون «کاهش خطای نوع اول، استفاده از فرضیه یک دامنه، سنجش تفاوت میانگین‌ها و افزایش نمونه» به بالا رفتن توان آماری کمک می‌کند. مقیاس توان بین صفر و یک است و اغلب حداقل توان ۰/۸ توصیه می‌شود. اندازه اثر (ES) یا مجذور اتای نسبی^۱ اغلب با ضریب همبستگی کوهن و پی‌رسون محاسبه می‌شود. اندازه اثر هم مانند توان مقیاسی بین صفر و یک برای تعیین بزرگی یا کوچکی آن دارد.

انواع آزمون‌های آمار استنباطی در دو بخش پارامتریک و ناپارامتریک را می‌توان در جدول ۸-۱۰ مرور کرد. در این جدول انتخاب هر آزمون با توجه به تعداد گروه و متغیرهای مورد بررسی و همچنین نوع مقیاس، انواع آزمون‌ها معرفی شده است. ستون‌های با مقیاس اسمی و رتبه‌ای به معرفی انواع آزمون‌های ناپارامتری و ستون با مقیاس فاصله‌ای و نسبی به معرفی انواع آزمون پارامتری می‌پردازد.

جدول ۸-۱۰. روش‌های آمار استنباطی برای توصیف داده‌ها بر اساس مقیاس‌ها

ردیف	طرح تحقیق	اسمی	رتبه‌ای	فاصله‌ای و نسبی
۱	یک گروهی	۱. Q کوکران، ۲. مک نیمار، ۳. خی دو برای یک گروه، ۴. آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای یک گروه	۱. همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن، ۲. ویلکاکسون، ۳. علائم، ۴. تحلیل واریانس دو- طرفه فریدمن	۱. همبستگی پیرسون، ۲. t استودنت مقایسه میانگین‌های همبسته، ۳. تحلیل واریانس یک طرفه میانگین‌های همبسته
۲	دو گروهی	۱. کلموگروف - اسمیرنوف برای دو گروه، ۲. خی دو	۱. جفت‌های هم‌تراز ویلکاکسون، ۲. یومان ویتی	۱. t استودنت میانگین‌های همبسته، ۲. t میانگین‌های مستقل واریانس مشترک، ۳. t میانگین‌های مستقل واریانس جدا
۳	چند گروهی		۱. تحلیل واریانس یک طرفه کروسکال- والیس، ۲. تحلیل واریانس دو طرفه	۱. تحلیل واریانس یک طرفه (اندازه‌گیری‌های مکرر برای گروه‌های جداگانه)، ۲. تحلیل واریانس دو طرفه (اندازه‌گیری‌های مکرر برای یک عامل)، ۳. تحلیل واریانس دو طرفه (اندازه‌گیری‌های مکرر برای هردو عامل)

در روش‌های پارامتریک می‌توان بر اساس سه رویکرد «تحلیل ساختار سازه، روابط و تفاوت» از انواع آزمون-

های آمار استنباطی به شرح جدول ۸-۱۱ استفاده کرد.

جدول ۸-۱۱. انواع آزمون‌های آماری پارامتریک بر اساس رویکرد پژوهش

ردیف	رویکرد	انواع آزمون آماری
۱	تحلیل ساختار	تحلیل ساختار سازه با تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) و تأییدی (CFA)
۲	روابط و پیش‌بینی	همبستگی دو متغیره، رگرسیون خطی ساده، رگرسیون چندگانه، تحلیل تشخیصی، رگرسیون لجستیک، تحلیل خوشه‌ای، تحلیل مسیر و مدل‌سازی معادله ساختاری
۳	تفاوت	آزمون t، تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA)، تحلیل کوواریانس یک طرفه (MANCOVA)، تحلیل واریانس عاملی، تحلیل کوواریانس عاملی، تحلیل کوواریانس چند متغیره یک طرفه، تحلیل کوواریانس چند متغیره یک طرفه، تحلیل واریانس چند متغیره عاملی، تحلیل کوواریانس چند متغیره عاملی

در رویکرد روابط با توجه به تعداد متغیر مستقل و وابسته می‌توان از آزمون‌های جدول ۸-۱۲ استفاده کرد.

جدول ۸-۱۲. انواع آزمون آماری با رویکرد روابط بین متغیرها

ردیف	آزمون‌ها	تعداد متغیر مستقل	تعداد متغیر وابسته
۱	همبستگی دومتغیره (پیرسون و اسپیرمن)	یک	یک
۲	رگرسیون خطی ساده	یک	یک
۳	رگرسیون چندگانه	بیش از دو	یک
۴	تحلیل مسیر و مدل‌سازی معادله ساختاری	بیش از دو	بیش از یک
۵	تحلیل تشخیصی	بیش از ۲ پیوسته	یک (بیش از دوطبقه)
۶	رگرسیون لجستیک	بیش از ۲ پیوسته یا طبقه‌ای	یک (دوطبقه‌ای)
۷	تحلیل خوشه‌ای (تحلیل وابستگی متقابل)	وجود ندارد	وجود ندارد

در رویکرد تفاوت با توجه به تعداد متغیر مستقل و وابسته می‌توان از آزمون‌های جدول ۸-۱۳ استفاده کرد.

جدول ۸-۱۳. انواع آزمون آماری برای تعیین تفاوت بین گروه‌ها

ردیف	آزمون‌ها	تعداد متغیر مستقل	تعداد متغیر وابسته
۱	آزمون t (تک نمونه همبسته، دو نمونه مستقل)	یک متغیر دوسطحی	یک
۲	تحلیل واریانس یک‌طرفه ANOVA	یک متغیر بیش از دو سطح	یک
۳	تحلیل کوواریانس یک‌طرفه ANCOVA	یک متغیر بیش از دو سطح	یک
۴	تحلیل واریانس عاملی ANOVA	دومتغیر بیش از دو سطح	یک
۵	تحلیل کوواریانس عاملی ANCOVA	دومتغیر بیش از دو سطح	یک
۶	تحلیل واریانس چندمتغیره یک‌طرفه MANOVA	یک متغیر بیش از دو سطح	دو یا بیشتر
۷	تحلیل کوواریانس چندمتغیره یک‌طرفه MANCOVA	یک متغیر بیش از دو سطح	دو یا بیشتر
۸	تحلیل واریانس چندمتغیره عاملی MANOVA	دومتغیر یا بیشتر با بیش از دو سطح	دو یا بیشتر
۹	تحلیل کوواریانس چندمتغیره عاملی MANCOVA	دومتغیر یا بیشتر با بیش از دو سطح	دو یا بیشتر

در بررسی تفاوت‌های چند گروه (سه گروه و بیشتر) برای این که مشخص شود، بین کدام گروه‌ها تفاوت اصلی وجود دارد از آزمون‌های تعقیبی با امکان مقایسه‌های چندگانه مانند «شفه برای گروه‌های با حجم نابرابر» و «توکی برای گروه‌های با حجم برابر» استفاده می‌شود.

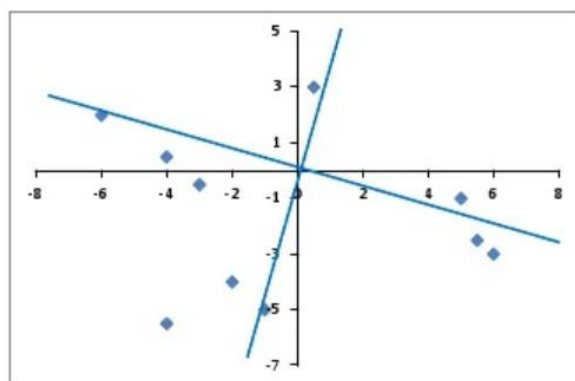
در رویکرد تحلیل ساختار سازه و تعیین روایی سازه ابزاری مانند پرسشنامه از روش‌های تحلیل عامل اکتشافی یا تأییدی به شرح جدول ۸-۱۴ استفاده می‌شود.

جدول ۸-۱۴. انواع آزمون آماری برای تحلیل ساختار و تعیین روایی سازه پرسشنامه

ردیف	انواع تحلیل عاملی	توضیح
۱	اکتشافی	با دسته‌بندی سؤالات بر مبنای رابطه بین آنها، به گروه یا عامل با نامی خاص بر مبنای محتوای سؤالات تبدیل می‌شوند. با توجه به شرایط بین ۵ تا ۱۰ نمونه برای هر گویه یا سؤال نیاز است.
۲	تأییدی	تأیید برازش داده‌ها بر اساس مدلی از پیش تعیین شده است. همچنین برای پرسشنامه‌ای که بر اساس پرسشنامه‌های موجود، بازنگری ادبیات پژوهش و اطلاع محقق از ارتباط هر گویه با خرده مقیاسش باشد.

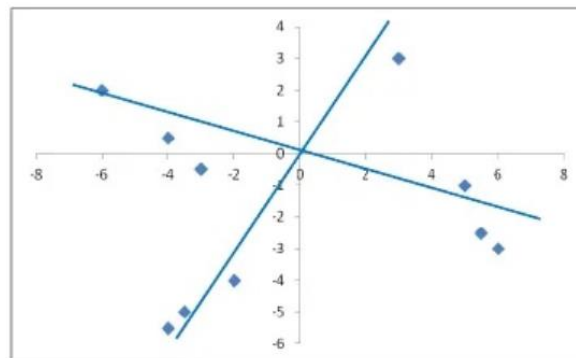
یکی از مباحث مهم آماری چرخش عوامل در تحلیل عاملی اکتشافی است؛ این رویکرد بر ویژگی تحلیل عاملی در امکان چرخاندن محورهای عوامل در فضای چندبعدی تأکید دارد. دانشمندان آماری معتقدند که بدون چرخش

نمی‌توان به نتایج تحلیل عاملی اطمینان کرد، چرا که این چرخش، ساختار را ساده‌تر کرده و تنها در صورت داشتن یک ساختار ساده است که می‌توان هم به نتایج تکرارپذیر دست یافت و هم نتایج تعیین‌کننده‌های موجود در دنیای واقعی را انعکاس داد. برای نمونه فرض کنید ۱۰ متغیر برای بررسی تحلیل عاملی اکتشافی دارید. برنامه نرم‌افزاری در این روش ابتدا به دنبال قوی‌ترین همبستگی بین متغیرها و عامل پنهان است که باعث تشکیل عامل اول می‌شود. از نظر بصری، می‌توان آن را به عنوان یک محور مانند شکل ۸-۱ تصور کرد. سپس روش تحلیل عاملی به دنبال مجموعه دوم همبستگی‌ها است و آن را فاکتور یا عامل ۲ نام‌گذاری می‌کند و این روند همچنان ادامه می‌یابد تا فاکتورهای دیگر را نیز شناسایی کند که گاهی اوقات، متغیری پیدا می‌شود که با چند فاکتور همبستگی بالایی دارد. همچنین متغیری پیدا می‌شود که هیچ رابطه‌ای قوی با هیچ یک از عوامل ندارد. به منظور بهتر شدن مکان محورها در نقاط داده بهتر، برنامه می‌تواند محورها را بچرخاند. در حالت ایده‌آل، چرخش باعث تفسیر بهتر عوامل می‌شود. در اینجا تصویری از اتفاقات در طول چرخش در هنگام وجود تنها دو بعد دیده می‌شود. در چرخش‌های متعامد عامل‌ها طوری چرخانده می‌شوند که نسبت به هم همیشه یک زاویه قائمه (۹۰ درجه) داشته باشند. این بدین معنا است که عامل‌ها نسبت به هم ناهمبسته هستند و میزان همبستگی بین آن‌ها برابر با صفر است (علی‌مردی، ۱۳۹۹).



شکل ۸-۱. چرخش متعامد

محورهای X و Y اصلی با رنگ سیاه هستند. در حین چرخش، محورها به موقعیتی منتقل می‌شوند که نقاط داده را به‌طور بهتری احاطه کنند. برنامه‌ها انواع مختلفی از چرخش‌ها را ارائه می‌دهند. تفاوت مهمی که بین آن‌ها وجود دارد این است که آن‌ها می‌توانند عواملی را ایجاد کنند که همبستگی یا ناهمبستگی با یکدیگر داشته باشند. چرخش‌هایی که همبستگی را امکان‌پذیر می‌کنند «چرخش‌های مورب» نامیده می‌شوند. چرخش‌هایی با فرض فقدان همبستگی بین عوامل، «چرخش‌های متعامد» خوانده می‌شوند (مانند شکل ۸-۱). در چرخش مورب یا نامتعامد، مانند شکل ۸-۲ نمایشی از چرخش مورب محورها با وجود ارتباط عوامل با یکدیگر است (علی‌مردی، ۱۳۹۹).



شکل ۸-۲. چرخش نامتعامد (مورب)

در این حالت زاویه بین این دو عامل از ۹۰ درجه کوچکتر است و این به معنای وجود همبستگی در فاکتورها یا عوامل خواهد بود. در این مثال، یک چرخش مورب داده‌ها را بهتر از یک چرخش متعامد در فاکتور مورد نظر قرار می‌دهد. در رشته‌های علوم اجتماعی، اغلب انتظار می‌رود بین عامل‌ها یا فاکتورها همبستگی وجود داشته باشد و از طرف دیگر تقسیم رفتار انسان‌ها به بخش‌های مختلف مستقل از یکدیگر، به ندرت اتفاق می‌افتد. بنابراین در چنین مواقعی در صورت وجود همبستگی بین عامل‌ها، استفاده از چرخش‌های متعامد باعث از بین رفتن اطلاعات باارزش زیادی می‌شود. از این رو، به لحاظ نظری چرخش‌های نامتعامد یا مورب می‌توانند راه‌حل دقیق‌تر و نمایش واقع‌بینانه‌تری از نحوه ارتباط عامل‌ها را با یکدیگر ارائه دهند (علی‌مردی، ۱۳۹۹).

۸-۳. استفاده از جدول، نمودار و نقشه‌های آماری

تجزیه و تحلیل داده‌های آماری با نمایش انواع جدول، نمودار و نقشه صورت می‌گیرد؛ بنابراین پژوهشگر باید با هر یک از این موارد و کارکرد آن‌ها در شرایط مختلف آشنا باشد.

۸-۳-۱. جدول

معمولاً هنگامی که داده‌ها و اطلاعات آماری زیاد است برای مقایسه و بیان آمار و ارقام از جدول استفاده می‌شود. جدول باید ساده و مختصر باشد. در زیر جدول مربوط به تجزیه و تحلیل آماری باید توضیح کوتاهی از ارقام مهم و نتایج قابل توجه جدول برای مخاطب ارائه شود. عنوان و شماره جدول در بالای آن نوشته می‌شود و به جای اشاره به جدول بالا و پایین باید به شماره آن ارجاع شود.

۸-۳-۲. نمودار

نمودار، اطلاعات آماری را به صورت تجسمی بیان می‌کند. نمودار نباید مانند جدول با توضیحات درک شوند بلکه با تصویر خود باید درک ساده و قابل فهمی را برای بیننده فراهم کند. به همین خاطر به هیچ توضیحی به جز شماره و شرح در زیر آن نیاز نیست. نمودار انواع مختلفی به شرح جدول ۸-۱۵ دارد.

جدول ۸-۱۵. انواع نمودار در پژوهش

ردیف	انواع	توضیح
۱	میله‌ای	برای داده‌های گسسته با مقیاس اسمی (مانند تعیین جنسیت زن یا مرد) مفید است. چون مقیاس‌های کیفی از نوع گسسته و منفصل هستند، بین میله‌ها هیچ‌گونه ارتباط ریاضی وجود ندارد و هر میله عمودی یا افقی به‌طور مستقل، نمایشگر یکی از انواع طبقات است. طول میله نشان‌دهنده مقدار یا تعداد پاسخ‌ها است.
۲	هیستوگرام یا ستونی	برخلاف قبلی ستون‌ها به هم چسبیده و برای متغیرهای پیوسته با مقیاس فاصله‌ای است. ستون‌ها نشانگر توزیع نسبی امتیازات هر متغیر هستند. نمودار ستونی توزیع و میزان پخش نرمال داده‌ها را نشان می‌دهد.
۳	چندضلعی	همان نمودار ستونی که نقاط میانگین و وسط ستون‌ها به هم وصل می‌شود تا درک توزیع نمره‌ها ساده‌تر شود.
۴	دایره‌ای یا پای سیب	برای متغیرهای گسسته و تعیین سطوح با فراوانی‌های مختلف و نمایش اندازه داده‌ها نسبت به هم در یک محیط دایره‌ای با خطوط شعاع و برحسب درصد است.
۵	نقطه‌ای یا پراکندگی	ارتباط بین دو متغیر با نمایش نقطه تلاقی دو محور و تعدد این نقاط در یک منطقه حاکی از تراکم است. بیشتر در مباحث رگرسیون و همبستگی کاربرد دارد.
۶	خطی	مناسب نمایش تغییرات و روندها در طول زمان است. دارای دو محور که هر یک مقادیر آماری خود را دارد. ممکن است بر روی یک منحنی از چند خط رنگی یا نقطه‌چین استفاده تا امکان مقایسه بیش از یک متغیر در یک‌زمان فراهم شود.
۷	پیکتوگراف	نموداری که به‌وسیله تصویر، ارقام و آمار را نشان می‌دهد. برای هر نمودار می‌توان تصویری کشید.
۸	نمودار سازمانی	نمایشگر ارتباطات سازمان و تشکیلات با خطوط سیاه ممتد برای روابط مستقیم و خطوط نقطه‌چین یا مقطع برای ارتباط غیرمستقیم است.

۸-۳-۳. نقشه

برای نشان دادن اطلاعات جغرافیایی و مشخص کردن اطلاعاتی در محل‌های مختلف مثل پراکندگی بیمارستان‌ها در سطح کشور و یا مشخص کردن بیمارستان‌های دولتی در سطح یک منطقه از نقشه استفاده می‌کنند. معمولاً برای مشخص کردن این محل‌ها در روی نقشه می‌توان از علائمی مثل «دایره، نقطه و یا علائم دیگر» استفاده کرد.

۸-۳-۴. عکس

گاهی اوقات در گزارش‌ها برای توضیحات بیشتر و درک مطلب و ارائه کارهای انجام‌شده، یا معرفی یک مکان یا شخص از عکس استفاده می‌شود. یک عکس واضح از یک منطقه تفریحی-گردشگری می‌تواند به درک مطلب و توضیحات پژوهشگر کمک کند. در هنگام استفاده از عکس و تصاویر در رساله باید شرح مختصری از تصویر، در زیر آن ارائه شود. در صورت لزوم به توضیحات بیشتر می‌توان در متن با اشاره به شماره تصویر، توضیحات تکمیلی را بیان کرد. در بسیاری از موارد، قسمت‌هایی از عکس‌ها با فلش یا علائم دیگری مشخص می‌گردند. در این صورت باید توضیحات کامل و شرح جزئیات علائم به‌روشنی در متن بیان شود.

۸-۴. انواع روش‌های آماری بررسی هم‌زمان متغیرهای «آشکار و پنهان» و «درون‌زا و برون‌زا»

از روش‌های آماری که می‌تواند به‌طور هم‌زمان مجموعه‌ای از متغیرهای آشکار و پنهان، درون‌زا یا برون‌زا را در یک ارتباط یک‌سویه یا دوسویه بررسی کند می‌توان به «مدل‌های رگرسیونی، تحلیل مسیر، مدل‌های عاملی و مدل‌های معادله ساختاری» به شرح جدول ۸-۱۶ اشاره کرد.

جدول ۸-۱۶. انواع روش‌های آماری بررسی هم‌زمان متغیرهای «آشکار و پنهان» و «درون‌زا و برون‌زا»

ردیف	انواع	توضیح
۱	رگرسیون ساده / دومتغیره	پیش‌بینی مقدار یک متغیر وابسته بر اساس مقدار یک متغیر مستقل از طریق محاسبه رابطه مستقیم
۲	رگرسیون چند متغیره	پیش‌بینی مقدار یک متغیر وابسته بر اساس دو یا چند متغیر مستقل از طریق محاسبه روابط مستقیم
۳	رگرسیون لجستیک	پیش‌بینی مقدار یک متغیر وابسته در سطح سنجش اسمی بر اساس دو یا چند متغیر مستقل از طریق محاسبه روابط مستقیم
۴	تحلیل مسیر	پیش‌بینی مقدار یک متغیر وابسته بر اساس دو یا چند متغیر مستقل از طریق محاسبه روابط مستقیم و غیرمستقیم (وجود متغیرهای میانجی)

روش تحلیل مناسب برای اندازه‌گیری اثر یک یا چند متغیر مستقل بر روی یک متغیر وابسته با سطوح سنجش مختلف را می‌توان با ملاحظات به شرح جدول ۸-۱۷ انتخاب کرد.

جدول ۸-۱۷. روش تحلیل مناسب برای اندازه‌گیری اثر یک متغیر مستقل روی یک متغیر وابسته

ردیف	متغیر وابسته	متغیر مستقل	روش تحلیل
۱	کمی	کیفی	رگرسیون ساده
۲	کمی	کمی و کیفی	رگرسیون چند متغیره
۳	کیفی (اسمی)	کمی یا کیفی	رگرسیون لجستیک
۴	کیفی (ترتیبی)	کمی یا کیفی	رگرسیون ترتیبی

۸-۵. تحلیل و تفسیر جداول آماری

اگر نتیجه یک آزمون استنباطی در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ برای وجود رابطه یا اختلاف باشد؛ می‌توان استنباط کرد که اختلاف یا رابطه در نمونه قابل تعمیم به جامعه با ۹۵ درصد اطمینان و کمتر از پنج درصد احتمال تصادفی بودن است. به همین نحو اگر سطح معناداری برای وجود تفاوت یا رابطه ۰/۰۱ باشد، یعنی تفاوت یا رابطه موجود در نمونه را با ۹۹ درصد اطمینان و یک درصد احتمال شانس بودن می‌توان به جامعه تعمیم داد. در صورت تأیید رابطه یا اختلاف در این سطوح گفته می‌شود که رابطه یا اختلاف معنادار است و فرضیه صفر رد می‌شود.

۸-۵-۱. تفسیر جدول خروجی یا نتایج پایایی در SPSS

مقادیر مثبت در جداول نشان می‌دهد آیت‌ها با ویژگی بنیادی یکسانی اندازه‌گیری می‌شوند و وجود مقادیر منفی نشان از اشتباه در نمره‌گذاری معکوس برخی آیت‌ها دارد. مقدار Cronbach's Alpha در جدول Reliability Statistics در صورت بالاتر از ۰/۷ بودن قابل قبول هستند.

مقادیر Corrected-Item Total Correlation در جدول Item-Total Statistics نشان‌دهنده میزان همبستگی هر آیت‌م با نمره کل است. مقادیر پایین (کمتر از ۰/۳) نشان می‌دهد که این آیت‌م چیزی غیر از اندازه‌گیری در کل مقیاس است. اگر ضریب آلفای کل برای مقیاس شما خیلی پایین است (کمتر از ۰/۷) و از نبودن نمره‌های نادرست برای آیت‌م‌ها مطمئن شده‌اید، باید آیت‌م‌های دارای همبستگی پایین با کل آزمون را حذف کرد. در ستون Alpha if Item Deleted، تأثیر حذف هر آیت‌م از مقیاس ارائه شده است. این مقادیر را با مقدار آلفای نهایی به دست آمده مقایسه کنید. اگر یکی از مقادیر در این ستون بالاتر از مقدار آلفای نهایی است، می‌توانید این آیت‌م را از مقیاس حذف کنید. برای مقیاس‌های معتبر، معمولاً این کار را فقط در صورتی انجام می‌دهند که مقدار آلفا پایین (کمتر از ۰/۷) باشد. حذف آیت‌م‌ها از یک مقیاس موجود، بدان معناست که نمی‌توان این نتایج را با نتایج مطالعات دیگر با همین مقیاس مقایسه کرد. برای مقیاس‌هایی که آیت‌م‌های کمی (کمتر از ۱۰) دارند گاهی به دست آوردن یک مقدار آلفای کرونباخ مناسب دشوار است و ممکن است بخواهید مقدار میانگین همبستگی بین آیت‌می را گزارش دهید که در جدول Summary Item Statistics دیده می‌شود.

ارائه نتایج پایایی با گزارش همسانی درونی مقیاس‌های مورد استفاده در پژوهش و قسمت روش پژوهش و زیر عنوان ابزار اندازه‌گیری گزارش می‌شود. پس از توصیف مقیاس (تعداد آیت‌م‌ها، مقیاس پاسخ به کاررفته، تاریخچه کاربرد) باید خلاصه‌ای از اطلاعات پایایی گزارش شده توسط سازنده مقیاس و سپس جمله نشان‌دهنده نتایج آن برای نمونه شما ذکر شود. برای مثال نتایج مقیاس مهارت کار با فناوری اطلاعات و ارتباطات از همسانی درونی خوبی با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵ برخوردار است.

۸-۵-۲. تفسیر خروجی یا نتایج ضریب همبستگی در SPSS

برای نتایج پیرسون و اسپیرمن، SPSS جدولی ارائه می‌کند که ضرایب همبستگی بین هر جفت متغیرهای فهرست شده، سطح معناداری و تعداد موردها را نشان می‌دهد. نتایج همبستگی پیرسون در قسمتی با عنوان correlations دیده می‌شوند. اگر rho اسپیرمن را درخواست کرده باشید، این نتایج در قسمتی با عنوان nonparametric correlations دیده می‌شوند. نحوه تفسیر خروجی روش‌های پارامتریک و غیرپارامتریک یکسان و به شرح جدول ۸-۱۸ است.

جدول ۸-۱۸. تفسیر خروجی یا نتایج ضریب همبستگی در SPSS

ردیف	مراحل	توضیح
۱	بررسی تعداد نمونه یا n	آیا تعداد صحیح است؟ اگر تعداد زیادی داده از دست رفته وجود دارد، باید علت را پیدا کرد.
۲	تعیین جهت رابطه	علامت منفی یعنی همبستگی منفی بین دو متغیر یا نمره‌های بالا در یک متغیر با نمره‌های پایین در دیگری همبسته هستند. تفسیر این همبستگی وابسته به نحوه نمره‌گذاری متغیرها است. برای نمونه ضریب همبستگی پیرسون (۶۳- درصد) نشان‌دهنده همبستگی منفی بین دو متغیر مورد بررسی مانند احساس کنترل و استرس است. که در تفسیر آن می‌توان گفت هر چه افراد احساس کنترل بیشتری داشته باشند، استرس کمتری تجربه خواهند کرد.
۳	میزان نیرومندی رابطه	یا اندازه مقدار ضریب همبستگی که بین منفی تا مثبت یک است. مقدار همبستگی صفر یعنی هیچ رابطه‌ای وجود ندارد و همبستگی مثبت یک نشان‌دهنده همبستگی مثبت کامل و مقدار منفی یک به معنی همبستگی منفی کامل است. به یاد داشته باشید که علامت منفی فقط به جهت رابطه اشاره دارد، نه به نیرومندی آن. همبستگی‌های بالاتر از پنجاه درصد رابطه قوی را نشان می‌دهد.
۴	محاسبه ضریب تعیین	برای آگاهی از مقدار واریانس مشترک دو متغیر و مجذور (در خود ضرب کردن) مقدار r است. برای تبدیل این مقدار به درصد واریانس، کافی است آن را در ۱۰۰ ضرب کرد. برای نمونه همبستگی یا مقدار r پنجاه درصد به معنای بیست و پنج درصد واریانس مشترک است (ضرب در خودش و ضربدر ۱۰۰). یعنی به میزان ۲۵ درصد واریانس نمره‌های پاسخ‌دهندگان مقیاس مورد بررسی را تبیین می‌کنند.
۵	تعیین سطح معناداری	با عنوان sig. 2tailed و نشانگر این که تا چه حد می‌توان به نتایج به دست آمده اعتماد کرد. معناداری r یا ρ به شدت تحت تأثیر اندازه نمونه است. در یک نمونه کوچک سی نفره با میزان همبستگی متوسط احتمال دارد در سطح معمول پنج درصد به لحاظ آماری معنادار نشوند اما در نمونه بزرگ‌تر صد نفری حتی همبستگی‌های کوچک‌تر از آن هم به احتمال بیشتری از نظر آماری معنادار می‌شوند.

۸-۵-۳. تفسیر خروجی یا نتایج رگرسیون چند متغیری در نرم‌افزار SPSS

این تفسیر را با یک نمونه مرور می‌کنیم. در این نمونه تفسیر روی خروجی نرم‌افزار SPSS از تحلیل رگرسیون چندمتغیری مربوط به پژوهشی با عنوان «پیش‌بینی بلوغ شغلی از طریق ابعاد سرمایه روان‌شناختی شامل خودکارآمدی، امیدواری، تاب‌آوری و خوش‌بینی» صورت می‌گیرد. خروجی اصلی نرم‌افزار در این گونه موارد شامل چهار جدول «متغیرهای وارد/حذف‌شده، خلاصه مدل، تحلیل واریانس تک متغیره و ضرایب»^۱ خواهد بود. مهم‌ترین جداول برای تفسیر نتایج دو جدول «خلاصه مدل» یا Model Summary و «ضرایب» یا Coefficients هستند. برای تفسیر این نتایج در «پایان‌نامه یا رساله» فارسی باید جدول را مانند جدول ۸-۱۹ فارسی کرد تا برای تفسیر آماده شود.

جدول ۸-۱۹. نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیری برای پیش‌بینی بلوغ شغلی از طریق ابعاد سرمایه روان‌شناختی

متغیرهای پیش‌بین	B	SE	Beta	T	P
مقدار ثابت	۰/۲۰۶	۰/۷۲۵	-	۰/۲۸۵	۰/۸۷۶
خودکارآمدی	۰/۰۲۱	۰/۰۱۹	۰/۱۲۷	۱/۱۲۳	۰/۲۶۴
امیدواری	۰/۰۷۱	۰/۰۴۰	۰/۳۵۵	۳/۱۵۶	۰/۰۱۲
تاب‌آوری	۰/۰۵۱	۰/۰۲۲	۰/۲۸۴	۲/۲۹۹	۰/۰۲۴
خوش‌بینی	۰/۰۴۱	۰/۰۲۰	۰/۲۵۴	۲/۱۲۹	۰/۰۳۴
توجه:	$R = +/۴۴۳$	$R^2 = +/۱۹۶$	$ADJ.R^2 = +/۱۵۷$		

برای تفسیر ابتدا به میزان $ADJ.R^2$ توجه می‌شود که نشان‌دهنده میزان پیش‌بینی مدل از واریانس بلوغ شغلی است. با محاسبه درصدی این عدد به منظور تفسیر می‌توان گفت که چهار زیرمقیاس «خودکارآمدی، امیدواری، تاب‌آوری و خوش‌بینی» حدود ۱۵ درصد از واریانس بلوغ شغلی را پیش‌بینی می‌کند. شاخص بعدی میزان بتا (Beta) در هر متغیر است. همان‌گونه که از مقادیر P-Value هریک از متغیرها دیده می‌شود سه زیرمقیاس «امیدواری و تاب‌آوری و خوش‌بینی» به صورت معناداری بلوغ شغلی را پیش‌بینی می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد که با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره امیدواری، نمره بلوغ شغلی ۰/۳۵. انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. همچنین با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره تاب‌آوری، نمره بلوغ شغلی ۰/۲۸. انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت و در صورت افزایش انحراف استاندارد در نمره خوش‌بینی، نمره بلوغ شغلی ۰/۲۵. انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت. می‌توان این شکل تفاسیر را برای دیگر نتایج هم به کار برد (تارنمای اوج دانش، بی‌تا).

۸-۵-۴. نحوه تفسیر نتایج حاصل از جداول و نمودارهای معادله ساختاری

مدل‌سازی معادله ساختاری و روش‌های زیرمجموعه آن از جمله «تحلیل عامل تأییدی و تحلیل مسیر» از فرآیندهای قوی آماری برای آزمون روابط پیچیده بین متغیرهای انسانی هستند. این روش‌ها اغلب برای مقاصد متعددی از جمله آزمون فرضیه‌ها در مورد روابط بین متغیرها در قالب مدل‌های تجربی و نیز ساخت و روان‌سنجی ابزارهای سنجش مورد استفاده قرار می‌گیرند. پژوهشگران گام‌های متعددی را در انجام این دسته از مطالعات دنبال می‌کنند؛ بنابراین گزارش آن باید دربرگیرنده تمام اطلاعات مهم پژوهش با امکان ارزشیابی و تکرار مطالعه باشد. ملاحظات تفسیر نتایج تحلیل‌های SEM یا مدل‌سازی معادله ساختاری در جدول ۸-۲۰ معرفی شده است.

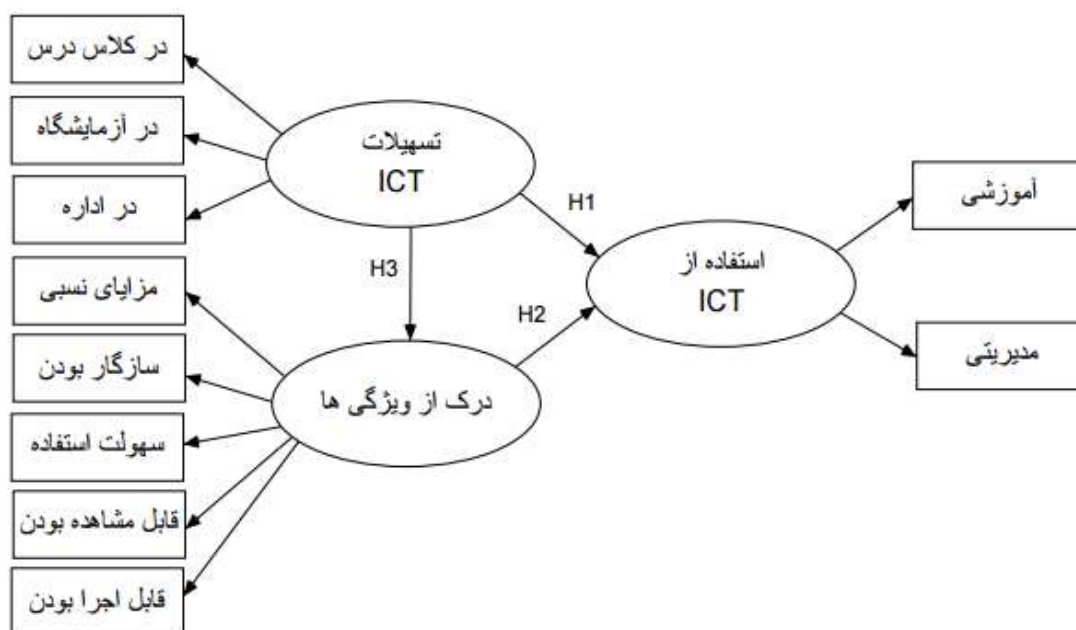
جدول ۸-۲۰. ملاحظات تفسیر نتایج تحلیل‌های مدل‌سازی معادله ساختاری

ردیف	مراحل
۱	قالب‌بندی مطالعه
۲	کنترل برقراری مفروضات اجرای مدل معادله ساختاری
۳	بررسی برازش و اصلاح مدل (بررسی مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی)
۴	تفسیر نتایج

در این پژوهش برخی بر آزمون مدل‌های ساده و برخی بر آزمون مدل‌های پیچیده‌تری مانند تحلیل «چند خصیصه-ای- چند روشی» تمرکز دارند. پژوهشگر در ابتدا در پاسخ به سؤال اصلی مطالعه، بر پایه نظریه‌ها یا یافته‌های تجربی قبلی، فرضیاتی در رابطه با روابط بین متغیرها یا سازه‌ها ارائه می‌دهد و سپس به آزمون این روابط در قالب مدل می‌پردازد. او در این ضمن مشخص می‌کند که این روابط مستقیم و یا غیرمستقیم، یک‌طرفه یا دوطرفه هستند. درواقع سؤال اصلی مطالعه این خواهد بود که آیا مدلی که بر اساس فرضیه‌هایی از روابط بین متغیرها طراحی و پیشنهادشده، بر داده‌های حاصل از جامعه مورد مطالعه منطبق است؟ به سخن دیگر آیا مدل در آن جامعه از نظر آماری حمایت می‌شود؟ مدل مفروض یا مورد آزمون در بخش جمع‌بندی مبانی نظری و ادبیات پیشینه (فصل دوم پایان‌نامه یا رساله) و مدل نهایی یا آزمون شده در بخش نتایج (فصل چهارم پایان‌نامه یا رساله) گزارش می‌شود. در مقاله‌ها نیز مدل مفروض در مقدمه و مدل آزمون شده یا نهایی در بخش نتایج ارائه می‌شود. این مدل در قالب نمودارهای مسیر به خوانندگان در درک گزارش کمک می‌کند. در «تحلیل‌های چند نمونه‌ای» لازم است اطلاعاتی درباره تعداد گروه‌های مورد مطالعه فراهم شود و در صورتی که فرضیه پژوهشگر در ارتباط با تفاوت یا همسانی گروه‌ها است، دلایلی جهت حمایت از طرح چنین فرضیه‌هایی آورده شود. به عنوان مثال کوکاک^۱ و همکاران در مطالعه خود تحت عنوان «یک مدل معادله ساختاری» برای استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات^۲ در آموزش عالی کشور ترکیه، در ابتدای مقاله به معرفی پیشینه پژوهش و توصیف مفهوم استفاده از ICT پرداختند. آنان نظریه انتشار نوآوری راجرز را توضیح داده و آن را زیربنای کار خود معرفی نمودند. پس از معرفی ابعاد مفهوم استفاده از ICT شامل آموزشی و مدیریتی، اهمیت و ارتباط آن را با عوامل مختلف تسهیلات ICT (شامل تسهیلات در کلاس، آزمایشگاه و اداره) و درک از ویژگی‌ها (شامل مزایای نسبی، سازگار بودن، سهولت استفاده، قابل مشاهده بودن و قابل اجرا بودن) با استفاده از ادبیات موجود و نتایج سایر مطالعات تبیین نمودند. آنان برای مشخص نمودن جایگاه متغیرهای مورد بررسی و نیز معرفی نقاط کور دانش موجود، مدل پیشنهادی خود را به شکل ۸-۱ ترسیم و دقیقاً فرضیه‌های خود را مشخص کردند.

1. Koçak

2. Information and Communication Technologies (ICT)



شکل ۸-۱. نمودار مسیر مدل استفاده از ICT پیشنهادشده توسط کوکاک و همکاران (۲۰۰۸)

فرضیه اول آن‌ها که روی مدل با H1 مشخص شده عبارت از این بود که تسهیلات ICT اثر مثبتی روی استفاده از ICT دارد. به همین ترتیب فرضیه‌های دوم و سوم که با H2 و H3 مشخص شده‌اند عبارت از این بودند که درک از ویژگی‌ها اثر مثبتی روی استفاده از ICT دارد و تسهیلات ICT اثر مثبتی روی درک از ویژگی‌ها دارد. در مطالعه دیگری که باهدف آزمون ساختار عاملی پرسشنامه سلامت بیمار (PHQ-9) در مراقبت‌های تسکینی با استفاده از تحلیل عامل تأییدی انجام شد، پژوهشگران مقدمه مطالعه خود را با توصیف اهمیت افسردگی و عواقب ناگوار آن در بیماران تحت مراقبت‌های تسکینی آغاز نمودند و به‌ضرورت غربالگری موارد افسردگی به کمک این پرسشنامه پرداختند. سپس آنان مطابق با ادبیات موجود به معرفی ساختار عاملی این پرسشنامه متشکل از یک عامل به‌عنوان زیربنای نه‌آیتم پرداختند و مطابقت این ساختار را با یک زیربنای نظری مشخص نمودند. آنان در ادامه با استفاده از سایر مطالعات، چالش موجود شامل عدم انطباق احتمالی ساختار تک عاملی در بررسی علائم افسردگی در بیماران جسمی را تشریح نموده و ساختار دوعاملی را به‌عنوان جایگزینی مناسب برای غربالگری در بیماران جسمی ازجمله بیماران مبتلا به آسیب نخاعی معرفی نمودند و با استدلال ضرورت و نیز عدم وجود پیشینه آزمون ساختار دوعاملی پرسشنامه در مراقبت‌های تسکینی، به سمت معرفی هدف مطالعه و فرضیه خود پیش رفتند. فرضیه آن‌ها عبارت از این بود که «ساختار دوعاملی پرسشنامه شامل عامل‌های شناختی-عاطفی و جسمی در مراقبت‌های تسکینی برازش بهتری دارد».

در مطالعات SEM پس از این که داده‌ها به‌طور کافی برای تحلیل آماده شدند، پژوهشگر لازم است دو تصمیم مهم «انتخاب نوع ماتریس ورودی» و «روش برآورد را در رابطه با تحلیل داده‌ها» اتخاذ کند. تحلیل مدل غالباً مورد پیش‌فرض نرم‌افزار، یعنی «ماتریس واریانس-کوواریانس» به‌عنوان ورودی تحلیل صورت می‌گیرد که توسط نرم‌افزار از «داده‌های خام واردشده» تولید می‌شود. در اغلب مطالعات از ماتریس همبستگی استفاده می‌شود. روش برآورد از

ملاحظات مهم تصمیم‌گیری در تحلیل SEM است. روش‌های مختلفی برای برآورد وجود دارد که پژوهشگر می‌تواند از بین آن‌ها با توجه به ملاحظاتمانند ویژگی‌های متغیر (سطح یا مقیاس سنجش)، توزیع متغیرها در نمونه‌ها در مقایسه با جامعه (شامل حجم نمونه) و ماتریس مورد تحلیل، روش مناسب را انتخاب نمایند. معمولاً روش پیش‌فرض نرم‌افزارها روش بیشینه درست‌نمایی است؛ با این وجود ممکن است در شرایطی همچون فقدان بهنجاری چند متغیره، جایگزین‌های دیگری غیر از این روش برای برآورد مناسب‌تر باشند. حتی در صورت دنبال کردن انتخاب‌های پیش‌فرض نرم‌افزار، لازم است پژوهشگر استفاده از آن‌ها را در گزارش یا مقاله خود بیان کند. لازم است استراتژی پژوهشگر برای آزمون مدل به‌طور مشخص گزارش شود؛ به‌عنوان مثال فردی ممکن است کل مدل را یکجا برآورد نماید و یا اینکه در ابتدا بخش‌های سنجشی (بخش‌های نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون و مشاهده‌شده) را برآورد نموده و پس از اعمال تعدیل‌هایی، بخش‌های ساختاری (بخش‌های نشانگر ارتباط بین متغیرهای مکنون) را برآورد کند. همچنین ابعاد دیگر فرآیند مدل‌سازی باید برای خوانندگان آشکار شوند؛ از جمله اینکه چه نرم‌افزاری و چه ویرایشی از نرم‌افزار مورد استفاده قرار گرفته است؛ چراکه نتایج برآورد، ممکن است از ویرایشی به ویرایش دیگر از نرم‌افزار و یا در نرم‌افزارهای مختلف متفاوت باشد. نتایج نشان می‌دهد که AMOS و لیزرل از پرکاربردترین نرم‌افزارها در این حوزه هستند.

پژوهشگر نمی‌تواند همه داده‌ها و برون داده‌های تحلیل را در گزارش «پایان‌نامه و رساله یا مقاله» بیاورد و تنها لازم است موارد مهم معطوف به هدف مطالعه گزارش شوند. در این بخش پژوهشگر جداول و نمودارهای حاوی اطلاعات دقیق همچون همبستگی‌ها، میانگین‌ها و انحراف‌های استاندارد، شاخص‌های تعدیل و غیره را برای خواننده فراهم می‌آورد. مهم‌ترین داده‌هایی که در بخش نتایج گزارش می‌شوند شامل «اطلاعات توصیفی»، «برآورد پارامترهای مدل» و «ارزشیابی و تعدیل مدل» هستند.

در قسمت اطلاعات توصیفی جزئیات لازم در مورد نمونه‌های مطالعه فراهم می‌شود. همانند سایر مطالعات، فراهم نمودن داده‌های دموگرافیک و مشخصات نمونه‌ها در قالب متن یا جدول به خواننده در درک مطالعه کمک می‌کند و گاه در تفسیر بهتر از نتایج مطالعه و نیز پی بردن به روایی نتایج اهمیت دارد. بخش دیگری از آماره‌های توصیفی مفید، نمایش ماتریس همبستگی متغیرهای وارد شده به تحلیل است. این داده‌ها برای خوانندگان عام مفید است؛ ولی برای خوانندگانی که قصد تکرار تحلیل مدل اولیه را دارند حیاتی است.

برای «برآوردهای پارامترهای مدل» گزارش تمام نتایج برآورد شده نه لازم و نه امکان‌پذیر است. همچنین همه آن‌ها نیز برای خوانندگان جذابیت ندارد. بسته به مدل تحت مطالعه و سؤالات پژوهش ابعاد خاصی از نتایج برآورد شده نیاز به گزارش دهی دارد. اگر هرگونه بی‌نظمی در برآورد مدل وجود داشته باشد، خواننده باید در مورد آن بداند. مثال این مورد «مشکلات مربوط به همگرایی» و دستیابی به نتایج غیرمنتظره است. اغلب، گزارش نتایجی از برآوردها شامل برآوردهای مربوط به برازش مدل، برآوردهای پارامترهای مدل و خطاهای معیار آن‌ها مطلوب است. برای «ارزشیابی و تعدیل مدل» با در اختیار داشتن نتایج برآورد مدل، پژوهشگر می‌تواند برازش مدل را مورد ارزشیابی قرار دهد. او از طریق ملاحظه مقادیر شاخص‌های برازش در مورد برازش آماری مدل قضاوت می‌کند.

شاخص مجذورکای از مهم‌ترین و رایج‌ترین شاخص‌هایی است که پژوهشگر برای تعیین موقعیت برازش کلی مدل گزارش می‌کند. علاوه بر این شاخص‌های متعددی برای بررسی برازش کلی مدل وجود دارد که «آزمون نیکویی برازش»، «ریشه میانگین پسماند یا RMS, RMR و RMSR»، «شاخص برازندگی یا GFI» و «شاخص تعدیل یافته برازندگی یا AGFI»، «شاخص نرم شده برازندگی یا NFI»، «شاخص نرم نشده برازندگی یا NNFI»، «شاخص تاکر لویز یا TLI»، «شاخص برازندگی بنتلر یا BFI»، «شاخص برازندگی تطبیقی یا CFI» و «ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب یا RMSEA» از جمله مهم‌ترین و پرکاربردترین آن‌ها هستند. تفسیر مناسب از شاخص‌های برازندگی مستلزم تصمیم پژوهشگر در رابطه با نقاط بحرانی یا نقاط برش مقادیر این شاخص‌ها برای استناد در گزارش یا مقاله است. به عنوان مثال مقدار مجذور کای در ارتباط با درجه آزادی (df) و به صورت محاسبه نسبت مجذور کای به درجه آزادی تعیین می‌شود و مدل‌هایی برازش خوب را نشان می‌دهند که در آن‌ها مقدار این نسبت نزدیک به یک باشد. اغلب پژوهشگران فرضیه برازش مدل‌هایی که دارای نسبت مجذور کای بزرگ‌تر از ۲ باشند را رد می‌کنند؛ در صورتی که برخی مقدار کمتر از ۳ را به عنوان مطلوب پیشنهاد می‌کنند. پژوهشگران اغلب بیش از یک شاخص را گزارش می‌کنند که بسته به تناسب آن‌ها با مقتضیات تحلیل (از جمله حجم نمونه، نوع و مقیاس داده‌ها) و نیز شرایط گزارش هر شاخص است. اما به طور کلی اگر تعداد بیشتری از شاخص‌ها برازش خوبی را نمایش دادند، پژوهشگر می‌تواند اطمینان بیشتری را به خوانندگان در مورد مناسب بودن مدل بدهد. برای مثال در مطالعه شیلکات^۱ و همکاران با هدف آزمون ساختار عاملی یک پرسشنامه با استفاده از تحلیل عامل تأییدی انجام شد. پژوهشگران دو مدل تک عاملی (A) و دو عاملی (B) را تحلیل کردند. بررسی شاخص‌ها نشان داد که مدل دو عاملی (B) برازش بهتری نشان داد. آنان در یک جدول مانند جدول ۸-۲۱ شاخص‌های موردنظر را گزارش داده و در متن به تشریح تفاوت در برازش مدل‌ها پرداختند.

جدول ۸-۲۱. آزمون ساختار عاملی پرسشنامه PHQ-۹ در مراقبت‌های تسکینی (مطالعه شیلکات)

Model	Factors	χ^2 (df)	CFI	RMSAE	WRMR
A	1	83.7 (21) $p < 0.01$	0.91	0.10	1.1
B	2	57.3 (20) $p < 0.01$	0.95	0.08	0.8

مشخصه مرحله برازش مدل، فراهم آوردن بازخورد برای مفروضه نظری مبنای ساخت مدل است. یعنی ارزشیابی نتایج باید در «چارچوب نظری زیربنای مدل» و مبتنی بر مهارت لازم در این خصوص باشد. در صورت برازش مدل، باید مشخص کرد که تا چه حد پارامترهای برآورد شده (به لحاظ اندازه و علامت) با نظریه مبنایی مطابقت دارند. در صورت وجود تطابق در هر محور، پژوهشگر می‌تواند با حذف برخی از روابط ساختاری، مدل را ساده‌تر کند. در صورتی که برازش خوب نبود، می‌توان توسعه مدل را با اضافه کردن روابط مبتنی بر مفروضه‌های نظری انجام داد. در هر گونه توسعه یا ساده‌سازی مدل، پژوهشگر باید استدلال مبتنی بر نظریه را ارائه دهد. همچنین

خروجی های نرم افزار ممکن است تعدیل هایی را در قالب شاخص های تعدیل^۱ پیشنهاد دهند که باید نوع آزمون تعدیل (مانند Wald یا chi-square، Lagrange) و دلیل انتخاب آن را گزارش کرد. پس از هرگونه تعدیل مدل برای رسیدن به مدل نهایی، باید گزارش اقدامات انجام شده در رابطه با روایی مدل جدید، به ویژه در مقایسه با مدل های اولیه قبل از تعدیل ارائه شود. پیشنهاد می شود شاخص های برازش و مقادیر مجذورکای برای کلیه مدل ها تا رسیدن به مدل نهایی گزارش شوند (علوی، ۱۳۹۳).

۸-۶. اشتباهات رایج استفاده از روش های آماری در پژوهش ها

در پژوهش های مختلفی به وجود اشتباهات آماری در پژوهش ها اشاره شده است. از سوی دیگر یکی از محورهای اصلی در رد مقالات یا ایرادات مربوط به رساله ها و پایان ها به مشکلات گزارش های آماری مربوط می شود. به همین منظور مهم ترین موارد مشترک در اشتباهات رایج در جدول ۸-۲۲ معرفی می شود.

جدول ۸-۲۲. مهم ترین اشتباهات رایج آماری در پژوهش ها

ردیف	انواع
۱	عدم رعایت پیش فرض های آماری
۲	خطا در نمونه گیری تصادفی
۳	رابطه علی
۴	ابزار جمع آوری اطلاعات
۵	تعصب در انتشار
۶	اطمینان از درستی نتیجه یک آزمون مبتنی بر سطح معنی داری (P value)

پژوهشگران باید با استفاده از مشاوره متخصصان، مراقب اینگونه خطاها باشند تا زحمات آن ها به هدر نرود. طبیعی بودن توزیع داده ها پیش فرض اساسی بسیاری از آزمون های آماری است. اغلب حتی برای آزمون های بیش از دو متغیر از آزمون «کولموگروف اسمیرنوف»^۲ استفاده می شود و این درحالی است که این آزمون در هنگام وجود دو نمونه و لزوم مقایسه اندازه بین آن دو نمونه و ارزیابی هم قواری متغیرهای رتبه ای در دو نمونه مستقل است. طبیعی بودن توزیع داده ها همچنین پیش فرض مدلیابی معادله ساختاری و آزمون حداقل مربعات تعمیم یافته است. فرض تخمین حداکثر احتمال^۳ پیش فرض طبیعی بودن چند متغیره است که در برخی مقالات نقض می شود. بنابراین لازم است پیش فرض ها بررسی و نتایج آن گزارش شود. «طبیعی بودن توزیع داده ها»، «برابری واریانس ها» و «خطی بودن داده ها» پیش فرض هایی هستند که می توانند هم زمان از طریق بررسی پراکندگی باقی مانده ها از طریق اجرای غربالگری اولیه با استفاده از رگرسیون ارزیابی شوند. اگر همه فرضیات تأیید شوند شکل نمودار سنگ ریزه^۴ فاصله زیادی از مستطیل نخواهد داشت (شبه مستطیل خواهد شد) و نمرات در مرکز آن متمرکز شده اند. طبیعی بودن توزیع متغیرهای مشاهده شده نیز می توانند از طریق بررسی هیستوگرام و خلاصه آمار توصیفی نیز ارزیابی شوند. روش هایی برای

1. Modification indexes
2. Kolmogorov-Smirnov Z
3. Maximum likelihood
4. Scatterplot

ارزیابی طبیعی بودن توزیع چند متغیره وجود دارد. طبیعی بودن توزیع چند متغیره را می‌توان با استفاده از چولگی^۱ و کشیدگی^۲ چندمتغیره مardia (۱۹۸۵) بررسی کرد. پیترز (۲۰۱۷) شش دستورالعمل برای استفاده از مدل‌سازی معادله ساختاری ارائه داد.

- جهت‌دهی (قدرت شواهد حاصل از تحقیقات قبلی، نظریه و استدلال)
- قابلیت اطمینان (ثبات مبتنی بر اقدامات مکرر)
- نامنظمی (تأثیر متغیرهای بدون نظارت بر گروه‌ها)
- مشخصه (تمایز تجربی و نظری)
- قدرت (قدرت آماری برای شناسایی اثرات فرضی)
- میانجیگری

باید نسبت به این واقعیت آگاه بود که رویه‌های آماری فقط اطلاعات را در مورد پشتیبانی داده‌ها را به ما ارائه می‌دهند که همیشه عدم اطمینان در آمار استنباطی وجود دارد.

۷-۸. تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی

داده‌ها در تحلیل کیفی در انواع «توصیفی، تبیینی و تفسیری» به شرح جدول ۸-۲۳ تحلیل می‌شوند (ساعی، ۱۳۸۷).

جدول ۸-۲۳. انواع تحلیل داده‌های کیفی

ردیف	انواع	توضیح
۱	توصیفی	تشریح صفات هر یک از متغیرها با تحلیل نظام معانی متن یا واقعه‌ای جدا از زمینه‌های اجتماعی
۲	تبیینی	یا علی و تحلیل با علت‌کاوی زمینه‌های اجتماعی و تاریخی تأثیرگذار بر متن یا واقعه بر مبنای نظریه
۳	تفسیری	با پیش‌فرض معنادار بودن پدیده‌ها و کنش‌های اجتماعی به بازگویی و نمایش معنای نهفته متن یا واقعه در درون زمینه می‌پردازد.

منظور از متن، پژوهش‌هایی است که داده‌های آن از نوع نوشتاری یا گفتاری است و منظور از واقعه یا رویداد، رفتارهای افراد و پدیده‌های اجتماعی چون رسومات یا نابرابری‌های اجتماعی است. منظور از زمینه، شرایط یا چارچوبی است که متن یا واقعه درون آن روی داده و فهمیده می‌شود. زمینه می‌تواند «معرفتی یا اجتماعی» باشد. زمینه معرفتی، متن کلی‌تر و بزرگ‌تری است که متن خاصی از آن در نظر گرفته می‌شود و بر اساس آن می‌توان با رویکرد تفسیری، معنای نهفته در آن را در درون متن کلی‌تر تفسیر کرد. این مفهوم به معنای فهم یک کلمه در درون ساختار یک جمله است.

در پژوهش‌های کیفی پژوهشگر می‌تواند از طریق «استدلال قیاسی و استقرائی»، «تمثیل و تشبیه»، «نشانه‌یابی»، «تجريد»، «تشخیص تفاوت و تمایز»، «مقایسه» و امثال آن به کمک «تفکر، تعقل و منطق»، داده‌های جمع‌آوری شده را تحلیل و در ادامه با ذهن اکتشافی خود تفسیر کند. تحلیل کیفی داده‌ها به سه اقدام اساسی به شرح جدول ۸-۲۴ اشاره دارد.

1. Skewness
2. Kurtosis

جدول ۸-۲۴. اقدامات لازم برای تحلیل کیفی داده‌ها

ردیف	اقدامات	توضیح
۱	کاهش داده‌ها	مدیریت داده‌ها، خوانش و شرح‌واره نویسی با کدگذاری، سازمان‌دهی و حذف داده‌های نامربوط
۲	نمایش داده‌ها	تشریح و طبقه‌بندی به صورت جدول، نمودار، شبکه و دیگر صورت‌های ترسیمی
۳	نتیجه‌گیری	تحلیل و تفسیر داده‌ها و اطمینان از آن با توجه به داده‌های جدید، تأیید افراد صاحب‌نظر و امثال آن

در اغلب روش‌های کیفی برای دو گام اصلی کاهش داده‌ها، در گام مدیریت داده‌ها، یک پوشه خالی و اختصاصی ساخته و داده‌ها در آن سازمان‌دهی می‌شود. سپس برای خوانش و شرح‌واره نویسی، پژوهشگر متن را می‌خواند و در کنار آن یادداشت‌های حاشیه‌ای می‌نویسد و در عمل، کدهای اولیه را شکل می‌دهد.

اغلب فرایند تحلیل داده‌های کیفی با نمایش یافته‌ها در دو گام «تشریح و طبقه‌بندی» و در ادامه «تفسیر و بازنمایی» با رویکردهای خاص در انواع روش‌های پژوهش کیفی انجام می‌شود. برای نمونه «تشریح» در روش «بیوگرافی» روی مجموعه‌معینی از «تجربه‌های عینی با رویکرد روند زندگی فرد» و در روش «پدیدارشناسی» روی «تجربه پژوهشگر» و در «مطالعه موردی» روی «مورد و بستر آن» تأکید دارد. یا برای «طبقه‌بندی» در روش «بیوگرافی» بر «داستان‌ها، مکان و بستر آن»، در روش «پدیدارشناسی» بر «عبارت‌ها یا واحدهای معنایی» و در روش «گراند تئوری» بر «کدبندی محوری و تعیین شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و راهبردها» تأکید می‌شود. برای «تفسیر» نتایج در «بیوگرافی» بر «نظریه‌پردازی برای توسعه الگوها و معانی»، در روش «پدیدارشناسی» بر «توصیف متنی ساختاری» و در «مردم‌نگاری» بر «تفسیر و معنا کردن یافته‌ها» تأکید خواهد شد. همچنین در مرحله «بازنمایی» ارائه در روش «بیوگرافی» بر «یک روایت متمرکز بر فرایندها و مشخصه‌های خاص و عام از زندگی» و در روش «گراند تئوری» بر «یک مدل تصویری یا یک سری قضایا» و در «مردم‌نگاری» بر «گزارشی با جدول و نمودار» استوار خواهد بود (محمدپور، ۱۳۹۲).

۸-۷-۱. روش‌های سازمان‌دهی داده‌ها

در اغلب پژوهش‌های کیفی، تجزیه و تحلیل داده‌ها به موازات جمع‌آوری داده‌ها و طراحی پژوهش انجام می‌شود. آماده-سازی داده‌ها شامل آماده‌سازی تمام مواد اولیه از جمله «یادداشت‌های میدانی، رونوشت‌های مصاحبه، اسناد کلیدی و انواع پوشه‌های الکترونیکی» است. مراحل اولیه تحلیل داده‌ها مشابه فرایند سازمان‌دهی و یک اقدام تفسیری است. وقتی داده‌ها به شیوه‌ای خاص سازمان‌دهی می‌شوند، به طور ضمنی پژوهشگر را تشویق می‌کنند تا به برخی مقایسه‌ها توجه نموده و بقیه را نادیده بگیرد. سازمان‌دهی داده‌ها، تفسیر موضوعات برجسته را تحت تأثیر قرار می‌دهند. باید توجه داشت که روش سازمان‌دهی بر تحلیل داده‌ها اثر خواهد گذاشت. بنابراین داده‌ها باید طوری سازمان‌دهی شوند که بیشترین معنی را داشته باشند. البته هیچ راه مطلق برای سازمان‌دهی داده‌ها وجود ندارد ولی می‌توان به جهت تسهیل در سازمان‌دهی داده‌ها از روش‌هایی به شرح جدول ۸-۲۵ استفاده کرد.

جدول ۸-۲۵. انواع روش‌های سازمان‌دهی داده‌های کیفی

ردیف	انواع	توضیح
۱	روند تاریخی	بر اساس تاریخ جمع‌آوری یا ایجاد داده‌ها یا سازمان‌دهی به ترتیب زمانی با خط سیر تحلیل داده و نشانگر نحوه جمع‌آوری داده‌ها و تفسیر آن‌ها در طول زمان یا ارتباط علی
۲	نوع داده و معیار	مانند قراردادن یادداشت‌های میدانی در یک پوشه، رونوشت‌های مصاحبه در پوشه دیگر و امثال آن
۳	منبع	بر اساس منبع جمع‌آوری داده و مناسب برای زمان دسترسی به داده‌های هر یک از شرکت‌کنندگان
۴	جمعیت‌شناسی	بر اساس ویژگی شرکت‌کنندگان و مناسب برای زمان قابل تشخیص بودن ویژگی جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

پژوهشگران باید با «مطالعه و مرور داده‌ها»، «گوش دادن» و «تفکر در مورد داده‌ها»، حدود سه‌چهارم از زمان جمع‌آوری داده‌ها به غوطه‌ور ساختن خود در کل داده‌ها اختصاص دهند. پژوهشگران در طول این مرحله باید در مورد داده‌های خود و یافته‌های ایجادشده با دیگران صحبت کنند. این کار به پژوهشگر در توجه به انواع تفسیرها و معنادهی به یافته‌ها کمک می‌کند. هدف از غوطه‌ور شدن پژوهشگر در داده‌ها، «تمرکز روی داده‌ها»، «ثبات بازتاب‌ها» و «پرهیز از قضاوت احتمالی» است.

۸-۷-۲. تجزیه و تحلیل داده‌های سازمان‌دهی شده

شیوه تحلیل داده‌ها در پژوهش‌های کیفی بستگی به هدف و موضوع پژوهش دارد. باید توجه داشت که بهترین روش تحلیل برای یک شخص لزوماً بهترین روش برای شخص دیگر نخواهد بود. چون بر اساس «نوع جمع‌آوری داده‌ها» یا «هم‌زمان بودن مشاهده و مصاحبه برای جمع‌آوری داده‌ها» به تحلیل‌های متفاوتی نیاز است؛ بنابراین روش‌های تحلیل برای شرایط مختلف قابل تغییر است. به همین منظور در بخش سوم کتاب و معرفی انواع روش‌های کیفی می‌توان با ملاحظات تحلیل داده در هر روش کیفی آشنا شد. مهم‌ترین اقدام برای تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده در روش کیفی، ثبت «دقیق، مناسب و متقاعدکننده» داده‌های جمع‌آوری‌شده یا یافته‌ها برای تحلیل است. در جدول ۸-۲۶ شیوه‌هایی برای ثبت و نگارش داده‌های جمع‌آوری پیشنهاد می‌شود.

جدول ۸-۲۶. انواع شیوه‌های ثبت داده‌های جمع‌آوری‌شده در روش کیفی

ردیف	انواع	توضیح
۱	تم‌ها یا موضوعات	سازمان‌دهی بر اساس برجسته‌ترین تم‌ها یا موضوعات اصلی یا طبقه‌بندی با یک نظریه اثبات‌شده
۲	ترتیب زمانی / داستانی	روایت توسعه یک فرایند خاص و تغییر فرهنگی یا داستان شخص یا گروهی خاص در طول زمان
۳	روایت درهم‌تنیده	دو یا چند داستان مختلف با همپوشانی یا در طول هم برای ترسیم یک داستان بزرگ‌تر
۴	توضیح معما	شروع با یک تناقض، ابهام یا معما و تلاش برای پاسخ با تأکید بر عاملی آشکار یا امور معمول
۵	متن جداشده	جداسازی تحلیل و اطلاعات نظری از داستان به دلایل زیبایی‌شناسی، مهیج بودن و امثال آن
۶	لایه‌بندی کردن	الگوی غیرخطی درهم‌وبرهم و لایه‌بندی از موضوعات یا دوره‌های زمانی مختلف در کنار هم

در ادامه برخی از روش‌های رایج در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها در روش کیفی معرفی خواهد شد.

۸-۷-۲-۱. تحلیل داده‌ها به روش کدگذاری: کدگذاری داده‌های کیفی به معنی تنظیم داده‌های خام در یک چارچوب مفهومی بر اساس یک مجموعه داده با مفاهیم مشترک در قالب یک کد است. کد باید صحیح، جامع، مانع و بدون ابهام باشد. کدگذاری داده‌ها، شامل گروه‌بندی و تخصیص کدهای عددی به پاسخ سؤالات خاص مربوط به متغیرها

است. برای سؤالات بسته (بیشتر کمی)، کدها به گزینه‌های محدود شده اختصاص می‌یابد اما برای سؤالات باز (تحقیق کیفی) کدها به موضوعات شناسایی شده در حین جمع‌آوری یا تحلیل داده به شرح جدول ۸-۲۷ اختصاص خواهد یافت.

جدول ۸-۲۷. فرآیند کدگذاری برای سؤالات باز (داده‌های کیفی)

ردیف	مراحل	توضیح
۱	محوربندی موضوع	فهرست بندی و یکپارچه‌سازی پاسخ‌های یکسان یا نزدیک از نظر معنی بر اساس هدف پژوهش
۲	طبقه‌بندی با عدد	اختصاص یک کد یا عدد به هر فهرست
۳	کدگذاری محوری	مرور کدهای اولیه داده‌های کیفی و در صورت نیاز افزایش کدها
۴	ارزیابی کدگذاری	از نظر پوشش سؤالات پژوهش و سازمان‌دهی بر اساس زمان، اولویت یا تشخیص رابطه، تفاوت یا علت
۵	کدگذاری انتخابی	مطالعه داده‌های خام به منظور تحلیل مفهوم کلی به کمک تأییدها یا مخالفت‌های احتمالی
۶	ارزیابی اعتبار و صحت داده‌ها	با «ارزیابی یافته‌ها توسط یک صاحب‌نظر»، «مقایسه با کدگذاری‌های مشابه دیگر پژوهش‌ها»، «استفاده از فرمول: (تعداد مخالفت‌ها + تعداد موافقت‌ها) / تعداد موافقت‌ها = قابلیت اطمینان (بالا تر از ۶۰ درصد)»
۷	تجزیه و تحلیل نهایی داده‌ها	شناسایی رخداد‌های منظم، جمع‌بندی درباره «نوع رفتار حاکم، ساختار رفتار، تعداد تکرار و علت»، «جمع‌بندی بر اساس اظهارات و جملات در دسته‌های مشترک»

روش‌های مختلفی را می‌توان برای صحت‌گذاری و بالا بردن صحت و اعتبار داده‌ها مورد استفاده قرار داد. از جمله این‌که از افراد مورد بررسی خواست تا خودشان درباره تحلیل و تفسیر شما قضاوت کنند. اغلب از آن‌ها خواسته می‌شود تا نظر موافق یا مخالف خود را درباره یافته‌ها بدهند. هرچند مخالفت‌ها دارای دلایل گوناگون و نیازمند بررسی بیشتر است اما موافقت‌ها عامل مؤثر در افزایش صحت و اعتبار تحلیل داده‌ها می‌باشد (جونز و گراتون، ۱۳۹۱).

۸-۷-۲-۲. تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه: از چالش‌های یافته‌های کیفی در تحلیل، فرآیند فهم و شناخت رونوشت داده‌های حاصل از مصاحبه است. در تبدیل داده‌های مصاحبه به متن باید موضوعات مرتبط با سؤالات در چارچوب نظری را در نظر داشت. پژوهشگر در فرآیند تحلیل باید آماده مقایسه «داده با داده»، «داده با گروه» و «گروه با گروه» باشد. این کار با «یادداشت، کدگذاری، تعیین موضوعات و ارزیابی» داده‌ها به شرح جدول ۸-۲۸ انجام می‌شود.

جدول ۸-۲۸. مراحل تحلیل داده‌های مصاحبه

ردیف	محورها	توضیحات
۱	یادداشت	ثبت کلامی و نمادی داده‌های حاصل از مصاحبه
۲	کدگذاری داده‌ها	اختصاص کد یا عدد برای مفاهیم مشترک
۳	تعیین موضوعات	کاهش محتوای کدها به اجزای قابل کنترل‌تر
۴	ارزیابی و تأیید داده‌ها	گزارش روایی و پایایی داده‌ها با روش‌هایی مانند «بررسی اعضا یا تأیید متن مصاحبه» و «مثبت‌بندی یا استفاده از چند ابزار برای جمع‌آوری داده از یک پدیده»

۸-۷-۲-۳. تحلیل داده‌های حاصل از مشاهده و یادداشت‌برداری: در آن پژوهشگر به عنوان عامل اصلی بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده و اهداف مطالعه، هدایت و راهنمایی می‌شود. تحلیل شامل همان کدگذاری و سازمان‌دهی

داده‌ها است. این فرآیند می‌تواند با استقرار یادداشت‌ها بر روی میز به منظور مشاهده و درک محتوای کلی و امکان شناخت کلی از داده‌های موجود برای ارائه تحلیل داده‌ها باشد. این تحلیل‌ها طی فرآیندی به شرح ۸-۲۹ انجام می‌شود.

جدول ۸-۲۹. فرآیند تحلیل داده‌های حاصل از مشاهده و یادداشت‌برداری

ردیف	مراحل	توضیح
۱	تعیین موضوع	بر اساس اهداف پژوهش، مسائل و موضوعات مورد بررسی از مشاهدات
۲	ثبت مشاهدات	ثبت کلامی و نمادی مشاهدات (اسکن دیداری و بایگانی فیزیکی)
۳	گروه‌بندی	خواندن مطالب و گروه‌بندی آن‌ها را بر اساس موضوعات
۴	کدگذاری	اختصاص کد یا عدد بر اساس مفاهیم مشترک
۵	چینش روی میز	استقرار یادداشت‌ها روی میز به منظور مشاهده و درک کلی از موجودی
۶	تحلیل داده	تحلیل کلی از یافته‌های پازل مانند برای شناسایی روند معنادار، الگوها، گروه‌ها و احساسات موجود

۸-۷-۳. تفسیر یافته‌ها در روش کیفی

در این گام تفسیر یافته‌های پژوهش در قالب «نتایج» ارائه می‌شوند. در تفسیر یافته‌ها و برای رسیدن به نتایج مشخص باید به «محورهای مهم یافته‌ها و چگونگی پیوند آن‌ها با مبانی نظری» توجه داشت. «یافته‌ها» نمایش ادعاها و «نتایج» «چگونگی ارتباط یافته‌ها با نظریه یا ایجاد آن» برای «حل یک مشکل»، «نقد یک مکتب فکری»، «تقویت یک نظریه نوپا»، «ایجاد یک نظریه جدید» یا «ارائه یک کاربرد عملی» است. اشاره به محدودیت‌ها در «تفسیر یافته‌ها» به ایجاد ایده‌هایی برای پژوهش در آینده کمک کند. «نتایج» حاصل از پژوهش کیفی می‌توانند به شکل‌های «طبقه‌بندی داده‌ها، شناسایی تم‌ها، تولید نظریه و ارائه مدل» به شرح جدول ۸-۳۰ باشند.

جدول ۸-۳۰. انواع شکل‌های حاصل از نتیجه‌گیری مبتنی بر یافته‌های پژوهش کیفی

ردیف	نتایج	تعریف	کاربرد
۱	طبقه‌بندی	با توجه به مجموعه‌ای از حوزه‌ها و مفاهیم مشترک	برای شفافیت تعریف و مقایسه پدیده‌های پیچیده
۲	تم	مفاهیم منسجم شده درباره موضوع پژوهش	شناسایی تجارب مشارکت‌کنندگان از کل داده‌ها
۳	نظریه	مجموعه‌ای از گزاره‌ها برای تشریح، پیش‌بینی و تفسیر رخدادها، پدیده‌ها یا موارد	تعیین دسته‌های ممکن به جای خروجی‌های خاص
۴	مدل	ترکیبی شماتیک و ارائه مینیاتوری از واقعیت	نمایش شمای اصلی از دل داده‌ها و ساده‌سازی موضوع
۵	گزارش توصیفی	تحلیل عام و پاسخگو به گزاره‌ها جهت جمع‌بندی غائی محتوا و زمینه مورد بررسی	ارائه تفسیری متفاوت و شفاف از موضوع مورد مطالعه و گاهی سفر به فراسوی متن

۸-۷-۴. ملاحظات تحلیل و تفسیر داده‌های کیفی

تحلیل داده‌های کیفی در برگیرنده سه فعالیت زنجیره‌ای و متناوب «تقلیل داده‌ها»، «نمایش داده‌ها» و «ترسیم و تصدیق نتایج» است. این فرایند از شروع پژوهش تا اتمام آن ادامه دارد. مدیریت ذخیره داده‌ها با رویکردهای مورد اشاره، بر پنج کارکرد به شرح جدول ۸-۳۱ تأکید دارد (دنزین و لینکلن، ۱۹۹۴).^۱

جدول ۸-۳۱. انواع کارکردهای حاصل از مدیریت ذخیره داده‌ها در پژوهش کیفی

ردیف	انواع	توضیح
۱	صورت‌بندی	امکان اطلاع چگونگی و ترتیب دریافت مدارک ذخیره‌شده در هر مرحله از پژوهش
۲	ارجاع	امکان برقراری ارتباط میان اسناد و مدارک مختلف
۳	نمایه‌برداری	امکان طبقه‌بندی داده‌ها و اختصاص کد به هر مدرک با ارائه فهرستی از این کدها
۴	مفهوم‌سازی	امکان خلاصه‌سازی تمامی مدارک از نظر مفهومی
۵	شماره‌گذاری	امکان اختصاص شماره به مدارک

مرحله تحلیل داده‌ها در پژوهش کیفی، هم‌زمان با طبقه‌بندی و ذخیره آن‌ها از ابتدای پژوهش آغاز و طی مراحل مشخص به شرح جدول ۸-۳۲ انجام می‌شود.

جدول ۸-۳۲. مراحل انجام تحلیل داده در پژوهش کیفی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	تحلیل با طرح پژوهش	تصمیم‌گیری اولیه در خصوص سؤالات، چارچوب‌ها و راهنماهای نظری بر اساس طرح پژوهش
۲	تحلیل موقت داده‌ها	در طول پژوهش و ارائه‌دهنده مفروضات اولیه برای ادامه مشاهدات به پژوهشگر (تحلیل متغیر)
۳	تحلیل مجدد داده‌ها	انجام آن در هر مرحله از پژوهش
۴	تحلیل نهایی	جمع‌بندی نهایی از تحلیل‌ها

برای انجام این مراحل از روش‌های تحلیلی مختلفی چون «ثبت الگوها»، «بررسی روابط»، «خوشه‌بندی مفهومی»، «ساختن استعاره و تمثیل»، «شمارش و بازنگری داده‌ها»، «مقایسه»، «تفکیک متغیرها»، «پس‌وپیش کردن داده‌ها و مقوله‌های کلی»، «عامل‌یابی»، «شناسایی متغیرهای مداخله‌گر»، «ساختن زنجیره‌ی شواهد» و «ایجاد پیوستگی مفهومی» استفاده می‌شود.

تحلیل برخی پژوهش‌های کیفی با چارچوب نظری از پیش تعیین شده نیست؛ در این موارد پژوهشگر از جایگزین‌هایی برای چارچوب نظری همچون «استفاده از مدل‌های نظریه زمینه‌ای»، «ترسیم نقشه راه از داده‌ها»، «تدوین الگوی پیش‌بینی‌کننده‌ای از رویدادها»، «مدل‌سازی» یا «تدوین زنجیره‌ای از روابط غیرسلسله‌مراتبی» استفاده می‌کند (دنزین و لینکلن، ۱۹۹۴).

۸-۷-۵. ارزیابی کیفیت نتایج پژوهش کیفی

اشتباهات در فرایند تحلیل پژوهشگر اغلب ناشی از «خستگی، تفسیر اشتباه و تعصب شخصی» است؛ بنابراین پژوهشگر باید کیفیت فرایند تحلیل را از طریق تأیید صحت و اعتبار در کل فرایند پژوهش حفظ کند. برای تعیین «روایی، پایایی و عینیت» در پژوهش کیفی معیارهای مشخصی وجود دارد و برخی کارشناسان در مواردی از مفهوم «قابلیت اعتماد» به جای «روایی و پایایی» در این روش استفاده می‌کنند. در این رویکرد «قابلیت اعتماد» یا کیفیت پژوهش را می‌توان در چهارمحور به شرح جدول ۸-۳۳ شناسایی کرد.

جدول ۸-۳۳. انواع روش‌های ارزیابی کیفیت پژوهش تحلیل محتوای کیفی

ردیف	انواع	توضیح
۱	قابلیت اعتبار	جستجوی معنا از طریق توجه به عوامل عدم قطعیت و عوامل پدیدار شونده برای ایجاد طرحی از تغییرات
۲	قابلیت اعتماد	تأکید بر ثبات و پایداری و میزان تعمیم یافته‌های یک پژوهش به محیطی دیگر
۳	قابلیت انتقال	میزان قابل کاربرد بودن نتایج برای گروه‌های دیگر با تشریح دقیق و مشابهت‌های موجود
۴	قابلیت تأیید	میزان احراز شاخص عینیت در پژوهش با تأکید بر قدرت تحلیل و دقت داده‌ها و میزان تأیید آن‌ها

در پژوهش کیفی، واقعیت قطعی وجود ندارد و پژوهشگران بیشتر به شناخت عمیق و موضوعی خاص و نشان دادن ابعاد مختلف به جای تعمیم دادن می‌پردازند. از آنجایی که در اغلب پژوهش‌های کیفی داده‌ها از متن خاصی پدیدار می‌شوند؛ اغلب غیرقابل تعمیم هستند. همچنین در روش کیفی به انواع پایایی‌هایی به شرح جدول ۸-۳۴ اشاره می‌شود.

جدول ۸-۳۴. انواع پایایی در پژوهش کیفی

ردیف	انواع پایایی	توضیح
۱	در برآورد	انتخاب شیوه مشاهده‌ای با ره‌آورد مشابه و قابل تکرار
۲	در مشاهده	ماهیت تغییرناپذیر یک مشاهده در گذر زمان
۳	هم‌زمان	مقایسه‌پذیری یا هم‌افزایی مشاهدات رخدادها به‌طور هم‌زمان

باید توجه داشت که هیچ پاسخی به این پرسش وجود ندارد که چه معیاری یک پژوهش کیفی را مناسب می‌-

سازد. اما می‌توان هشت معیار را به شرح جدول ۸-۳۵ مرور کرد.

جدول ۸-۳۵. انواع معیارهای ارزیابی یک پژوهش کیفی

ردیف	انواع	توضیح
۱	ارزشمندی موضوع	مرتبط، به‌جا، به‌موقع، مهم و جالب بودن
۲	دقت	استفاده از ساختارهای نظری با توجه به «داده و زمان» در میدان، نمونه‌ها، زمینه‌ها، جمع‌آوری داده‌ها و فرایندهای تجزیه و تحلیل
۳	خلوص	بازتاب‌دهنده ارزش‌های ذهنی، دوری از تعصبات پژوهشگر و شفافیت روش‌ها و چالش‌ها
۴	همنویایی	برخورداری از چارچوبی مشخص از لحاظ نظری، عملی، اکتشافی و روش‌شناختی
۵	اعتبار	قابلیت اعتماد پژوهش با ویژگی‌هایی مانند توصیف همه‌جانبه، جزئیات واقعی، توضیح دانش ضمنی و نشان دادن به‌جای گفتن مانند «مثلثی‌سازی و متبلورسازی»
۶	همکاری معنی‌دار	پژوهش باید از طریق زیبایی‌شناسی، نمایش خاطره‌انگیز، تعمیم‌پذیری‌های طبیعی و یافته‌های قابل انتقال، انواع مخاطبین خاص را تحت تأثیر قرار دهد.
۷	اخلاق	پژوهشگر باید اخلاق رویه‌ای، اخلاق خاص موقعیتی - فرهنگی و اخلاق رابطه‌ای
۸	انسجام معنادار	مطالعه به آنچه مدعی آن است، دست یابد، رویه‌هایش با اهداف اعلام‌شده آن تناسب داشته باشد و ارتباطات داخلی معناداری بین ادبیات، سؤالات پژوهشی، یافته‌ها و تفاسیر وجود داشته باشد.
۹	شفافیت	ایجاد اطمینان از صحت نتایج و قابل تکرار بودن پژوهش و امکان ردگیری هرگونه خطای احتمالی

مهم‌ترین ابزار ارزیابی پژوهش‌های کیفی، شفافیت روش‌شناختی آن است که برای رسیدن به آن می‌توان از راه‌هایی چون «ثبت دقیق تمام داده‌های برداشت‌شده در میدان»، «مستندسازی دقیق مراحل مختلف پژوهش»، «بیان کامل روش انجام پژوهش» و «ممیزی و بازبینی مستمر داده‌ها» استفاده کرد (دنزین و لینکلن، ۱۹۹۴).

۸-۸. تحلیل داده‌ها به روش مقایسه دائمی^۱

روش مقایسه مداوم فرایندی است که در آن هر داده تازه جمع‌آوری شده کیفی با داده‌های قبلی جمع‌آوری شده در یک یا چند مطالعه قبلی مقایسه می‌شود. اگرچه این روش تحلیل داده با روش پژوهش گراند تئوری ظهور کرد، اما در پژوهش‌های کیفی دیگر هم مورد استفاده قرار می‌گیرد. این روش تحلیل، فعالیتی پیوسته و مبتنی بر کدگذاری داده‌ها و مقایسه داده‌ها در طول مطالعه برای دست‌یابی به یک الگو یا نظریه حقیقی است. داده‌های کدگذاری از انواع محتوای «مصاحبه، صوت یا تصویر» باید در پژوهش به‌شکلی با برخورداری از ثبات لازم کدگذاری شوند. در طول کار با داده‌ها باید مضمون‌ها و مقوله‌ها را با افزایش تعداد کدها شناسایی کرد. اگر مضمون با داده‌ها و کدهای تعیین شده بر اساس آن‌ها تناسب نداشت، باید یک کد جدید ایجاد کرد تا آن مضمون در تحلیل داده‌ها قرار گیرد. در کدگذاری به روش کیفی سه روش اصلی به شرح جدول ۸-۳۶ وجود دارد (فرام، ۲۰۱۳).

جدول ۸-۳۶. سه روش اصلی کدگذاری در پژوهش کیفی

ردیف	روش	توضیح
۱	باز	سازماندهی اولیه داده‌ها به منظور تلاش برای درک برخی از آن‌ها
۲	محوری	رابط دادن و به هم پیوستن مقوله‌های ایجادشده
۳	انتخابی	توسعه یک نظریه مشخص در بیان ارتباط مقوله‌های ایجادشده و درمجموع ایجاد گزاره‌های نظری

مبانی مهم مورد تأکید در این فرایند، توجه به چند مفهوم کلیدی به شرح جدول ۸-۳۷ است (فرام، ۲۰۱۳).

جدول ۸-۳۷. مفاهیم پایه در کدگذاری محتوا با روش مقایسه دائمی

ردیف	مفاهیم	توضیح
۱	مفهوم	تأکید بر «تشخیص تمایز یک رویداد یا احساس از دیگر موارد» و «برقراری ارتباط با گذشته، حال یا آینده چیزی»
۲	سازه	اغلب مفاهیم، با ایجاد خوشه یک واحد مرتبه بالاتر یا سازه را تشکیل می‌دهند. برای نمونه بهره‌های هوشی یک سازه است که شامل مفاهیم سن و هوش می‌شود.
۳	گزاره	بیانگر روابط بین چند سازه
۴	نظریه	رابطه بین چند گزاره

در مجموع روش مقایسه دائمی یک فرایند کدگذاری داده‌ها به روش استقرا یا از جزء به کل رسیدن است که برای طبقه‌بندی و مقایسه داده‌های کیفی استفاده می‌شود. فرایند اجرای این روش را می‌توان در چهارگام به شرح جدول ۸-۳۸ دنبال کرد.

جدول ۸-۳۸. فرایند اجرای روش مقایسه دائمی

ردیف	مراحل
۱	مقایسه معیارهای قابل استفاده برای هر مقوله
۲	ادغام مقوله‌ها و گزاره‌های آن‌ها
۳	محدود کردن موارد به یک نظریه
۴	نوشتن یک نظریه

هرچند در این روش تولید نظریه یک فرآیند و مراحل مشخصی وجود دارد که با انجام هر مرحله، مرحله بعد شروع می‌شود؛ اما مراحل اولیه همچنان باقی می‌مانند و تا رسیدن به نظریه نهایی مورد استفاده قرار می‌گیرند. در این مقایسه‌های دائمی، معیارها زمینه ایجاد گزاره‌های نظری برای هر مقوله را فراهم می‌کند. پژوهشگر شروع به فکر درباره اصطلاحات موجود در دامنه‌ای از انواع مقوله‌ها، ابعاد و امکان خلاصه‌سازی یا ربط آن‌ها با دیگر طبقات و گزاره‌ها می‌کند. همچنان که مقوله‌ها و گزاره‌های نظری آن‌ها مشخص می‌شوند، پژوهشگر باید به گزاره‌های ایجاد شده و شرایط حاکم بر شکل‌گیری آن‌ها نیز توجه داشته باشد.

۸-۹. مدل‌سازی ساختاری-تفسیری (ISM)^۱

مدل‌سازی ساختاری تفسیری، روشی برای طراحی الگوی روابط پیچیده و چندگانه میان مقوله‌ها یا متغیرهای یک پدیده با رویکرد کیفی و تفسیری یا اکتشافی است. در این الگو قید و بندهای مربوط به پارادایم تجربه‌گرایانه (اثبات‌گرایی) وجود ندارد. منطق زیربنایی این دیدگاه آن است که پدیده‌های اجتماعی و انسانی بسیار پیچیده‌تر از آن هستند که با استفاده از روش‌های علمی و آماری بتوان به آنها پرداخت. بنابراین این روش برای مطالعه روابط پیچیده و چندگانه مقوله‌های زیربنایی پدیده‌های اجتماعی و مدیریتی بسیار مناسب است. الگوهای حاصل از این روش هم روابط عناصر را مشخص می‌کند، هم عناصر را سطح بندی می‌کند و هم میزان قدرت و وابستگی متغیرها را نشان می‌دهد. این روش ماهیتی آمیخته دارد زیرا هم الگوهای ذهنی را ترسیم می‌کند هم از مقادیر برای نمایش قدرت نفوذ-وابستگی متغیرها استفاده می‌کند. حجم نمونه مدل ساختاری تفسیری براساس روش‌های انتخاب خبرگان تعیین می‌شود. جامعه این روش را خبرگان تشکیل می‌دهند و با استفاده از روش‌هایی مانند نمونه‌گیری هدفمند، روش گلوله برفی یا تشکیل پنل خبرگان به آنها دست پیدا می‌شود. این نوع تحلیل ساختار براساس پارادایم تفسیری به شناسایی روابط بین مقوله‌های زیربنایی یک پدیده چندوجهی و پیچیده می‌پردازد. برای طراحی مدل ساختاری تفسیری ابتدا به شناسایی عوامل مؤثر پرداخته می‌شود و سپس روابط بین این عوامل بررسی و در قالب یک مدل ارائه کننده ارتباط بین این عوامل ارائه خواهد شد. مراحل کار به این نحو است که پس از شناسایی شاخص‌های زیربنایی پدیده مورد مطالعه یک ماتریس مربع $n \times n$ از شاخص‌های موجود مانند جدول ۸-۳۹ و به مثابه پرسشنامه‌ای برای جمع‌آوری داده‌ها طراحی می‌شود (حبیبی، بی‌تا).

جدول ۸-۳۹. یک نمونه ماتریس 4×4 مربوط به مدل‌سازی ساختاری-تفسیری

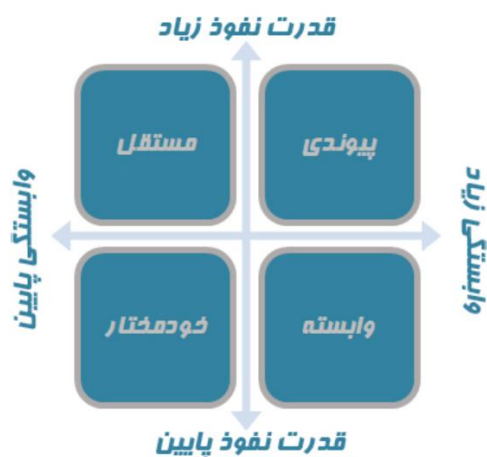
شاخص‌ها	شاخص ۱	شاخص ۲	شاخص ۳	شاخص ۴
شاخص ۱				
شاخص ۲				
شاخص ۳				
شاخص ۴				

ماتریس خودتعاملی ساختاری^۱ یا SSIM از ابعاد و شاخص‌های مطالعه و مقایسه آنها با استفاده از چهار حالت روابط مفهومی تشکیل و توسط خبرگان و متخصصین مربوطه تکمیل می‌شود. سپس اطلاعات حاصله جمع‌بندی و ماتریس خودتعاملی ساختاری نهایی تشکیل خواهد شد. منطق این روش مدل‌سازی بر مبنای روش‌های آمار ناپارامتریک مانند «مد» در فراوانی‌ها است. این روش از نمادهایی به شرح جدول ۸-۴۰ استفاده می‌کند.

جدول ۸-۴۰. نمادهای مورد استفاده برای خودتعاملی ساختاری

O	X	A	V
عدم وجود رابطه	رابطه دو سویه	متغیر j بر i تأثیر دارد.	متغیر i بر j تأثیر دارد.

الگوی روابط علی بر اساس نمادهای معرفی شده و ماتریس خودتعاملی ساختاری شکل داده می‌شود. در ادامه از تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی صفر و یک به دست ماتریسی بنام «ماتریس دریافتی»^۲ ایجاد خواهد شد. برای استخراج ماتریس دریافتی در هر سطر ماتریس خودتعاملی به جای علائم X و V از عدد یک و به جای علائم O و A از عدد صفر استفاده می‌شود. این ماتریس، «ماتریس دریافتی اولیه» است. سپس برای تحلیل ساختاری شدت روابط «بین ۰ تا ۳» در نظر گرفته می‌شود. در مدل‌سازی روابط ۰ و ۱ در نظر گرفته می‌شود و قطر اصلی برابر ۱ قرار می‌گیرد. بعد از آنکه ماتریس به یک ماتریس صفر و یک تبدیل شد باید ماتریس ثانویه طراحی شود. در یک ماتریس دریافتی برای اطمینان باید روابط ثانویه کنترل شود. به این معنا که اگر A منجر به B شود و B منجر به C شود در این صورت باید A منجر به C شود. یعنی اگر براساس روابط ثانویه باید اثرات مستقیم لحاظ شده باشد اما در عمل این اتفاق نیفتاده باشد باید جدول تصحیح شود و رابطه ثانویه را نیز نشان داد. در این نوع مدل می‌توان روابط متقابل و تأثیرگذاری بین معیارها و ارتباط معیارهای سطوح مختلف را به خوبی نشان داد و درک بهتری از فضای تصمیم‌گیری در رابطه با آن موضوع خاص ایجاد کرد. در شکل ۸-۲ «قدرت نفوذ» بر تعداد عناصری تأکید دارد که عنصر i ام بر آنها تأثیر می‌گذارد و «میزان وابستگی» تعداد عناصر اثرگذار بر عنصر i ام هستند (حییلی، بی‌تا).



شکل ۸-۲. نمودار قدرت نفوذ وابستگی

1. Structural Self-Interaction Matrix (SSIM)
2. Reachability matrix

برای تعیین روابط و سطح‌بندی معیارها در مدل ساختاری تفسیری ISM باید مجموعه خروجی‌ها و مجموعه ورودی‌ها برای هر معیار از ماتریس دریافتی استخراج شود. خروجی‌ها شامل خود معیار و معیارهای اثرپذیر از آن خواهند بود. ورودی‌ها یا پیش‌نیازها شامل خود معیار و معیارهای اثرگذار بر آن هستند. پس از تعیین مجموعه خروجی و ورودی باید اشتراکات دو مجموعه را حساب کرد. اولین مقوله یا متغیر دارای اشتراک دو مجموعه در سطح اول و به‌عنوان بیشترین تأثیرپذیر در مدل، قرار می‌گیرد. پس از شناسایی شاخص‌های سطح اول، این عناصر حذف شده و فرایند محاسبه مجموعه دستیابی و پیش‌نیاز ادامه پیدا می‌کند. این فرایند تا حذف تمامی شاخص‌ها ادامه پیدا خواهد کرد. اگر از دیدگاه چند خبره برای مدلسازی ساختاری-تفسیری استفاده شود به دو روش به شرح جدول ۸-۴۱ برای رسیدن به ماتریس خودتعاملی استفاده می‌شود.

جدول ۸-۴۱. روش‌های مدلسازی ساختاری-تفسیری بر اساس دیدگاه چند خبره

ردیف	روش	توضیح
۱	اجماع	تکمیل ماتریس خودتعاملی ساختاری توسط خبرگان با مشورت و همفکری یکدیگر
۲	فراوانی (مد)	انتخاب نظر اکثریت به عنوان نظر نهایی



مبانی بحث و نتیجه گیری

هدف کلی: آشنایی با مبانی بحث و نتیجه گیری روی یافته های پژوهش

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم بحث و نتیجه گیری
- آشنایی با روش های بحث روی نتایج
- آشنایی با چگونگی بیان محدودیت ها
- آشنایی با چگونگی ارائه پیشنهادها

مقدمه

پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها و رسیدن به نتایج یا پاسخ سؤالات پژوهش، پژوهشگر روی آن‌ها «بحث و نتیجه‌گیری» انجام دهد. در این فصل به مهم‌ترین ملاحظات برای بحث، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها پرداخته خواهد شد.

۹-۱. مفهوم بحث و نتیجه‌گیری

در یافته‌ها به صورت کلی به محتویات و نتایج حاصل از «تجزیه و تحلیل داده‌های کمی یا کیفی» اشاره می‌شود و هیچ بحث و استدلالی از یافته‌ها وجود ندارد؛ اما در قسمت بحث روی نتایج یافته‌ها تفسیر و مقایسه با یافته‌های قبلی صورت می‌گیرد. در واقع در قسمت یافته‌ها به ارائه صرف نتایج پرداخته خواهد شد اما در قسمت «بحث و نتیجه‌گیری» باید «معنا، مفهوم و اهمیت نتایج» بیان شود. بنابراین باید با تمرکز روی نتایج یافته‌ها نشان داد که آن‌ها چگونه با «ادبیات پیشینه» و «سؤالات پژوهش» و «مبانی نظری» مرتبط خواهند شد. در ادامه باید به کمک مبانی نظری، یک «نتیجه‌گیری کلی» از بحث‌های انجام‌شده روی «نتایج پژوهش» داشت.

در ادامه «بحث و نتیجه‌گیری» باید بر اساس نتایج مشخص، «پیشنهادهای کاربردی» ارائه کرد. همچنین باید با معرفی «محدودیت‌های پژوهش»، بر اساس آن‌ها «پیشنهادهای پژوهشی» به دیگر پژوهشگران ارائه داد. این موارد مهم‌ترین قسمت‌های هر پژوهش هستند که بسیاری از افراد، تنها همین قسمت‌ها را از مجموعه کل گزارش مطالعه می‌کنند. در اغلب «پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها» عنوان «بحث و نتیجه‌گیری» در فصل پایانی یا پنجم ارائه می‌شود. بسیاری از افراد روی این فصل تأکید دارند زیرا در این فصل کلیاتی خلاصه‌وار از دیگر فصل‌ها و سپس «بحث و نتیجه‌گیری» ارائه می‌شود. برای این منظور ابتدا «خلاصه پژوهش» شامل «مسئله، اهداف، شکاف پژوهشی، مبانی نظری و روش‌شناسی منتخب»، سپس «خلاصه یافته‌ها» و در ادامه «بحث و نتیجه‌گیری» نوشته می‌شود. این جامعیت در نگارش باعث می‌شود تا خواننده با مرور این فصل در جریان سریع جزئیات پژوهش و بخش مهم آن یعنی «بحث و نتیجه‌گیری» قرار گیرند. برای این منظور نباید موارد فصول قبل «پایان‌نامه یا رساله» را عیناً تکرار کرد بلکه باید به مرور کوتاهی از «کلیات، مبانی نظری، روش‌شناسی و یافته‌ها» پرداخت. این خلاصه‌سازی باید با ارائه بیانیه‌های کلی و روشن در مسیر سؤال اصلی پژوهش باشد. جدول ۹-۱ به معرفی عبارات آغازگر برای بیان کلی و خلاصه‌سازی مفاهیم می‌پردازد (شونا، ۲۰۱۹).

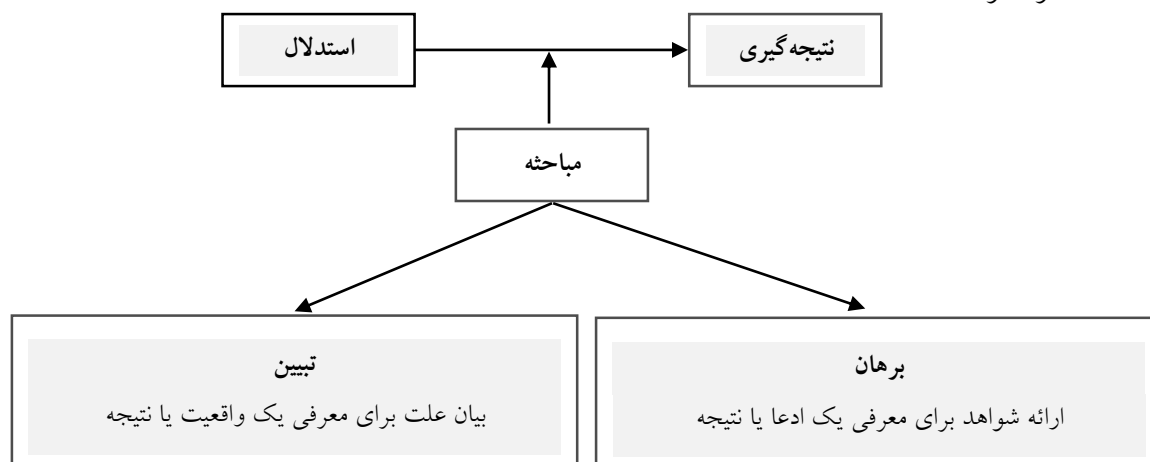
جدول ۹-۱. عبارات آغازین برای بیان کلی و خلاصه‌سازی مفاهیم پایه، مسئله و بیان یافته‌ها

ردیف	عبارت
۱	نتایج نشان می‌دهد که ...
۲	مطالعه نشان می‌دهد که رابطه بین ...
۳	تجزیه و تحلیل تأیید می‌کند که ...
۴	اطلاعات نشان می‌دهد که ...

برای بسیاری از پژوهشگران جوان و به ویژه دانشجویان، نگارش بخش «بحث و نتیجه گیری» دشوارتر از دیگر قسمت‌ها است.

۹-۲. چگونگی بحث کردن

برای بحث کردن و نظر دادن درباره موضوعات مختلف، می‌توان از الگوهای متفاوتی استفاده کرد. شکل ۹-۱ به یک نمونه ساده اشاره دارد.



شکل ۹-۱. الگوی انجام بحث روی یافته‌های یک پژوهش

در الگوی مورد اشاره، دو نوع مباحثه «تبیین»^۱ و «برهان‌آوری»^۲ با توجه به نوع یافته‌ها برای نتیجه‌گیری مورد تأکید قرار می‌گیرد. در مباحثه تبیینی، دلیل ظهور برخی واقعیت‌های نمایان شده از یافته‌ها به عنوان نتیجه‌گیری مطرح می‌شود. در این نوع مباحثه تلاش بر آن است تا درکی از «چگونگی و چرایی» واقعیت مورد نظر ایجاد شود. در مباحثه برهان-آوری، شواهد و مستندات برای طرح نظر و ادعای ایجاد شده بر اساس یافته‌ها به عنوان نتیجه‌گیری مطرح می‌شود. هدف این نوع مباحثه ایجاد گفتمانی برای باورپذیری صحت ادعای مطرح شده است. در مباحثه تبیینی با ارائه «علت یا عامل واقعیت» و در نوع دوم تأکید بر ارائه «شواهد مبنی بر ادعا یا نظر» است (مایس^۳، بی تا). این الگوهای بحث به پژوهشگر کمک می‌کنند تا با ارائه شواهد برای دیدگاه‌های خود یا کشف ساختار علی واقعیات مرز دانش و ایجاد تفاهم را گسترش دهد. گاهی می‌توان هر یک از الگوها را درباره یک یافته به کار برد و گاهی می‌توان هر دو را به طور هم‌زمان استفاده کرد. برای درک بیشتر این مفاهیم موارد با یک مثال ساده توضیح داده می‌شود. فردی بنام علی در انتظار فرد دیگری بنام عرفان برای یک قرار ملاقات قبلی است و عرفان پس از یک ساعت هنوز در محل قرار حاضر نشده است. حال بحث و نتیجه‌گیری علی از تأخیر عرفان می‌تواند یا به صورت «برهان‌آوری» یا «تبیینی» به شکل جدول ۹-۲ باشد.

1. Explanation
2. Argument
3. Mayes

جدول ۹-۲. نمونه‌ای از بحث در شکل برهان‌آوری یا تبیینی

ردیف	انواع	بحث
۱	برهان‌آوری	عرفان احتمالاً قرار ملاقات را فراموش کرده است؛ زیرا یک ساعت تأخیر دارد.
۲	تبیینی	عرفان برای قرار ملاقات یک ساعت تأخیر دارد زیرا قرار را فراموش کرده است.

در بحث به روش برهان‌آوری، علی ادعا می‌کند که عرفان قرار ملاقات را فراموش کرده است و مدرک او برای این نتیجه‌گیری، تأخیر یک‌ساعته عرفان است. در بحث به روش تبیینی علی این واقعیت را خاطرنشان می‌کند که عرفان برای قرار ملاقات یک ساعت دیر کرده است و علت خاصی یعنی «فراموش کردن عرفان» را برای این واقعیت پیشنهاد می‌کند. باید توجه داشت که دو روش بحث «تبیینی» و «برهان‌آوری» با هم رابطه متقابل دارند؛ برای نمونه دود گواهی بر آتش‌سوزی است زیرا آتش‌سوزی باعث ایجاد دود می‌شود. اگرچه این رابطه همیشه آشکار نیست اما وجود دارد. در مثال قبلی بحث علی با رویکرد برهان‌آوری بر «تأخیر عرفان به‌عنوان شاهی برای فراموشی قرار ملاقات» تأکید شد اما در بحث تبیینی علی بر «فراموشی عرفان از قرار ملاقات به‌عنوان علت تأخیر او» تأکید شد (مایس، بی‌تا). در مجموع محور اصلی بحث و نتیجه‌گیری را می‌توان به این شرح دنبال کرد:

• بررسی تشابه و تفاوت یافته‌های خود با نتایج پژوهش مشابه • هرچقدر پژوهشگر در فصل دوم و «بررسی ادبیات پیشینه»، پژوهش‌های بیشتری را جمع‌آوری کند در این فصل اطلاعات بیشتری برای مقایسه خواهد داشت. • توضیح یافته‌های پژوهش و ارائه دلایل و تشریح چرایی دستیابی به این یافته‌ها • اگر بر اساس یافته‌ها، فرضیه‌ای تأیید یا رد شود، پژوهشگر باید با دلیل قانع‌کننده آن را توضیح و از یافته‌های خود دفاع کند.

نکته کلیدی در پژوهش‌ها این است که پژوهشگر درباره یافته‌های خود باید بحث کند و کاربرد این الگوها در بیان علت یا شواهد تأییدکننده یک ادعا باید مبتنی بر مبانی نظری مناسب باشد.

۹-۳. ملاحظات نگارش بحث و نتیجه‌گیری

الگوهای مختلفی برای نگارش «بحث و نتیجه‌گیری» وجود دارد که در شکل ۹-۳ می‌توان به دو نوع اصلی آن اشاره کرد.

جدول ۹-۳. الگوهای اصلی در نگارش بحث و نتیجه‌گیری

ردیف	انواع	توضیح
۱	ارائه جداگانه	نوشتن بحث و نتیجه‌گیری به‌صورت جدا از هم، به این صورت که ابتدا روی یافته‌ها بحث شده و در انتهای آن نتیجه‌گیری کلی ارائه می‌شود.
۲	ارائه هم‌زمان	نوشتن بحث و نتیجه‌گیری با هم، به این صورت که پس از هر بحث نتیجه‌گیری آن‌هم ارائه می‌شود.

۹-۳-۱. نگارش بحث: برای انجام بحث باید «تجزیه و تحلیل مناسبی از نتایج پژوهش» داشت. یعنی ارزش نتایج پژوهش به‌خوبی درک شود تا بتوان آن را با «نتایج دیگر پژوهش‌ها» یا «مبانی نظری» مقایسه کرد. درواقع پس از تجزیه و تحلیل یافته‌ها و مشخص شدن نتایج پژوهش، پژوهشگر باید درباره این نتایج «قضاوت» و آن‌ها را با نتایج

«دیگر پژوهشگران» یا «مبانی نظری» مقایسه یا تفسیر کند. برای نوشتن بحث می‌توان از سؤالاتی به شرح جدول ۹-۴ استفاده کرد.

جدول ۹-۴. مهم‌ترین سؤالات برای نگارش بحث

ردیف	سؤالات
۱	یافته‌های پژوهش چه معنایی دارند؟
۲	یافته‌های پژوهش چه ارزش و اهمیتی دارند؟
۳	یافته‌های پژوهش چه شباهت یا تفاوتی با یافته‌های دیگر پژوهش‌ها دارند؟
۴	دلایل احتمالی پژوهشگر برای همسویی یا تفاوت یافته‌های این پژوهش با یافته‌های دیگر پژوهش‌ها چیست؟
۵	در صورت پشتیبانی با مبانی نظری یا تضاد با آن‌ها، دلیل احتمالی چیست؟

معنای نتایج را باید برای مخاطب به‌طور دقیق و روشن مشخص کرد؛ به‌نحوی که نشان دهد یافته‌ها یا نتایج چگونه به سؤالات پژوهش پاسخ می‌دهند. در ادامه باید نتایج غیرمنتظره و اهمیت آن‌ها را مشخص کرد. اگر یافته‌های پژوهش با نتایج دیگر یافته‌ها همسو است، باید مشخص کرد که چه چیزی به آن‌ها اضافه می‌کند. اگر یافته‌های پژوهش با یافته‌های دیگر پژوهش‌ها تفاوت دارد باید مشخص کرد که دلیل احتمالی آن چیست. همچنین باید مشخص کرد که در صورت تأیید یا تضاد با مبانی نظری خاص، دلیل احتمالی چیست. باید دقت کرد که بحث فقط روی یافته‌های پژوهش ارائه‌شده در فصل مربوطه باشد و هرگونه تفسیر، حدس و گمان با پشتیبانی یافته‌های پژوهش صورت گیرد. می‌توان بحث را «درباره موضوعات کلیدی»، «فرضیه‌ها یا سؤالات پژوهش» یا «ساختار مشابه بخش یافته‌ها» سازمان‌دهی کرد. همچنین می‌توان با برجسته کردن نتایج مهم یا غیرمنتظره شروع کرد. برای این منظور می‌توان با جملاتی به شرح جدول ۹-۵ آغاز کرد.

جدول ۹-۵. عبارات‌های تأکیدی برای بحث روی نتایج یافته‌ها

ردیف	عبارات
۱	این نتایج بر اساس شواهد موجود ...
۲	نتایج در تعارض با نظریه ...
۳	این آزمایش بینش جدیدی راجع به رابطه بین ...
۴	این نتایج را باید موردتوجه قرار داد وقتی که ...
۵	این یافته‌ها به درک روشنی از ... کمک می‌کند.
۶	درحالی که پژوهش‌های قبلی روی ... متمرکز شده است، این نتایج نشان می‌دهد که ...

۹-۳-۲. **نگارش نتیجه‌گیری:** در نتیجه‌گیری باید به پیامدهای احتمالی نتایج با توجه به بحث انجام‌شده اشاره کرد. یعنی علاوه بر تفسیرهای شخصی باید به دستاورد یا سهم کار پژوهشی در پیشرفت علمی اشاره کرد. بنابراین باید با ارائه شفاف فواید و مزیت‌ها، ماهیت دستاوردهای پژوهش را مشخص کرد. یعنی به نتایجی اشاره کرد که دستاوردی مثبت داشته یا به‌نوعی در پیشرفت علمی آن حوزه نقش داشته است. باید معانی و مفاهیم دستاوردهای پژوهش را کاملاً روشن بیان کرد. پژوهشگر باید با ارائه شواهد و استدلال مناسب یافته‌های خود را تبیین کند. تکیه بر شواهد معتبر و استدلال مناسب به نتیجه‌گیری مؤثرتر کمک می‌کند. در این قسمت اندیشه‌های پژوهشگر و جهت‌گیری‌های علمی او بیشتر از سایر قسمت‌های گزارش پژوهش وجود دارد. چنانچه مدلی ارائه‌شده است، در این قسمت باید با

مباحث مستدل، ویژگی‌های اساسی مدل توضیح داده شود. در صورتی که یک نظریه علمی نقد یا تنقیح شده باشد، در قسمت نتیجه‌گیری نویسنده باید به صورت صریح و مستدل نظر نهایی خود را اعلام کند (قربانی و حسن‌زاده، ۱۳۹۷). همچنین پیشنهاد می‌شود، بهترین پیشنهاد پژوهشگر حداکثر در یک پاراگراف و به عنوان جان کلام و مهم‌ترین خروجی پژوهش به خواننده ارائه شود. البته پیشنهادهای کاربردی در بخش جداگانه و مستقلاً، پس از محدودیت‌های پژوهش و بر اساس هر یک از یافته‌ها یا مهم‌ترین آن‌ها ارائه می‌شوند.

۹-۴. بیان محدودیت‌های پژوهش

محدودیت‌ها بر این امر تأکید دارند که این یافته‌ها و نتایج چه چیزی را نمی‌توانند بیان کنند. باید محدودیت‌های پژوهش را پذیرفت و آن‌ها را معرفی کرد. حتی بهترین پژوهش‌ها نیز محدودیت‌های خاص خود را دارند. هر پژوهش ممکن است محدودیت‌های خاص خود را داشته باشد؛ بنابراین پژوهشگر باید در گزارش کار علمی خود به این محدودیت‌ها اشاره کند تا اگر کسی قصد بهره‌برداری از این گزارش و یافته‌های آن را دارد بداند پژوهشگر تحت چه شرایطی به این یافته‌ها رسیده است. این محدودیت‌ها می‌تواند شامل گستردگی جامعه آماری، نبودن ابزار مناسب اندازه‌گیری، کمبود منابع و پیشینه پژوهشی، سوگیری در انتخاب گروه نمونه، ناتوانی پژوهشگر در کنترل متغیرهای ناخواسته و محدودیت‌هایی نظیر امکانات کم مالی، محدودیت زمانی، عدم همکاری مسئولین و پاسخ‌دهندگان و هر محدودیت دیگری که می‌تواند در نتایج نهایی یک پژوهش اثرگذار باشد. باید توجه داشت که پژوهشگر باید از ارائه محدودیت‌ها ناصحیح پرهیز کند. برای نمونه برخی دانشجویان بدون جستجوی لازم به کمبود منابع علمی در کارشان اشاره می‌کنند.

محدودیت می‌تواند ناشی از «طرح کلی پژوهش»، «گزینه‌های روش‌شناختی خاص» یا «موانع پیش‌بینی نشده و شناسایی شده در طول فرایند پژوهش» باشد. فقط باید محدودیت‌هایی را بیان کرد که به طور مستقیم به اهداف پژوهشی مرتبط باشند یا در دستیابی به اهداف پژوهش اثرگذار باشند. برای نمونه اگر هنگام جمع‌آوری یا تجزیه و تحلیل داده‌ها مشکلی ایجاد شد، باید آن را و اثرش را بر نتایج توضیح داد. برخی از نمونه‌های رایج در این خصوص را می‌توان در جدول ۹-۶ مرور کرد.

جدول ۹-۶. برخی محدودیت‌ها در پژوهش

ردیف	موارد
۱	محدودیت در تعمیم‌پذیری نتایج به دلیل ...
۲	متأثر شدن پایایی یا قابلیت اطمینان داده از
۳	تأیید نشدن نتایج در سطح مورد انتظار با توجه به کمبود داده‌های موجود ...
۴	قرار گرفتن روش پژوهش انتخاب‌شده تحت تأثیر
۵	فراتر بودن هدف از محدوده مورد مطالعه به دلیل ...

البته نباید با «طرح محدودیت اضافی و غیرضرور» اعتبار پژوهش را به چالش کشید. «محدودیت‌های موجود در پژوهش» اصلی‌ترین بخش برای ارائه «انواع پیشنهادهای پژوهشی» به دیگر پژوهشگران به منظور تکمیل پژوهش انجام شده است.

۹-۵. ارائه پیشنهادها

در انتهای این بخش باید مشخص کرد که «چه اقدامات عملی بر اساس نتایج» یا «مطالعات تکمیلی بر اساس محدودیت‌ها» می‌توان انجام داد. این موارد در قالب پیشنهادهای «کاربردی» و «پژوهشی» به شرح جدول ۹-۷ ارائه می‌شوند.

جدول ۹-۷. انواع پیشنهادها

ردیف	انواع	توضیح
۱	کاربردی	پیشنهادهای اجرایی بر اساس نتایج و به منظور «حل مشکل، رفع مسئله، بهبود اوضاع موجود و امثال آن»
۲	پژوهشی	پیشنهادهایی برای دیگر پژوهشگران بر اساس محدودیت‌های پژوهشگر به منظور انجام کارهای نشده یا تکمیلی

۹-۶. پیشنهادهای کاربردی

پیشنهادهای کاربردی در گزارش‌های پژوهش با عنوان «پیشنهادهای برخاسته از پژوهش» هم معرفی می‌شوند. برای نوشتن آن پژوهشگر باید بر اساس هر یافته و بحثی که روی آن انجام داده است یک یا چند پیشنهاد کاربردی را برای «رفع مسئله یا چالش»، «حل مشکل»، «پاسخ سؤال» یا «بهبود وضع موجود» ارائه دهد. به این منظور ابتدا باید به یافته مشخص اشاره و سپس پیشنهاد کاربردی برای آن ارائه کرد. این نوع پیشنهادها باید قابل اجرا و اقدام عملی باشد. از اشتباهات رایج در این بخش آن است که دانشجو بدون توجه به یافته‌ها نسبت به ارائه پیشنهاد اقدام می‌کند. توصیه بر آن است که دانشجو با اشاره به هر یافته مشخص، پیشنهاد کاربردی خود را مطرح کند. هر چه پیشنهاد از تازگی و عنصر بدیع بودن برخوردار باشد، ارزش آن بیشتر است. برای این منظور در پاسخ به ارائه برخی پیشنهادهای کاربردی می‌توان این سؤال را مطرح کرد که «آیا بدون انجام پژوهش نمی‌شد، چنین پیشنهادی را ارائه داد؟». اگر پاسخ «خیر» و همراه با ارائه یک دلیل منطقی باشد، آن پیشنهاد دارای ارزش لازم خواهد بود.

پیشنهاد باید از «بر اساس یافته‌های پژوهش»، «مرتبط با موضوع» و «با اساس علمی» باشد. پیشنهادی که محصول تحلیل یا قضاوت شخصی است، پایه و اساسی ندارد. این نوع پیشنهادها می‌تواند ایده‌ای برای یک کار پژوهشی دیگر باشد.

۹-۷. پیشنهادهای پژوهشی

این نوع پیشنهادها نیز در گزارش‌های پژوهش اغلب با عنوان «پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی» یا «پیشنهادهایی برای سایر پژوهشگران» نیز مطرح می‌شود. برای آن پژوهشگر باید بر اساس محدودیت‌ها یا کارهای انجام نشده در پژوهش، به دیگر پژوهشگران پیشنهادهایی را برای پژوهش تکمیلی ارائه دهد. پیشنهادهای پژوهشی باید به اندازه کافی

برای دیگر پژوهشگران جذاب و قابل توجه باشند تا آن‌ها را برای ادامه این پژوهش و انجام مطالعات مشابه ترغیب کند. از اشتباهات رایج در ارائه این نوع پیشنهادها آن است که دانشجو بدون توجه به محدودیت‌های پژوهش خود، اقدام به ارائه پیشنهاد پژوهشی می‌کند. برای رفع این چالش، پیشنهاد می‌شود که پژوهشگر با اشاره به محدودیت یا چالش پژوهشی خود، هر پیشنهاد جدید پژوهشی را ارائه کند.

۸-۹. ارزیابی بخش بحث و نتیجه‌گیری گزارش پژوهش

برای ارزیابی کیفیت بخش بحث و نتیجه‌گیری گزارش‌های پژوهشی مانند پایان‌نامه و رساله می‌توان از فهرست کنترلی به شرح جدول ۸-۹ استفاده کرد.

جدول ۸-۹. فهرست کنترل ارزیابی کیفیت بخش بحث و نتیجه‌گیری یک گزارش پژوهش

ردیف	گویه‌های کنترل	بله	خیر
۱	آیا خلاصه پژوهش یا مسئله، مبانی نظری کلیدی و روش‌شناسی ارائه شده است؟		
۲	آیا مهم‌ترین یافته‌ها به‌طور خلاصه ارائه شده است؟		
۳	آیا نتایج در رابطه با اهداف پژوهش مورد بحث و تفسیر قرار گرفته است؟		
۴	آیا در بحث از استدلال مناسب استفاده شده است؟		
۵	آیا یافته‌ها با ادبیات پیشینه و مبانی نظری به شکل مناسبی تفسیر شده است؟		
۶	آیا دلایل احتمالی همسویی‌ها یا ناهمسویی‌های یافته‌ها با دیگر نتایج ارائه شده است؟		
۷	آیا نتیجه‌گیری کلی از بحث با تأکید بر مهم‌ترین یافته و بهترین پیشنهاد ارائه شده است؟		
۸	آیا محدودیت‌های پژوهش با منطق مناسب ارائه شده است؟		
۹	آیا پیشنهادها کاربردی مناسب ارائه شده است؟		
۱۰	آیا پیشنهادها پژوهشی بر اساس محدودیت‌های پژوهش ارائه شده است؟		



بخش سوم

انواع روش پژوهش از نظر مسیر اجرا



روش پژوهش آزمایشی

هدف کلی: آشنایی با فرایند اجرای پژوهش آزمایشی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم و انواع پژوهش آزمایشی
- آشنایی با انواع طرح‌های پژوهش آزمایشی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در پژوهش آزمایشی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری و تحلیل داده‌های آزمایشی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در پژوهش آزمایشی

مقدمه

در پژوهش آزمایشی یک متغیر دست‌کاری و آثار آن بر متغیر یا متغیرهای دیگری بررسی می‌شود. طرح‌های پژوهشی دقیق می‌تواند روابط علی یا سببی را نشان دهد. در این فصل به معرفی کامل روش پژوهش آزمایشی پرداخته خواهد شد.

۱-۱۰. مفهوم روش پژوهش آزمایشی

پژوهش آزمایشی که به آن روش پژوهش تجربی هم گفته می‌شود، روشی رایج در علوم مختلفی چون «فیزیک، شیمی، زیست‌شناسی، پزشکی، روان‌شناسی و برخی رشته‌های علوم انسانی» است. مهم‌ترین راهبرد متمایزکننده پژوهش آزمایشی از دیگر انواع پژوهش‌ها، امکان دست‌کاری متغیر مستقل و بررسی نتیجه تغییرات آن بر متغیر وابسته است. روش پژوهش تجربی به‌منظور برقراری رابطه «علت و معلولی» میان دو یا چند متغیر مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این رویکرد تفاوت‌ها در آزمودنی‌ها یا بین آزمودنی‌ها با استفاده از انواع طرح‌های پژوهش تجربی مورد توجه قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر در پژوهش آزمایشی یا تجربی، آثار متغیر مستقل بر متغیر وابسته مورد بررسی قرار خواهد گرفت. گاهی پژوهشگر تا حدی قادر به کنترل یک متغیر می‌شود که می‌تواند تأثیر آن را بر روی متغیر دیگر برآورد کند. روش پژوهش آزمایشی بر اساس شرایط پژوهشگر از سه مسیر اجرا به شرح جدول ۱-۱۰ قابل اجرا خواهد بود.

جدول ۱-۱۰. انواع مسیر اجرای پژوهش آزمایشی

ردیف	انواع	توضیح
۱	آزمایشی کامل یا حقیقی ^۱	به شرط تحقق سه پیش شرط، دست‌کاری متغیر مستقل، انتخاب تصادفی نمونه و استفاده از دو گروه شاهد و کنترل
۲	نیمه آزمایشی ^۲	به شرط تحقق دو پیش شرط دست‌کاری متغیر مستقل و یکی از دو پیش شرط دیگر تجربی کامل
۳	پیش آزمایشی ^۳	به شرط تحقق تنها پیش شرط دست‌کاری متغیر مستقل

۲-۱۰. فرایند اجرای پژوهش آزمایشی

برای اجرای پژوهش آزمایشی باید مراحل به شرح جدول ۲-۱۰ را دنبال کرد.

جدول ۲-۱۰. فرایند اجرای پژوهش آزمایشی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و انتخاب طرح مناسب آزمایش
۲	نمونه‌گیری	نمونه‌گیری بر اساس طرح پژوهش منتخب
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری داده‌ها همراه با دستکاری متغیر مستقل و ثبت تغییرات متغیر وابسته
۴	تحلیل یافته‌ها	استفاده از انواع روش تحلیل یافته بر اساس طرح پژوهش آزمایشی منتخب
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

1. True Experimental
2. Quasi Experimental
3. Pre Experimental

همان‌طور که در فرایند اجرا مشاهده می‌شود، انتخاب نوع روش «کامل یا نیمه یا شبه» آزمایشی و طرح آزمایشی متناسب بسیار مهم است.

۱۰-۳. روش پژوهش آزمایشی کامل

در روش آزمایش حقیقی یا کامل، آزمودنی‌ها به صورت تصادفی به دو گروه آزمایشی و کنترل دسته‌بندی می‌شوند. در گروه آزمایشی یا تجربی، متغیر مستقل دست‌کاری می‌شود. درباره این طرح می‌توان به نمونه‌هایی مانند: طرح پیش‌آزمون-پس‌آزمون گروه کنترل، طرح استفاده از پس‌آزمون یا آزمون نهایی با گروه تجربی و طرح چهار گروهی سالومون اشاره کرد. در طرح پیش‌آزمون-پس‌آزمون گروه کنترل، هر دو گروه تجربی و کنترل در پیش‌آزمون شرکت می‌کنند. اما تنها در گروه تجربی متغیر مورد دست‌کاری قرار می‌گیرد و گروه کنترل از تأثیر آن دور نگاه داشته می‌شود. در پایان دوره دست‌کاری از هر دو گروه تجربی و کنترل پس‌آزمون به عمل می‌آید و هرگونه اختلاف بین گروه‌های تجربی و کنترل به دست‌کاری اعمال‌شده نسبت داده می‌شود.

برای نمونه با استفاده از دو گروه از دانش‌آموزان با انتخاب تصادفی، تأثیر محتوای یک فیلم آموزش ریاضی بر مهارت حل مسئله ریاضی مورد آزمون قرار می‌گیرد. برای این منظور ابتدا میزان مهارت حل مسئله ریاضی دو گروه به‌عنوان پیش‌آزمون اندازه‌گیری می‌شود. سپس یک گروه فیلم آموزش ریاضی را می‌بیند و گروه دیگر نمی‌بیند. سپس بار دیگر میزان مهارت حل مسئله ریاضی دو گروه اندازه‌گیری می‌شود و نتایج اندازه‌گیری دو گروه با هم مقایسه می‌شود. اگر گروهی که متغیر فیلم آموزشی بر آن وارد شده، از گروه دیگر بالاتر باشد و در مقایسه با پیش‌آزمون‌ها نیز این تغییرات معنی‌دار باشد، پس می‌توان با اطمینان نسبتاً بالایی به اثر فیلم آموزشی اشاره کرد.

پژوهش آزمایشی کامل یا حقیقی را می‌توان در طرح‌های مختلفی به شرح جدول ۱۰-۳ اجرا کرد.

جدول ۱۰-۳. انواع طرح‌های اجرای پژوهش آزمایشی کامل یا حقیقی

ردیف	انواع	مدل طرح
۱	پیش‌آزمون-پس‌آزمون با گروه کنترل	$\begin{array}{cccc} R & T1 & X & T2 \\ \dots\dots\dots & & & \\ R & T2 & & T2 \end{array}$
۲	پس‌آزمون با گروه کنترل	$\begin{array}{cccc} R & E & X & T1 \\ \dots\dots\dots & & & \\ R & C & - & T2 \end{array}$
۳	چهار گروهی سالومون	$\begin{array}{cccc} R & T1 & X & T2 \\ \dots\dots\dots & & & \\ R & T3 & - & T4 \\ \dots\dots\dots & & & \\ R & - & X & T5 \\ \dots\dots\dots & & & \\ R & - & - & T6 \end{array}$
۴	طرح‌های فاکتوریل	مستلزم تحلیل دو یا چند متغیر مستقل به‌عنوان عامل هستند که می‌توانند دو یا چند سطح داشته باشند

• منظور از R^1 انتخاب تصادفی نمونه‌ها یا گروهی از نمونه‌ها است.

- منظور از T^1 آزمون، مشاهده یا اندازه‌گیری است که روی نمونه‌ها انجام می‌شود. شماره‌هایی که بعد از هر T می‌آید نشان‌دهنده ترتیب انجام آزمون یا اندازه‌گیری است. گاهی به جای T از O^2 یا مشاهده استفاده می‌شود.
 - منظور از X دست‌کاری متغیر مستقل یا مداخله آزمایشی است که بر نمونه‌ها وارد یا اعمال می‌شود.
- استفاده از طرح چهارگروهی سولومون

هنگام استفاده از طرح چهارگروهی سالمون، آزمودنی‌های متجانس به روش تصادفی به چهار گروه تقسیم و دو گروه برای آزمایش و دو گروه برای کنترل یا گواه در نظر گرفته می‌شوند. سپس در یکی از گروه‌های آزمایش و کنترل پیش‌آزمون برگزار خواهد شد، در ادامه دو گروه آزمایش تحت تأثیر متغیر مستقل قرار می‌گیرند. سپس از همه گروه‌های چهارگانه آزمون به عمل می‌آید و نتایج از طریق تحلیل واریانس دو طرفه مقایسه می‌شود. برای مقایسه نتایج گروه‌های آزمایش و شاهد که از آن‌ها پیش‌آزمون گرفته شده، از تحلیل کوواریانس استفاده می‌شود.

۴-۱۰. روش پژوهش نیمه آزمایشی

در روش پژوهش نیمه آزمایشی یا نیمه تجربی آزمودنی‌ها به دو گروه کنترل و تجربی تقسیم می‌شوند اما این انتخاب مانند روش قبل، تصادفی صورت نمی‌گیرد. این روش از پژوهش آزمایشی کامل ضعیف‌تر است؛ اما زمانی که به دلیل محدودیت آزمودنی‌ها یا شرکت‌کنندگان امکان انتخاب تصادفی وجود ندارد، به عنوان گزینه اصلح مطرح می‌شود. در این نوع روش پژوهش هدف نزدیک شدن به پژوهش آزمایشی کامل است اما چون همه شرایط پژوهش فراهم نیست تنها یکی از پیش‌فرض‌های انتخاب تصادفی یا دو گروه آزمایش و کنترل رعایت می‌شود. بیشتر پژوهش‌هایی که هدف آن‌ها یافتن عوامل علی در زندگی واقعی و شرایط حقیقی است و در حین اجرا تنها کنترل تعدادی از متغیرها مقدور است، در این دسته قرار می‌گیرند.

پژوهش نیمه آزمایشی را می‌توان در طرح‌های مختلفی به شرح جدول ۴-۱۰ اجرا کرد.

جدول ۴-۱۰. انواع طرح‌های اجرای پژوهش نیمه آزمایشی

ردیف	انواع	مدل طرح
۱	گروه کنترل نابرابر	$\begin{array}{ccccc} T1 & X & T2 & & \\ \dots\dots\dots & & & & \\ & T1 & & T2 & \end{array}$
۲	پیش‌آزمون-پس‌آزمون با نمونه‌های مجزا	$\begin{array}{ccccc} R & T1 & X & - & \\ \dots\dots\dots & & & & \\ R & - & X & T2 & \end{array}$
۳	پس‌آزمون با دو گروه	$\begin{array}{ccccc} E & & X & T1 & \\ \dots\dots\dots & & & & \\ C & & & T2 & \end{array}$

۱۰-۵. روش پژوهش پیش آزمایشی

در روش پژوهش آزمایشی اساس کار بر کنترل و نظارت شدید از متغیرهای ناخواسته در مطالعه است. اما در طرح‌های آزمایشی مقدماتی یا پیش آزمایشی اصولاً کنترل و بازبینی این عوامل وجود ندارد. یا اگر وجود داشته باشد، بسیار ناچیز است. طرح‌های پیش آزمایشی فاقد دو عنصر اساسی لازم جهت دفع عوامل تهدیدکننده روایی درونی هستند. این دو عنصر شامل «عدم حضور گروه کنترل مناسب» و «عدم استفاده از روش آرایش تصادفی» است. در آن آزمودنی‌ها به صورت تصادفی انتخاب نمی‌شوند یا به گروه‌های مختلف دسته‌بندی نمی‌شوند. پژوهش پیش آزمایشی را می‌توان در طرح‌های مختلفی به شرح جدول ۱۰-۵ اجرا کرد.

جدول ۱۰-۵. انواع طرح‌های اجرای پژوهش پیش آزمایشی

ردیف	انواع	مدل طرح
۱	پس‌آزمون	X T2
۲	پیش‌آزمون-پس‌آزمون یک گروهی	T1 X T2
۳	سری‌های زمانی یک گروه با یک یا چند متغیر مستقل (اندازه‌گیری مکرر)	T1 T2 T3 T4 X T5 T6 T7 T8
۴	سری‌های زمانی دو یا چند گروهی	T1 T2 T3 X T4 T5 T6 T1 T2 T3 - T4 T5 T6

۱۰-۶. تشریح طرح‌های آزمایشی با نمونه

پژوهشگری قصد دارد به بررسی اثر آموزش مهارت‌های ارتباطی بر کارایی مهارت ارتباطی کارکنان یک سازمان بپردازد. طبق طرح، شما از افراد نمونه پژوهش می‌خواهید تا به پرسشنامه سنجش مهارت‌های ارتباطی پاسخ دهند (X₁). حالا کارگاه یک‌روزه آموزش مهارت‌های ارتباطی را توسط مدرس ذی‌ربط برگزار کرده و از افراد نمونه می‌خواهید که دوباره و بعد از برگزاری کارگاه، به پرسشنامه پاسخ دهند (X₂). اثر کارگاه آموزشی مهارت‌های ارتباطی بر روی کارکنان، از روی اختلاف میانگین نمره بعد از کارگاه و قبل از کارگاه به دست می‌آید (X₂ - X₁). برای نمونه:

- میانگین نمره مهارت‌های ارتباطی کارکنان، قبل از برگزاری کارگاه آموزشی برابر ۴۵/۵
- میانگین نمره مهارت‌های ارتباطی کارکنان، بعد از برگزاری کارگاه آموزشی برابر ۶۱
- اثر کارگاه آموزش مهارت‌های ارتباطی بر روی کارکنان را می‌توان با کم کردن دو عدد حساب کرد:

$$۶۱ - ۴۵/۵ = ۱۵/۵$$

این احتمال وجود دارد که شما متوجه مواردی شوید که در آن احساس کنید که بهبود مهارت‌های ارتباطی، صرفاً به دلیل برگزاری کارگاه آموزشی نیست. این احتمال وجود دارد که بهبود در اثر آشنایی با پرسشنامه باشد یا با نقل و انتقال تبعات احتمالی پاسخ‌ها به یکدیگر، پاسخ‌ها تغییر کرده باشند. یکی از راه‌های رفع این مشکل و شناسایی هرگونه متغیر اثرگذار غیر از متغیر اصلی: استفاده از گروه کنترل است.

در طرح جدید و برای کنترل متغیرهای مداخله‌گر، از دو گروه با انتخاب تصادفی و مقایسه آن‌ها با هم استفاده می‌شود. یک گروه در معرض متغیر مستقل قرار می‌گیرد (برای آن‌ها کارگاه آموزشی مهارت‌های ارتباطی برگزار

می‌شود) و گروه دیگر (گروه کنترل) در معرض متغیر مستقل قرار نمی‌گیرد. لذا در این شرایط اثر سایر متغیرهای مداخله‌گر مانند آشنایی با پرسشنامه یا نقل و انتقال تبعات احتمالی پاسخ‌ها به یکدیگر، حذف می‌شوند. در این طرح اندازه‌گیری متغیر وابسته (مهارت‌های ارتباطی کارکنان) در هر گروه، قبل از برگزاری کارگاه آموزشی (متغیر مستقل) صورت می‌گیرد (پیش‌آزمون). در مرحله بعد، برای یک گروه کارگاه آموزشی برگزار می‌شود و برای گروه دیگر برگزار نمی‌شود. در مرحله سوم، دوباره از طریق پرسشنامه، مهارت‌های ارتباطی کارکنان در هر دو گروه سنجش و داده‌ها جمع‌آوری می‌شود (پس‌آزمون). حالا می‌توان با اطمینان بیشتر و کنترل متغیرهای مداخله‌گر، اثر کارگاه آموزشی بر بهبود مهارت‌های ارتباطی کارکنان را تشخیص داد. در این طرح، گروه اول را اغلب به عنوان گروه آزمایش یا آزمون می‌نامیم، چراکه متغیر مستقل را در آن و بعد از پیش‌آزمون وارد کرده و بعد پس‌آزمون می‌گیریم و در نتیجه آن از اختلاف میانگین پیش‌آزمون و پس‌آزمون، اثر کارگاه آموزشی مهارت‌های ارتباطی، بدون توجه به متغیرهای مداخله‌گر به دست می‌آید $(X_1 - X_2)$.

گروه دوم به عنوان گروه کنترل است که در آن پیش‌آزمون، هم‌زمان با گروه گواه یا آزمایش برگزار می‌شود و بدون برگزاری کارگاه آموزش مهارت‌های ارتباطی (متغیر مستقل)، هم‌زمان پس‌آزمون را هم انجام می‌دهیم. اختلاف میانگین پس‌آزمون و پیش‌آزمون، سهم متغیرهای مداخله‌کننده، غیر از متغیر مستقل در پژوهش را مشخص می‌کند $(X_3 - X_4)$. بنابراین با این طرح ما می‌توانیم با دقت بیشتری نسبت به طرح قبل، اثر کارگاه آموزشی را در بهبود مهارت‌های ارتباطی تعیین می‌کند. برای نمونه:

۴۵/۵ = گروه آزمون = میانگین نمره مهارت‌های ارتباطی کارکنان، قبل از برگزاری کارگاه آموزشی
 ۶۱ = گروه آزمون = میانگین نمره مهارت‌های ارتباطی کارکنان، بعد از برگزاری کارگاه آموزشی
 ۴۲ = گروه کنترل = میانگین نمره مهارت‌های ارتباطی کارکنان (بار اول)
 ۴۹ = گروه کنترل = میانگین نمره مهارت‌های ارتباطی کارکنان (بار دوم)
 $(۴۹ - ۴۲) - (۶۱ - ۴۵/۵) = ۸/۵$ = اثر واقعی کارگاه آموزش مهارت‌های ارتباطی بر روی کارکنان
 سپس شما می‌توانید، نتایج دو گروه را برای هرگونه اختلاف معنی‌دار آزمون کنید (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۶).

۱۰-۷. شرایط استفاده از پژوهش آزمایشی

پژوهش‌های آزمایشی اغلب در موارد زیر در اولویت قرار می‌گیرد:

- زمانی که پژوهشگر به دنبال روابط علی باشد.
 - مشاهده یک عامل که همیشه به آثار مشابه منجر می‌شود.
 - مشخص شدن یک رابطه بزرگ و معنی‌دار بین متغیر مستقل و وابسته
- روش پژوهش آزمایشی امکان پیش‌بینی پدیده‌ها و تشریح انواع علت‌ها را فراهم می‌کند.

۸-۱۰. معیارهای لازم برای اثبات رابطه علت و معلولی در پژوهش آزمایشی

معیارهای لازم برای اثبات رابطه علت و معلولی در پژوهش آزمایشی یا شرایط لازم برای اثبات رابطه علی در جدول ۶-۱۰ ارائه شده است.

جدول ۶-۱۰. معیارهای لازم برای اثبات رابطه علت و معلولی در پژوهش آزمایشی

ردیف	معیارها	توضیح
۱	کوواریانس	با تغییر متغیر مستقل، متغیر وابسته نیز تغییر کند.
۲	ترتیب زمانی	متغیر مستقل، قبل از تغییر متغیر وابسته اتفاق افتاده باشد.
۳	جعلی نبودن	تغییرات به دلیل متغیرهای دیگری، غیر از متغیر مستقل نباشد.

برای مهار متغیر ناخواسته می توان از شیوه تحلیل کوواریانس استفاده کرد. در این شیوه داده های مربوط به متغیر ناخواسته و به دست آمده در مرحله قبل از اجرای آزمایش، در تحلیل نتایج مورد استفاده قرار می گیرد. برای نمونه توانایی پیشین کاربران را می توان با نمره های «پیش آزمون» مورد سنجش قرار داد و سرانجام نمره های به دست آمده از «پس-آزمون» را اندازه گیری و با کنترل متغیرهای ناخواسته در تحلیل نهایی دخالت داد (قربانی و حسن زاده، ۱۳۹۷). بررسی تفاوت ها در این رویکرد پژوهشی و استفاده از انواع طرح های پژوهشی با توجه به محورهایی به شرح جدول ۶-۱۰ صورت می گیرد.

جدول ۶-۱۰. محوره های اصلی در پژوهش آزمایشی و ایجاد انواع طرح های پژوهشی

ردیف	انواع	توضیح
۱	انتساب تصادفی	با تأکید بر دادن شانس مساوی در انتخاب هر یک از آزمودنی ها
۲	همتا کردن تصادفی	تأکید بر همگن کردن انتخاب های تصادفی در دو گروه آزمودنی و گواه
۳	تحلیل کوواریانس	برای مهار متغیر ناخواسته
۴	دو گروه کنترل و گواه	انتخاب یک گروه آزمودنی برای اجرای آزمایش و یک گروه برای کنترل

۹-۱۰. محل اجرای پژوهش آزمایشی

انواع طرح های پژوهش های آزمایشی می توانند در شرایط کنترل شده (آزمایشگاه) یا در محیط طبیعی (میدانی) انجام شوند. یکی از چالش های اصلی طرح های آزمایشگاهی این است که احتمال دارد، شرکت کنندگان با آگاهی از مورد بررسی بودن رفتار متفاوتی داشته باشند. این مسئله را می توان با جمع آوری اطلاعات از محیط طبیعی برطرف کرد. هرچند در این صورت، کنترل متغیرها سخت تر خواهد بود (جونز و گراتون، ۱۳۹۱).

۱۰-۱۰. ملاحظات نمونه گیری در روش پژوهش آزمایشی

نمونه گیری از گروه ها به ویژه در زمان استفاده از دو گروه «آزمایش و کنترل» بسیار مهم است. در این رابطه تصمیم گیری برای نمونه گیری از گروه ها به شکل های مختلفی قابل انجام است. نمونه گیری از جامعه مورد بررسی می تواند از انواع نمونه گیری های تصادفی و غیر تصادفی باشد. کاهش خطاهای نمونه گیری برای رسیدن به نتایج معتبر از آزمایش بسیار حیاتی است. بر این اساس تلاش می شود تا با توجه به شرایط پژوهشگر، از انواع نمونه گیری های معرفی شده با خطای

کمتر و قدرت تعمیم بیشتر استفاده شود. انتخاب روش نمونه‌گیری و تعداد نمونه مکفی در طراحی منتخب برای اجرای روش پژوهش آزمایشی بسیار مهم هستند.

تعداد نمونه‌های مکفی برای تعمیم به جامعه وسیع‌تر از قواعد معمول تبعیت می‌کند اما در پژوهش آزمایشی با توجه به دشواری کنترل متغیرها اغلب از تعداد نمونه کمتری نسبت به مطالعات پیمایشی استفاده می‌شود. در مواردی به دلیل دشواری کار به حداقل نمونه لازم برای استنباط و تعمیم به جامعه بسنده می‌شود. معمولاً حداقل حجم نمونه در تحقیقات آزمایشی ۱۵ نفر است.

روش پژوهش پیمایشی

هدف کلی: آشنایی با فرایند اجرای پژوهش پیمایشی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم پژوهش پیمایشی و انواع آن
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در پژوهش پیمایشی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در پژوهش پیمایشی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در پژوهش پیمایشی
- آشنایی با ملاحظات مدل‌سازی معادله ساختاری در پژوهش پیمایشی

مقدمه

مسیر اجرای پژوهش پیمایشی از بالاترین فراوانی استفاده در علوم انسانی برخوردار است. در این مسیر اجرا با استفاده از انواع ابزارها، به‌ویژه پرسشنامه نسبت به جمع‌آوری داده‌ها به‌صورت میدانی اقدام می‌شود. در این فصل به جزئیات روش پژوهش پیمایشی پرداخته خواهد شد.

۱-۱۱. مفهوم پژوهش پیمایشی

روش پژوهش پیمایش اغلب بیشترین فراوانی را در پژوهش‌های علوم انسانی دارد. این مسیر اجرا هم در پژوهش‌های کمی و هم در پژوهش‌های کیفی مطرح می‌شود. تأکید مفهوم اولیه آن بر جمع‌آوری داده با ابزارهای مختلف به‌صورت میدانی است. باوجود این‌که در این روش «پرسشنامه» بیشترین کاربرد را برای جمع‌آوری داده‌ها دارد اما از فنون دیگری مانند مصاحبه هم می‌توان برای آن استفاده کرد. حتی در برخی منابع به جمع‌آوری اطلاعات از اسناد هم نوعی پیمایش اسنادی معرفی شده است. بنابراین روش پیمایش را می‌توان با جمع‌آوری داده‌های کمی، کیفی و ترکیبی به شرح جدول ۱-۱۱ انجام داد.

جدول ۱-۱۱. انواع داده‌ها در پژوهش پیمایشی

ردیف	انواع	توضیح
۱	کمی	استفاده از پرسشنامه‌های بسته
۲	کیفی	استفاده از پرسشنامه‌های باز
۳	ترکیبی	استفاده از پرسشنامه‌های نیمه ساختاریافته یا توالی انجام ابتدا پیمایش کیفی و سپس کمی یا برعکس

این داده‌ها اغلب مربوط به «دیدگاه‌ها، باورها، نظرات، رفتارها یا مشخصات گروهی» جامعه یا نمونه موردبررسی است. پیمایش به‌عنوان فرایندی پژوهشی اغلب به‌دنبال جمع‌آوری داده‌ها درباره جامعه موردبررسی در زمینه موضوعاتی چون «چه می‌دانند؟ به چه فکر می‌کنند؟ چه کاری انجام می‌دهند؟ و امثال آن» است. پژوهش‌های پیمایشی می‌توانند با رویکردهای «توصیف، تبیین و کشف» به شرح جدول ۱-۲ باشند.

جدول ۱-۲. انواع رویکردها پژوهش پیمایشی

ردیف	انواع	توضیح
۱	توصیف	تأکید بر چگونگی یا توصیف یک پدیده یا رفتار در جامعه خاص و به کمک پرسش‌هایی مانند «چگونه، چه کسی، چه چیزی، کجا، چه مقدار، چه تعداد و امثال آن»
۲	تبیین	تأکید بر بیان علل، دلایل یا چرایی پدیده‌ها یا رفتارها به کمک پرسش‌هایی مانند «چرا؟ به چه دلیل؟ برای چه؟ و امثال آن»
۳	کشف	دستیابی به شناخت پدیده یا رفتار و افزایش آگاهی و دانش پیرامون آن

با توجه به اینکه اغلب مسیرهای اجرای «پژوهش کیفی» با اسامی خاص خود مطرح می‌شوند، در این کتاب و برای گزارش روش پژوهش در «پایان‌نامه و رساله» در شرایط «استفاده از پرسشنامه و برای دستیابی به داده‌هایی از یک یا چند متغیر از جامعه یا نمونه‌های بزرگ» مورد تأکید قرار می‌گیرد. با این رویکرد اغلب روش پیمایش به‌عنوان یکی از مسیرهای اجرای پژوهش توصیفی مطرح می‌شود. راهبرد پژوهش‌های توصیفی «جمع‌آوری کمی داده‌ها، بدون دستکاری متغیر مستقل» است. با این رویکرد مسیر اجرای پیمایش کمی در قالب الگوهای مشخصی سامان‌دهی می‌شود.

۲-۱۱. الگوهای اجرایی پیمایش کمی

پیمایش کمی را می‌توان با الگوهای اجرایی متعددی در اجرای پژوهش به شرح جدول ۱۱-۳ سامان‌دهی کرد.

جدول ۱۱-۳. انواع الگوهای سامان‌دهی پیمایش کمی

ردیف	انواع	توضیح
۱	علی-مقایسه‌ای	یا پس‌رویدادی برای شناخت علل یا چرایی یک پدیده یا رفتار در گذشته بدون دست‌کاری متغیر
۲	مقایسه	انجام مقایسه بین دو پدیده یا رفتار و شناسایی تفاوت‌ها یا شباهت‌های میان آن‌ها
۳	نظرسنجی و افکار سنجی	برای شناخت و توصیف افکار عمومی یا سنجش روحیه کارکنان و نوع نگرش مخاطبان و مشتریان
۴	همبستگی	شامل الف) همبستگی ساده «یا نشان‌دهنده وجود رابطه دال بر چگونگی افزایش یا کاهش یک متغیر با توجه به افزایش یا کاهش متغیر دیگر»، ب) رگرسیون «یا پیش‌بینی یک متغیر از روی یک متغیر دیگر بر مبنای رابطه»، ج) تحلیل مسیر «یا بررسی روابط علی بین متغیرها مانند مدل‌یابی معادله ساختاری»
۵	ارزشیابی	ارزشیابی افراد، سازمان، کالا یا خدمات

در روش علی-مقایسه‌ای پژوهشگر سعی دارد تا با بررسی اتفاقات، اثر متغیری را که قبلاً تغییر کرده، شناسایی کند. درواقع پژوهشگر بدون دست‌کاری متغیر مستقل، اثر آن را بر متغیر وابسته بررسی می‌کند. به عبارت دیگر پژوهش علی - مقایسه‌ای گذشته‌نگر است و سعی دارد تا از معلول، علت احتمالی را شناسایی کند. برای نمونه به منظور شناسایی علل احتمالی شکست تیم فوتبال یک باشگاه می‌توان از این روش استفاده کرد. به آن پس‌رویدادی هم می‌گویند زیرا علت و معلول (متغیر مستقل و وابسته) پس از وقوع موردبررسی قرار می‌گیرد. این روش در موارد قابل دستکاری نبودن متغیر مستقل توسط پژوهشگر، مانند «جنسیت» یا «طبقه اجتماعی گروه‌های موردبررسی» مفید است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود با الگوهای متعددی می‌توان مسیر اجرای پیمایش کمی را اجرا کرد. بنابراین بهتر است هنگام معرفی روش پیمایش در گزارش پژوهش به الگوی سامان‌دهی موردنظر نیز اشاره شود. یعنی بعد از معرفی روش پیمایش به الگوی سامان‌دهی آن و یکی از موارد «علی-مقایسه‌ای»، «مقایسه»، «نظرسنجی و افکارسنجی»، «همبستگی» یا «ارزشیابی» اشاره شود.

مهم‌ترین تفاوت روش پژوهش پیمایشی با روش پژوهش «مطالعه موردی» در آن است که در مطالعه موردی تنها یک واحد تحلیل وجود دارد و تمام داده‌ها برای همان «یک مورد» جمع‌آوری می‌شود و چون مورد دیگری وجود ندارد، برای فهم رفتار و گرایش‌های آن مورد، از مقایسه نمی‌توان بهره گرفت.

۳-۱۱. فرایند اجرای پژوهش پیمایشی

مراحل اجرای پژوهش پیمایشی به شرح جدول ۱۱-۴ است.

جدول ۱۱-۴. فرایند اجرای پژوهش پیمایشی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	نمونه‌گیری با توجه به انتخاب الگوی سامان‌دهی
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری داده‌های پژوهشی از نمونه‌ها
۴	تحلیل یافته‌ها	تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

۱۱-۴. ملاحظات نمونه‌گیری در پژوهش پیمایشی

پیمایش اغلب با هدف شناخت یک پدیده یا رفتار در جامعه آماری خاصی است. در پیمایش جامعه آماری شامل کلیه افرادی است که در یک مقیاس جغرافیایی مشخص دارای یک یا چند صفت مشترک باشند. پژوهشگر با استفاده از انواع نمونه‌گیری احتمالی و غیراحتمالی بسته به شرایط و هدف پژوهش، کار پیمایش را انجام می‌دهد. برای انتخاب افراد نمونه از جامعه به صورت احتمالی یا تصادفی از یکی از سه روش «قرعه‌کشی»، جدول اعداد تصادفی یا روش منظم» استفاده می‌شود. برای روش‌های برآورد حجم نمونه یا کفایت نمونه مورد پیمایش از چهار روش اصلی به شرح جدول ۱۱-۵ استفاده می‌شود.

جدول ۱۱-۵. انواع روش‌های برآورد حجم نمونه

ردیف	انواع	توضیح
۱	تمام شمار یا سرشماری	انتخاب تمام جامعه
۲	جداول ویژه	جداول ویژه تعیین اندازه مناسب نمونه مانند جدول مورگان
۳	الگوبرداری از مطالعات مشابه	به‌ویژه مطالعات با خطای نمونه‌گیری کنترل شده
۴	فرمول‌های مخصوص	استفاده از انواع فرمول برای تعیین اندازه نمونه مناسب
۵	تخمین پژوهشگر	بر اساس حجم و اندازه جامعه، میزان تجانس جامعه یا پراکندگی صفت یا صفات جامعه، امکانات، مقدرات و زمان

در جدول ۱۱-۶ یک نمونه از جداول تعیین حجم نمونه در سطوح اطمینان مختلف را ملاحظه می‌کنید (اندرو و همکاران، ۲۰۱۱).

جدول ۱۱-۶. حجم نمونه برای سه سطح دقت

حجم نمونه با سطوح دقت			اندازه جامعه
۱۰٪	۷٪	۵٪	
۵۱	۶۷	۸۱	۱۰۰
۵۶	۷۸	۹۶	۱۲۵
۶۱	۸۶	۱۱۰	۱۵۰
۶۴	۹۴	۱۲۲	۱۷۵
۶۷	۱۰۱	۱۳۴	۲۰۰
۷۰	۱۰۷	۱۴۴	۲۲۵
۷۲	۱۱۲	۱۵۴	۲۵۰
۷۴	۱۱۷	۱۶۳	۲۷۵
۷۶	۱۲۱	۱۷۲	۳۰۰
۷۷	۱۲۵	۱۸۰	۳۲۵
۷۸	۱۲۹	۱۸۷	۳۵۰
۸۰	۱۳۲	۱۹۴	۳۷۵
۸۱	۱۳۵	۲۰۱	۴۰۰
۸۲	۱۳۸	۲۰۷	۴۲۵
۸۲	۱۴۰	۲۱۲	۴۵۰
۸۳	۱۴۵	۲۱۵	۵۰۰
۹۱	۱۶۹	۲۸۶	۱۰۰۰
۹۸	۱۹۶	۳۷۰	۵۰۰۰
۹۹	۲۰۰	۳۸۵	۱۰۰۰۰

در استفاده از جداول باید دقت شود که کاربرد آن‌ها بیشتر در نمونه‌گیری‌های ساده و نظام‌مند است که در آن‌ها همگنی حداقل و توزیع بهنجار وجود داشته باشد. در سایر موارد به تناسب حجم نمونه باید افزایش یابد. یکی دیگر از جداول معروف در این حوزه جدول مورگان است که تعداد نمونه مکفی برای تعمیم به جامعه را بر اساس تعداد جامعه و در سطح ۰/۰۵ به شرح جدول ۱۱-۷ معرفی می‌کند. نسبت تغییرپذیری ۰/۰۵ نشان‌دهنده حداکثر تغییرپذیری در جامعه است. بنابراین از این میزان تغییرپذیری به صورت محافظه کارانه‌ای برای تعیین حجم نمونه استفاده می‌شود. برای نمونه در صورت وجود «جامعه ۳۰۰ تایی»، پژوهشگر بر اساس جدول و با در نظر گرفتن سطح دقت ۵ درصد با سطح اطمینان ۹۵ درصد و ۰/۰۵ درجه تغییرپذیری، به اندازه نمونه حداقل ۱۶۹ مورد برای کافی بودن، نیاز دارد.

جدول ۱۱-۷. جدول مورگان برای برآورد اندازه مناسب نمونه از جامعه

نمونه	جامعه	نمونه	جامعه	نمونه	جامعه	نمونه	جامعه	نمونه	جامعه
۳۳۸	۲۸۰۰	۲۶۰	۸۰۰	۱۶۲	۲۸۰	۸۰	۱۰۰	۱۰	۱۰
۳۴۱	۳۰۰۰	۲۶۵	۸۵۰	۱۶۵	۲۹۰	۸۶	۱۱۰	۱۴	۱۵
۳۴۶	۳۵۰۰	۲۶۹	۹۰۰	۱۶۹	۳۰۰	۹۲	۱۲۰	۱۹	۲۰
۳۵۱	۴۰۰۰	۲۷۴	۹۵۰	۱۷۵	۳۲۰	۹۷	۱۳۰	۲۴	۲۵
۳۵۴	۴۵۰۰	۲۷۸	۱۰۰۰	۱۸۱	۳۴۰	۱۰۳	۱۴۰	۲۸	۳۰
۳۵۷	۵۰۰۰	۲۸۵	۱۱۰۰	۱۸۶	۳۶۰	۱۰۸	۱۵۰	۳۲	۳۵
۳۶۱	۶۰۰۰	۲۹۱	۱۲۰۰	۱۹۱	۳۸۰	۱۱۳	۱۶۰	۳۶	۴۰
۳۶۴	۷۰۰۰	۲۹۷	۱۳۰۰	۱۹۶	۴۰۰	۱۱۸	۱۷۰	۴۰	۴۵
۳۶۷	۸۰۰۰	۳۰۲	۱۴۰۰	۲۰۱	۴۲۰	۱۲۳	۱۸۰	۴۴	۵۰
۳۶۸	۹۰۰۰	۳۰۶	۱۵۰۰	۲۰۵	۴۴۰	۱۲۷	۱۹۰	۴۸	۵۵
۳۷۰	۱۰۰۰۰	۳۱۰	۱۶۰۰	۲۱۰	۴۶۰	۱۳۲	۲۰۰	۵۲	۶۰
۳۷۵	۱۵۰۰۰	۳۱۳	۱۷۰۰	۲۱۴	۴۸۰	۱۳۶	۲۱۰	۵۶	۶۵
۳۷۷	۲۰۰۰۰	۳۱۷	۱۸۰۰	۲۱۷	۵۰۰	۱۴۰	۲۲۰	۵۹	۷۰
۳۷۹	۳۰۰۰۰	۳۲۰	۱۹۰۰	۲۲۶	۵۵۰	۱۴۴	۲۳۰	۶۳	۷۵
۳۸۰	۴۰۰۰۰	۳۲۲	۲۰۰۰	۲۳۴	۶۰۰	۱۴۸	۲۴۰	۶۶	۸۰
۳۸۱	۵۰۰۰۰	۳۲۷	۲۲۰۰	۲۴۲	۶۵۰	۱۵۲	۲۵۰	۷۰	۸۵
۳۸۲	۷۵۰۰۰	۳۳۱	۲۴۰۰	۲۴۸	۷۰۰	۱۵۵	۲۶۰	۷۳	۹۰
۳۸۴	۱۰۰۰۰۰	۳۳۵	۲۶۰۰	۲۵۴	۷۵۰	۱۵۹	۲۷۰	۷۶	۹۵

این موارد پیشنهادی برای کفایت حجم نمونه، حداقل نمونه موردنیاز در محدوده خطای پذیرفته شده هستند. بنابراین باید نمونه تا حدی افزایش یابد تا حداقل سطح دقت پنج درصد یا سطح اطمینان ۹۵ درصد برای تعمیم نتایج به جامعه وجود داشته باشد. حداقل حجم نمونه برای انواع پژوهش‌های پیمایشی کمی در جدول ۱۱-۸ ارائه شده است.

جدول ۱۱-۸. حداقل حجم نمونه برای انواع روش‌های برآورد حجم نمونه

ردیف	انواع	تعداد
۱	علی-مقایسه ای	۳۰ نفر
۲	همبستگی	۳۰ نفر
۳	نظرسنجی و افکار سنجی	۱۰۰ نفر
۴	رگرسیون خطی چندگانه	۵۰ نفر به اضافه ۱۰ نفر برای هر متغیر مستقل
۵	در نمونه‌گیری طبقه‌ای	بین ۲۰ تا ۵۰ نفر برای هر طبقه

۱۱-۵. جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش پیمایشی

در پیمایش «داده‌ها» می‌تواند به صورت «نوشتن یا پاسخ شفاهی» در شرایط متعدد حضوری، تلفنی یا فضای مجازی جمع‌آوری شود (جدول ۱۱-۹). جمع‌آوری اطلاعات گاهی به این صورت است که خود فرد به صورت نوشتاری به سؤالات پاسخ می‌دهد و گاهی محقق سؤالات را می‌پرسد و پاسخ‌ها را ثبت می‌کند (مصاحبه با جمع‌آوری کمی داده‌ها).

جدول ۱۱-۹. انواع روش‌های جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش پیمایشی

ردیف	انواع	توضیح
۱	حضوری	حضور فیزیکی پاسخ‌دهنده با امکان پاسخ به پرسشنامه به صورت نوشتاری (پرسشنامه کاغذی) یا شفاهی
۲	تلفنی	پرسش سؤالات پرسشنامه و ثبت پاسخ‌ها توسط مصاحبه‌کننده
۳	فضای مجازی	پرسشنامه‌ها به صورت الکترونیک در اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و امثال آن در اختیار پاسخ‌دهنده قرار می‌گیرد.

گاهی پیمایش تلفنی به‌ویژه در مصاحبه‌های کوتاه کمتر از ۱۰ دقیقه‌ای مفید است زیرا احتمال پاسخگویی را کاهش می‌دهد. پیمایش‌های کاغذی یا شکل خواندنی و پاسخ‌دادنی توسط پاسخ‌دهنده، برای زمانی مؤثر است که پاسخ‌دهنده از سطح سواد و میزان درک مناسب سؤالات برخوردار باشد. باید به این نکته توجه داشت که پرسشنامه‌ها باید تا حد ممکن روشن و واضح باشند. پیمایش از طریق فضای مجازی برای جامعه یا نمونه‌ای مناسب است که به اینترنت و فضای مجازی دسترسی داشته باشند.

۱۱-۶. تهیه پرسش‌های پیمایش

در فرایند پیمایش تهیه پرسش‌ها از گام‌های کلیدی است. کیفیت پرسش‌ها برای جمع‌آوری داده‌های موردنظر، اهمیتی فراتر از سایر بخش‌های فرایند پیمایش دارد. پرسش‌های پیمایش در الگوهای مختلفی چون «باز، بسته، نیمه ساختاریافته» تهیه می‌شود که بیشتر پژوهش‌ها با پرسش‌های بسته از پاسخگویان می‌خواهند که از مجموعه‌ای مشخص از پاسخ‌ها، یکی را انتخاب کنند. انواع پرسش‌های بسته می‌تواند به شکل‌های «چند انتخابی، بلی - خیر و با انواع مقیاس درجه‌بندی عددی» باشد. در پرسش‌های باز از پاسخ‌دهنده می‌خواهند که به زبان خود و هرچقدر که می‌خواهد پاسخ بدهد. انواع این پرسش‌ها «پُرکردنی، پاسخ‌های کوتاه، مقاله، توضیح و تشریح» هستند.

استفاده از پرسش‌های بسته در پیمایش‌های سازمانی بسیار مطلوب و جذاب هستند. پاسخ‌دهندگان به سرعت و به راحتی می‌توانند به پرسش‌های بسته پاسخ دهند و در زمان صرفه‌جویی کنند و از طرفی دامنه پاسخ‌های مربوط به اهداف پیمایش را محدود کرده و الگوی واحدی را در اختیار همه قرار می‌دهند. پرسش‌های بسته به پاسخگویان این امکان را می‌دهد تا به خوبی پرسش‌ها را تفسیر کنند و به آن‌ها پاسخ دهند.

۱۱-۷. ملاحظات اجرای پژوهش پیمایشی با رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری

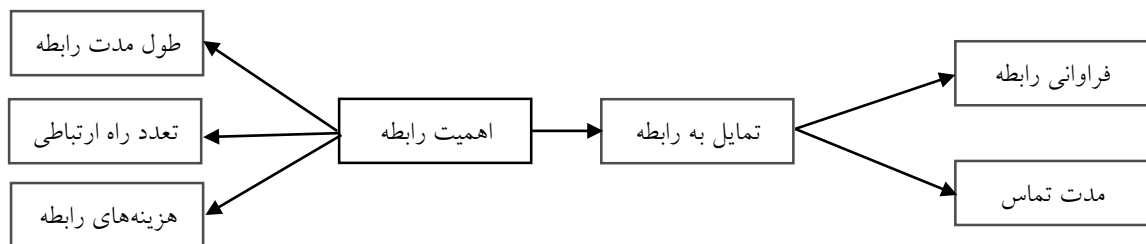
مراحل سامان‌دهی پژوهش پیمایشی بر اساس «مدل‌سازی معادله ساختاری» را می‌توان در جدول ۱۱-۱۰ مرور کرد.

جدول ۱۱-۱۰. مراحل سامان‌دهی پژوهش پیمایشی با مدل‌سازی معادله ساختاری

ردیف	مراحل	توضیح
۱	توسعه مدل	رسم چهارچوب مفهومی یا مدل نظری با نمایش روابط بین متغیرها
۲	ترسیم نمودار	رسم گرافیکی ارتباطات منسجم میان متغیر و شاخص‌های اندازه‌گیری بر اساس فرضیه‌ها
۳	ارزیابی مدل اندازه‌گیری	تشخیص اینکه آیا داده‌ها مفهوم‌سازی انجام‌شده را تأیید می‌کنند؟
۴	ارزیابی مدل ساختاری	آزمون مدل نهایی و تأیید آن یا ارائه مدل جایگزین

برای انجام نخستین گام و توسعه مدل باید بر اساس مطالعات عمیق پیشینه و مبانی نظری به رسم چهارچوب مفهومی یا مدل نظری پرداخت که در آن روابط بین متغیرها و شاخص‌های آن قابل مشاهده باشد. این روابط مبتنی بر فرضیه‌هایی است که با توجه به مطالعات نظری یا شواهد تجربی شکل گرفته باشند. مرحله نخست این نوع مطالعه بسیار مهم و تعیین‌کننده است زیرا تجزیه و تحلیل‌های بعدی تا حد زیادی به مفهوم‌سازی صحیح این مرحله متکی است.

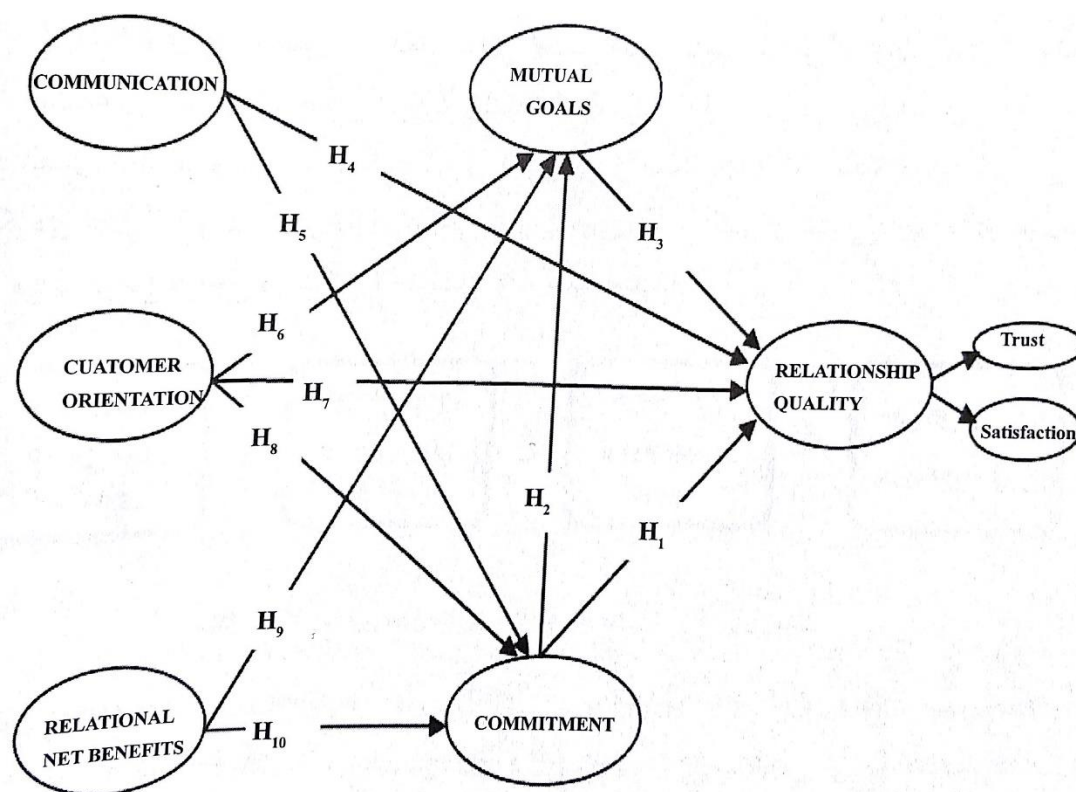
برای اجرای این نوع پژوهش حداقل به دو متغیر یا سازه با ابعاد مشخص نیاز است که همبستگی آن‌ها از طریق مطالعات نظری یا شواهد تجربی به عنوان یک فرضیه یا حدس منطقی قابل طرح باشد. یکی از مبنای استفاده از این رویکرد وجود «متغیرهای مکنون» یا «متغیرهای بدون امکان سنجش مستقیم» است. در شرایط وجود «متغیر مکنون» در پژوهش، دیگر امکان استفاده از روش‌های کلاسیک تجزیه و تحلیل آماری مانند رگرسیون وجود ندارد. برای این منظور ابعاد قابل سنجش مستقیم سازه‌ها یا متغیرهای مکنون، مورد اندازه‌گیری قرار می‌گیرند. شکل ۱۱-۱ نمونه‌ای با دو متغیر مکنون یا دو سازه را با ابعاد قابل سنجش آن‌ها نشان می‌دهد. برای سنجش و اندازه‌گیری متغیر مکنون «تمایل به رابطه» از برخی شاخص‌های قابل اندازه‌گیری یا «متغیرهای آشکار» مانند «فراوانی رابطه و مدت تماس» استفاده شده است.



شکل ۱۱-۱. نمونه الگوی مفهومی با وجود متغیر مکنون

در این شرایط بهتر است پیمایش با «مدل‌سازی معادله ساختاری یا SEM» به عنوان یک روش آماری سامان‌دهی شود. در این روش ترکیبی از «تحلیل عامل از منظر تأییدی» و «مدل‌سازی اقتصادسنجی» وجود دارد. این روش به کمک نرم‌افزارهای آماری مانند لیزرل به صورت هم‌زمان به برآورد تعدادی از متغیرهای مکنون و آشکار با معادله‌ای به هم پیوسته می‌پردازد. به این ترتیب اگر متغیرهای مستقل و وابسته در مدل وجود داشته باشد، هم‌زمان اثرگذاری‌های مستقیم، غیرمستقیم و کلی محاسبه می‌شود. در مدل‌سازی معادله ساختاری، مدل آماری از طریق تحلیل هم‌زمان تمامی متغیرها به منظور تعیین «نیکویی برازش» یا تناسب بین مدل با داده‌ها آزمون می‌شود (ویرا، ۱۳۹۳).

در مرحله دوم ترسیم نمودار در پیش فرض‌های نرم‌افزار صورت می‌گیرد. بر اساس مدل مفهومی که در مرحله اول شکل گرفت و بر اساس فرضیه‌های تعیین‌شده در آن می‌توان نموداری مانند شکل ۱۱-۲ در نرم‌افزار ایجاد کرد (ویرا، ۱۳۹۳).



شکل ۱۱-۲. یک نمونه نمودار ترسیم‌شده برگرفته از یک مدل مفهومی و فرضیه‌ها

در شکل ۱۱-۲ هر یک از فلش‌های برقرارکننده ارتباط بین متغیرها نشان‌دهنده یک فرضیه هستند که برخی از این فرضیه‌ها در جدول ۱۱-۱ معرفی شده‌اند.

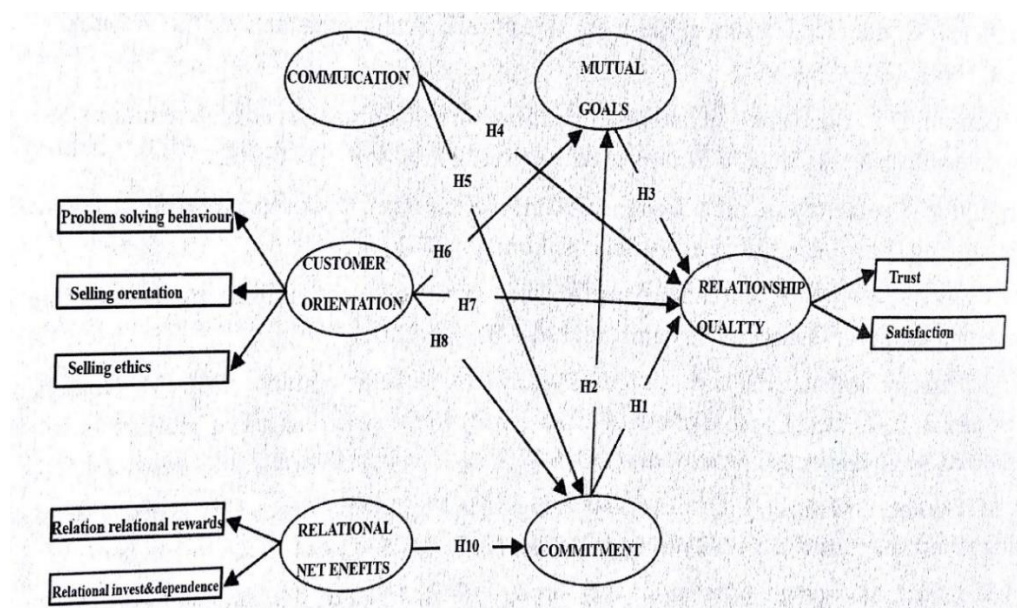
جدول ۱۱-۱. انواع فرضیه‌های نمونه مدل مفهومی برای ترسیم نمودار گرافیکی مورد اشاره

ردیف	شماره فرضیه	فرضیه
۱	H1	تعهد بر کیفیت رابطه اثر دارد.
۲	H2	تعهد بر اهداف دوجانبه اثر دارد.
۳	H3	اهداف دوجانبه بر کیفیت رابطه اثر دارد.
۴	...	...

مدل ارائه‌شده دارای سه متغیر برون‌زا (ارتباطات، مشتری‌مداری و منافع اصلی رابطه) و سه متغیر درون‌زا (تعهد، اهداف دوجانبه و کیفیت رابطه) است. متغیرهای برون‌زا، به‌عنوان متغیر مستقل بر دیگر متغیرها اثر می‌گذارند و متغیر درون‌زا در مواردی به‌طور هم‌زمان به‌عنوان متغیر وابسته و متغیر مستقل عمل می‌کنند و ضمن اثرپذیری از برخی متغیرها، هم‌زمان بر متغیرهای دیگر اثر خواهند داشت. در مثال مورد اشاره متغیرهای مکنون درون‌زای «تعهد و اهداف دوجانبه» به‌طور هم‌زمان «نقش متغیر مستقل و وابسته» دارند. همچنین متغیر مکنون و درون‌زای «کیفیت رابطه» به‌عنوان «سازه یا متغیر مرکزی» شناخته می‌شود زیرا در ارتباط با متغیرهای مکنون «ارتباطات، تعهد و مشتری‌مداری» به‌عنوان

«دترمینان‌های مستقیم و غیرمستقیم» و برای متغیر «منافع اصلی رابطه» به عنوان «دترمینان غیرمستقیم» و برای متغیر «اهداف دوجانبه» به عنوان دترمینان مستقیم عمل می‌کند. در این مدل متغیرهای مکنون «تعهد و اهداف دوجانبه» به عنوان «متغیر میانجی یا تعدیل‌کننده اثرات دیگر متغیرها» هستند. متغیرهای «ارتباطات، مشتری مداری و منافع اصلی رابطه» بر کیفیت رابطه به عنوان واسطه‌های اولیه اثر دارند اما واسطه‌های بعدی تأثیر متغیرهای «مشتری مداری، منافع اصلی رابطه و تعهد» را بر کیفیت رابطه تعدیل می‌کنند (ویرا، ۱۳۹۳).

پیش از ورود به گام سوم یا مرحله جمع‌آوری داده‌ها و ارزیابی مدل اندازه‌گیری باید ملاحظاتمانند نرمال بودن داده‌ها را موردتوجه قرار داد. پس از ارزیابی و تحلیل مدل اندازه‌گیری، ساختار مدل برای انجام آزمون نهایی می‌شود. در این گام یا ارزیابی مدل مشخص می‌شود که آیا داده‌ها، مفهوم‌سازی انجام‌شده بر مبنای مدل را تأیید می‌کنند. برای این امر باید به مواردی به چون «ارزیابی علائم پارامترهای مربوطه» و «معنی دار بودن رابطه‌های مفروض» حاصل از خروجی نرم‌افزار توجه داشت. برای نمونه در مثال قبل، ساختار مدل پیشنهادی کیفیت رابطه به شکل ۱۱-۳ نهایی می‌شود.



شکل ۱۱-۳. نمونه تغییرات در رسم گرافیکی مدل پس از ارزیابی مدل

در مرحله چهارم و گام نهایی مدل ساختاری پیشنهادی ارزیابی می‌شود و یا این مدل تأیید خواهد شد یا نرم-افزارهای آماری مدل جایگزینی را پیشنهاد خواهند داد.

۱. دترمینان، در جبر خطی به تابعی گفته می‌شود که هر ماتریس مربعی را به یک عدد نسبت می‌دهد. دترمینان بیشتر برای تعیین معکوس ماتریس‌ها استفاده می‌شود، به طوری که اگر دترمینان ماتریسی مخالف صفر باشد، آنگاه آن ماتریس معکوس پذیر است. از این رو از طریق دترمینان می‌توان مقادیر ویژه یک ماتریس یا به عبارت بهتر یک نگاشت خطی را تعیین کرد.

روش پژوهش

گرانددتئوری یاداده بنیاد

هدف کلی: آشنایی با فرایند اجرای پژوهش گراندد تئوری

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش گراندد تئوری و انواع آن
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در گراندد تئوری
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در گراندد تئوری
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در گراندد تئوری
- آشنایی با روش‌های تعیین اعتبار نتایج در گراندد تئوری

مقدمه

گراندد تئوری یک روش کیفی و مبتنی بر جمع‌آوری داده‌ها با ابزارهای مختلفی است که امروز توجه زیادی را از سوی پژوهشگران به‌سوی خود جلب کرده است. در این فصل فرایند اجرا پژوهش به روش گراندد تئوری مورد بحث قرار می‌گیرد.

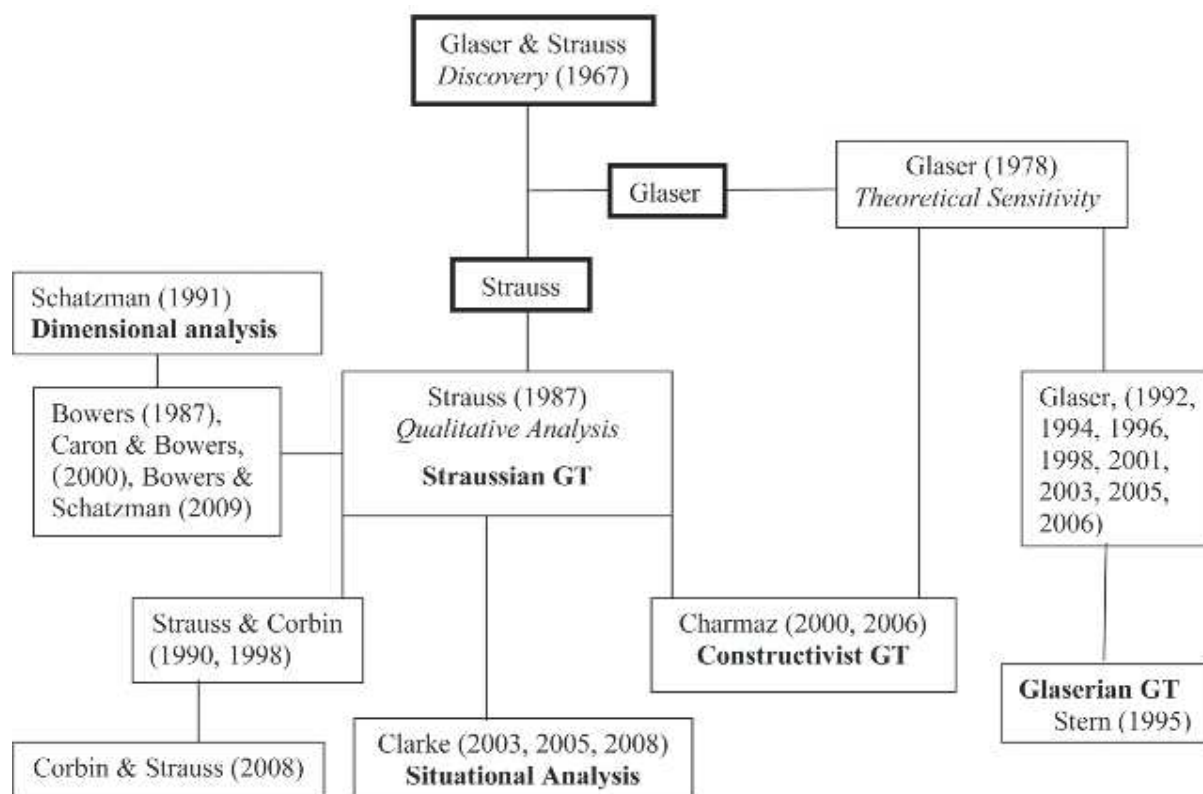
۱-۱۲. مفهوم روش پژوهش گراندد تئوری^۱

در منابع فارسی واژه گراندد تئوری به شکل‌های مختلفی چون «نظریه بنیادی، نظریه زمینه‌ای، نظریه مبنایی، نظریه داده محور، نظریه‌پردازی داده بنیاد، نظریه مفهوم‌سازی بنیادی، رویش نظریه، نظریه برخاسته از داده و دُردی‌کشی نظریه» ترجمه شده است. به دلیل فقدان توافقی جامع میان مترجمان و برای جلوگیری از هرگونه ابهام در این کتاب از عنوان «گراندد تئوری» استفاده می‌شود.

روش گراندد تئوری برخلاف دیگر پژوهش‌ها به‌جای شروع با اتکا بر نظریه‌های موجود بر تدوین «نظریه و فرضیه» توسط پژوهشگر اتکا می‌کند (شرفی و عباسپور، ۱۳۹۴). واژه Grounded بر آن تأکید دارد که هر نظریه و گزاره تدوین شده با این روش، بر اساس «زمینه‌ای مستند از داده‌های واقعی» بنیان نهاده شده است. روش گراندد تئوری برای موارد «نبود پژوهش جامع در زمینه‌ای خاص و ضعف دانش در آن زمینه» مناسب است (دانایی‌فرد و امامی، ۱۳۸۶). با این روش «نظریه» به کمک استدلال استقرایی از «تجارب زندگی روزمره، مراودات، مستندات، ادبیات و مشاهدات» استخراج می‌شود (مایان^۲، ۲۰۰۱). این روش می‌تواند منبعی ارزشمند برای جمع‌آوری اطلاعاتی عمیق در مرحله کیفی و جهت‌دهی پژوهش در مرحله کمی باشد (اشتراوس و کوربین^۳، ۱۹۹۰). این روش کیفی مانند عکس‌برداری به‌وسیله دوربینی با عدسی‌های متعدد است. ابتدا با عدسی واید یا پوشش‌دهنده وسیع، تصویری بزرگ و کلی از میدان و سپس با تعویض مداوم عدسی، صحنه‌هایی نزدیک‌تر و دقیق‌تر ثبت می‌شود. در این روش «چشمی تیزبین»، «ذهنی باز»، «گوشی کارآزموده» و «دستی منضبط» نیاز است.

از زمان ظهور گراندد تئوری تاکنون الگوهای ساماندهی متعددی برای این مسیر اجرای پژوهش معرفی شده است. الگوی اولیه توسط بنیانگذاران آن یعنی «گلایزر و اشتراوس» ایجاد شد. «اشتراوس» با همکاری فردی بنام «کوربین» و جدایی از گلایزر، الگوی دیگر و متفاوت با قبلی را معرفی کرد. در ادامه هر یک از پژوهشگران مسیر خاص خود را پیش گرفتند و پس از شکل‌گیری دو رویکرد اولیه در این روش، رویکردهای دیگری هم توسط دیگر کارشناسان معرفی شد. شکل ۱-۱۲ نشان‌دهنده فرایند تاریخی و منشأ تقسیمات ایجادشده در روش گراندد تئوری مربوط به ۵ تغییر محوری در این روش است که در ردیف‌های ابتدایی جدول ۱-۱۲ به آن‌ها اشاره شده است.

1. Grounded theory
2. Mayan
3. Strauss and Corbin



شکل ۱۲-۱. سیر تاریخی تغییرات محوری گراند تئوری

پس از جدایی مسیر «گلیر و اشتراوس»، «اشتراوس به همراه کوربین» در سال ۱۹۹۰ رویکرد «نظام‌مند یا سیستماتیک» در گراند تئوری را معرفی کردند. گلیر هم در سال ۱۹۹۵ رویکرد «ظاهر شونده» را برای گراند تئوری ارائه داد. این دو رویکرد بسیار طرفدار هستند. در سال ۲۰۰۰ چارمز رویکرد «ساختارگرایانه»، شاتزمن و همکارانش (۱۹۹۱) رویکرد «ابعادی» و کلارک (۲۰۰۳) رویکرد «تحلیل موقعیت» را معرفی کردند. این الگوها به‌مرور از نوع بیشتری به شرح جدول ۱-۱۲ برخوردار شدند.

جدول ۱۲-۱. انواع الگوهای اجرایی روش گراند تئوری

ردیف	مؤسس	رویکرد	معرف	توضیح	استعاره
۱	گلیزر	ظاهر شونده	GT	شناسایی یک مفهوم اساسی و پایه بدون شناخت دقیق	قابله
۲	اشتراوس و کوربین	پارادایمی و نظام‌مند	SCGT	در زمان مواجهه با زنجیره‌ای از رویدادها و پیامدها	ریخته‌گر
۳	چارمز	ساخت‌گرا	CGT	در شرایط تفسیر از معنای موجود	مفسر
۴	ادل کلارک ^۱	تحلیل موقعیت	SAGT	ارائه نقشه و تحلیل از موقعیت برای موضوع مورد مطالعه مانند نقشه موقعیت	افشاگر
۵	لئونارد شاتزمن ^۲	تحلیل ابعاد		ارائه مدخل‌های قابل ربط برای ایجاد معنای کلی	رقصنده
۶	روی باسکر و الیور ^۳	رئالیسم انتقادی	CGT	ایجاد چارچوب فلسفی برای توصیف واقعیت با اثر زبان، معناسازی و زمینه اجتماعی	-
۷	الوسون و اسکالبرگ ^۴	انعکاسی	RGT	انعکاس ارزش‌ها، معانی، انگیزه‌ها، مسائل، نوع رفتار پژوهشگران در طبقه‌بندی مفاهیم و مقوله‌بندی آن‌ها	-
۸	گلیزر	کمی‌گرایی	Quaniative GT	استفاده از داده کمی برای تحلیل کیفی و کشف نظریه	-
۹	گولدکوهل و کرانهولم ^۵	چندگانه	MGT	ترکیب با جنبه‌های مشخصی از روش استقرایی و قیاسی	-
۱۰	نورنبرگ	آگاه	IGT	تأکید بر آگاهی از ادبیات پژوهش برای توسعه دیدگاه	-
۱۱	ووست ^۶	فمینیستی	FGT	تأکید بر چالش‌های بانوان در موضوع پژوهش	-
۱۲	توماس کونکی ^۷	دیداری	VGT	رسیدن به نظریه از تحلیل تصاویر	-
۱۳	حسین خنیفر (۱۳۹۵)	تجمع تئوری‌های نوظهور	-	اجرای فرایند کامل برای هر مصاحبه‌شونده و استخراج پیش‌نظریه و سپس رسیدن به یک نظریه جامع ترکیبی	-

در روش ظاهرشونده یا کلاسیک گلیزر با داده‌ها، نظریه‌ای در یک فرایند تکوین می‌یابد. در روش نظام‌مند اشتراوس و کوربین، نظریه در قالب یک مدل پارادایمی از پیش تعیین شده شکل می‌گیرد. در روش ساخت‌گرایانه چارمز، نظریه بر اساس جمع‌آوری داده‌ها از محیط خود پژوهشگر و تفسیر معنای موجود آن‌ها ساخته می‌شود. در روش موقعیتی کلارک، نظریه بر اساس توجه دائمی به «موقعیت سوژه مورد مطالعه» و «عناصر انسانی یا غیرانسانی اثرگذار اطراف سوژه» شکل می‌گیرد. در روش تحلیل ابعاد شاتزمن، نظریه با توجه ابعاد مختلف اثرگذار در پدیده اصلی ساخته می‌شود. روش گراند تئوری از معدود روش‌های کیفی با تحولات بسیار از بدو پیدایش تاکنون است و احتمال تحولات بیشتر آن در آینده و معرفی رویکردهای جدیدتر هم وجود دارد. با وجود آنکه اغلب پژوهش‌ها با این رویکردهای پنج‌گانه و به‌ویژه دو رویکرد «گلیزری و اشتراوسی» به ساخت نظریه پرداخته‌اند اما رویکردهای دیگری

1. Clark
2. Schatzman
3. Roy Bhaskar & Oliver
4. Alvesson & Skoldberg
5. Goldkuhl & Cronholm
6. Wuest
7. Konecki

نیز در ساخت نظریه به روش گراند تئوری مطرح شده‌اند. در ادامه به‌طور خلاصه به برخی از این رویکردها اشاره می‌شود.

۱-۱-۱۲. **رویکرد انتقادی الیور:** تأکید بر ساخت نظریه با کاربرد «رنالیست انتقادی» در رویکرد «اشتراوس و کوربین» و تحلیل واقعیت‌های اجتماعی از ابعاد سه‌گانه «واقعیت به‌عنوان حوزه ساختار»، «مکانیزم واقع به‌عنوان حوزه رخدادها» و «تجربه به‌عنوان حوزه ادراکات و تجربیات» دارد (الیور، ۲۰۱۱؛ یونگ^۱، ۱۹۹۷: ۵۱).

۲-۱-۱۲. **رویکرد انعکاسی الوسون و اسکالبرگ:** بر ساخت نظریه با توجه به انعکاس نگرش پژوهشگر در جریان «جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل، تفسیر و نتیجه‌گیری» تأکید دارد. این انعکاس نگرش در سطوح چهارگانه‌ای چون «تداخل با موارد تجربی یا محاسبه عددی در مصاحبه‌ها، مشاهده واقعیت‌ها و سایر موارد کمی و تجربی»، «تفسیر معانی و مفاهیم پایه»، «تفسیر انتقادی ایدئولوژی، قدرت و بازتولید اجتماعی» و «انعکاس در متون تولیدی و زبان مورد استفاده از جمله تصاحب متن، ادعای قدرت، انتخاب سلیقه‌ای پیام‌های متن» صورت می‌گیرد (الوسون و اسکالبرگ، ۲۰۰۹). به‌تعبیر دیگر پژوهشگر می‌تواند در انتخاب روش پژوهش، طوری عمل کند که به نتایج موردنظر خود برسد. او می‌تواند جامعه را طوری انتخاب کند که نگرش‌هایش در مصاحبه با افراد جامعه انعکاس یابد. او همچنین می‌تواند در مقوله‌بندی‌ها، کدگذاری‌ها و انتخاب معانی و مفاهیم مطابق با نگرش خود عمل کند و درنهایت به نتیجه‌ای برسد که حاصل انعکاس اندیشه‌های او در پژوهش است. تمام این فرآیند می‌تواند به‌صورت ناخودآگاه اتفاق بیفتد یعنی بدون اینکه پژوهشگر بخواهد، به‌عمد روی داده‌ها یا نتایج آن اثر بگذارد.

۳-۱-۱۲. **رویکرد نظریه چندگانه گولدکوهل و کرانهولم:** بر اساس این رویکرد در مراحل مشخصی از فرایند ساخت نظریه، می‌توان از نظریه‌های موجود برای الهام‌بخشی و رفع پریشانی داده‌ها با مقایسه و مقابله یافته‌های تجربی و انتزاعات با سایر نظریه‌ها استفاده کرد (گولدکوهل و کرانهولم، ۲۰۱۰؛ پویا و طباطبائی، ۱۳۹۰).

۴-۱-۱۲. **رویکرد فمینیستی ووست:** تأکید بر معرفت‌شناسی فمینیسم پست‌مدرن و انعکاس نگرش زنان و شنیدن صدای زنان تحت تبعیض جنسیتی و رفتارهای ناعادلانه به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی دارد. به نظر او گراند تئوری فمینیستی یک روش پژوهش نیست، بلکه رویکردی قابل اضافه شدن بر دیگر رویکردهای معرفی شده است (وست، ۱۹۹۵؛ محی‌الدین^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). برخی کارشناسان این رویکرد را بیشتر از آنکه یک نسخه روش‌شناختی متمایز بدانند، آن را بازتاب تأکید بر رویکرد انسانی و اجتماعی خاص می‌دانند (فراسخو، ۱۳۹۵).

۵-۱-۱۲. **رویکرد نظریه بصری کونکی:** تأکید بر «داده‌های بصری» و «مدل تصویربرداری چندتایی»^۳ به‌عنوان مدلی برای تحلیل این داده‌ها در ساخت نظریه دارد. مدل تصویربرداری چندتایی بر محورهایی چون «تلاش برای خلق عکس‌ها و تصاویر و تحلیل زمینه خلاقیت»، «شرکت در نشان دادن و یا ایجاد ارتباط با تصاویر بصری»، «محصول بصری، محتوای آن و ساختار سبک آن»، «پذیرش یک تصویر و ابعاد بصری نمایش و یا بازنمایی چیزی در آن»،

1. Yeung

2. Muhaiyuddin

3. Multislice Imaging

«روش تحلیل اطلاعات بصری برای دسته‌بندی داده‌ها در فرآیندهای بصری مانند رونویسی، کدگذاری باز و نوشتن یادداشت» اشاره دارد.

۱۲-۱-۶. **رویکرد نظریه مطلع تورنبرگ:** به تولید نظریه از ادبیات پژوهش و چارچوب‌های نظری موجود تأکید دارد (تورنبرگ، ۲۰۱۲؛ دی، ۱۹۹۳). گراند تئوری مطلع مانند گراند تئوری ساختاری، به مزایای استفاده از یافته‌های پژوهش‌ها و نظریه‌های پیشین در زمینه‌ای حقیقی و به‌شکلی حساس و منعطف توجه دارد و استفاده از پژوهش‌های پیشین را مانع یا تهدید نمی‌داند.

۱۲-۱-۷. **رویکرد کمی گراند تئوری:** این نوع رویکرد جدید نیست و گلنزر (۱۹۹۲) در کنار طرح استفاده از روش استقرایی در تولید نظریه، اشاره می‌کند که در روش گراند تئوری می‌توان از داده‌های کمی نیز استفاده کرد. او معتقد است که در نظریه زمینه‌ای نیز مانند سایر راهبردها می‌توان از داده‌های کمی و یا ترکیب روش‌های تحلیل کیفی و کمی استفاده کرد.

۱۲-۱-۸. **رویکرد نظریه‌های نوظهور خنفر:** تأکید بر استقلال اندیشه هر مصاحبه‌شونده به‌عنوان خبره و ساخت نظریه از امتزاج نظرات متفاوت مصاحبه‌شوندگان دارد. پیش از تولید نظریه نهایی، پیشگیری و ضمن حفظ تمامیت اندیشه خبرگان، ترکیب نهایی با توجه به موارد تبیین شده هرکدام از صاحب‌نظران، در ساختمان نظریه کلان نهایی انجام می‌شود (خنفر، ۱۳۹۵).

۱۲-۲. موارد ممکن برای استفاده از روش گراند تئوری

برای مواردی به‌شرح جدول ۱۲-۲ می‌توان از روش گراند تئوری استفاده کرد (فرستخواه، ۱۳۹۵).

جدول ۱۲-۲. موارد ممکن برای استفاده از روش گراند تئوری

ردیف	موارد
۱	نبود نظریه‌ای جهان شمول یا ضعف نظریه‌های موجود برای مطالعه موضوع مورد بررسی
۲	نیاز به گزاره‌های فرضیه‌ای بیشتر یا فقدان کفایت فرضیه‌های موجود
۳	نیاز به نظریه‌ای برای اینجا و اکنون (تأکید بر نظریه واقعی به‌جای نظریه صوری)

فرضیه، حدس هوشمندانه مبتنی بر مشاهدات و نظریه‌های موجود برای آزمودن است. بنابراین به‌منظور ساخت فرضیه پژوهشگر باید با مبانی نظری مربوطه آشنا باشد. اگر پشتیبانی لازم نظری برای ساخت نظریه وجود نداشته باشد، می‌توان از روش گراند تئوری برای ساخت فرضیه استفاده کرد.

ویژگی مثبت یک نظریه، جهان‌شمول و عام بودن آن است؛ به‌نحوی که بتوان با آن بسیاری از امور مرتبط را تبیین کرد. البته این ویژگی در شرایط ناتوانی نظریه در تبیین موضوعات در موقعیت خاص و متفاوت یک چالش است. با این تعبیر که تورهای ماهیگیری بزرگ هستند و برخی ماهی‌های کوچک از آن بیرون می‌روند. در این شرایط می‌توان از روش گراند تئوری استفاده کرد. این‌گونه نظریه‌ها برای موقعیت خاص با تأکید بر «اینجا و اکنون» هستند و بدیهی است که محدودیت آن کلان‌نگری و جهان‌شمولی است. به‌واقع نظریات موجود اغلب جهان‌شمول و پر قدرت هستند

و به ما امکان تبیین در سطح کلان و با رویکرد صوری را می‌دهند. اما نظریه حاصل از گراند تئوری قلمرو محدود و رویکردی واقعی‌تر دارد (فراسخواه، ۱۳۹۵).

این روش اغلب از الگوی «اگر، پس، آنگاه» استفاده می‌کند. بدین معنا که اگر کنش‌های مناسبی متناسب با شرایط و زمینه‌ها وجود داشته باشد پس موجبات علی‌شرایطی فراهم می‌شود و آنگاه شاهد پیامدها و نتایجی خواهیم بود (اسدی، رضوی و فراسخواه، ۱۳۹۰). در این روش، تمامی محتوا یا داده‌های مرتبط با موضوع مورد مطالعه، منبعی برای کسب اطلاعات محسوب می‌شوند (عرب نرملی و همکاران، ۱۳۹۵). معمولاً پژوهشگران هنگامی به این روش پژوهش روی می‌آورند که موضوع تحت مطالعه آن‌ها در مطالعات قبلی مورد غفلت قرار گرفته یا به صورت سطحی به آن توجه شده باشد. یعنی این روش در شرایطی استفاده می‌شود که هدف مطالعه تدوین، تعدیل یا اصلاح یک نظریه باشد (بازرگان، ۱۳۸۷).

۱۲-۳. فرایند اجرای پژوهش گراند تئوری

مراحل اجرای پژوهش گراند تئوری به شرح جدول ۱۲-۳ است.

جدول ۱۲-۳. فرایند اجرای پژوهش گراند تئوری

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و مشخص کردن رویکرد پژوهشی در اجرای گراند تئوری
۲	نمونه‌گیری	نمونه‌گیری با تأکید بر نمونه‌گیری‌های غیرتصادفی هدفمند و نظری
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری داده‌های کیفی با تأکید بر روش مصاحبه
۴	تحلیل یافته‌ها	با توجه به رویکرد انتخاب‌شده در روش گراند تئوری و با تأکید بر روش‌های کدگذاری داده‌های کیفی
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

مراحل اجرای روش گراند تئوری تا حد زیادی وابسته به انتخاب الگو یا رویکرد آن است. هم‌زمانی مراحل «جمع‌آوری داده‌ها»، «تجزیه و تحلیل و مقایسه مداوم داده‌ها» از مهم‌ترین ویژگی‌های گراند تئوری است (اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۰؛ میلز، بونر و فرانسیس^۱، ۲۰۰۶). در گام اول اغلب رویکردها بر منابع مورد استفاده پژوهشگر برای جمع‌آوری داده‌ها اشاره می‌شود. در این سطح مهم‌ترین منبع جمع‌آوری داده‌ها استفاده از «مصاحبه» است. برای مصاحبه پژوهشگر نیاز به انتخاب نمونه در پژوهش کیفی دارد که به آن «شرکت‌کننده» گفته می‌شود. با توجه به هدف دستیابی به یک نظریه در مورد موضوع پژوهش باید نسبت به جمع‌آوری داده‌های مرتبط اقدام کرد (ارلندسون^۲، ۱۹۹۳؛ نیومان^۳، ۲۰۰۶). به نقل از ناصری و همکاران (۱۳۹۶). در ادامه ملاحظات طراحی پژوهش برای هر یک از پنج رویکرد اصلی گراند تئوری یعنی «کلاسیک گلیزر»، «نظام‌مند اشتراوس و کوربین»، «ساختارگرایی چارمز»، «تحلیل موقعیت کلارک» و «تحلیل ابعاد شاتزمن» معرفی می‌شوند. دو رویکرد اصلی به ترتیب متعلق به دو بانی نخست گراند تئوری یعنی گلیزر و اشتراوس هستند.

1. Mills, Bonner & Francis

2. Erlendson

3. Neumann

۱۲-۴. گراند تئوری با رویکرد گلیزر (کلاسیک)

بر اساس این رویکرد پژوهشگر باید با ذهن سرشار از حساسیت نظری به سراغ زمینه‌ای خاص و داده‌ها برود و از تماس خلاق او با داده‌ها، نظریه‌ای برای «اینجا و اکنون» پدیدار شود. نظریه در رابطه با یک پدیده، در روشی استقرایی مجموعه نظام‌مندی از رویه‌ها و با مراحل سه‌گانه تحلیل داده‌ها شامل «کدگذاری باز، محوری و انتخابی» استفاده می‌شود. به همین دلیل به رویکرد او «ظاهرشونده» گفته می‌شود. در رویکرد گلیزری کشف نظریه در فضایی گسترده، بدون پیش‌فرض و بر اساس وسعت دید پژوهشگر در تحلیل داده‌ها صورت می‌گیرد. در این رویکرد دو گام اصلی کدگذاری شامل شکستن داده‌ها و رفتن از سطح تجربی به سمت گروه‌بندی کدها و رسیدن به نظریه است. گام نخست یا «کدگذاری واقعی» به دو مرحله «باز و انتخابی» و گام دوم یا «کدگذاری نظری» را می‌توان در جدول ۱۲-۴ مرور کرد.

جدول ۱۲-۴. انواع کدگذاری در رویکرد گلیزری

ردیف	انواع	توضیح
۱	باز	کدگذاری آزاد داده‌ها تا زمان ظهور مقوله محوری
۲	انتخابی	پس از ظهور مقوله محوری، مصاحبه‌ها، در جهت آن کدگذاری می‌شوند (کدگذاری برای متغیر محوری)
۳	نظری	تلفیق میان مفاهیم، توسط یک الگوی ارتباطی

در کدگذاری باز، داده‌ها آزادانه کدگذاری تا مقوله محوری مشخص شود و در مرحله کدگذاری انتخابی بتوان کدگذاری بر اساس مقوله محوری را هدایت کرد. مقوله محوری، توضیح می‌دهد چگونه مشارکت‌کنندگان، دغدغه اصلی خود را در رابطه با مسائل مطرح‌شده از سوی پژوهشگر حل می‌کنند. از ابتدای اقدام به کدگذاری باز، باید به‌صورت آگاهانه در جستجوی متغیر محوری یا اصلی بود. کدهای نظری، مدل‌های انتزاعی حاصل از تلفیق مقوله‌ها و ویژگی‌های آن‌ها در جهت یک نظریه هستند. کدهای نظری، چگونگی ارتباط ممکن میان کدهای واقعی برای تلفیق به‌صورت یک نظریه مفروض را مفهوم‌سازی می‌کنند. آن‌ها مانند کدهای واقعی حاصل از فرآیند کدگذاری باز و انتخابی، ظهور یابنده و خودجوش هستند و داستان‌های تکه‌تکه شده را مجدداً به‌هم‌بافته و متصل می‌کنند. بنابراین کدهای واقعی بدون کدهای نظری، انتزاعاتی تهی خواهند بود. کدهای نظری، قلمرو جامع، تصاویر وسیع و یک دیدگاه جدید را ارائه می‌دهند. این کدها به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا در مکتوب کردن مفاهیم و ارتباط میان آن‌ها، سطح مفهومی را حفظ کند.

رویکرد استراواس، تلفیق مقولات را با استفاده از یک پارادایم کدگذاری انجام می‌دهد؛ اما گلیزر برای تلفیق مقوله‌ها، به «خانواده‌های کدگذاری» و امکان‌پذیری بیشتر برای تلفیق مقوله‌ها و مدل‌سازی اشاره می‌کند. گلیزر برای تلفیق کدهای واقعی، در ابتدا ۱۸ خانواده از کدهای نظری را به‌عنوان الگوهایی برای تلفیق معرفی کرد. این ۱۸ خانواده همپوشانی‌های زیادی با هم دارند. یک خانواده می‌تواند خانواده دیگر را تقویت یا ایجاد نماید. گلیزر در اشاره به هریک از خانواده‌های کدگذاری، بدون تعیین نحوه پیوند واژه‌ها، پژوهشگر برای تلفیق کدها و مدل‌سازی آزاد می‌گذارد. در جدول ۱۲-۵ چهار نمونه از خانواده‌های کدگذاری معرفی شده است.

جدول ۱۲-۵. برخی خانواده‌های کدگذاری از دیدگاه گلنزر

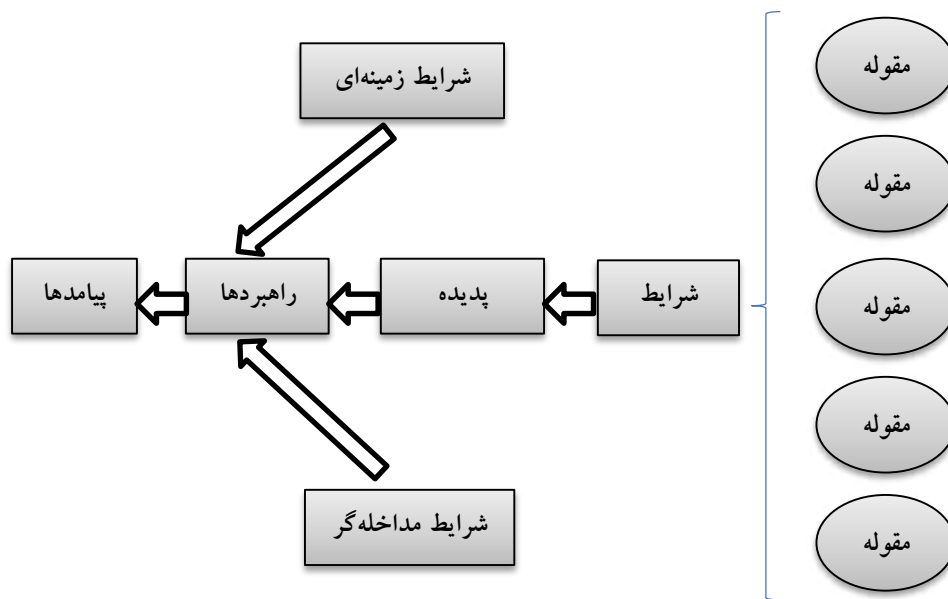
ردیف	خانواده	تأکید بر واژه‌هایی در متن با پوشش
۱	۶ سی‌ها	برگرفته از حروف C در ابتدای ۶ کلمه «علل، نتایج، اقتضائات، متن، شرایط و تغییرات همگام» ^۱
۲	نوع	مربوط نوع خانواده مانند «شکل‌ها، سبک‌ها و طبقات» ^۲
۳	فرایند	مربوط به فرایندها مانند «مراحل، فازها، زنجیره‌ها، توالی‌ها» ^۳
۴	فرهنگی	مربوط به پدیده‌های فرهنگی مانند «هنجارهای اجتماعی، ارزش‌های اجتماعی و اعتقادات اجتماعی» ^۴

البته گلنزر در مطالعات بعدی خود، به نمونه‌های دیگری هم اشاره دارد که هر یک دریچه جدیدی در ذهن پژوهشگر برای دیدگاه وسیع‌تری از مقولات و تلفیق آن‌ها در جهت ایجاد یک نظریه فراهم می‌کند. در مجموع گلنزر تأکید دارد که نظریه باید به‌طور طبیعی و خلاقانه از دل داده‌ها بیرون بیاید اما اشتراوس و کوربین بر یک چارچوب یکسان و پارادایمی از پیش تعیین شده برای بیرون کشیدن نظریه از داده‌ها تأکید می‌کنند (روبرچت، ۱۹۹۵).

۱۲-۵. گراند تئوری با رویکرد اشتراوس و کوربین (نظام‌مند)

رویکرد نظام‌مند «اشتراوس و کوربین» بر مراحل نظام‌مند تحلیل داده‌ها و کدگذاری مرحله‌مند «باز، محوری و انتخابی» تأکید دارد؛ به‌نحوی که در نهایت نتیجه در چارچوب یک مدل پارادایمی (شکل ۱۲-۲) از پیش تعیین شده مرتب و ارائه شود. محبوبیت این روش به دلیل دستورالعمل‌های روشن آن است. کدگذاری باز فرآیندی تحلیلی است که به وسیله آن مفهوم‌ها شناسایی و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شوند. کدگذاری محوری فرآیند مرتبط کردن مقوله‌های فرعی است. در کدگذاری انتخابی نیز یکپارچه کردن و پالایش نظریه صورت می‌گیرد. هدف از جمع‌آوری داده‌های کیفی در این مطالعه کشف سازه‌ها و مقوله‌ها در مورد موضوع مورد بررسی در قالب یک مدل پارادایمی است.

1. Causes, Consequences, Contingencies, Context, Conditions and Covarinces
2. Forms, Styles and Classes
3. Stages, Phases, Chains and Progressions
4. Social norms, Social values and Social belief
5. Robrecht



شکل ۱۲-۲. مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین

هر یک از مقوله‌های موجود در مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین در جدول ۱۲-۶ معرفی شده است.

جدول ۱۲-۶. انواع مفاهیم موجود در مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین

ردیف	انواع	توضیح
۱	پدیده اصلی	یا پدیده محوری و مرکزی اکتشاف شده با تأکید بر رخداد اصلی ایجادکننده مفاهیم و مقوله‌ها در موقعیت و زمینه مورد بررسی (همان محور دلالت‌کننده داده‌ها بر آن)
۲	شرایط علی	همان موجبات علی یا عوامل و شرایط پیدایش پدیده اصلی یا محوری
۳	شرایط زمینه‌ای (بستر حاکم)	زمینه یا بستر حاکمی که شرایط علی در آن بر پدیده اصلی اثر می‌گذارند.
۴	شرایط میانجی (مداخله‌گر)	عوامل عمومی و محیطی تعدیل‌کننده اثر شرایط علی و زمینه‌ای بر روی پدیده اصلی
۵	راهبردها	کنش‌ها و واکنش‌ها برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده موردنظر با هدف و دلیلی مشخص
۶	پیامدها	آثار و نتایج حاصل از شرایط علی و اتخاذ راهبردها

قرار گرفتن مقوله‌ها در قالب یک مدل، به پژوهشگر کمک می‌کند تا درباره داده‌ها به‌طور نظام‌مند فکر و آن‌ها را به شیوه‌ای مناسب به هم مرتبط کند (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۰).

۱۲-۶. گراند تئوری با رویکرد چارمز (ساخت‌گرا)

بنای رویکرد ساخت‌گرا، بر «واقعیت‌های چندگانه»^۱ و «تفسیری» است. به این معنا که انسان‌ها از پیرامون خود «ادراک، فهم و تعبیر» متفاوتی دارند. با این توضیح واقعیت بیرونی، محض و ناب نیست و با علایق، منافع و ارزش‌های انسان‌ها آمیخته شده است. از این منظر جهان به‌صورت اجتماعی ساخته می‌شود. پژوهشگر در این رویکرد باید در هر موقعیتی ببیند که سوژه‌ها و عواملان انسانی و کنش‌گران و ذینفعان چه می‌گویند. با این رویکرد واقعیت گرد نمی‌شود و اجازه داده می‌شود تا پدیده موجود در یک زمینه خاص به‌صورت چندصدایی بر حسب ادراکات و علایق و منافع و از

منظورهای مختلف بازنمایی شود. پژوهشگر باید مشاهداتش را مشارکتی تر کند و با درون‌نگری بیشتری، «احوال، اعمال و اقوال» گروه‌های مختلف و تعارض آن‌ها را ببیند. او باید به جای محدود کردن خود نسبت به آشکارسازی «فراوانی موارد جزئی» از کار و مقولات بزرگ در برداشت‌ها، خواسته‌ها، آرزوها، انتظارات و طرز تلقی‌ها به دست آمده از مصاحبه‌ها و یادداشت‌ها اقدام کند. خانم چارمز با رویکرد خود به مطالعه «مردم‌نگارانه» نزدیک شده است. به این معنا که پژوهشگر باید از هر طریق «مشاهده، سند، مصاحبه و امثال آن» با مطالعه‌ای عمیق به «داده‌های غنی یا فربه»^۱ از واقعیت‌های چندگانه دست یابد. در این رویکرد پژوهشگر ضمن درگیری، تماس و مراوده نزدیک با مردمان یک موقعیت می‌کوشد تا از طریق فهم آن‌ها «داده‌ها و شواهد یک موقعیت را» به طور مداوم و مقایسه‌ای تحلیل کند. او باید «حرف‌ها، فهم‌ها و تعبیر مردم»، «موارد مورد مشاهده» و «رویدادها» را جزء به جزء در گزارش پژوهش با نگاهی اکتشافی ثبت کند. چارمز با تأکید بر رویکرد گلیزر بر اکتشاف نظریه از درون داده‌ها و بدون هیچ چارچوب قبلی اشاره دارد. برای این منظور «یادداشت‌های تفسیری» و معنابخش پژوهشگر در هنگام جمع‌آوری داده‌ها بسیار مهم هستند. به این معنا که پژوهشگر نباید فکر کند که بعدها این داده‌ها معجزه خواهد کرد؛ و باید با تأکید بر بیان موقعیت بیرون از ذهن خود، همراه با معناها و تفاسیر سریع و تکوینی ذهن خود یادداشت‌برداری کند. از این تعامل ذهن و عین است که طی فرایندی تکوینی، نظریه ساخته می‌شود (فراستخواه، ۱۳۹۵).

تفاوت این روش با مراحل پیش گفته آن است که پژوهشگر باید اجازه دهد تا مسئله پژوهش، روش موردنظرش را شکل دهد. برای اطمینان از «غنی و کافی»^۲ بودن داده‌ها باید سؤالاتی به شرح جدول ۷-۱۲ از خود بپرسد.

جدول ۷-۱۲. سؤالاتی برای اطمینان از غنی و کافی بودن داده‌های پژوهش گراند تئوری با رویکرد چارمز

ردیف	سؤالات
۱	آیا داده‌ها درباره زمینه‌های افراد، فرایندها و محیط به اندازه کافی برای یادآوری فوری، درک و به تصویر آوری کامل بافت مورد مطالعه جمع‌آوری شده است؟
۲	آیا داده‌های کافی درباره توصیف دقیق مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها و عملکردهای شرکت‌کنندگان در پژوهش جمع‌آوری شده است؟
۳	آیا داده‌ها آنچه را که در لایه‌های زیرین سطح بافت مورد پژوهش قرار دارد آشکار می‌سازد؟
۴	آیا مقدار داده‌های گردآوری شده آن قدر هست که تغییرات را در گذر زمان آشکار سازد؟
۵	آیا دیدگاه‌های متفاوت درباره عملکردهای گوناگون شرکت‌کنندگان در پژوهش گردآوری شده است؟
۶	آیا داده‌ها امکان ایجاد دسته‌های تحلیلی دارد؟
۷	چه نوع مقایسه‌هایی را می‌توان بین داده‌های گردآوری شده انجام داد؟ چگونه این مقایسه‌ها می‌توانند ایده تولید و ارائه کنند؟

یکی از مسائل مهم در جمع‌آوری داده، احترام به نظر شرکت‌کنندگان و درک دیدگاه‌های آنان است. البته این به مفهوم آن نیست که پژوهشگر دیدگاه‌های همه شرکت‌کنندگان را می‌پذیرد؛ بلکه او دیدگاه‌ها را بدون تحمیل نظر خود جمع‌آوری و تحلیل می‌کند اما در نهایت تفسیر خود را بر داده‌ها اعمال خواهد کرد. چارمز این نکته را مطرح می‌کند که هر چیزی مانند «واژگان و زبان پیچیده، نمودارها یا نقشه‌های مفهومی» که بر تجربیات اثر بگذارد و آن‌ها را مبهم کند، از ارزش و اعتبار نظریه‌پردازی مبتنی بر داده می‌کاهد. در این روش به جای کدگذاری نظام‌مند، پژوهشگر مانند

1. Rich Data
2. Rich and sufficient

«پیکرتراش بیرون کشنده تندیس از دل سنگ‌ها»، «نظریه را از درون داده‌ها» بیرون می‌کشد. پژوهشگر پس از انجام مصاحبه‌های متعدد با اتکا به خلاقیت‌های فردی مانند «قدرت تخیل، قدرت نویسندگی و پرداخت» به تولید نظریه می‌پردازد. در حقیقت نظریه با ارجاع به جملات مفید برآمده از دل مصاحبه‌ها خلق می‌شود. ارجاعات مکرر به نقل‌قول‌ها، خواننده را با این واقعیت مواجه می‌کند که نظریه تولیدشده، حاصل فرایندهای میان ذهنی است. در این رویکرد داده‌ها خواهان معنی هستند و خواهان کشف شدن نیستند. به تعبیری داده‌ها به پژوهشگر می‌گویند «ما به کناری افتاده‌ایم، بیا و ما را معنی کن» (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۵).

۱۲-۷. گراند تئوری با رویکرد کلارک (موقعیتی)

روش ادل کلارک (۲۰۰۳) تحت عنوان «گراند تئوری موقعیتی» با توسعه روش گراند تئوری مبتنی بر رویکرد اشتراوس-کوربین، بر موضوع «موقعیت» تأکید دارد. در این روش تأکید می‌شود که در انجام پروژه پژوهشی، پژوهشگر هنگام جمع‌آوری داده از مصاحبه یا دیگر روش‌ها باید دائماً به «موقعیت سوژه مورد مطالعه» و «عناصر انسانی یا غیرانسانی اطراف سوژه با امکان اثرگذاری بر آن» توجه داشته باشد. به عبارتی دیگر او بر نکاتی به این شرح تأکید می‌کند:

- چه کسی و چه چیزی در موقعیت سوژه مورد مطالعه وجود دارد؟
- چه کسی و چه چیزی در این موقعیت اهمیت دارد؟
- چه عناصری بر تغییر موقعیت اثرگذارند؟

در رویکرد خانم کلارک به جای «زمینه و بافتار»^۱ از مفهوم «موقعیت»^۲ می‌شود. چون موقعیت مدام در پویایی و دگرگونی و همراه با «تنوع و تکرار» است. پژوهشگر با حضور در موقعیت واقعی، مشاهده، مشارکت و تماس با حاضرین، هر چه را «می‌بیند، می‌شنود و می‌اندیشد»، به‌طور تکوینی، رفت‌وبرگشتی، پلکانی و انباشتی به‌صورت «نقشه» در می‌آورد. «نقشه‌کردن» مهم‌ترین وجه تمایز این رویکرد با سایر رویکردهای گراند تئوری است. نقشه‌کردن از یک سو ترفندهای قدرت و کردارهای گفتمانی را آشکار می‌کند و از سوی دیگر به مصورسازی و تجسم بخشیدن اندیشه‌های محقق کمک می‌کند. این اقدام، درگیری حاصل از تعامل و پرسشگری پژوهشگر با یک موقعیت را به تصویر می‌کشد و امکان واکاوی، موشکافی و تفحص بهتری در جزئیات را فراهم می‌کند. با نگرستن به موقعیت و اندیشیدن درباره آن، همه چیز از جمله «آدم‌ها، اشیاء، معانی، مواضع، تعارض‌ها، دغدغه‌ها، علایق، منافع، ترفندهای قدرت، ارتباطات، گفتمان‌ها، نشانه‌ها، نمادها، واژگان و امثال آن» در صفحات گسترده درج می‌شود. این موارد باید با خطوط، علائم و نشانه‌شناسی مناسب به هم پیوند داده شوند و یک شبکه عصبی را پدیدار کنند. عمل «نقشه‌ای کردن موقعیت» در طی یک فرایند تکرار شونده با افزایش مقوله و ویرایش ارتباطات در سه گام اساسی شامل نقشه‌های «موقعیت، عرصه و وضعیت»^۳ به شرح جدول ۱۲-۸ قابل انجام است (فراستخواه، ۱۳۹۵).

1. Context

2. Situation

3. Situational Map, Arenas Map and Positional Map

جدول ۱۲-۸. مراحل نقشه‌ای کردن داده‌ها در گراند تئوری با رویکرد کلارک

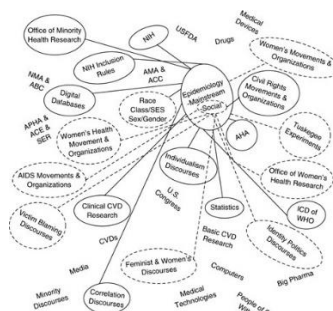
مرحله	سطح تحلیل	محتوای تحلیل
۱	نقشه موقعیت	یک میدان و موقعیت خاص اجتماعی حاوی عناصر مختلف
۲	نقشه عرصه	نمایش کنش متقابل عناصر موجود در موقعیت بر حسب ماهیت ارتباطی و شبکه‌ای
۳	نقشه وضعیت	نمایش مسئله‌ها و پدیده‌ها در قالب یک فرایند همچون علل، پدیده، جریان، نتایج، پیامد و امثال آن

در واقع برای نقشه کردن عناصر و مقوله‌های شناسایی شده می‌توان ابتدا آن‌ها را در محیط یک صفحه به شکل ۱۲-۳ با عنوان «نقشه موقعیت» و بر اساس تشخیص اولیه از میزان نزدیک به هم پراکنده کرد. برای شناسایی عناصر این مرحله باید پرسش‌هایی چون «عناصر تشکیل دهنده این موقعیت خاص کدامند؟»، «در این موقعیت چه کسانی و چه چیزهایی و چه آئین‌هایی وجود دارد؟»، «معانی نمادین چیزها و ساختارها چیست؟»، «موقعیت حاوی چه گروه‌ها، قشرها، نهادها و ساختارهایی است؟»، «چه تمایزهایی در موقعیت دیده می‌شود؟»، «چه گفتمان‌هایی در موقعیت وجود دارد؟»، «حوزه‌های نفوذ و قدرت در موقعیت کدامند؟» استفاده می‌شود.



شکل ۱۲-۳. مرحله اول نقشه کردن مقوله‌های شناسایی شده با رویکرد گراند تئوری کلارک

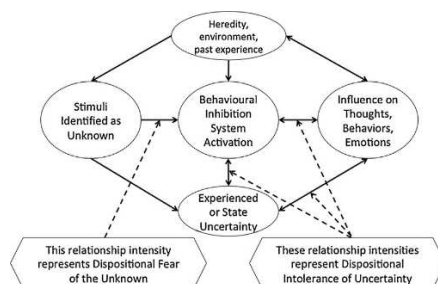
در مرحله دوم و برای تهیه یک «نقشه عرصه» بعد باید نسبت به ایجاد پیوند بین مقوله‌ها و ایجاد یک شبکه عصبی بر مبنای منطقی مانند شکل ۱۲-۴ اقدام نمود. سؤالات اصلی در این مرحله عبارت از این موارد خواهد بود: «جهان‌های اجتماعی مختلف، چگونه حول گفتمان‌ها و علایق و منافع و معانی مشترک به وجود می‌آیند؟»، «آن‌ها چگونه عمل، ائتلاف یا اختلاف پیدا می‌کنند؟».



شکل ۱۲-۴. مرحله دوم نقشه کردن مقوله‌های شناسایی شده با رویکرد گراند تئوری کلارک

در مرحله سوم یا تهیه «نقشه وضعیت» یک فرایند بر مبنای مقوله‌های مرتبط با هم نمایش داده می‌شود. این نقشه می‌توان نمایش دهنده یک فرایند با ورودی‌های مشخصی باشد که بر اساس پردازش‌های مشخص یا عوامل اثرگذاری مشخص به نتیجه‌ای مشخص و یا در ادامه پیامدهایی مشخص منجر شود. شکل ۱۲-۵ یک نمونه نقشه وضعیت را نشان می‌دهد. سؤالات کلیدی که در این مرحله مطرح می‌شوند، شامل این موارد هستند «چه فعل و

انفعالاتی در عرصه جریان دارد؟»، «مسیر غیرخطی فرایندها و فعالیت‌ها و صف‌آرایی‌ها در میدان نیرو چگونه پیش می‌رود؟»، «سناریوها از چه قرار است؟»، «چه مقتضیاتی منجر به چه آثار و نتایجی می‌شود؟».



شکل ۱۲-۵. یک نمونه نقشه وضعیت با رویکرد گراند تئوری کلارک

۱۲-۸. گراند تئوری با رویکرد شاتزمن (تحلیل ابعاد)

این رویکرد بر ضرورت برخورداری از یک چشم‌انداز برای تحلیل در فرآیند مقایسه دائمی داده‌ها همراه با بررسی آن‌ها به شکلی گسترده و پیچیده تأکید دارد (برترو، ۲۰۱۲). تحلیل ابعاد نوعی مدخل‌نویسی برای یک پدیده است. مدخل‌نویسی پایه‌ای برای شکل‌گیری یک «دانشنامه یا دایره‌المعارف» است. «دانشنامه» از نظر مبانی نظری و وجوه کارکردی به یک نوع ژانر خاص با تأکید بر «مدخل‌گزینی» و «مدیریت مدخل‌ها» اشاره دارد. «دانشنامه» بر بازنمایی دانش با مفهوم‌سازی است که در آن باید دانش را به قطعات یا واحدهای قابل مدیریت (قابل پردازش) شکست یا این واحدها را گزینش و بین آن‌ها ارتباط برقرار کرد. این ارتباط، واحدهای دانش را به کلیتی منسجم و یکپارچه تبدیل می‌کند و دانشنامه را از مجموعه‌ای از مقوله‌های منفک، متمایز می‌سازد. نقشه‌گونه بودن نیز ناظر بر وجه کارکردمدار یا هدف‌گرای دانشنامه است و همچنان‌که هر نقشه‌ای نقش و نمای معینی از واقعیت بیرون را به تصویر می‌کشد، دانشنامه نیز نمایی از دانش ارائه می‌دهد که معرف اهداف و پوشش موضوعی دانشنامه باشد. به علاوه، دانشنامه نه تنها بازنمایی دانش (واحدهای دانش و ارتباط بین آنها) بلکه خود دانش را هم دربر می‌گیرد و از این حیث نیز از مراجع و نظایر دیگر متمایز می‌شود. خلاصه اینکه، گزینش واحدهای دانش یعنی «مدخل‌ها» در قالب مقالات به نحوی است که در مجموع نمایشگر دانش موجود با حفظ ارتباط عنوان مدخل‌ها و محتوایشان در قالب یک کل منسجم باشد (دانشنامه جهان اسلام، بی‌تا). با این رویکرد رویکرد تحلیل ابعاد شاتزمن هر پدیده را در قالب یک دانشنامه موضوعی با مدخل‌های متفاوتی از ابعاد مختلف در نظر می‌گیرد. در این رویکرد پژوهشگر تمامی مدخل‌های معنایی درباره موضوع پژوهش را به استناد شواهد و جزئیات بررسی شده جمع‌آوری و در ادامه اطلس مفهومی ساختمندی از آن ایجاد می‌کند. پژوهشگر در این مسیر باید هم به «ماهیت پدیده و موضوع بدون تأثیر از پیش‌فرض‌هایش» و هم به «شناخت تحلیل و موشکافانه از کلیت پیچیده پدیده با توجه به ابعاد آن» توجه داشته باشد. ابعاد و ارتباط آن‌ها با یکدیگر می‌تواند در زمینه‌هایی چون «خصایص، بافت، مقتضیات اثرگذار، شرایط، فرایند، نتایج و پیامدها» مورد توجه قرار گیرد. پژوهشگر باید داده‌ها و شواهد تمامی این ابعاد را تکه‌تکه مدخل‌نویسی، نام‌گذاری و نشانه‌گذاری کند؛

بدون اینکه در دام فروکاستن و تجزیه یک کلیت بیافتد. این کار با مدخل‌یابی و برجسب‌زنی به همه کوچک‌ترین واحدهای معنایی تودرتو و درهم‌تنیده یک پدیده صورت می‌گیرد. در ادامه این خوشه‌های محوری است که اصل کار آغاز می‌شود. تحلیل معرفتی و استفهام معنایی از پدیده همچنان ادامه و تعمیق پیدا می‌کند و این کار با بسط یادداشت‌های «مفهوم‌سازی» انجام می‌شود. شاتزمن این اقدام را به «رقص‌پردازی یا کوریوگراف»^۱ و طراحی حرکات پیچیده و ظریف مانند حرکات باله تشبیه می‌کند. به این ترتیب می‌توان رویکرد گراند تئوری شاتزمن را در چندگام غیرخطی به شرح جدول ۹-۱۲ مرور کرد (فراستخواه، ۱۳۹۵).

جدول ۹-۱۲. رویکرد غیرخطی اقدامات در گراند تئوری با رویکرد شاتزمن

ردیف	فعالیت	توضیح
۱	استفهام	جمع‌آوری داده‌ها و شواهد درباره یک حوزه مسئله از طریق مصاحبه و بررسی در جزئیات توسط پژوهشگر، شرکت‌کنندگان و اجتماع تا اکتشاف کلیتی از یک پدیده
۲	تفکیک	موشکافی و نام‌گذاری واحدهای معنایی یک کلیت و مدخل‌نویسی مفهومی درباره آن
۳	کشف رابطه‌ها	ایجاد و توسعه خوشه‌های معنایی محوری و اطلس مفهومی با ربط اجزای واحدهای معنایی بر اساس سرشت ارتباطی امور پیچیده در جهان انسانی و اجتماعی (یک فرایند تکرارشونده اکتشافی)
۴	بازنمایی	تکرار عمل تحلیل تا ظهور یک نظریه نوپدید
۵	مقایسه	مقایسه نظریه به‌دست آمده با نظریات کلان و صوری در متون و منابع موجود برای محک‌زنی اعتبار آن

۹-۱۲. ملاحظات نمونه‌گیری در گراند تئوری

در گراند تئوری به‌جای جامعه آماری بزرگ، با یک موقعیت خاص سروکار داریم. دامنه کار پژوهش را موضوع و مسئله پژوهش مشخص می‌کند. به‌عنوان نمونه برای مطالعه مشکلی در سازمانی خاص، به افرادی با تجربه‌های مشترک زیسته و اندیشیده در آن موضوع نیاز است. لذا چارچوب انتخاب نمونه در گراند تئوری، «هدفمند» و «نظری» است. «هدفمند» به این معنا که بتواند حسب «موضوع، مسئله و موقعیت»، گروه‌های هدف دارای اطلاع مناسب را تعریف کند. «نظری» نیز به این معنی است که کفایت لازم برای رسیدن به سطح انتزاع نظری یا اکتشاف نظریه را داشته باشد. این کفایت با فرایندی تکرارشونده تا رسیدن به حدی از کفایت محتوایی برای اکتشاف نظریه حاصل می‌شود. معیار نمونه‌گیری در این روش، به‌جای تعداد افراد و گروه‌ها، طبیعت موضوع و موقعیت در پژوهش است. در مجموع چارچوب نمونه‌گیری در گراند تئوری با دو معیار به شرح جدول ۱۰-۱۲ ارزیابی می‌شود (فراستخواه، ۱۳۹۵).

جدول ۱۰-۱۲. معیارهای ارزیابی نمونه‌گیری در گراند تئوری

ردیف	معیار	توضیح
۱	ورودی	اشباع داده‌ها یا انتخاب افراد یا اسناد حامل تجربه‌های مرتبط با موضوع و مسئله مورد بررسی
۲	خروجی	اشباع نظری یا انتخاب نمونه تا رسیدن به نقطه‌ای در سطح اکتشاف و دارای ظرفیت کافی در باب موضوع و مسئله

تعیین ابعاد و مقدار نمونه به هدف، مسئله، موضوع، سؤالات پژوهش و موقعیت پژوهش بستگی دارد. برای نمونه‌گیری در مرحله صفر پژوهش باید دید که افراد حامل اطلاعات و تجربه‌های زیسته و اندیشیده از چند سنخ و

طبقه هستند. برای نمونه به منظور پژوهش روی یک مسئله در یک دانشگاه باید دید که چه گروه‌هایی مانند «اساتید، دانشجویان و کارکنان» درگیر آن هستند و بر اساس آن از میان آن‌ها به انتخاب نمونه پرداخت. با جمع‌آوری داده‌ها از نمونه شناسایی شده تا مرحله اشباع داده‌ها پیش می‌رویم. یعنی به جایی می‌رسیم که مضامین حرف‌ها و اطلاعات تکراری می‌شوند. این به معنای آن است که داده‌ها و شواهد لازم در حد کفایت حاصل شده است و دیگر بینش و بصیرت یا نکته تازه‌ای حاصل نمی‌شود. حال نوبت به مرحله اشباع داده‌ها می‌رسد. یعنی باید مشخص شود که داده‌ها کفایت لازم برای پروراندن مفاهیم و مقولات مورد نیاز یک نظریه را دارا هستند (فرستخواه، ۱۳۹۵؛ فلیک، ۱۳۸۷). اگر این امر محقق نشد باید در انتخاب نمونه یا مرحله اشباع داده تجدیدنظر کرد. بنابراین می‌توان گفت که حجم نمونه در حین کار مشخص می‌شود و در نمونه‌گیری نظری علاوه بر افراد می‌توان از «اتفاقات، فضاها و موقعیت‌ها» نیز نمونه‌گیری کرد (فلیک، ۲۰۰۸؛ اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۸).

۱۰-۱۲. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در گراند تئوری

مسیر کار در گراند تئوری، منبعث از داده است و به جای آغاز با نظریه خاص، با تکیه بر داده‌های یک موقعیت خاص دنبال و به نظریه ختم می‌شود. مواجهه با داده‌ها به ذهن ورزیده نظریه‌پرداز و مفهوم‌ساز نیاز دارد. ذهن پژوهشگر باید به قدری با آفاق نظری محشور و مأنوس باشد که ورزیده شود و قدرت انتزاع پیدا کند و بتواند از داده‌ها و شواهد، به کمک عمل تجرید ذهنی، نظریه‌پردازی کند. برای این کار، پژوهشگر باید پیشتر، گردش خوبی در آراء، نظریه‌ها، متون و منابع پیشین داشته باشد تا سرشار از «حساسیت نظری»^۱ در کنار «ذهن باز» شود. حساسیت نظری به «تماس ذهنی متفکرانه با یک موقعیت خاص»، «مشاهده خوب و عمیق»، «طرح سؤال مناسب»، «بررسی مناسب» و «کاویدن معناهای عمیق در داده‌ها» کمک می‌کند. در جمع‌آوری داده‌ها نگاه پژوهشگر متأثر از رویکرد منتخب نقش مهمی دارد. «ذهن باز» بر آگاهی از نظریه‌ها بدون محصور شدن در آن‌ها اشاره می‌کند. نظریه‌ها در «ذهن باز» این حساسیت را ایجاد می‌کند تا در داده‌ها معناهای متعددی دیده شود. در مجموع پژوهشگر باید با اشراف نظری وارد داده‌ها شود و از دل داده‌ها نظریه‌پردازی کند. بر اساس موارد اشاره شده در جدول ۱۰-۱۲ نگاه پژوهشگر به داده‌ها در رویکردهای مختلف، با یکدیگر تفاوت دارند (فرستخواه، ۱۳۹۵).

جدول ۱۰-۱۲. دیدگاه انواع رویکردهای گراند تئوری به داده‌ها

ردیف	رویکرد	دیدگاه نسبت به داده‌ها
۱	گلگیری / ظاهرشونده	پژوهشگر در نقش قابله و توجه به داده‌های آبستن معانی
۲	اشتراوسی / نظام‌مند	پژوهشگر در نقش ریخته‌گر و توجه به داده‌های حاوی معانی
۳	چارمز / ساخت‌گرا	پژوهشگر در نقش مفسر و توجه به داده‌های دارای بازی معنایی
۴	کلارک / موقعیتی	پژوهشگر در نقش افشاگر و توجه به داده‌های دارای ترفند معنا
۵	شاترمن / ابعاد	پژوهشگر در نقش تماشاگر و توجه به داده‌های با رقص معانی

جمع‌آوری داده‌ها در گراند تئوری می‌تواند به صورت‌های مختلفی چون «مشاهده، مصاحبه، بررسی اسناد و مدارک، خاطرات پاسخ‌دهندگان، مشارکت و تأملات شخصی خود پژوهشگر» باشد (کرسول، ۲۰۱۲). مصاحبه با ارتباط مستقیم با مصاحبه‌شونده، شرایط ارزیابی عمیق‌تر «ادراک، نگرش، علاقه و آرزوی پاسخ‌دهندگان» و «علل آن‌ها» را فراهم می‌کند. مصاحبه‌ها در گراند تئوری بیشتر به صورت «باز یا نیمه ساختاریافته» هستند. در مصاحبه باز یا بدون ساختار، مصاحبه‌گر درباره تعدادی از موضوعات از پیش تعیین‌شده، ذهن پاسخ‌دهنده را به طور عمیق کاوش می‌کند. در این مصاحبه، سؤالات استاندارد شده و پاسخ از قبل تعیین‌شده‌ای وجود ندارد. در عوض، مصاحبه‌گر جنبه‌های متعددی از نظرات مصاحبه‌شوندگان را آن‌گونه که در گفت‌وگو پیش می‌آید، بررسی می‌کند. در مصاحبه نیمه ساختاریافته، سؤالات با انعطاف‌پذیری از پیش تنظیم می‌شود (سرمد و همکاران، ۱۳۹۰). مصاحبه اغلب طی شش مرحله «تعیین هدف، طراحی، انجام مصاحبه، نگارش، تحلیل و تهیه گزارش» انجام می‌شود. از مهارت‌های لازم و مهم برای پژوهشگر روش گراند تئوری می‌توان به مهارت‌های «سخن گفتن، نوشتن، گوش دادن، تحلیل نقادانه وضعیت، دیدن و تفکر انتزاعی» اشاره کرد.

جمع‌آوری داده‌ها با توصیف موقعیت آغاز می‌شود. این کار چنان انجام می‌گیرد که گویی اساساً سؤالی در کار نیست و فقط شناخت وضعیت پیش رو اهمیت دارد. در مرحله «توصیف غنی» باید داده‌های مناسب را درباره «آدم‌ها، مکان‌ها، کنش‌ها و رخدادها» جمع‌آوری کرد و در این مرحله نباید به دنبال الگو یا انجام قضاوت بود. باید این توصیف‌ها را با «مصاحبه‌ها، فیلم‌ها، عکس‌ها، اسناد، آمار و ارقام مرتبط» کامل کرد (اشتراوس و کوربین، ۱۳۸۵). از داده‌های کمی هم می‌توان برای توصیف با «رویکردی کیفی» بهره گرفت. با ورود به میدان پژوهش و جمع‌آوری داده‌های کیفی و کمی، گردآوری داده‌ها و تحلیل آن‌ها به طور هم‌زمان صورت می‌گیرد. رویکرد ظاهر شونده تأکید دارد در هنگام شروع پژوهش باید افراد، گروه‌ها و مجموعه‌ها طوری انتخاب شوند که اطلاعات مفیدی را در حوزه موضوع منتخب فراهم کنند (دوداس، سیلینگو و اسماعیل^۱، ۲۰۱۱).

۱۱-۱۲. ملاحظات تحلیل یافته‌ها در گراند تئوری

تحلیل یافته‌ها با «خرد کردن، مفهوم‌پردازی، دسته‌بندی، نام‌گذاری و مقوله‌بندی» داده‌های جمع‌آوری شده انجام می‌شود (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۰). در بسیاری از رویکردها در طول جمع‌آوری داده‌ها کار تحلیل داده‌ها هم آغاز می‌شود. این امر در شرایطی اتفاق می‌افتد که نمونه‌گیری همچنان ادامه دارد و ممکن است بعد از تحلیل داده‌ها، پژوهشگر بار دیگر به سراغ نمونه‌گیری و جمع‌آوری داده برود و این عمل را تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه دهد. مهم‌ترین کار در این قسمت مقایسه داده‌ها با یکدیگر و انجام مراحل کدگذاری است. یادداشت‌ها و گفته‌ها با روش تحلیل محتوا و استفاده از جداول و گراف‌ها، سازوکاری برای کدگذاری هستند (اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۰). مراحل کدگذاری برای تشکیل معانی و مفاهیم است بر مبنای چهارعنصر «مفاهیم، مقوله‌های فرعی، مقوله‌های اصلی و فرضیه» به شرح جدول

۱۱-۱۲ است. «مفاهیم» مفهوم گسترده‌ای است که با حرکت به سمت مقوله‌های فرعی، اصلی و فرضیه، محدودتر و کانونی‌تر می‌شود.

جدول ۱۱-۱۲. عناصر گراند تئوری

ردیف	عناصر	توضیح
۱	مفهوم	واحدهای بنیادی برآمده از جملات یا واحدهایی با معنایی مشخص و محدود شونده به یک مفهوم
۲	مقوله فرعی	یا طبقه و حاصل ترکیب و کنار هم قرار گرفتن چند مفهوم و محدود شدن به یک مقوله فرعی
۳	مقوله اصلی	یا ابعاد و شامل ترکیب چند مقوله فرعی و محدود شدن به یک مقوله اصلی
۴	فرضیه‌ها	بیانگر روابط تعمیم‌یافته بین مقوله‌ها و مفاهیم برای رسیدن به یک فرضیه یا نظریه خاص

نخست جملات و عبارات جمع‌آوری شده با کدگذاری در قالب یک جدول مشخص می‌شوند. با شناسایی نکات کلیدی داده‌ها، به هر نکته یک کد معین اختصاص داده می‌شود. سپس با مرور کدها و شناسایی کدهای مشترک برای یک پدیده، یک «عنوان مفهومی» شکل می‌گیرد. حال در جدول می‌توان «مفاهیم مشترک» را شناسایی و آن‌ها در قالب «مقوله‌های فرعی» محدود کرد. در ادامه با تشخیص ویژگی‌های مشترک مقوله‌های فرعی می‌توان آن‌ها در ذیل یک «مقوله اصلی» سازماندهی کرد. حال مرور ارتباط این مقوله‌ها و مفاهیم شرایط شکل‌گیری «نظریه» را فراهم می‌آورد. هر کوچکترین واحد داده‌های به‌دست آمده از ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها، قابل تحلیل است. به‌این منظور هر واحد باید یک کد معرف از ابعاد مختلفی چون «نوع ابزار، منبع داده، مشخصات مشارکت‌کننده و محل گزاره» داشته باشد. هدف این کار آن است تا در فرایند پژوهش، امکان «بررسی متقابل و تداوم کنترل» برای ارجاعات، استنادات، گزارش‌های مرحله‌ای و پایانی وجود داشته باشد. برای کدگذاری معرف ابزار می‌توان از کدهایی چون «IN برای مصاحبه»، «QN برای پرسشنامه باز»، «OB برای مشاهده»، «DO برای اسناد»، «SE برای تأملات شخصی»، «ME برای یادداشت‌های فنی پژوهشگر در فرایند تحلیل»، «LO برای یادداشت‌های دیگران از تحلیل‌های خود»، «FG برای پنل‌های موضوعی و گروه‌های بحث کانونی» و امثال آن استفاده کرد. برای گروه‌های پاسخ‌دهنده هم می‌توان کدهایی مانند «P برای سیاستگذاران»، «M مدیران»، «F استادان» و امثال آن تهیه کرد. همچنین می‌توان با عدد به ردیف شخص مصاحبه شده اشاره نمود. علاوه بر آن می‌توان به هر گزاره از داده‌ها نیز یک شماره اختصاص داد. با این طراحی‌ها می‌توان هر گزاره را به شکل زیر کدگذاری کرد (فراستخواه، ۱۳۹۵).

وجود نهادهای موازی برای سیاستگذاری باعث تداخل و تعارض می‌شود (IN-P-03-057).

کدهای اختصاص داده شده نشان می‌دهد که این داده «از نوع مصاحبه»، «از گروه سیاستگذاران»، «نفر سوم گروه» و «از ردیف ۵۷ فهرست گزاره‌های برآمده از مصاحبه‌ها» است.

جمع‌آوری داده‌ها با تحلیل داده‌ها درهم تنیده است و حسب تحلیل‌ها هدایت می‌شود و بسط پیدا می‌کند. تحلیل داده‌ها نیز طی روند تکوین، تکمیل و اشباع داده‌ها پیش می‌رود. این مسیر کار خطی نیست و با رفت‌وبرگشت در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها همراه است. در واقع داده‌ها مرحله‌به‌مرحله و به‌طور مداوم جمع‌آوری و ثبت می‌شوند و به‌طور غیرخطی پایه‌ای آن‌ها، «تحلیل مداوم و مقایسه‌ای داده‌ها» صورت می‌پذیرد. در این مسیر خلاقیت نقش مهمی

دارد. این خلاقیت از دو بعد «عمومی» و «وابسته به رویکرد منتخب» مورد توجه قرار می گیرد. در بعد خلاقیت عمومی بر فرایندهای نام گذاری، برچسب زنی، نشانه گذاری، کشف ارتباط میان آن ها با مقایسه و تحلیل اشاره دارد. در خلاقیت خاص بر اساس رویکرد منتخب به مواردی چون خلاقیت در «مقوله ای کردن در رویکرد گلیزی»، «بازنمایی نظریه در رویکرد اشتراوسی»، «تفسیر برساخته های معنایی مردمان در رویکرد چارمز»، «نقشه کردن موقعیت در رویکرد کلارک» و «مدخل نویسی و اطلس کردن در رویکرد شاتزمن» اشاره دارد (فرستخواه، ۱۳۹۵).

فرایند کدگذاری در رویکردهای مختلف و به ویژه رویکردهای گلیزی و اشتراوسی دارای شباهتهایی است و البته تفاوت هایی هم دارند. برای نمونه در رویکرد نظام مند اشتراوسی، کدگذاری با جزییات بیشتر و با فنون دقیق تری بیان می شود اما در رویکرد ظاهر شونده گلیزی، جزییات و قواعد کمتری در کدگذاری وجود دارد (جونز و آلونی^۱، ۲۰۱۱). در رویکرد ظاهر شونده، چند مصاحبه اول به صورت باز کدگذاری می شوند، سپس با شناسایی مقوله محوری مصاحبه های بعدی در قالب کدگذاری انتخابی ادامه می یابند. در صورتی که در رویکرد نظام مند، کلیه مصاحبه ها به صورت باز کدگذاری می شوند. «گلیزر» در رویکرد ظاهر شونده، برای کدگذاری باز داده ها، مجموعه ای از سؤال های خنثی را برای تسهیل فرایند تفسیر داده ها پیشنهاد می کند، اما «اشتراس و کوربین» در رویکرد نظام مند با قرار دادن داده ها در تحلیل بسیار ریز مخالف هستند. در کدگذاری انتخابی ظاهر شونده تأکید بر تلفیق میان مقوله ها از طریق یک الگوی ارتباطی با خانواده های کدگذاری است اما در رویکرد نظام مند، تلفیق مقوله ها از طریق پارادایم کدگذاری انجام می شود (لاک^۲، ۲۰۰۱). در رویکرد «نظام مند اشتراوس و کوربین» از کدگذاری سه مرحله ای «باز، محوری و انتخابی» و در رویکرد «ظاهر شونده گلیزر» از کدگذاری دومرحله ای «باز و انتخابی» برای تحلیل داده ها استفاده می شود. از نرم افزارهای کامپیوتری برای تحلیل داده ها در گراند تئوری می توان به نرم افزار مکس کیو دی ای (MAXQDA) اشاره کرد.

۱۱-۱۲-۱. کدگذاری باز: در این مرحله به هر یک از کوچک ترین واحد معنادار از محتوای متنی هدف یک کد مفهومی و مقوله ای اختصاص داده می شود. واحد معنادار داده ها می تواند یک جمله کوچک یا یک قسمت از بند و یا یک یا چند بند از کل محتوای متنی باشد. در هر صورت هر چه واحدها کوچک تر باشد، بهتر است. باید مفاهیم و مقولات از خود داده های یک زمینه و موقعیت انسانی و اجتماعی مشخص باشد و نه از ذهنی غیراستقرایی و نظریه های پیشین بیرون آمده باشد. برای این منظور باید به ملاحظات جدول ۱۲-۱۲ توجه داشت (اشتراس و کوربین، ۱۳۹۰).

جدول ۱۲-۱۲. ملاحظات کدگذاری باز در گراند تئوری

ردیف	ملاحظات
۱	ساماندهی گزاره‌ها در قالب یا فهرستی دقیق و صریح و تا حد امکان کوتاه و معنارسان
۲	اختصاص کدهای حرفی و رقمی برای کمک به شفافیت در داده‌های پژوهش و قابلیت پیگیری در صورت لزوم
۳	مقوله‌ای کردن یا قرار دادن گزاره‌ها در قالب مفاهیم و مقوله‌ها با توجه به مضامین آن‌ها (از سطح کوچکتر تا سطوح بعدی در حد نیاز)
۴	بررسی اعتبار مقولات

ازجمله سؤال‌های رایج برای کدگذاری متن می‌توان به نمونه‌های جدول ۱۲-۱۳ اشاره کرد (فلیک، ۱۳۸۷).

جدول ۱۲-۱۳. سؤالاتی در مواجهه با متن برای مقایسه و پالایش

ردیف	محور	سؤال
۱	چه چیزی	در اینجا، مسئله چیست؟ چه پدیده‌ای قابل بررسی است؟
۲	چه کسی	چه افراد یا کنشگرانی درگیرند؟ چه نقش‌هایی بازی می‌کنند؟ چه ارتباطی با هم دارند؟
۳	چگونه	چه جنبه‌هایی از پدیده بررسی شده‌اند (و یا نشده‌اند)؟
۴	چه وقت	چه مدت؟ کجا؟ چه مقدار؟ به چه شدت؟
۵	چقدر	جنبه‌های مختلف شدت؟
۶	چرا	چه دلایلی مفروض هستند و یا ممکن است برداشت شوند؟
۷	با چه وسیله‌ای	چه وسایل، روش‌ها، تاکتیک و استراتژی‌هایی برای دستیابی به این هدف استفاده شده‌اند؟

برای مقوله‌ای کردن نیاز به مفهوم‌سازی عمیق از گزاره‌ها وجود دارد. بدین ترتیب هر واحد متنی، برچسبی مفهومی می‌خورد و پله‌پله به‌صورت مداوم از مفهوم‌های کوچک، طیف‌های مفهومی تشکیل می‌شود. از هر طیف مفهومی، یک مقوله به‌دست می‌آید و کل داده‌ها عنوان‌بندی و نشانه‌گذاری و در ادامه مقولات به‌دست آمده در ستون مشخصی مانند جدول ۱۲-۱۴ درج خواهد شد (فراستخواه، ۱۳۹۵).

جدول ۱۲-۱۴. سیر داده‌ها به‌طیف‌های مفهومی و سپس به مقوله

مقوله	طیف‌های مفهومی	داده
تحمل ابهام	اعتماد به نفس با وجود قبول گفتگو	گاهی در امکان موفقیت خیلی تردید بود و جای بگو مگو وجود داشت اما من از کارم دست برنداشتم.
	پذیرش ملاحظات با وجود پشتکار	ملاحظات را به‌جان می‌خرم ولی از پای نمی‌نشینم.
	درک پیچیدگی	مباحث انسانی پیچیده‌اند و نباید انتظار داشت همه یک‌جور فکر کنند.
	نسبیت‌پذیری و مطلق‌گریزی	دانش ما نسبی است.
	کثرت‌گرایی	دیدگاه‌ها مختلف‌اند و باید گفتگو کرد.
	ابهام‌پذیری و امید به روشن‌سازی	همیشه درکاری که می‌خواهی انجام بدهی، نقطه‌های تاریکی وجود دارد ولی می‌شود چراغی یافت و آن‌ها را روشن کرد.
	اعتماد به نفس با وجود قبول گفتگو (۲)	آمادگی بگو مگو درباره کارش داشت ولی اعتماد به نفسش را از دست نمی‌داد.

مقوله‌بندی بر اساس دو راهبرد «پرسش» و «مقایسه» است و در آن هر مفهوم با مفاهیم «قبل، بعد یا کلی» به‌طور منظم مقایسه و مقوله‌های مرکب و جامع ایجاد می‌شود (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۰ و ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۴). مقوله،

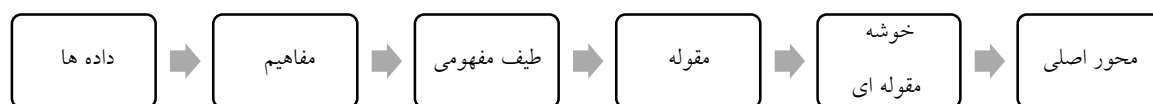
مفهومی انتزاعی تر با قدرت مفهومی بالا به دلیل جمع کردن انواع «مفاهیم» در درون خود هستند. نام مقوله، باید بیشترین ارتباط را با داده‌های نمایانگر آن داشته باشد. در مجموع «مفاهیم» برچسب‌های مفهومی از حوادث یا پدیده‌ها، و «مقوله» مجموعه‌ای از مفاهیم تعریف می‌شوند (کرسول، ۲۰۱۲). در «کدگذاری جملات و پارگراف‌ها» هنگام مطالعه اسناد یا متن مصاحبه، پژوهشگر باید به دنبال ایده اصلی نهفته در آن باشد تا پس از نام‌گذاری بتواند به تحلیل آن بپردازد. برای تکمیل مدل‌های پارادایمی مانند رویکرد نظام‌مند نیازی به تحلیل «خط‌به‌خط» نیست و باید به دنبال مقولات فرعی مرتبط با مقوله‌های اصلی و کامل‌کننده مدل بود (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۰ و ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۴). ممکن است پژوهشگر باید ده‌ها یا صدها برچسب مفهومی حاصل از نام‌گذاری را گروه‌بندی یا مقوله‌بندی کند.

کدهای به‌دست آمده در قالب «مفاهیم و مقولات» بر حسب موضوع پژوهش، پرسش‌های پژوهشی و نوع داده‌ها دو حالت دارند. یا مفهومی در بدنه متن هستند که به آن‌ها «کد متصل به متن» گفته می‌شود یا مفهومی استنباط شده از متن هستند که به «کد ساخته شده از متن» تعبیر می‌شوند (فراستخواه، ۱۳۹۵). در جدول ۱۲-۱۵ نمونه‌ای از هر کدام ارائه می‌شود.

جدول ۱۲-۱۵. نمونه‌ای از انواع کد متصل به متن و کد ساخته شده از متن

نوع کد	کد طیف مفهومی	داده
ساخته شده از متن	مسئولیت اجتماعی	رسانه‌ها به مشکلات جامعه می‌پردازند.
متصل به متن	مسئولیت اجتماعی	رسانه‌ها در راستای مسئولیت اجتماعی به مشکلات جامعه می‌پردازند.

کار جمع‌آوری داده‌ها با کدگذاری باز ادامه می‌یابد و با توجه به مفاهیم و مقولات به‌دست آمده در هر مرحله، در ادامه نیز به‌طور پلکانی، پرسش‌هایی از دیگر مشارکت‌کنندگان به‌عمل می‌آید یا مشاهدات دیگری حاصل می‌شود و یا بررسی‌هایی از نوع دیگر ادامه پیدا می‌کند. در این مسیر داده‌های حاصل از این موارد با داده‌های قبلی مقایسه می‌شوند. به‌همین صورت عمل کدگذاری ادامه می‌یابد و جدول‌های مقولات به‌صورت تکوینی تکمیل می‌شود. در سلسله مراتب تقلیل داده‌ها با کدگذاری فرایندی به شرح شکل ۱۲-۶ دنبال می‌شود.



شکل ۱۲-۶. فرایند تقلیل داده‌ها در کدگذاری

آخرین مرحله از این فرایند، «محورهای اصلی مقوله‌ای» یا همان چیزی است که مفصل‌های نظریه را تشکیل می‌دهند. این مرحله مقدمه ورود به مرحله کدگذاری محوری یا کدگذاری نظری است. بر این اساس کدگذاری باز در

جدول‌هایی مشخص و طی چندگام اساسی صورت می‌گیرد. نخستین جدول به فهرست گزاره‌ها به‌مانند جدول ۱۶-۱۲ اشاره دارد.

جدول ۱۶-۱۲. نمونه جدول فهرست گزاره‌های حاصل از جمع‌آوری داده‌ها

ردیف	گزاره	کد	مقوله سطح اول
۱	ملاحظات را به‌جان می‌خرم ولی از پای نمی‌نشینم.	IN-P-07-01	تحمل ابهام
۲	هر خطایی به پختگی من می‌افزود.	IN-P-04-02	یادگیری از خطا
۳	این موضوع با رشته تحصیلی من مرتبط است.	IN-P-03-03	بهره‌مندی از دانش تخصصی
...	...	...	...

اغلب گزاره‌های مختلفی در ذیل یکی از مفاهیم یا مقوله‌های سطح اول قرار می‌گیرند. بنابراین پژوهشگر برای شناسایی تعداد فراوانی مقوله‌های پوشش دهنده باید در یک جدول مانند جدول ۱۷-۱۲ مقولات را فهرست و به فراوانی آن‌ها با توجه به شماره ردیف آن‌ها در جدول قبلی اشاره کند.

جدول ۱۷-۱۲. تکرار و فراوانی مقوله‌ها

ردیف	مقوله‌ها	تکرار بر اساس شماره ردیف
۱	تحمل ابهام	۱، ۷، ۱۶، ۲۴
۲	یادگیری از خطا	۲، ۵، ۱۳
۳	بهره‌مندی از دانش تخصصی	۳، ۱۸، ۳۰، ۳۴، ۴۱
...	...	...

با این شرایط انبوهی از معانی، مفاهیم و مقولات پراکنده ایجاد شده است که باید برای آن‌ها نظامی معنایی ایجاد شود. مقوله‌های به‌دست آمده اغلب زیادند و پژوهشگر باید با خلاقیت و بر اساس «موضوع، مسئله، هدف، سؤالات، شواهد میدانی و موقعیتی در پژوهش» از سطح اول مقوله‌بندی به سطح دوم برود. در سطح دوم «مقوله‌ای کردن» باید مقوله‌های کوچک را «مقایسه، ترکیب و دسته‌بندی» کرد تا در مقوله‌های بزرگ‌تر و خوشه‌های مقوله‌ای خلاصه شوند. با این اقدام پژوهشگر «بلوک‌های مقوله‌ای» ایجاد می‌شود و شرایط برای نظریه‌سازی مهیا خواهد شد. در این حالت باید جدولی مشابه جدول ۱۸-۱۲ برای مقوله‌ای کردن در سطح دوم تهیه کرد.

جدول ۱۸-۱۲. تشکیل یک بلوک مقوله‌ای از مقوله‌های کوچک‌تر بر مبنای خویشاوندی

ردیف	مقوله‌های سطح اول	مقوله خوشه‌ای سطح دوم
۱	تحمل ابهام	ویژگی‌های کارآفرین
۲	یادگیری از خطا	
...	...	
۱	بهره‌مندی از دانش تخصصی	تخصص‌گرایی
۲	میل به تحصیل و یادگیری	
...	...	

مقوله‌ای کردن الزاماً دو سطحی نیست و حسب ماهیت داده‌ها و موضوع آن‌ها می‌تواند سه سطح و بیشتر هم داشته باشد. نکته مهم در مقوله‌ای کردن داده‌ها آن است که مقوله‌ها باید از دل موقعیت بیرونی و بر اساس داده‌ها باشند؛

به نحوی که یک موقعیت ویژه و مسائل آن را بازتاب دهند. مقوله‌ها نباید کلیاتی بدیهی و بی‌ربط با موضوع و مسئله باشند.

۱۲-۱۱-۲. کدگذاری محوری یا نظری: بعد از کدگذاری باز «اشتراوس و کوربین» مرحله «کدگذاری محوری»^۱ و «گلنزر» مرحله «کدگذاری نظری»^۲ را مطرح می‌کنند. پژوهشگر در کدگذاری نظری «مقوله‌ها و مفاهیم» حاصل از مرحله کدگذاری باز را با هم «مقایسه» و بر اساس روابط «ترکیب، ادغام و خلاصه» می‌کند. کدگذاری محوری نیز بر «مرتب کردن، درآمیختن و سازماندهی» انبوهی از داده‌ها اشاره دارد. اساس این مرحله، کشف ارتباط و چسبندگی میان معانی و مفاهیم است. اگر کار را با رویکرد کدگذاری محوری اشتراوس و کوربین دنبال کنیم، یک گام بزرگ به سوی الگوی پارادایمی بر می‌داریم و در نزدیکی آن قرار می‌گیریم. اگر کار با رویکرد نظری گلنزر دنبال شود، یک گام دیگر برای ظهور و پدیدارشدن نظریه برداشته خواهد شد. هیچ مرز مشخصی را نمی‌توان بین کدگذاری باز با این مرحله ایجاد کرد. زیرا میان این دو مرحله رفت و برگشت وجود دارد و هر دو به صورت تکوینی به وجود می‌آیند و توسعه پیدا می‌کنند. به بیان دیگر تحلیل مداوم مقایسه‌ای داده‌ها (CCDA) فرایندی انباشتی، دایمی و غیرخطی است. یعنی در مرحله کدگذاری محوری یا نظری ممکن است به خلاءها و نیازهایی برخورد کنیم که ضرورت بازگشت به کدگذاری باز و شناسایی معانی، مفاهیم و مقوله‌های تازه‌ای را طلب کند. در مجموع مهم‌ترین اقدامات در مرحله کدگذاری محوری شامل «مقایسه و شناسایی روابط بین خوشه‌های مقوله‌ها»، «کشف پدیده اصلی» و «اطمینان از اشباع داده‌ای هر یک از محوره‌های مقوله‌ای» است. شناسایی و کشف پدیده اصلی یا کانونی‌ترین خانواده بزرگ مقوله‌ای با معنایی مهم و هسته‌ای گام اساسی این مرحله است. وقتی پدیده اصلی شناسایی می‌شود، به مثابه آهن ربایی خوشه‌های مقوله‌ای

1 . Axial Coding (AC)

2 . Theoretical Coding (TC)

پراکنده را دور خود و در ابعاد مشخص شده مانند «علل»، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها» جمع می‌کند. نتیجه مرحله می‌تواند جدولی مانند جدول ۱۲-۱۹ باشد.

جدول ۱۲-۱۹. نمونه مقوله‌ای کردن چندسطحی با تأکید بر شناسایی پدیده هسته‌ای

پدیده هسته‌ای	خوشه مقوله‌ای	مقوله سطح دوم	مقوله سطح یکم	مضامین مشترک چند عبارت
ترفندهای بقا	شرایط علی: حکمرانی دولتی	سیاست اقتصادی	اقتصاد نفتی	ته کشیدن بودجه نفتی دولت (۵، ۴، ۹)
			...	...
		سیاست بین‌المللی	ضعف دیپلماسی	دیپلماسی بین‌المللی ما ضعیف بود (۳، ۷، ۲۰)
			...	...
		سیاست آموزش عالی	کمیت‌گرایی	رشد کمی بی‌رویه (۲۱، ۱۷، ۸)
			...	...
	عوامل مداخله و تعدیل کننده: حکمرانی دانشگاهی	معیارهای سنجش و ارزش‌گذاری	مدرک سالاری	مدرک بالاتر به معنی حقوق بیشتر است (۳۰، ۶، ۲)
			...	...
		سیطره مدیریت دولتی بر علم	دیوانسالاری در نظام علم	نظام متمرکز بوروکراسی بر دانشگاه حاکم شد (۱۰، ۳۱، ۱۱)
			...	...
	زمینه‌ها	فرهنگ عمومی	فرهنگ رفاقتی	رفاقت بازی سبب از بین رفتن ضوابط می‌شود (۴، ۲۵، ۱)
			...	...
		شرایط اقتصادی	وابستگی دانشگاه به بودجه دولتی	دانشگاه‌ها بدون حمایت مالی دولت نمی‌توانند کاری بکنند (۴، ۶، ۱۹)
			...	...
	راهبردهای لازم به مثابه ترفندهای بقا	تاکتیک‌های عاملان	مدرک گرایی	...
			مقاله گرایی	...
	نتایج و پیامدها	از کوزه همان برون تراود	زوال کیفیت	...
			ضعف در تولید دانش	...

مقوله‌های کانونی و هسته‌ای، محورها و مفصل‌های نظری را وضوح می‌بخشد و ما را به کدگذاری محوری و سپس انتخابی منقل می‌کند (فراستخواه، ۱۳۹۵). اشتراوس (۱۹۶۷) برای انتخاب یک مقوله محوری به ویژگی‌هایی به شرح جدول ۱۲-۲۰ اشاره داشت (دانایی‌فرد و امامی، ۱۳۸۶).

جدول ۱۲-۲۰. ویژگی‌هایی برای انتخاب مقوله محوری

ردیف	ویژگی‌ها
۱	محور بودن یا امکان ربط دیگر مقوله‌ها به آن
۲	فراوانی ظهور آن یا نشانه‌هایش در داده‌ها
۳	وجود توضیح منطقی و محکم برای ربط دهی مقوله‌ها
۴	به قدر کافی انتزاعی بودن برای استفاده در عرصه‌های خرد و واقعی و تولید یک نظریه عمومی
۵	قابل تلفیق با مفاهیم دیگر و امکان رشد دادن نظریه از لحاظ عمق و قوت اکتشافی

شرایط علی در داده‌ها اغلب با واژگانی نظیر «وقتی، درحالی که از آنجاکه، چون، به سبب و به علت» بیان می‌شود. حتی زمانی که چنین نشانه‌هایی وجود ندارد پژوهشگر می‌تواند با توجه به «خود پدیده، نگاه منظم به داده‌ها، بازبینی رویدادهای مقدم بر پدیده از نظر زمانی»، شرایط علی را بیابد. شرایط زمینه‌ای بیانگر مجموعه خاص شرایط وقوع راهبردهای «کنش/واکنش» و نشانگر خصوصیات ویژه اثرگذار بر پدیده است. به عبارتی، محل حوادث یا وقایع مرتبط با پدیده‌ای در طول یک بعد است که در آن کنش متقابل برای کنترل، اداره و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد. شرایط مداخله‌گر به شرایط ساختاری راهبردهای «کنش متقابل» پدیده اشاره دارد و می‌تواند تسهیل یا محدودکننده راهبردهای درون یک زمینه خاص باشد. این شرایط مواردی چون «فضا، زمان، فرهنگ، وضعیت اقتصادی، وضعیت فن شناختی، حرفه، تاریخ و بیوگرافی فردی» را در بر می‌گیرد. همه شرایط الزاماً درباره همه موارد صدق نمی‌کند و این به خود پژوهشگر بستگی دارد که تشخیص دهد از کدام یک در تحلیل‌های خود باید استفاده کند. این کار با نشان دادن چگونگی نقش آن‌ها در آسان یا مشکل‌سازی «کنش و واکنش» صورت می‌پذیرد. راهبردها به «مدیریت، اداره، انتقال یا پاسخ» به پدیده موردنظر از سوی کنشگران گفته می‌شود. راهبردهای موردنظر به ارائه راه‌حل‌هایی برای مواجهه با پدیده مورد مطالعه اشاره دارد که هدف آن اداره پدیده مورد مطالعه، برخورد با آن و حساسیت نشان دادن در برابر آن است. راهبردها هدفمند و با دلیل مشخص خواهد بود. گاهی ممکن است برای اهدافی غیر مربوط به پدیده باشد اما به‌رحال پیامدهایی را برای پدیده در بر خواهد داشت. پیامدها نتایج و حاصل «کنش‌ها و واکنش‌ها» در راستای پاسخ یا اداره یک پدیده هستند. آن‌ها همیشه قابل پیش‌بینی یا برای منظور خاصی نیستند و می‌توانند بالقوه یا بالفعل باشند که در زمان حاضر یا در آینده اتفاق بیفتند. از این رو آنچه پیامدهای کنش/کنش متقابل در یک برهه زمانی است ممکن است بخشی از شرایط در زمانی دیگر باشد (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۰).

۱۲-۱۱-۳. کدگذاری انتخابی یا ظهور نظریه: کدگذاری انتخابی در تعبیر اشتراوس و کوربین در نگاه گلایزر با عنوان «پدیدایی نظریه» مطرح می‌شود. کدگذاری انتخابی یک مرحله مکانیکی جدا در پایان نیست بلکه در طی کدگذاری باز و محوری بذره‌ای آن جوانه می‌زند. در طول گام‌های قبل و به‌ویژه با تشکیل خوشه‌های مقوله‌ای و بالاخص کشف پدیده اصلی، پژوهشگر به تدریج متوجه مفصل‌های یک نظریه می‌شود و با تکمیل داده‌ها به‌طور تجمعی و تحولی، ارتباط این مفصل‌ها را بازنمایی و مهیای نظریه پردازی می‌کند. این به بیان اشتراوس و کوربین رسیدن به یک الگوی پارادایمی و به بیان گلایزر ظهور یک نظریه از دل داده‌ها است. این امر یک انتخاب نهایی یا همان کدگذاری انتخابی در ادبیات اشتراوسی و یک اکتشاف نظری در تعبیر گلایزری است. نظریه برآمده از داده‌ها، «نظریه‌ای در حد میانی» است که باید ویژگی‌هایی به شرح جدول ۱۲-۲۱ داشته باشد.

جدول ۱۲-۲۱. ویژگی‌های نظریه نهایی برآمده از داده‌ها در گراند تئوری

ردیف	ویژگی‌ها
۱	دارای پیکره مفهومی یا سامانه معنایی منظم و تشریح کننده «موجودیت‌ها، فرایندها، ربط علی و پدیده اصلی در یک موقعیت خاص»
۲	برخوردار از سازگاری درونی و بیرونی
۳	دارای ربط منطقی، موجه و قابل دفاع عمومی بین اجزای ارائه شده
۴	ارائه باور صادق و موجه از چیستی و چگونگی و چرایی یک امر
۵	برخورداری از اعتبار میان‌ذهنی بودن و محدود به یک فرد یا گروه خاص نبودن
۶	قابل بررسی منطقی از رویکرد بین‌ذهنی بودن
۷	حساس بودن نسبت به مشاهدات مجدد و مکرر مشاهده‌کنندگان یک موقعیت و بر ملا شدن داده‌های خلاف

مهم‌ترین فعالیت‌های کدگذاری انتخابی را هم می‌توان در جدول ۱۲-۲۲ مرور کرد.

جدول ۱۲-۲۲. مهم‌ترین فعالیت‌های کدگذاری انتخابی در گراند تئوری

ردیف	فعالیت‌ها
۱	مرور مجدد در کدگذاری باز و محوری
۲	تأمل در پدیده اصلی و ربط هر یک از خوشه‌های مقوله‌ای با آن
۳	تأمل در خوشه‌های مقوله‌ای به وجود آمده و نهایی کردن اصلی‌ترین بلوک‌های مقوله‌ای دارای چند مقوله
۴	تفسیر ارتباط بلوک‌ها با یکدیگر و با پدیده اصلی
۵	تألیف همه داده‌ها در یک سامانه نظری (عبارت مشخص)

در کدگذاری محوری، مقوله‌ها به‌طور نظام‌مند بهبودیافته و با زیر مقوله‌ها پیوند داده می‌شوند اما هنوز یک آرایش نظری برای پیدایش نظریه ندارند. کدگذاری انتخابی با یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌ها این کار را انجام می‌دهد (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶). در این مرحله پژوهشگر بیشتر در نقش نویسنده بر اساس «مقولات، نوشته‌های کدگذاری، یادداشت‌های نظری، شبکه‌ها و دیاگرام‌ها»، یافته‌های مراحل قبلی را با انتخاب «مقوله محوری» و ربط نظام‌مند سایر مقولات به آن دنبال می‌کند. این کار با اثبات روابط و تکمیل مقوله‌های نیازمند بهبود و توسعه بیشتر انجام می‌شود. در این حالت توجه به روابط میان مقوله‌ها بر مبنای مشخصه‌ها و ابعادشان است (اشتراوس و کوربین، ۱۳۹۰).

۱۲-۱۲. اعتبار بخشی

رویکردهای متعددی برای بررسی اعتبار نتایج پژوهش به روش گراند تئوری وجود دارد. گلیزر در کار اولیه و مشترک خود با اشتراوس بر لزوم توجه به قواعد اعتباریابی نظریه از ابعاد «برازش، کارایی، ارتباط و تعدیل پذیری» به شرح جدول ۱۲-۲۳ تأکید داشت.

جدول ۱۲-۲۳. قواعد اعتباریابی نظریه برآمده از پژوهش گراند تئوری

ردیف	قواعد	توضیح
۱	برازش	جور بودن نظریه پدیدار شده با داده‌ها با تأکید بر تحمیل نشدن نظریه بر داده‌ها یا از نظریات پیشین، ساختگی تصنعی نبودن
۲	کارایی	اشاره به قابلیت اکتشافی و ظرفیت توضیحی نظریه
۳	ارتباط	متصل بودن نظریه به یک موقعیت واقعی و برآمده از آن
۴	تعدیل پذیری	دارای حساسیت و پذیرش تعدیل در صورت ارائه شواهدی دیگر توسط پژوهشگری دیگر

همچنین به منظور اعتباربخشی به نتایج پژوهش می توان از معیارهای ارزشیابی لینکلن و گابا^۱ (۱۹۸۵) شامل «اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأیید پذیری»^۲ استفاده کرد (لیتز و زایاس، ۲۰۱۰).

۱۲-۱۲. اعتبار: اعتبار یا باورپذیری به واقعی بودن توصیف‌ها و یافته‌های پژوهش اشاره دارد و درجه اعتماد به واقعی بودن یافته‌ها برای شرکت‌کنندگان پژوهش و زمینه پژوهش انجام‌شده در آن است. به این معنا که یافته‌ها و نتایج پژوهشگر، همانی باشد که در نظر و ذهن پاسخگو بوده است. برای دستیابی به این معیار می توان از روش‌هایی به شرح جدول ۱۲-۲۴ استفاده کرد.

جدول ۱۲-۲۴. روش‌های برای تعیین اعتبار نتایج پژوهش گراند تئوری

ردیف	روش	توضیح
۱	ارزیابی چندجانبه یا مثلث سازی	استفاده از منابع مختلف در جمع‌آوری داده‌ها و انتخاب نمونه پژوهش جهت مصاحبه و طراحی سؤالات مصاحبه
۲	ارزیابی توسط شرکت‌کنندگان در پژوهش	ارائه متن مصاحبه و کدهای استخراج‌شده برای مشارکت‌کنندگان در مصاحبه و دریافت نظر آن‌ها

۱۲-۱۲. انتقال‌پذیری: اشاره به این‌که یافته‌های مطالعه تا چه حد در دیگر گروه‌ها یا جاها قابل انتقال یا استفاده است. دیدگاه‌ها و تجارب گوناگون مشارکت‌کنندگان مختلف در مورد یک پدیده یا همان اصل حداکثری تنوع باعث افزایش قابلیت انتقال یافته‌ها می‌شود. پژوهشگر برای تسهیل انتقال‌پذیری، باید توصیف روشنی از «بستر، نحوه انتخاب و ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان، جمع‌آوری داده و فرایند تحلیل» ارائه کند تا خواننده درباره قابلیت کاربرد یافته‌ها در موقعیت‌های دیگر قضاوت نماید. برای این منظور می توان از روش‌هایی به شرح جدول ۱۲-۲۵ استفاده کرد.

جدول ۱۲-۲۵. روش‌های برای تعیین قابلیت انتقال‌پذیری نتایج پژوهش گراند تئوری

ردیف	روش	توضیح
۱	مستندسازی	مستندسازی مکتوب کلیه مراحل پژوهش جهت استفاده احتمالی توسط محققین دیگر
۲	گزارش شرایط زمینه‌ای	ارائه تفصیلی شرایط دموگرافیکی مصاحبه‌شوندگان و محیط پژوهش در گزارش نهایی پژوهش

۱۲-۱۲. ۳. قابلیت اعتماد: معیار قابلیت اعتماد یا ثبات به پایداری داده‌ها در طول زمان و شرایط متفاوت گفته می‌شود. ارائه فرایندهای تصمیم‌گیری پژوهشگر به این نوع ارزیابی کمک می‌کند. برای این منظور می توان از درصد توافق دو کدگذار با انتخاب تصادفی یک یا چند مصاحبه و ارائه آموزش کدگذاری استفاده کرد. در هریک از مصاحبه‌ها کدهایی که از نظر پژوهشگر و کدگذار منتخب مشابه بودند با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم توافق مشخص می‌شوند. درصد توافق بین دو کدگذار با استفاده از فرمول زیر محاسبه خواهد شد (خواستار، ۱۳۸۸).

$$\text{درصد پایایی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

نتایج حاصل از این بررسی را می توان در جدولی به شکل جدول ۱۲-۲۶ سازمان داد.

جدول ۱۲-۲۶. جدول نمونه برای نمایش قابلیت اعتماد یا پایایی نتایج پژوهش گراند تئوری

1. Guba & Lincoln

2. Credibility, Transferability, Dependability and Confirmability

عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	درصد پایایی
شماره ۳	۳۵	۱۳	۹	۷۴٪
...	...	...	...	...
کل	۱۰۸	۴۴	۲۰	۸۱٪

پایایی کل بین دو کدگذار که بالاتر از ۶۰ درصد باشد، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها را تأیید می‌کند.

۱۲-۱۲-۴. **تأیید پذیری:** نشان‌دهنده ارتباط داده‌ها با منابع و ظهور نتایج و تفاسیر از منابع است. قابلیت تأیید را می‌توان از طریق ارائه روند پژوهش از راهی قابل پیگیری تضمین کرد. درواقع این معیار کنترل می‌کند که نتایج پژوهش، متأثر از فرض‌ها و پیش‌دانسته‌های پژوهشگر نباشد. برای بررسی تأییدپذیری نتایج حاصل از پژوهش گراند تئوری می‌توان از روش‌هایی به شرح جدول ۱۲-۲۷ استفاده کرد.

جدول ۱۲-۲۷. روش‌هایی برای تعیین تأیید پذیری نتایج پژوهش گراند تئوری

ردیف	روش	توضیح
۱	ارزیابی توسط متخصصین خارج از فرآیند پژوهش	نتایج این پژوهش در اختیار چند تن از اساتید دانشگاهی خارج از فرآیند پژوهش قرار گرفته تا مطالعه و بازبینی شود.
۲	تشریح فرآیند پژوهش	مراحل پژوهش اعم از جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل و شکل‌گیری درون‌مایه‌ها به‌منظور فراهم نمودن امکان ممیزی پژوهش توسط مخاطبین و خوانندگان به‌صورت کامل تشریح می‌شود.

روش پژوهش

تحلیل محتوا

هدف کلی: آشنایی با فرایند اجرای پژوهش تحلیل محتوا

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم تحلیل محتوا و انواع آن
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در تحلیل محتوا
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در تحلیل محتوا
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در تحلیل محتوا

مقدمه

تحلیل محتوا به مطالعه انواع پیام‌ها می‌پردازد. تحلیل محتوا روش پژوهشی است که امروزه در اغلب زمینه‌های علوم انسانی و به‌ویژه روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، سیاست، تبلیغات، ارتباطات و مدیریت کاربرد دارد. در این فصل به معرفی کلی و مبانی اجرایی روش تحلیل محتوا پرداخته می‌شود.

۱-۱۳. مفهوم تحلیل محتوا

برای بررسی محتوای آشکار، دوپهلو، مبهم، پنهان و حتی پیچیده در یک متن می‌توان از روش تحلیل محتوا استفاده کرد. در واقع از این روش برای کشف دنیای کلمات و جملات و هدف نویسنده یا گوینده به‌کار می‌رود. این روش برای بررسی داده‌های موجود در انواع محتوای رسانه‌ای قابل استفاده است. کریپندروف (۲۰۱۲) تحلیل محتوا را «بررسی نظام‌مند، دقیق، مشروح و تفسیر ساختار مواد جهت شناخت الگوها، گرایش‌ها، معانی و موضوعات» تعریف می‌کند. تحلیل محتوا روشی پژوهشی و شامل شیوه‌های تخصصی در پردازش داده‌های پژوهشی است. این روش در جست‌وجوی دریافت جنبه‌های ادراکی و احساسی پیام‌ها و یا درک موارد پنهانی و قابل‌استخراج از بیانات و محتواهاست (آذر، ۱۳۸۰: ۵). اهداف استفاده از تحلیل محتوا می‌تواند یک یا چند مورد از موارد معرفی شده در جدول ۱-۱۳ باشد.

جدول ۱-۱۳. انواع اهداف استفاده از روش تحلیل محتوا

ردیف	انواع	توضیح
۱	شرح کیفی محتوای پیام	شرح مفهومی از محتوا مانند مطالعه قهرمانان داستان و بررسی تغییرات رفتار آن‌ها
۲	توصیف کمی محتوای پیام	توصیف ویژگی‌های ساختاری محتوای پیام به‌صورت مقطعی یا طولی
۳	توصیف الگوها یا روندها در رسانه	طبقه‌بندی محتوای رسانه مانند خشونت و چگونگی نمایش آن
۴	استنباط از سازنده محتوا	بررسی سیاست‌های رسانه، دسته‌بندی و کمی کردن جنبه‌های غالب تولید محتوا بر اساس دستور کار رسانه، شناسایی اهداف پنهان تولیدکنندگان محتوا
۵	استنباط از مخاطب محتوا	ارزشیابی میزان پوشش گروه‌های خاص از جامعه یا تأکید بر شمارش میزان پوشش آن‌ها مانند بررسی فراوانی پوشش رسانه از مرد و زن، گروه سنی، گروه اقلیت و...
۶	پیش‌بینی اثرات محتوا در مخاطبان	پیش‌بینی واکنش گیرنده پیام و آثار رسانه‌ها با تأکید بر نظریه کاشت، مانند آثار تبلیغات و همبستگی بین نتایج تحلیل محتوا و رفتار مخاطبین مانند رأی‌دهی و پرخاشگری
۷	استنتاج از سوابق ارتباطات	بررسی روند تغییرات محتوای یک رسانه در طول زمان
۸	استنتاج ویژگی‌های ارتباطات	میزان همخوانی محتوا با ماهیت رسانه مانند رعایت هویت محلی بودن رسانه در محتوا
۹	روان‌سنجی	تفسیر و ترجمه متون مصاحبه با بیماران و یا اظهارات آنان

برای درک تحلیل محتوا باید مفاهیم پایه و کلیدی آن را به شرح جدول ۱-۱۳ شناخت.

جدول ۱۳-۲. مفاهیم پایه در تحلیل محتوا

ردیف	مفهوم	توضیح
۱	محتوا	هر نوع پیام دارای ارزش تحلیل مانند محتوای یک نشریه، کتاب یا فیلم
۲	واحد محتوا	همان مقوله یا متغیر و با دو نوع: الف) فیزیکی: نظیر فضا و زمان اختصاص داده شده به محتوا (ب) نمادین: شامل واحد مبتنی بر دستور زبان (یک جمله یا عبارت)، واحد ارجاعی (اشاره به مورد خاص)، واحد مضمونی (مطرح شدن یک مضمون خاص در پیام)
۳	واحد پژوهش	بسته به موضوع و سؤال پژوهش و از میان انواع واحدهای محتوایی و شامل: الف) واحد ثبت یا واحد تحلیل: برای شمارش و طبقه بندی با کدگذاری و سنجش واحد محتوا مانند جنسیت مرد با کد ۱ و زن با کد ۲ ب) واحد متن یا زمینه: واحدهای متن بزرگ تر از واحدهای ثبت ج) واحد نمونه گیری: واحد انتخاب از میان کل نمونه

نخستین گام اصلی در تحلیل محتوا، انتخاب مقوله یا متغیرهای موردبررسی است. در ادامه پژوهشگر باید با مطالعه عمیق و مبتنی بر استدلال های قوی، زمینه تبدیل مقوله یا متغیر موردبررسی به واحدهای تحلیل یا ثبت را فراهم کند. در بسیاری از موارد، مقوله های اصلی باید به زیرمقوله ها یا همان ابعاد و شاخص های قابل اندازه گیری و شمارش تبدیل شوند. در این مسیر اجرا اغلب پژوهشگر باید مقوله اصلی را با شناسایی مقوله های میانی (مشابه ابعاد) و مقوله های جزئی (مشابه شاخص ها) به عملیاتی کردن یا قابل جمع آوری بودن داده ها نزدیک کند.

اختلاف بر سر کمی یا کیفی بودن، یکی از مهم ترین بحث ها در تحلیل محتواست و اکثریت باکسانی است که بر کمی بودن تحلیل محتوا تأکید می کنند. منابع متعددی به نوع کیفی آن هم اشاره دارند. بر اساس قابلیت استفاده از هر سه رویکرد کمی، کیفی و ترکیبی، تحلیل محتوا به سه دسته به شرح جدول ۱۳-۳ تقسیم بندی می شود.

جدول ۱۳-۳. انواع روش تحلیل محتوا بر اساس شیوه جمع آوری داده ها

ردیف	انواع	توضیح
۱	کیفی	جمع آوری کلامی داده ها همراه با کشف معانی بنیادی و پنهان در پیام است.
۲	کمی	جمع آوری کمی داده ها همراه با تحلیل آماری است. منظور از کمی شکل عددی با مفهوم ریاضی است.
۳	ترکیبی	داده ها هم به صورت کلامی (معنایی) و هم به صورت عددی جمع آوری و آماده تحلیل می شوند.

۱۳-۲. فرایند اجرای پژوهش تحلیل محتوا

مراحل اجرای پژوهش تحلیل محتوا به شرح جدول ۱۳-۴ است.

جدول ۱۳-۴. فرایند اجرای پژوهش تحلیل محتوا

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و مشخص کردن نوع کمی، کیفی یا ترکیبی
۲	نمونه گیری	نمونه گیری با توجه به نوع کمی، کیفی یا ترکیبی و ملاحظات خاص نمونه گیری در روش تحلیل محتوا
۳	جمع آوری داده ها	جمع آوری داده های کیفی با توجه به نوع کمی، کیفی یا ترکیبی و تأکید بر برگه و دستورالعمل کدگذاری
۴	تحلیل یافته ها	با توجه به نوع داده های جمع آوری شده کمی، کیفی یا ترکیبی
۵	بحث و نتیجه گیری	جمع بندی از تحلیل یافته ها و ارائه پیشنهاد

۳-۱۳. تحلیل محتوای کمی

روش پژوهشی نظام‌مند و تکرارپذیر برای نمادهای ارتباطی که با ارزش‌های عددی مبتنی بر قوانین معتبر اندازه‌گیری و در نهایت توصیف و استنتاج می‌شود. محورهای تعریف در جدول ۱۳-۵ ارائه شده است.

جدول ۱۳-۵. محورهای مهم تعریف تحلیل محتوای کمی

ردیف	محورها	توضیح
۱	نظام‌مندی	دارای گام‌های نظام‌مندی چون طرح مسئله، بیان و آزمون فرضیه یا سؤال
۲	تکرارپذیری	تأکید بر موضوعات «قابلیت اعتماد، عینیت، عملیاتی کردن متغیرها ^۱ و مشخص بودن رویه‌های پژوهش»
۳	نمادهای ارتباطی	معنی یک نماد می‌تواند از شخصی به شخص دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر تغییر کند. نمادهای ارتباط را می‌توان در محتوای مصاحبه، نامه، نشریه، کتاب، فیلم، پوستر، نقاشی و امثال آن بررسی کرد.
۴	اندازه‌گیری با عدد و قوانین معتبر	تخصیص یک عدد با مفاهیم اسمی، رتبه‌ای یا فاصله‌ای به یک ویژگی، برای تبدیل محتوا به واحدهای قابل شمارش (با هدف تقلیل مجموعه بزرگی از داده‌ها به شکلی قابل کنترل برای پردازش آماری)
۵	توصیف و استنتاج	توصیف ارتباطات و گرفتن نتیجه درباره معنی آن یا همان استنتاج است.

تحلیل محتوای کمی با تأکید بر شمارش واحدهای تحلیل به دنبال توصیف و انعکاس فراوانی مؤلفه‌های مربوط به پژوهش است. استفاده از روش‌های آماری نشان از کمی بودن روش تحلیل محتواست که در آن از دو نوع آمار «پارامتری و ناپارامتری» می‌توان استفاده کرد.

۱۳-۳-۱. ملاحظات نمونه‌گیری در تحلیل محتوای کمی

برای نمونه‌گیری در تحلیل محتوای کمی دو دسته واحد «محتوا و پژوهش» مورد توجه قرار می‌گیرد. واحدهای محتوا عناصری مستقل از پژوهش و اغلب تعریف شده به وسیله تولیدکننده محتوا و دارای دو نوع «فیزیکی و نمادین» هستند. واحدهای فیزیکی شامل «زمان، فضا و تعداد موارد» و واحدهای نمادین شامل «معنای درون‌متن» است. واحدهای پژوهش، اجزایی از محتوا با تعریف و انتخاب پژوهشگر و قابل تقسیم در چهار دسته به شرح جدول ۱۳-۶ هستند.

جدول ۱۳-۶. انواع واحدهای پژوهش

ردیف	انواع	توضیح
۱	واحد نمونه‌گیری	انتخاب از میان کل محتوا با حجم مشخص
۲	واحد ثبت	عناصری از محتوا برای طبقه‌بندی یا قرارگیری در طبقه خاص در فرایند کدگذاری
۳	واحد متن یا زمینه	در شرایط ضرورت وجود واحد متن یا زمینه برای کدگذاری واحد ثبت
۴	واحد تحلیل	واحدهایی مانند «کلمه، موضوع و ماده» برای پاسخ به سؤالات با تحلیل آماری

در شرایط وجود تفاوت در محتوا با توجه به «رسانه و دوره پخش یا انتشار»، استفاده از نمونه‌گیری طبقه‌ای بهتر است. برای نمونه محتوای اخبار ورزشی در روزهای شنبه به علت برگزاری مسابقات روزهای پنجشنبه و جمعه متفاوت‌تر از سایر روزهاست. باید با شناخت این تفاوت‌ها در محتوای رسانه‌ها، نسبت به انتخاب نمونه مناسب با

۱. عملیاتی کردن متغیرها: فرایندی که در آن مفاهیم متغیرها به شکل قابل اندازه‌گیری تعریف می‌شوند. برای نمونه انضباط شاگرد مفهوم انتزاعی است که ممکن است بر اساس غیبت از کلاس و انجام ندادن تکالیف، تعریف عملیاتی شود. مفاهیم عملیاتی، عینی و قابل تکرار برای دیگران هستند.

روش‌های رایج نمونه‌گیری در تحلیل محتوا به شرح جدول ۷-۱۳ اقدام کرد (رایف و همکاران، ۲۰۰۵؛ قاسمی و همکاران، ۱۳۹۶).

جدول ۷-۱۳. ملاحظات نمونه‌گیری در انواع رسانه‌های جمعی

ردیف	نوع محتوا	روش نمونه‌گیری
۱	روزنامه‌ها	دو هفته آماری از یک سال (انتخاب تصادفی دو تا دوشنبه، دو تا سه‌شنبه، دو تا چهارشنبه و...)
۲	هفته‌نامه‌ها	انتخاب تصادفی یک نسخه از هرماه از یک سال (۱۲ شماره)
۳	اخبار شبانه‌گاهی تلویزیون	انتخاب تصادفی دو روز از هرماه در یک سال (۲۴ برنامه)
۴	مجلات خبری	انتخاب تصادفی یک نسخه از هرماه از یک سال (۱۲ شماره)
۵	مجله‌ها (دوره پنج‌ساله)	ایجاد یک سال (انتخاب تصادفی یک نسخه از هرماه)
۶	روزنامه‌ها (دوره پنج‌ساله)	ایجاد ۹ هفته آماری (انتخاب تصادفی ۹ تا دوشنبه، ۹ تا سه‌شنبه و...)

برای بالا بردن اعتبار و قابلیت اطمینان پژوهش، پژوهشگر نیازمند این است که نمونه به‌صورت مناسب و روشمند از جامعه آماری انتخاب شود. در رسانه‌ها امکان تعیین اندازه نمونه به‌صورت استاندارد وجود ندارد. ویمر و دومینیک (۲۰۰۳) به حداقل نمونه بین ۱۰ تا ۲۵ درصد کل محتوای مورد مطالعه در تحلیل محتوا تأکید دارند. در شرایط خاص مانند نمونه‌گیری بر اساس تعداد صفحات و به‌ویژه در نمونه‌گیری‌های طبقه‌ای مانند انتخاب چند کتاب در یک حوزه و نمونه‌گیری طبقه‌ای از آن‌ها می‌توان از جداول ویژه نمونه‌گیری استفاده کرد. این جداول بیشتر در روش‌های پیمایشی و انتخاب نمونه مکفی از جامعه برای تعمیم به آن استفاده می‌شوند. از دیدگاه نیوبولد^۱ و همکارانش (۲۰۰۲) نمونه‌گیری برای تحلیل محتوای رسانه به سه بعد «نوع رسانه، تاریخ و محتوا» نیاز دارد. انتخاب نوع رسانه مانند «روزنامه، مجله، رادیو، تلویزیون و فیلم یا سبک برنامه»، انتخاب تاریخ مانند «دوره‌های زمانی» و انتخاب محتوا به «محتوای منتخب» اشاره می‌کنند. در این رویکرد پژوهشگر ابتدا باید «نوع رسانه»، سپس «بازه زمانی مورد بررسی» و در ادامه «نحوه انتخاب نمونه از محتوای رسانه» را برای نمونه‌گیری مشخص کند.

۱۳-۳-۲. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در تحلیل محتوای کمی

پس از نمونه‌گیری مناسب در تحلیل محتوا باید طی فرایندی سازمان‌دهی شده به طراحی و ساخت برگه کدگذاری و دستورالعمل کدگذاری برای جمع‌آوری داده‌ها اقدام کرد. پیش از ساخت ابزار باید واحدهای تحلیل از درون مقوله‌های اصلی موجود در محتوا شناسایی شود.

۱۳-۳-۲-۱. مقوله‌بندی برای تحلیل محتوا: مقوله‌بندی یا تعیین مقوله‌ها همان شناسایی «متغیرهای پژوهش» از دل محتوا و مفاهیم آن است. در «مقوله‌بندی» یا تعیین «مقوله‌ها» از محتوای مورد بررسی باید محتوا را به بخش‌های مجزایی بر اساس ویژگی‌های معرفی شده در جدول ۸-۱۳ تقسیم کرد.

جدول ۱۳-۸. مبانی مهم در ساخت مقوله‌ها

ردیف	اصول	توضیح
۱	جامعیت	پوشش‌دهنده محتوای موردبررسی
۲	انحصاری شدن	قرارنگرفتن یک عنصر در بیش از یک مقوله
۳	برداشت یکسان	نبود امکان برداشت‌های متفاوت از آن
۴	پایایی	وجود عینیت یا امکان اتفاق نظر کدگذاران گوناگون درباره واحدهای تحلیل
۵	منظم بودن	مطابقت با قوانین عمومی و معین ساخت مقوله و برخورداری از معیار انتخاب
۶	پشتوانه نظری	برگرفته از مبانی نظری (ترجیحاً نظریه‌ها) و مبتنی بر اهداف پژوهش بودن

اغلب تلاش پژوهشگران برای ساخت مقوله‌های استاندارد به دلایل «نو بودن موضوع، اکراه تحلیل‌گر در پذیرش مقوله‌های قبلی، توافق ناکافی بین داوران» توفیق‌آمیز نیست. در ساخت مقوله گاهی مقوله به دو یا چند قسمت مانند جنسیت (زن و مرد)، نوع اخبار (سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی) و امثال آن قابل تقسیم است. گاهی مقوله به صورت رده‌بندی (ترتیبی) مانند تحصیل (بی‌سواد، ابتدایی، متوسطه و...) دسته‌بندی می‌شود. درمجموع مقوله‌ها عناوین یا سرفصل‌های اساس کار تحلیل محتوا هستند. برای هریک از زیر مقوله یا واحدهای تحلیل می‌توان «کد» تعریف کرد.

۱۳-۲-۲. تهیه واحد محتوا: پس از تعیین مقوله‌ها باید «واحد محتوا» یا «بخش‌ها و اجزاء محتوا» مشخص شود.

این واحد به دو نوع «ثبت و زمینه» به شرح جدول ۱۳-۹ تقسیم می‌شود.

جدول ۱۳-۹. انواع واحدهای محتوا

ردیف	انواع	توضیح
۱	واحد ثبت	می‌تواند از جزئی کوچک مثل یک کلمه یا عکس تا واحدی بزرگ مثل کتاب یا فیلم باشد. برای نمونه: ۱. کلمه ۲. نماد، ۳. مضمون یا تم، ۴. شخصیت، ۵. پاراگراف، ۶. سکانس، ۷. مورد یا آیت، ۸. عنوان، ۹. زمان، ۹. فضا
۲	واحد زمینه	زمینه‌ای برای قرارگیری واحد ثبت (مانند واحد زمینه جمله برای واحد ثبت کلمه)

در عمل «واحد زمینه» برای قرارگیری «واحد ثبت» درون آن است و انواع واحدهای ثبت در تحلیل محتوا را می‌توان

به شرح جدول ۱۳-۱۰ مرور کرد.

جدول ۱۳-۱۰. انواع واحدهای ثبت در تحلیل محتوا

ردیف	انواع	توضیح
۱	کلمه	کوچک‌ترین واحد ثبت با امکان تحلیل «فراوانی تکرار» یا «معنا» در واحد زمینه جمله
۲	نماد	مواردی مانند عکس، یک واحد موسیقایی، رنگ یا لوگو
۳	مضمون	یا تم در دو شکل نوشتاری یا تصویری در قالب جمله یا سکانس با ثبت معانی نزدیک به تم یا جمله موردنظر
۴	شخص	تأکید بر اشخاص محوری در محتوا از ابعاد شخصیتی، پایگاه طبقاتی و امثال آن در متن یا تصویر
۵	پاراگراف	یا بند و واحدی مربوط به متن با موضوعات و مضامین متعدد (کاربرد کمتری دارد)
۶	آیتم	یک مجموعه پیام مانند مقاله، کتاب یا فیلم (مناسب تغییرات کم داخل محتوا مانند دسته‌بندی کتاب با ژانر)
۷	زمان	واحدهای ثانیه، دقیقه و ساعت در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی
۸	فضا	واحدهای طول مانند میلی‌متر، سانتی‌متر و متر یا مترمربع برای محاسبه میزان فضای محیطی محتوای رسانه

۱۳-۳-۲-۳. کدگذاری در تحلیل محتوای کمی: پس از انتخاب مقوله‌های اصلی و فرعی به منظور شمارش و ثبت مقوله‌ها، کدگذاری در برگه کدگذاری انجام می‌شود. برای نمونه در مقوله جنسیت می‌توان به زیر مقوله مرد «کد ۱» و به زیر مقوله زن «کد ۲» داد و در برگه کدگذاری وارد کرد. در صورت وجود مقوله‌های فرعی تر باید انتخاب کدها بر اساس رابطه مقوله‌های فرعی با اصلی باشد. برای نمونه در مقوله مهارت‌های شناختی، یکی از مقوله‌های فرعی «حل مسئله» است و برای آن می‌توان یک حرف را به نمایندگی از مقوله بالاتر به کد اضافه کرد. مانند «کد ب-۲» که در آن «ب» نماینده مقوله اصلی مهارت شناختی و «کد ۲» معرف زیر مقوله «حل مسئله» است. این اقدامات برای «سادگی و جلوگیری از اشتباه در کدگذاری» و وابسته به نظر پژوهشگر است. برای واگذاری کدگذاری به دیگران، باید آن‌ها را آموزش داد. وجود یک دستورالعمل روشن کدگذاری به این مسئله کمک می‌کند. برای کدگذاری باید از قواعد شمارشی به شرح جدول ۱۱-۱۳ استفاده کرد.

جدول ۱۱-۱۳. قواعد شمارش برای کدگذاری

ردیف	انواع	توضیح
۱	بر اساس فراوانی	شمارش بر اساس فراوانی تکرار یک مورد درج‌های مختلف نمونه
۲	حضور یا عدم حضور	اختصاص کد فقط بابت بودن و حضور داشتن و نه فراوانی آن
۳	وزن دهی	ضریب دادن مانند دادن ضریب بالاتر به وجود مورد در تیر صفحه اول نسبت به تیر صفحه داخلی
۴	تعیین شدت	بار ارزشی مثبت یا منفی با طیف‌های اسمی مانند «کاملاً» تا «حدودی» و اصلاً» شامل: ۱. رویکرد ذره‌ای: جهت بار ارزشی را با علامت مثبت (+) و منفی (-) ۲. درجه‌بندی کیو: درجه‌بندی واحدهای محتوا برای تمایز دقیق مثل درجه‌بندی شدت بین ۱ تا ۹ ۳. مقایسه زوجی: تعیین شدت اثرگذاری هر مقوله نسبت به مقوله دیگر

در مورد مقوله‌های ذهنی‌تری مانند «شدت رابطه»، می‌توان زیر مقوله «رابطه ضعیف» را با «کد ۱» برای واحدهایی چون «احتمال آن ضعیف است»، «ممکن است این باشد» و امثال آن مشخص کرد. و به همین نحو برای زیرمقوله «رابطه قوی» از «کد ۲» برای واحدهایی چون «رابطه زیادی وجود دارد»، «باهم دیده می‌شوند» و امثال آن استفاده کرد. در این گونه موارد می‌توان طبقه‌بندی را در مقوله‌بندی بر اساس تفاوت‌ها یا معیار مشخصی انجام داد. هر طبقه معرف یک متغیر یا مقوله با زیر مقوله‌ها و واحدهای تحلیل متعدد است.

برای راهنمایی کدگذار در مواجهه با «عبارات، معنا یا معیارهای خاص» و اختصاص کدی مشخص به آن‌ها باید از دستورالعمل کدگذاری استفاده کرد. دستورالعمل کدگذاری شامل تعاریف عملی متغیرها است. درمجموع با تهیه یک برگه کدگذاری و دستورالعمل مناسب آن پژوهشگر یا کدگذار می‌تواند کدهای مناسب را ثبت کند.

۱۳-۳-۲-۴. تهیه برگه و دستورالعمل کدگذاری: برای کدگذاری و ضبط داده‌های حاصل از انواع محتوای برگرفته از انیمیشن، کارتون، یادداشت‌های شخصی، متون، تئاتر، نمایش تلویزیون، آگهی‌ها، فیلم، سخنرانی‌ها، اسناد، مصاحبه و امثال آن از برگه کدگذاری استفاده می‌شود. برگه داده‌ها یا برگه کدگذاری اغلب یک برگه ساده برای ورود کدها بر اساس واحدهای تحلیل مشخص شده در ردیف یا ستون آن است. اما چگونگی تعیین یا اختصاص هر کد به یک واحد تحلیل از طریق دستورالعمل یا پروتکل کدگذاری صورت می‌گیرد. لذا هر چه قدر دستورالعمل کدگذاری روایی، پایایی و عینیت بیشتری داشته باشد، نتایج معتبرتری را فراهم می‌کند. البته باید توجه داشت که تعریف با جزئیات

بیش از حد در دستورالعمل، کار کدگذاری را مشکل می‌کند. گاهی در مقوله‌بندی‌ها و تعیین واحدهای تحلیل شرایطی به وجود می‌آید که برای کدگذار قابل تشخیص نیست و لذا باید از مقوله یا واحدی مشابه موارد «سایر، نمی‌دانم، اظهارنشده یا نامشخص» استفاده کرد.

کدها با یکی از مقیاس‌های «نسبی، فاصله‌ای، رتبه‌ای یا اسمی» خواهند بود و اغلب در برگه کدگذاری از همه انواع مقیاس‌ها وجود دارد. برای تحلیل جداگانه هر یک از واحدهای با «مقیاس یکسان» مشکلی وجود ندارد، اما اگر قرار است از کل واحدها به یک برداشت کلی رسید، باید واحدها را همگون کرد. برگه داده‌ها یا برگه کدگذاری بهتر است ساده باشد. هرچند برخی برگه‌های کدگذاری محبوبیت بیشتری یافته‌اند اما می‌توان شکل ابتکاری داشت. بنابراین با توجه به تنوع برگه‌های کدگذاری در شرایط مختلف ارائه یک الگوی استاندارد امکان‌پذیر نیست. البته می‌توان توصیه‌های کلی را مطرح کرد؛ برای نمونه بهتر است که همه واحدهای ضبط با مقیاس هم‌نوع بر روی برگه داده‌ها یا کدگذاری یکسان ثبت شوند. برگه‌های کدگذاری معمولاً تک موردی یا چند موردی هستند. در برگه‌های کدگذاری تک موردی برای هر مورد یا هر واحد ثبت یک برگه جداگانه در نظر گرفته می‌شود. مثلاً در تحلیل کتاب‌های ورزشی برای پی بردن به مضمون آن‌ها ممکن است، از یک برگه برای هر یادداشت استفاده شود و همه طبقات محتوا روی همان برگه وارد شود. در برگه کدگذاری تک موردی نمایش هر متغیر با یک حرف یا عدد بر مبنای تعاریف موجود است. برگه‌های تک موردی زمان و سردرگمی را کاهش می‌دهند. جدول ۱۳-۱۲ نمونه یک برگه کدگذاری تک موردی را نشان می‌دهد.

جدول ۱۳-۱۲. نمونه برگه کدگذاری تک موردی برای تحلیل محتوای کتاب

ردیف	مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد
۱	حیطه صوری	عطف	دارد=۱؛ ندارد=۲
		عکس	دارد=۱؛ ندارد=۲
		نمودار	دارد=۱؛ ندارد=۲
۲	حیطه ساختاری	پیشگفتار	دارد=۱؛ ندارد=۲
		اهداف فصل	دارد=۱؛ ندارد=۲
		سؤالات ارزشیابی	دارد=۱؛ ندارد=۲
۳	حیطه محتوایی	روایی خواندن	دارد=۱؛ ندارد=۲
		مطالب جدید و به‌روز	دارد=۱؛ ندارد=۲
		مثال‌های مناسب برای یادگیری	دارد=۱؛ ندارد=۲

برگه‌های کدگذاری چند موردی امکان ثبت بیش از یک مورد یا نمونه را در یک صفحه فراهم می‌کند. این حالت زمانی مفید است که تعداد واحدهای مورد آزمون زیاد و تعداد متغیرها کم باشد و از طرفی بخواهیم در هزینه کپی برگه‌های کدگذاری صرفه‌جویی کنیم. این نوع برگه‌های کدگذاری شبیه شبکه شطرنجی و اغلب موارد نمونه‌ها برای ثبت در سطرها و موارد متغیرها یا واحدهای تحلیل برای ثبت در ردیف‌ها بر اساس آن‌ها است. برای مطالعات بررسی ثانیه‌ها در برنامه‌های رادیو و تلویزیونی یا مقدار فضای اختصاص یافته در نشریات، برگه‌های چند موردی بهترند. در

زیر هر ستون می‌توان عدد حاصل از سنجش محتوا را نوشت. هر سطر، مربوط به یک نمونه یا واحد زمینه است. جدول ۱۳-۱۳ یک نمونه برگه کدگذاری چند موردی را نشان می‌دهد.

جدول ۱۳-۱۳. نمونه برگه کدگذاری چند موردی برای تحلیل محتوای کتاب

مقوله‌ها			صوری			ساختاری			محتوایی		
کتاب‌ها (نمونه‌ها)			ظرف	حکمی	مقدار	پیشگزار	اهداف فصل	ارزشیابی	روایی خودآیند	به‌روز بودن	مثال خوب
کتاب ۱											
کتاب ۲											
کتاب ۳											
کتاب ۴											
...											

برای تهیه پروتکل یا دستورالعمل کدگذاری باید مشخص شود که پژوهشگر در یک مفهوم به دنبال چه چیزی است. پروتکل باید از سازمان‌دهی و انسجام برخوردار باشد. پروتکل باید چنان روشن و قابل درک باشد که پژوهشگران دیگر بدون هیچ مشکلی آن را تکرار کنند. برای تهیه یک پروتکل مناسب می‌توان اقدامات زیر را انجام داد.

ا. شناسایی هدف کدگذاری داده‌ها

ب. تعریف مقوله‌ها و واحدهای تحلیل برای کدگذاری

ت. برآورد روایی، پایایی و عینیت دستورالعمل (از طریق پیمایش نظرات کارشناسان و آزمون کدگذاری)

ث. معرفی شیوه‌های مؤثر در کدگذاری

ج. نهایی کردن برگه کدگذاری و دستورالعمل آن

پژوهشگر برای رسیدن به یک دستورالعمل کدگذاری استاندارد و با اعتبار لازم باید در کدگذاری این مراحل را موردتوجه و دقت قرار دهد تا کدگذاری از هرگونه انحراف دور باشد. دستورالعمل کدگذاری شامل شرح و بحث درباره طرح و تعریف متغیرها و چگونگی انتخاب محتوا و در کل «قواعد و چهارچوب کدگذاری» است. به عنوان نمونه مقوله «مؤلفه‌های ورزش در جامعه» را می‌توان بر اساس مبانی نظری مدیریت ورزشی به زیر مقوله‌های «تربیتی، همگانی-تفریحی، قهرمانی و حرفه‌ای» تقسیم کرد و با یک دستورالعمل برای هر زیرمقوله «تعریف یا معیار مشخص» و در ادامه «کدی اختصاصی» را در نظر گرفت تا بتوان بر اساس آن «کدگذاری» را انجام داد. در جدول ۱۳-۱۴ نمونه پروتکل یا دستورالعمل کدگذاری برای این مقوله خاص نمایش داده شده است.

جدول ۱۳-۱۴. یک نمونه پروتکل یا دستورالعمل کدگذاری از یک مقوله

کد	مقوله‌های فرعی (واحد تحلیل)	مقوله اصلی
۱	الف) ورزش تربیتی: منظور ورزش مدارس و دانشگاه‌ها	مؤلفه‌های ورزش
۲	ب) ورزش همگانی-تفریحی: ورزش و تفریحات عمومی و همایش‌های ورزشی با حضور عموم و باهدف سلامتی یا تفریح	
۳	پ) ورزش قهرمانی: منظور ورزش مدال‌آور و مقام‌آور که توسط فدراسیون‌ها، هیئت‌ها یا کمیته ملی المپیک انجام می‌شود.	
۴	ت) ورزش حرفه‌ای: منظور ورزش رونق‌زا و درآمدزا که توسط باشگاه‌ها انجام می‌شود.	

با این دستورالعمل کدگذار می‌تواند در یک محتوا مانند «روزنامه ورزشی» واحدهای تحلیل را شناسایی و در هر مرحله آن را در برگه کدگذاری و ذیل ستون مربوطه (در اینجا مؤلفه‌های ورزش) کد مربوط را ثبت کند. در مواردی می‌توان «کدها» را با مقیاس‌های فاصله‌ای مانند «حجم مطالب با سانتی مترمربع» یا «زمان محتوا با ثانیه» را در برگه کدگذاری وارد کرد و در محاسبات آماری از روش‌های آمار پارامتریک بهره گرفت.

۱۳-۲-۵. **روایی، پایایی و عینیت در تحلیل محتوای کمی:** پایایی در تحلیل محتوا به معنای وجود عینیت یا توافق مناسب بین کدگذاران در اختصاص کد به یک نمونه ثابت است. روایی نیز به معنی اختصاص صحیح اعداد به شکلی است که به‌طور دقیق معرف مفاهیم باشد.

الف) روایی یا اعتبار: روایی یعنی رسیدن به همان چیز موردبررسی یا استنتاج درست بر اساس رویکرد تحلیلی داده‌ها از منابع چندگانه اطلاعات است. روایی بر توانایی ابزار در اندازه‌گیری موضوع موردبررسی تأکید دارد. درمجموع انواع موارد مطرح‌شده در خصوص چگونگی جمع‌آوری داده‌های کمی و کیفی و ابعاد آشکار و پنهان پیام‌ها به‌نوعی به روایی پژوهش مرتبط است. درمجموع سه روش اصلی روایی را می‌توان در جدول ۱۳-۱۵ مرور کرد.

جدول ۱۳-۱۵. انواع روش‌های تعیین روایی یا اعتبار

ردیف	انواع روایی	توضیح
۱	محتوا	تعیین متغیرها برای اندازه‌گیری و تعریف آن‌ها و در ادامه مقوله‌بندی باقابلیت اندازه‌گیری متغیر تعریف‌شده
۲	ملاک	همبستگی نمره‌های آزمون با یک ملاک خارجی مرتبط با متغیر موردسنجش
۳	سازه	تعیین ظرفیت آزمون در میزان اندازه‌گیری سازه نظری یا صفت موردنظر

روایی سازه را با سه اقدام می‌توان مشخص کرد:

- تحلیل صفت موردنظر توسط پژوهشگر
 - توجه به چگونگی ارتباط صفت با متغیرهای دیگر
 - برگزاری آزمون برای تعیین روابط فرضی (برای نمونه استفاده از روش تحلیل عامل تأییدی)
- در رویکرد دیگری به‌ضرورت وجود «اعتبار علمی» برای «تعمیم یا تفسیر یافته‌ها» تأکید می‌شود. این نوع اعتبار شامل دو نوع «درونی و بیرونی» است. اعتبار درونی بر «پژوهش‌های تجربی و روابط علت و معلولی» و امکان «ترکیب یا نزدیک کردن تحلیل محتوا با سایر روش‌ها مثل پیمایشی» تأکید دارد. اعتبار بیرونی نیز «توان تعمیم نتایج پژوهش» است که روش تحلیل محتوا شرایط خوبی در این نوع اعتبار دارد. اعتبار درونی را می‌توان از طریق «نظم زمانی، کنترل و همبستگی در ابزار اندازه‌گیری» و اعتبار بیرونی را از طریق «ماهیت طبقه‌بندی، ماهیت محتوا و اعتبار علمی» تأمین کرد. در جدول ۱۳-۱۶ نکاتی مهم برای بالا بردن اعتبار برگه کدگذاری و دستورالعمل آن معرفی شده است.

جدول ۱۳-۱۶. نکاتی مهم برای بالا بردن اعتبار برگه کدگذاری و دستورالعمل آن

ردیف	مورد	توضیح
۱	تعریف کدگذاری	دستورالعمل کدگذاری مناسب برای کدگذاران
۲	آموزش کدگذار	آموزش درباره جزئیات ثبت داده‌ها
۳	مطالعات آزمایشی	آزمایش برگه کدگذاری و دستورالعمل آن با چند کدگذار در یک یا چند مرحله
۴	زبان داده مناسب	برای تحلیل مناسب داده‌ها
۵	نظام استنباط	استفاده مناسب از رویکردهای استنباطی مانند نظریه سیستمی، استانداردها، شاخص‌ها، نشانه‌ها و امثال آن

ب) پایایی و عینیت برگه کدگذاری و دستورالعمل آن: پایایی و عینیت به معنای نتایج یکسان در بررسی‌ها یا کدگذاری واحدی ثابت در دفعات است. می‌توان پایایی کدگذار را نسبت به خودش و در دو زمان متفاوت (کدگذاری اول و دوم) یا در سطحی بالاتر و مطمئن‌تر با میزان توافق بین چند کدگذار محاسبه کرد. اغلب از دو یا سه کدگذار خواسته می‌شود تا محتوای ثابتی را به‌طور مستقل کدگذاری کنند تا میزان توافق آن‌ها در کدگذاری مشخص شود. برای تعیین میزان توافق می‌توان از آزمون‌های «اسکات، درصد توافق، ضریب کاپا، ضریب همبستگی اسپیرمن و پیرسون، آلفا کریپندروف و ضریب توافق همبستگی تطابق لین» به شرح جدول ۱۳-۱۷ استفاده کرد. روش‌های «پی اسکات»، «کاپا» و «هولستی» فروانی کاربرد بیشتری دارند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۶).

جدول ۱۳-۱۷. انواع روش‌های تعیین پایایی

ردیف	انواع	توضیح
۱	توافق در یک کدگذار	محاسبه توافق دو نوبت کدگذاری یک محقق با نسبت قضاوت‌های موافق به کل قضاوت‌ها
۲	درصد توافق دو کدگذار	درصد توافق میان دو کدگذار از طریق نسبت قضاوت‌های موافق به کل قضاوت‌ها
۳	ضریب پایایی مرکب	پایایی مرکب = $\frac{n}{n-1} \times [1 + (n-1)]$ (میانگین توافق بین داوران) n
۴	فن تصمیم‌های دوگانه	تعیین توافق داوران برای اتخاذ تصمیم درباره مقوله‌بندی به این نحو که در آن کدگذار باید بین دو مقوله در کدگذاری یکی را انتخاب کند.
۵	فرمول هولستی	$100 \times [(\text{تعداد کدگذاری کدگذار اول} + \text{تعداد کدگذاری دوم}) \div (\text{تعداد توافق دو کدگذار} \times 2)]$
۶	پی اسکات	پی اسکات = $(\text{درصد توافق مورد انتظار} - 1) \div \text{درصد توافق مورد انتظار} - \text{درصد توافق به دست آمده}$
۷	کاپا	ضریب کاپا = $(\text{درصد توافق مورد انتظار} - 1) \div \text{درصد توافق مورد انتظار} - \text{درصد توافق به دست آمده}$
۸	آلفا	ضریب آلفا = $(\text{عدم توافق مورد انتظار} \div \text{عدم توافق مشاهده شده}) - 1$
۹	توافق داوران در هر مقوله	محاسبه توافق برای هر مقوله در هر طبقه در میان داوران صورت می‌گیرد.
۱۰	ضریب همبستگی پیرسون	محاسبه درجه اختلاف دو کدگذار در هنگام استفاده از واحدهای فاصله‌ای و نسبی

آزمون هولستی بر اساس درصد توافق دو کدگذار و بر اساس فرمول ۱۳-۱ است.

$$CR = \frac{2M}{N_1 + N_2} \times 100$$

فرمول ۱۳-۱. آزمون هولستی برای محاسبه درصد توافق دو کدگذار

در این فرمول M تعداد توافق بین کدگذار اول و دوم است که در عدد ۲ به معنی دو کدگذار ضرب می‌شود. نماد N_1 به معنای تعداد کدگذاری کدگذار اول و N_2 به معنای تعداد کدگذاری کدگذار دوم است. برای نمونه اگر تعداد واحدهای کدگذاری شده ۶۵۰ مورد و توافق کدگذاران ۳۴۰ مورد باشد، نتیجه چنین می‌شود.

$$(2 \times 340) \div (650 + 650) \times 100 = 52$$

آزمون پی اسکات: پرکاربردترین آزمون تعیین پایایی و عینیت در روش تحلیل محتواست. در محاسبه توافق کدگذاران هم فراوانی مقوله‌های توافقی و هم ارزش طبقات را در نظر می‌گیرد و توافقی‌های شانسی را محاسبه می‌کند. ضریب اسکات توافق مورد انتظار را بر پایه نسبت دفعات مورد استفاده از ارزش‌های خاص در یک طبقه محاسبه می‌کند تا توافق مورد انتظار بر پایه نظریه احتمال به دست آید (فرمول ۱۳-۲).

$$Pi = \%OA - \%EA / 1 - \%EA$$

فرمول ۱۳-۲. محاسبه پی اسکات

در این فرمول OA به معنی توافق مشاهده شده و EA به معنی توافق مورد انتظار است. برای محاسبه توافق مشاهده شده از فرمول هولستی استفاده می‌شود. برای محاسبه «توافق مورد انتظار» نسبت توافقی‌ها به تعداد کل تصمیم‌های مربوط به کدگذاری محاسبه و در مرحله بعد با جمع مجذور آن‌ها «توافق مورد انتظار» به دست می‌آید. استملر^۱ در مقاله خود تحت عنوان «مروری بر تحلیل محتوا: ارزیابی علمی، پژوهشی و ارزشیابی» ملاک ارائه شده در جدول ۱۳-۱۸ را برای قضاوت پیرامون ضریب پایایی آورده است (رسولی و امیرآشنایی، ۱۳۹۳).

جدول ۱۳-۱۸. قضاوت پیرامون ضریب پایایی

ضریب پایایی	میزان توافق داوران
کمتر از صفر	هیچ
۰ - ۰/۲	ضعیف
۰/۲۱ - ۰/۴	متوسط
۰/۴۱ - ۰/۶	مناسب
۰/۸ - ۰/۶۱	قابل قبول
۰/۸۱ - ۱	تقریباً کامل

اگر نتایج یا میزان توافق متوسط به پائین باشد، می‌تواند به معنای وجود خطایی «درمیان کدگذاران»، «در دستورالعمل - های کدگذاری»، «در تعریف مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها یا واحد تحلیل» یا «در تلفیقی از این عوامل» باشد. برای اغلب آزمون‌های پایایی باید به «انتخاب محتوا از باب معرف بودن» و «حجم نمونه از باب تعمیم‌پذیری» توجه داشت.

۱۳-۳-۳. ملاحظات تجزیه و تحلیل داده‌ها در تحلیل محتوای کمی

بعد از جمع‌آوری داده‌ها می‌توان با روش‌های آماری و به کمک نرم‌افزارهایی مانند SPSS تحلیل کرد. استفاده از آمار توصیفی و استنباطی به مقیاس جمع‌آوری داده‌ها (اسمی، رتبه‌ای، فاصله‌ای و نسبی) بستگی دارد. اگر در جمع‌آوری داده‌ها پیش‌فرض‌های «انتخاب تصادفی»، «توزیع بهنجار» و «استفاده از مقیاس فاصله‌ای و نسبی» رعایت شده باشد از

آمار پارامتریک و در غیر این صورت از آمار ناپارامتریک برای استنباطها استفاده می‌شود. البته استفاده از آمار استنباطی در شرایط نمونه‌گیری از جامعه و برای محاسبه خطا در تعمیم‌پذیری نتایج به جامعه صورت می‌گیرد. انواع روش‌های تحلیل آماری داده‌های جمع‌آوری‌شده در جدول ۱۳-۱۹ معرفی شده است.

جدول ۱۳-۱۹. انواع تحلیل داده با روش‌های آماری

ردیف	انواع	توضیح
۱	فراوانی و شمارش	ساده‌ترین شیوه خلاصه کردن داده‌ها و نمایش تعداد دفعات اتفاق افتاده از مقوله موردنظر
۲	میانگین	معدل حسابی تعدادی نمره با سطح فاصله‌ای یا نسبی با امکان تحلیل وضعیت سایر اعداد نسبت به آن
۳	نسبت	رابطه یک طبقه خاص با کل محتوا مثل ۶۱ مورد سوگیری گزارشگر از ۱۰۰ گزارش یعنی ۶۱ درصد سوگیری
۴	تفاوت‌ها	بررسی تفاوت بین مقوله‌ها مثل تفاوت دو روزنامه در میزان پرداختن به موضوعات علمی
۵	رابطه غیرعلی	بررسی رابطه بین مقوله‌ها مثل وجود رابطه بین یک برنامه پرداختن به موضوعی خاص
۶	رابطه علی	بررسی رابطه علت و معلولی بین متغیرها مثل اینکه آیا ظهور یک مقوله می‌تواند به دلیل مقوله خاصی باشد؟

انواع آزمون‌های آماری برای بررسی «روابط غیرعلی در داده‌های جمع‌آوری‌شده» به شرح جدول ۱۳-۲۰ معرفی شده است.

جدول ۱۳-۲۰. انواع آزمون‌های بررسی روابط غیرعلی داده‌های حاصل از جمع‌آوری در تحلیل محتوا

ردیف	انواع آزمون	توضیح
۱	خی‌دو	بررسی معنی‌داری رابطه بین دو مقوله در سطح اسمی
۲	وی کرامر	بررسی شدت رابطه بین دو مقوله در سطح اسمی
۳	اسپیرمن	بررسی معنی‌داری رابطه بین دو مقوله در سطح رتبه‌ای
۴	پیرسون	بررسی معنی‌داری رابطه بین دو مقوله در سطح فاصله‌ای و نسبی

بیشترین فراوانی تحلیل داده‌های کمی تحلیل محتوا با روش آماری «خی‌دو» است. در صورت جمع‌آوری «کل شمار» داده‌ها آزمون «وی کرامر» کفایت می‌کند، اما در صورت نمونه‌گیری تصادفی بهتر است هر دو آزمون خی‌دو و وی کرامر انجام شود. یعنی در صورت معنی‌دار بودن رابطه با «خی‌دو»، می‌توان از «وی کرامر» برای تعیین میزان شدت آن رابطه استفاده کرد. آزمون «خی‌دو یا مجذور کای» به بررسی معنی‌داری اختلاف بین فراوانی‌های مشاهده‌شده با فراوانی‌های فرضی یا مورد انتظار تأکید دارد. اگر نتیجه آزمون خی‌دو محاسبه‌شده در سطح رایج ۰/۰۵ از خی‌دو «جدول معیار» بزرگ‌تر باشد، رابطه «معنی‌دار، واقعی و قابل تعمیم به کل جامعه» است. البته باید توجه داشت در صورتی که فراوانی‌ها یا نمونه پژوهش کمتر از ۳۰ باشد آزمون خی‌دو به اعتبار لازم برای تعمیم نمی‌رسد.

در همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن می‌توان بر اساس تعیین رابطه، رتبه مقوله‌ها را هم مشخص کرد. برای نمونه می‌توان نحوه تأکید دو روزنامه روی عناوین مختلف را با رتبه بیان کرد. یعنی کدام روزنامه تأکید یا فراوانی بیشتر عناوین روی موضوع خاص دارند. در مواردی تبدیل داده‌ها به درصد، امکان رتبه‌بندی و قابلیت مقایسه را بیشتر می‌کند. بعد از این که درصدها محاسبه شد، می‌توان مطالب را برحسب درصد مرتب کرد و به وسیله فرمول همبستگی رتبه‌ای، قابلیت مقایسه دو روزنامه را نشان داد.

۱۳-۳-۴. ارزیابی کیفیت پژوهش تحلیل محتوا

یکی از روش‌های ارزیابی کیفیت پژوهش تحلیل محتوا بررسی «انواع خطاهای احتمالی» به شرح جدول ۱۳-۲۱ است.

جدول ۱۳-۲۱. انواع خطاهای احتمالی در تحلیل محتوا

ردیف	انواع	توضیح
۱	خطای هاله‌ای	استنباط‌های شخصی و پیش‌داوری‌های خاص درباره محتوای پژوهش
۲	سوگیری یا خطای سیستماتیک	تحلیل اعداد به‌طور یکنواخت به یک سمت و در جهتی خاص
۳	کمبود یا عدم دسترسی به محتوا	در دسترس نبودن متن و محتوای موردنظر
۴	خطای ابهام در قضاوت	وجود کدهای با تعریف ناقص و برخوردار از فرهنگ و نوع تفکر اثرگذار روی تحلیل
۵	خطای کدگذار	خطاهای مربوط به کدگذار

راه دیگر ارزیابی کیفیت پژوهش انجام‌شده در تحلیل محتوا استفاده از روش «آنتروپی شانون» است. روش آنتروپی شانون برگرفته از نظریه اطلاعات و برای اندازه‌گیری عدم اطمینان حاصل از نتایج پیام با بیان توزیع احتمال است. این عدم اطمینان به‌صورت فرمول ۱۳-۳ نوشته می‌شود.

$$E \approx S\{P_1, P_2 \dots P_n\} = -k \sum_{i=1}^n [P_i \ln P_i]$$

فرمول ۱۳-۳. اندازه‌گیری عدم اطمینان با توزیع احتمالی

در این فرمول i یعنی فاصله‌های برابر یک، و K یک ثابت مثبت، m تعداد کدگذار (پاسخگو) و n مقوله است. در این رابطه «پیام» از نقطه‌نظر « m پاسخگو» در « n مقوله» طبقه‌بندی می‌شود. برای اجرای فرمول ابتدا باید مقوله‌ها به تناسب پاسخ هر کدگذار به‌صورت جدول توزیع فراوانی ارائه شود. بر اساس داده‌های این جدول آنتروپی شانون در چهار مرحله «شمارش تعداد برای هر متغیر»، «هنجار سازی فراوانی‌ها»، «محاسبه میزان عدم اطمینان هر متغیر» و «تعیین ضریب اهمیت هر متغیر» انجام می‌شود.

در مرحله نخست آن «جمع‌آوری داده‌ها» و در مرحله دوم «بهنجار سازی داده‌ها» و در مرحله سوم «محاسبه بار اطلاعاتی هر مقوله یا E » صورت می‌گیرد. هر مقوله با بار اطلاعاتی بیشتر، از درجه اهمیت یا وزن (w) بیشتری برخوردار است. در مرحله پایانی و برای محاسبه ضریب اهمیت هر مقوله از تقسیم بار اطلاعاتی هر مقوله بر مجموع مقوله‌ها استفاده می‌شود. درواقع ضریب وزنی هر مقوله (w) شاخصی است که ضریب اهمیت هر مقوله را در یک پیام با توجه به کل پاسخگوها مشخص می‌کند. با نتایج حاصل می‌توان مقوله‌ها را رتبه‌بندی کرد. امروزه نرم‌افزارهای کامپیوتری وجود دارد که شما داده‌های خود را به آن وارد کرده و آن خود این محاسبه را انجام می‌دهد. در ادامه یک نشانی اینترنتی به این منظور معرفی می‌شود:

<http://www.modirplus.com/detail.php?id=7&kind=soft>

۱۳-۴. تحلیل محتوای کیفی

در فرایند تحلیل محتوای کیفی، پس از گردآوری داده‌ها، گام بعدی تحلیل داده‌هاست. تحلیل محتوای کیفی نیز شامل مراحل نظام‌مند و روشن برای تحلیل داده‌هاست و بعضی از این مراحل با تحلیل محتوای کمی همپوشانی دارند. بر

اساس اهداف مطالعه، تحلیل محتوای کیفی را می‌توان به مراحل «پیاده‌سازی متن، تعریف واحد تحلیل، دستورالعمل کدگذاری، کدگذاری آزمایشی، کدگذاری اصلی، ارزیابی انسجام کدگذاری، استخراج نتایج از داده‌ها و تحلیل داده و گزارش فرایند داده تقسیم» کرد.

تحلیل محتوای کیفی به دنبال شناخت پیام‌های پنهان و آشکار بر اساس تفسیر ذهنی است. «مضمون‌ها یا تم‌ها یا ایده‌های اصلی متن» به عنوان «محتوای اولیه» و «اطلاعات زمینه‌ای» به مثابه محتوای پنهان است. کیفی‌گرایان با دو نقد اساسی «سطحی شدن تحلیل» و «غفلت از محتوای پنهان متون» در روش تحلیل محتوای کمی، بر رویکرد کیفی آن تأکید دارند. در تحلیل محتوای کیفی پژوهشگر می‌تواند علاوه بر «نحوه ادای کلمات یا لحن بیان در ادای واژگان» به شرایط روانی فرد نیز توجه کند. روش کیفی اغلب با فرایندهای «طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی، تم‌سازی و مدل‌سازی» صورت می‌گیرد (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی با استفاده از رویکرد «استقرایی و از جزء به کل رسیدن» برای فهم عمق موضوع یا ابعاد درونی آن و کاهش آثار پیش‌داوری بهره‌مند می‌شود. در مواردی هم از رویکرد «قیاسی یا از کل به جزء رسیدن» برای تحلیل بر اساس دانش قبلی و هدف مقایسه یا آزمایش یک نظریه استفاده می‌شود (قاسمی، کشکر، راسخ و کرمی، ۱۳۹۶). در انواع تحلیل محتوای کیفی نیز مفاهیم کلیدی به شرح جدول ۱۳-۲۲ وجود دارد که باید آن‌ها را به خوبی شناخت و درک کرد.

جدول ۱۳-۲۲. انواع مفاهیم پایه و کلیدی در تحلیل محتوای کیفی

ردیف	انواع	توضیح
۱	واحد تحلیل	فضای اختصاص یافته به یک موضوع یا عمل مورد مطالعه
۲	واحد معنا	مجموعه‌ای از واژگان یا جمله‌ها در قالب یک طبقه با ویژگی‌های مشابه و مبنای ساخت رمز و کدگذاری
۳	منطقه محتوایی	اشاره به بخش‌هایی از متن در ارتباط با موضوعی خاص مبتنی بر مشاهده عینی یا فرض نظری
۴	مقوله	گروهی از مضامین با اشتراک در یک وجه
۵	تم	شیوه‌ای برای ارتباط مضامین و معانی اساسی در مقوله‌ها

کاربردهای تحلیل محتوای کیفی در سه حوزه «فرستنده پیام»، «ویژگی ارتباط» و «آثار ارتباط» به شرح جدول ۱۳-۲۳ مورد توجه قرار می‌گیرد.

جدول ۱۳-۲۳. انواع کاربرد تحلیل محتوای کیفی

ردیف	انواع	عناصر	پرسش‌ها	کاربرد
۱	فرستنده پیام	منبع	چه کسی؟	پاسخ به پرسش‌های مورد بحث مؤلف (تحلیل مؤلف)
		فرایند کدگذاری	چرا؟	تحلیل ویژگی‌های افراد، استنباط ابعاد و تغییرات فرهنگی و...
۲	ویژگی ارتباط	کانال	چگونه؟	تحلیل روش‌های متقاعدسازی و تحلیل سبک‌های ارتباطی
		پیام	چه چیزی؟	توصیف روندها در محتوای ارتباطی و مقایسه با استانداردها
		گیرنده	به چه کسی؟	ارتباط دادن ویژگی‌های مشهور مخاطبان به پیام‌های تولیدشده
۳	آثار ارتباط	فرایند کدگذاری	با کدام تأثیر؟	سنجش اثر پیام روی مخاطب

اگر نمونه مورد مطالعه به حدی باشد که بتوان با شمارش طبقات و محاسبه عدد با مفهوم ریاضی وارد کار آماری شد؛ شما از مرز پژوهش کیفی عبور و وارد پژوهش کمی می‌شوید. این همان مرز مورد اشاره در روش تحلیل محتواست و شما با نوع اقدام خود و شناخت این مرز نوع پژوهش کمی یا کیفی خود را مشخص می‌کنید. با «منطق،

هدف پژوهش و جامعه موردبررسی» می‌توان اولویت استفاده از هر کدام را مشخص کرد. در بررسی‌های تاریخی درباره تحلیل محتوای کیفی بر پنج روش گوناگون به شرح جدول ۱۳-۲۴ تأکید می‌شود (بیابانگرد، ۱۳۹۱؛ قاسمی، کشکر، راسخ و کرمی، ۱۳۹۶).

جدول ۱۳-۲۴. انواع روش‌های تحلیل محتوای کیفی

ردیف	انواع	توضیح
۱	تحلیل مقوله‌ای	روش قدیمی و پرکاربرد با برش متن در واحدهای مشخص و طبقه‌بندی در مقوله‌ها بر اساس مشابَهت‌ها
۲	تحلیل سنجش	سنجش با زبان فرد و تحلیل بر پایه «شناسایی ترکیب‌های بیانی»، «شناسایی و جداسازی موضوعات»، «تنظیم و رمزگذاری جملات بیانی»، «مشخص کردن جهت منفی یا مثبت و شدت آن در طیف ۷ ارزشی»
۳	تحلیل بیان	تحلیل روی عناصر و ساختارهای صوری بیان از جمله دستور زبان، اشکال کلامی و امثال آن
۴	تحلیل نحوه بیان	تحلیل بر اساس شاخص‌های صوری و شکل محتوا به‌طور مستقیم
۵	تحلیل گفتمان	شناخت و درک عمیق از معناهای نهفته در متون ارتباطی (در یک فصل مستقل معرفی شده)

۱۳-۳-۱. ملاحظات نمونه‌گیری در تحلیل محتوای کیفی

در پژوهش کیفی، اندازه نمونه باید بر اساس نیازهای اطلاعاتی مشخص شود تا به سؤال پژوهش با اعتماد کافی پاسخ داده شود. معیاری برای اندازه نمونه یا واحد تحلیل وجود ندارد اما معمول است که تعداد نمونه‌ها یا واحدهای تحلیل بین ۱ تا ۳۰ در نظر گرفته شود.

۱۳-۳-۲. ملاحظات جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها در تحلیل محتوای کیفی

در تحلیل محتوای کیفی برخلاف روش کمی، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها با هم انجام می‌شود. در روش کمی ابتدا داده‌ها جمع‌آوری و سپس با روش‌های آماری تحلیل و در ادامه تفسیر می‌شوند. در روش پژوهش کیفی همراه با جمع‌آوری داده‌ها از روش‌های قیاسی و استقرایی برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود. برای نمونه در متنی براساس مقوله اصلی «الگوهای یادگیری» و زیرمقوله‌های «یادگیری شرطی»، «یادگیری کنشگر» و «یادگیری اجتماعی» مطالعه صورت می‌گیرد. در این شرایط اگر بر اساس «زیر مقوله یا واحد تحلیل» مطالبی نشانگر مفهوم «یادگیری اجتماعی» بود، تحلیل با توجه به «شناسایی آن جمله در متن»، «محل قرارگیری آن» و «میزان تأکید مؤلف بر آن» انجام می‌شود. اگر با توجه به «نظریه یادگیری اجتماعی» در هر یک از محورها و آثار این نوع پیام‌رسانی در ذهن خواننده تحلیل داده شود؛ از «استدلال قیاسی» و مقایسه با یک نظریه و تحلیل براساس آن اقدام شده است. اما اگر با جستجوی متن و میزان جملات تأکید کننده به تحلیل «تأکید بر نظریه یادگیری اجتماعی» در محتوای موردبررسی و برجسته‌سازی آن توسط مؤلف اشاره شود؛ پژوهشگر از استدلال استقرایی و بررسی جزئیاتی برای رسیدن به مفهوم کلی «نظریه غالب» استفاده کرده است (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۶).

هسته اصلی تحلیل محتوای کیفی «ایجاد مقولات و طبقات» با دو روش «استقرائی و قیاسی یا ترکیبی از هر دو» به شرح جدول ۱۳-۲۶ است. پژوهشگر در انتخاب مقوله‌ها، باید به «همگرایی یا شباهت معنادار عناصر داخلی هر مقوله» و «واگرایی یا تفاوت آشکار میان دو مقوله» توجه داشته باشد.

جدول ۱۳-۲۶. انواع رویکردهای تحلیل داده در تحلیل محتوای کیفی

ردیف	انواع	توضیح
۱	استقرایی	استخراج کدها یا طبقات از داده‌های متنی به صورت جزء به کل (مناسب شرایط کمبود اطلاعات درباره موضوع)
۲	قیاسی	قیاس و تحلیل با نظریه‌های موجود یا نتایج پژوهش‌های قبلی (مناسب شرایط مبانی نظری مکفی درباره موضوع)
۳	ترکیبی	«شمارش و فراوانی» و انجام مقایسه واژه‌ها یا محتوا و تفسیر مفاهیم نهفته در متن (تلفیق رویکردهای قبلی)

این فرایند تجزیه و تحلیل به صورت رفت و برگشت و در دو بعد «پنهان و آشکار» در مراحل به شرح جدول ۲۷-۱۳ انجام می‌شود.

جدول ۱۳-۲۷. فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها در تحلیل محتوای کیفی

ردیف	مراحل با رویکردی رفت و برگشتی	تجزیه و تحلیل عمیق و پنهان یا چه چیزی خواسته بگوید؟	تجزیه و تحلیل آشکار ساختار یا چه چیزی گفته شده است؟
۱	نظام کدگذاری	استقرایی یا قیاسی	استقرایی یا قیاسی
۲	شناسایی واحدهای متنی	مقایسه با داده‌های اصلی	مقایسه با داده‌های اصلی
۳	بررسی دوباره متن و حذف موارد	متراکم کردن واحدهای معنی	در کنار هم قرار دادن موضوعات
۴	گروه‌بندی	یافتن معنای اساسی متن	استفاده از کلمات نزدیک به متن
۵	تبیین یافته‌ها	تفسیر و استنتاج باز	تفسیر و استنتاج باز

تحلیل آشکار به شرح آن چیزی می‌پردازد که مشارکت‌کنندگان واقعاً می‌گویند. این رویکرد بر وفاداری به «معنا و متون اصلی» تأکید دارد. در تحلیل پنهان، پژوهشگر برای آشکارسازی معانی پنهان متن، غرق در داده‌ها می‌شود و واحدهای معنی‌دار مناسب در متن جاری را به عنوان نقل قول انتخاب می‌کند. شناسایی واحدهای معنی‌دار، به آشنایی با داده‌ها و درک مفهوم کلی آن‌ها قبل از تقسیم به واحدهای کوچک‌تر نیاز دارد. یک واحد معنی‌دار، کوچک‌ترین واحد و حامی بینش‌های مورد نیاز پژوهشگر است. هر واحد معین دارای یک کد است که باید در رابطه با متن شناخته شود. این روش فرایند کدگذاری باز نامیده می‌شود. در فرایند تحلیل کدها، تعیین مفاهیم برای طبقه‌بندی و گروه‌بندی اطلاعات تسهیل می‌شوند. کدها بر اساس «استقرایی یا استنتاج» تهیه می‌شوند. تفسیر واحدهای معنی‌دار می‌تواند در طول فرایند مبهم شود، بنابراین برای افزایش ثبات و اطمینان به تداوم فرایند کدگذاری نیاز است. بعد از تعیین واحدهای معنادار، پژوهشگر باید درباره پوشش همه ابعاد محتوا در ارتباط با هدف بررسی کند. استفاده از رنگ برای متمایز ساختن هر واحد معنادار در نسخه اصلی مفید است و قسمت‌های رنگ نخورده می‌تواند مورد بررسی مجدد واقع شود تا قابل تمایز نبودن آن‌ها بر اساس هدف پژوهش اطمینان حاصل شود.

در ادامه و برای «تراکم و خلاصه‌سازی» واحدهای معنادار گسترده، تعدادی از کلمات بدون از دست رفتن محتوای واحد، کم می‌شوند. برای استخراج مفهوم داده‌ها، محتوای کدگذاری شده می‌تواند به بخش‌هایی بر اساس سؤالات به کاررفته موقع جمع‌آوری داده‌ها یا بر اساس فرضیه‌های نظری از آثار تقسیم شوند. گروه‌های معین باید به لحاظ

درونی، یکسان و به لحاظ بیرونی، متفاوت باشند. این بدین معنی است که هیچ اطلاعاتی نباید در دو گروه قرار بگیرد. جلو و عقب کردن واحدهای معنادار بین گروه‌ها، توسعه پیش‌رونده نتیجه گروه را فراهم می‌کند. تعداد گروه‌های تولیدشده در ابتدا بیشتر است اما به تدریج کاهش می‌یابد. این که چه تعداد گروه کافی است به هدف پژوهش بستگی دارد و گروه‌بندی با رسیدن به توزیع منطقی پایان می‌یابد.

وقتی گروه‌ها ایجاد شدند فرایند تحلیل آغاز می‌شود و پژوهشگر باید تلاش کند تا ماهیت پدیده تحت بررسی را بشناسد. پژوهشگر باید حتی با توصیف به دانش عمیق‌تری دست یابد. عمق تحلیل اغلب به چگونگی جمع‌آوری داده‌های آشکار یا نهان بستگی دارد. در جدول ۱۳-۲۸ برخی رویکردهای تفسیری در تحلیل داده‌ها معرفی شده است.

جدول ۱۳-۲۸. برخی رویکردهای تفسیری در تحلیل داده‌های کیفی تحلیل محتوا

ردیف	انواع	توضیح
۱	نظریه سیستمی	توصیف روابط و قوانین تعامل و تفاوت درون داده‌ها، از جمله تحلیل روند تغییرات محتوا در طول زمان؛ قابلیت پیش‌بینی پذیری الگو و امثال آن همراه با مقایسه در انواع رسانه‌ها
۲	استانداردها	وجود استاندارد برای مقایسه و تشخیص نوع و مقدار تفاوت‌ها و قضاوت درباره داده‌ها
۳	شاخص‌ها و نشانه‌ها	شناسایی پیوند علی متغیرها و نشانه بودن یک متغیر مانند «دود به عنوان نشانه آتش»
۴	نمودهای زبانی	بررسی داده‌های زبانی در متون معتبر برای شناسایی واقعیت‌های آن
۵	ارتباطات	بررسی پیام‌های طرفین برای تبیین پویایی رفتار، پیامدهای فردی یا جمعی تبادل اطلاعات و مطالعه تعامل
۶	فرایندهای نهادی	بررسی کارکردهای پیام در سازمان‌ها و ارتباطات سازمانی

۱۳-۳-۳. ارزیابی کیفیت پژوهش تحلیل محتوای کیفی

اشتباهات در فرایند تحلیل پژوهشگر اغلب ناشی از «خستگی، تفسیر اشتباه و تعصب شخصی» است؛ بنابراین پژوهشگر باید کیفیت فرایند تحلیل را از طریق تأیید صحت و اعتبار در کل فرایند پژوهش حفظ کند. برای ارزیابی کیفیت پژوهش تحلیل محتوای کیفی می‌توان از مفاهیم «قابلیت اعتبار، قابلیت اعتماد، قابلیت انتقال و قابلیت تأیید» استفاده کرد. کارشناسانی مانند کریپندورف (۱۹۸۰)، معیارهای پایایی شامل «بازنمایی، پایداری و دقت» و اعتبار شامل اعتبار معطوف به «داده، نتیجه و فرآیند» را برای ارزیابی کیفیت پژوهش تحلیل محتوای کیفی مطرح می‌کنند. جدول ۱۳-۲۹ انواع اعتبار در تحلیل محتوای کیفی را نشان می‌دهد

جدول ۱۳-۲۹. انواع اعتبار در تحلیل محتوای کیفی از دیدگاه کریپندورف

ردیف	انواع	توضیح
۱	معطوف به داده‌ها	با تأکید بر اعتبار «معنایی و نمونه‌گیری» در معرف بودن اطلاعات (اعتبار معنایی با متناظر بودن معنای داده‌ها با متن و اعتبار نمونه‌گیری با معرف بودن نمونه)
۲	معطوف به نتیجه	ارزیابی مناسب بودن روش و وجود همبستگی بین نتایج (با دو روش همبستگی یافته‌ها با یافته‌هایی دیگر و پیش‌بین یا میزان همخوانی پیش‌بینی با واقعیت‌ها)
۳	معطوف به فرایند	ارزیابی میزان مدل‌سازی یا شبیه‌سازی با ارائه کارکردی روابط درون متن داده‌ها از سوی عمل تحلیل

روش پژوهش تاریخی

هدف کلی: آشنایی با فرایند اجرای پژوهش تاریخی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم پژوهش تاریخی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در پژوهش تاریخی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در پژوهش تاریخی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در پژوهش تاریخی
- آشنایی با ملاحظات بحث و نتیجه‌گیری
- آشنایی با ملاحظات روش‌های تاریخی «تطبیقی، باستان‌شناسی و شفاهی»

مقدمه

پژوهش تاریخی بر جمع‌آوری داده‌های مربوط به گذشته از منابع معتبر و تحلیل آن‌ها تأکید دارد. در این فصل به چگونگی اجرای پژوهش تاریخی پرداخته می‌شود.

۱-۱۴. مبانی پژوهش تاریخی

مسیر اجرای پژوهش تاریخی با جمع‌آوری داده‌های کمی یا کیفی مربوط به گذشته از منابع معتبر و تحلیل آن‌ها انجام می‌شود. داده‌ها درباره «مردم، معانی، وقایع یا ایده‌ها» در ارتباط با گذشته هستند (برگ و لون، ۲۰۱۲: ۳۰۵).^۱ گذشته می‌تواند هر زمانی از سال گذشته تا چند قرن پیش باشد (خوی‌نژاد، ۱۳۸۰: ۲۴۱). هرچند اهداف پژوهش تاریخی متنوع و متعدد است اما برخی از مهم‌ترین اهداف پژوهش‌های تاریخی را می‌توان در جدول ۱-۱۴ مرور کرد (دلاور، ۱۳۷۵).

جدول ۱-۱۴. انواع اهداف پژوهش تاریخی

ردیف	انواع	توضیح
۱	شناخت پدیده‌های موجود	هر پدیده دارای تاریخ است و با شناخت آن تاریخ، درک آن پدیده بهتر خواهد بود. برای نمونه می‌توان به شناخت «تاریخچه آموزش و پرورش» اشاره کرد.
۲	شناخت حقایق گذشته	شناخت واقعیت‌های گذشته و پیوند آن با زمان حال و آینده

در مواردی مثل معرفی به‌عنوان «اولین» در تاریخ توسط چند بخش یا فرد یا ارائه نقل‌قول‌ها یا در امور دینی حدیث‌هایی که نیاز به ریشه‌یابی و بررسی عمیق دارند، از پژوهش تاریخی استفاده می‌شود. برخی پژوهشگران بین «تاریخ‌نگاری» و «پژوهش تاریخی» تفاوت قائل هستند و حتی آغازگرانی چون هرودوت یونانی را به‌جای «پژوهشگر تاریخی» یک «تاریخ‌نگار» می‌دانند. پژوهش تاریخی کنکاش منظمی در «اسناد، مدارک و دیگر منابع» است که دارای حقایقی مرتبط با سؤال پژوهشگر درباره گذشته باشند. این نوع پژوهش «گذشته‌نگر» با وقایعی سروکار دارد که قبل از تصمیم پژوهشگر به مطالعه درباره آن‌ها اتفاق افتاده‌اند (فتوحی، ۱۳۸۵؛ دلاور، ۱۳۷۴). پژوهش تاریخی با نگاه تحلیلی به تاریخ، «یک پدیده مربوط به زمان گذشته» را تبیین و اسرار زیادی را آشکار می‌کند. ماهیت پدیده‌های تاریخی را می‌توان در جدول ۲-۱۴ مرور کرد.

جدول ۲-۱۴. ماهیت پدیده‌های تاریخی

ردیف	انواع	توضیح
۱	مطالعه باواسطه	نیاز به واسطه برای مطالعه رویدادهای تاریخی دور
۲	تکرارناپذیر	لزوم توجه به معیارهای خاص تاریخی و پذیرش برخی انحراف‌ها از آن
۳	فرا اسنادی	کامل نبودن در یک سند و نیازمند استنتاج‌های تکمیلی پژوهشگر
۴	مجزا نبودن	معنا نداشتن وقایع تاریخی به‌طور مجزا و در تجرید معنا
۵	زمان محوری	لزوم ترک ارزش‌های زمان خویش و جای گرفتن در زمانه خاص برای درک درست آن

پژوهشگر در پژوهش تاریخی به یافتن داده‌های موجود می‌پردازد و این در حالی است که در سایر روش‌های پژوهش، پژوهشگر اغلب به تولید داده‌های موردنیاز می‌پردازد (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۷۶). پژوهشگر برای اجرای پژوهش تاریخی به توانایی‌هایی چون «نوشتن، یادداشت‌برداری، ارائه اطلاعات و تفسیر تاریخی» در زمینه موضوع موردبررسی نیاز دارد. عینیت و کنترل سوگیری پژوهشگر در پژوهش تاریخی بسیار مهم است. پژوهشگر باید به‌شکل بی‌طرفانه تمام گزینه‌های احتمالی را در «انتخاب، تحلیل و تفسیر مواد منبع» موردتوجه قرار دهد و تاریخی صحیح، متعادل و تا حد امکان کامل را تهیه کند. پژوهشگر لازم است که رویداد یا شخصیت‌های موجود در پژوهش تاریخی را درک کند. باید منابع بر اساس دیدگاه‌های افراد مرتبط با موضوع، بررسی شده و به‌دقت شایستگی مواد منبع برحسب کیفیت و اطمینان مورد ارزیابی قرار گیرد (اندرو و همکاران، ۲۰۱۱).

۱۴-۲. فرایند اجرای پژوهش تاریخی

پژوهش تاریخی شامل «مطالعه، درک و شرح» رویدادهای گذشته است. هدف آن رسیدن به نتایجی مربوط به «علل، تأثیرات یا روندهای گذشته» است که تا حد ممکن به روشن کردن رویدادهای کنونی و پیش‌بینی وقایع آینده کمک کنند. می‌توان گفت پژوهش تاریخی برای شناخت گذشته به‌کار می‌رود و با استفاده از آن می‌توان زمان «حال و آینده» را در پرتوی رخدادها و تحولات گذشته شناخته و پیش‌بینی کرد. همچنین پژوهش تاریخی می‌تواند به معنای جمع-آوری داده از موقعیت‌های رخ داده از گذشته تا به اکنون باشد که روی آن‌ها تحلیل‌های آماری یا کیفی انجام می‌شود (میرزایی، ۱۳۸۸: ۹۳).

اگرچه این روش در میان متخصصان حوزه تاریخ رایج است اما در دیگر رشته‌ها می‌توان از ظرفیت این روش بیشتر استفاده کرد. برای نمونه در حوزه مدیریت درخصوص موضوعات خاصی چون «خط‌مشی‌های استخدامی» به شکل پژوهش تاریخی و مرور تجربه گذشته را بهتر می‌توان فهمید (خاکی، ۱۳۸۷). همچنین می‌توان مانع از تکرار خطاهای مشابهی شد که در گذشته صورت گرفته است. برای نمونه می‌توان انواع الگوهای آموزشی در گذشته و نمرات و یادگیری دانش‌آموزان یا تاریخچه توسعه مراکز دانشگاهی در ایران را مطالعه کرد و از نتایج آن برای کاهش خطای تصمیم‌گیری در شرایط حال یا برنامه‌ریزی برای آینده استفاده کرد. مراحل اجرای یک پژوهش تاریخی اغلب از فرایند کلی به شرح جدول ۱۴-۳ دارد.

جدول ۱۴-۳. مراحل اجرای پژوهش تاریخی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	انتخاب عنوان و طرح پژوهش	تمرکز روی یک مسئله و قلمروی آن در حوزه تاریخ و نوشتن طرح پژوهش برای آن
۲	نمونه‌گیری	نمونه‌گیری از موارد بر اساس طرح پژوهش
۳	جمع‌آوری داده‌ها	استفاده از انواع روش‌ها به‌ویژه روش‌های اسنادی برای جمع‌آوری داده‌ها
۴	تحلیل داده‌ها	غربالگری نهایی اسناد و داده‌های جمع‌آوری‌شده و توصیف و تبیین آن‌ها
۵	بحث و نتیجه‌گیری	ارائه نظریه و تحلیل نهایی همراه با نتیجه‌گیری کلی و پیشنهادها برای آن

علاوه بر رویکرد عمومی پژوهش تاریخی در مواردی پژوهش‌هایی با عنوان «پژوهش تاریخ تطبیقی»، «پژوهش تاریخی باستان‌شناسی» و «پژوهش تاریخ شفاهی» با برخی ملاحظات هم مطرح می‌شوند که در ادامه به آن‌ها اشاره خواهد شد. پژوهش تاریخی با رویکرد عمومی اغلب با همین عنوان در پژوهش‌ها گزارش می‌شود. در صورتی که پژوهشگر از رویکردهای اختصاصی‌تر مانند «تطبیقی، باستان‌شناسی یا شفاهی» استفاده کند، به آن‌ها اشاره خواهد داشت.

۱۴-۴. ملاحظات انتخاب عنوان و طراحی پژوهش تاریخی

موضوع پژوهش تاریخی می‌تواند مبتنی بر «فرد، عقیده، جنبش، نهاد یا رخداد و دیگر موارد» باشد (میرزایی، ۱۳۸۸: ۹۳). برای استفاده از روش پژوهش تاریخی در علوم انسانی، می‌توان موضوعاتی به شرح جدول ۱۴-۴ را مورد توجه قرار داد.

جدول ۱۴-۴. انواع موضوعات قابل بررسی در پژوهش تاریخی

ردیف	موضوع	توضیح
۱	عملکردهای اجتماعی	مانند برنامه‌ریزی برای تغییرات بنیادی یک نهاد همچون وزارت ورزش و جوانان
۲	شرح حال افراد خاص	در رابطه با موضوعات مهم و رویدادهای مهم تاریخی
۳	تفسیر ایده‌ها	کشف روابطی در موضوعات مختلف تاریخی در رابطه با موارد کمتر دیده شده
۴	ترکیب اطلاعات قدیم	ترکیب اطلاعات قدیم با هم یا قدیم با جدید
۵	تفسیر وقایع گذشته	مطالعه بررسی دیگر مورخان در چارچوبی جدید برای تفسیر و اصلاح

در پژوهش تاریخی بیان مسئله با تفصیل بیشتری صورت می‌گیرد؛ زیرا تصویر ویژگی‌ها و ابعاد مسئله پژوهش می‌تواند تشخیص داده‌های مورد نیاز را تسهیل و دشواری جمع‌آوری داده‌های لازم را مجسم سازد. اغلب پژوهشگرانی که یک موضوع بالقوه برای اجرای پژوهش تاریخی انتخاب می‌کنند، در موقع بیان مسئله به دشواری جمع‌آوری داده‌ها پی می‌برند. در این مسیر شناسایی و معرفی دقیق «محل رویداد، افراد درگیر در رویداد، زمان رویداد و فعالیت‌های مرتبط با رویداد» می‌تواند گستره مسئله مورد مطالعه را وسیع‌تر یا محدودتر کند (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۷۶). پژوهشگر بر اساس مطالعات مقدماتی مسئله خود را با دقت طرح می‌کند. یکی از انتقادهای وارد به پژوهش‌های تاریخی، گستردگی بیش از اندازه مسئله است که اجرا، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها را دشوار می‌کند. در پژوهش تاریخی مسئله طراحی شده باید تا حد ممکن محدود و عملی باشد. بنابراین باید در طرح مسئله و انتخاب عنوان باید ابعاد و ویژگی‌های مورد نظر مشخص شود (میرزایی، ۱۳۸۸: ۹۴).

در پژوهش تاریخی، پژوهشگر خود شاهد رخدادی نبوده و داده‌ها را بر اساس مشاهده مستقیم جمع‌آوری نمی‌کند؛ اما می‌تواند داده‌های خود را یا از طریق اسناد و مدارک و نوشتگان ثبت شده دیگران به دست آورد و یا از طریق گواهی شاهدان مستقیم رویداد یا تجربه کننده آن کسب و آن‌ها را تجزیه و تحلیل کند.

۱۴-۵. ملاحظات نمونه‌گیری در پژوهش تاریخی

یکی از تفاوت‌های روش پژوهش تاریخی با سایر روش‌ها این است که پژوهشگر به جمع‌آوری «آثار، ردپا و مستندات» مربوط به وقایع می‌پردازد (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۷۶: ۱۲۴). با توجه به این‌که در این روش جامعه و نمونه موردبررسی اغلب اسناد و منابع موجود هستند، بنابراین در انتخاب جامعه و نمونه تأکید بر چگونگی انتخاب جامعه و نمونه موردبررسی در میان انواع منابع موجود به شرح جدول ۱۴-۵ است (بست^۱، ۱۹۸۳).

جدول ۱۴-۵. انواع منابع در پژوهش تاریخی

ردیف	انواع	توضیح
۱	اسناد و مدارک	انواع گزارش‌های مکتوب، صوتی، تصویری و فیلم
۲	آثار و ابنیه	سنگواره، استخوان، ابزار، سلاح، غذا، ظرف، لباس، ساختمان، اثاث خانه، نقاشی، سکه و امثال آن
۳	گواهی شفاهی	گزارش لفظی یک شاهد یا شرکت‌کننده در یک واقعه

در مواردی برخی منابع در دو گروه اسناد و آثار قرار می‌گیرند. به‌عنوان مثال یک کتیبه سنگی از نظر محتوای نوشتاری یک سند و از نظر سازه و مواد به‌کاررفته در زمره «آثار» قرار می‌گیرد. از رایج‌ترین اسناد مورد استفاده در پژوهش‌های تاریخی می‌توان به «نامه‌ها، یادداشت‌های رسمی، صورتجلسه‌ها، گزارش کمیسیون‌ها، اسناد قانونی، خاطره‌ها، زندگینامه‌ها، کتاب‌ها، سالنامه‌های آماری و دیگر موارد مشابه» اشاره کرد.

برای جمع‌آوری داده‌ها باید نوع منبع از نظر «منابع اولیه یا دست‌اول» یا «منابع ثانویه یا دست‌دوم» مشخص شود. «منابع اولیه یا دست‌اول» حاصل افراد درگیر در رویداد یا واقعه تاریخی است اما «منابع ثانویه یا دست‌دوم» اطلاعاتی از رویداد یا واقعه تاریخی است که حداقل با یک واسطه یا کسانی ایجاد شده است که خود شاهد رویداد یا تجربه مستقیم نبوده‌اند. برخی منابع ممکن است برای یک هدف پژوهشی «منابع دست‌دوم» و برای یک هدف پژوهشی دیگر «منابع دست‌اول» باشند (بست، ۱۹۸۳). برای نمونه «کتاب درسی تاریخ ایران» به‌عنوان یک منبع دانشگاهی، اغلب یک «منبع دست‌دوم» است اما برای بررسی میزان تأکید بر ملی‌گرایی در کتاب‌های درسی تاریخ در دانشگاه‌های ایران، می‌تواند یک «منبع دست‌اول» باشد.

هنگام پژوهش درباره تاریخ معاصر ممکن است با افراد «حاضر یا مشارکت‌کننده» در برخی رویدادها مصاحبه کرد. برای نمونه در پژوهش درباره «اقدامات وزارت آموزش و پرورش در زمینه تغییر نظام آموزشی در ایران در دهه ۱۳۵۰ خورشیدی و دلایل و هدف‌های تغییر نظام» به‌عنوان نوعی پژوهش تاریخی می‌توان با افرادی مصاحبه کرد که در آن زمان حضور داشته‌اند و آن تغییرات را تجربه کرده یا در آن شرکت داشته‌اند (خوی‌نژاد، ۱۳۸۰: ۲۴۴). انواع منابع اولیه و ثانویه در جدول ۱۴-۶ معرفی شده است.

جدول ۱۴-۶. انواع منابع در پژوهش تاریخی

ردیف	انواع	توضیح
۱	اولیه	الف) گزارش شاهدان عینی از وقایع به صورت شفاهی یا کتبی ب) موارد ثبت شده از اصل رویداد در «سوابق عمومی، اسناد قانونی، صورتجلسات، سوابق شرکت، فایل های صوتی، نامه ها، خاطرات، نشریات یا نقشه ها» توسط افراد ذی ربط در واقعه یا رویداد تاریخی ج) موارد موجود در «بایگانی دانشگاه ها، کتابخانه ها یا مجموعه های خصوصی مانند انجمن های تاریخی محلی» تهیه شده توسط ناظران عینی رویداد یا واقعه تاریخی د) آثار و اشیاء باقیمانده از گذشته (تصاویر، نقاشی، شعر، لوازم مورد استفاده مانند انواع سفال ها و ...)
۲	ثانویه	الف) مستندات کتبی یا شفاهی تهیه شده توسط فردی به نقل از منابع اولیه ب) مستندات تهیه شده توسط برخی پژوهشگران از منابع اولیه ج) مستندات تهیه شده توسط برخی روزنامه نگاران، فیلم سازان و مستندسازان از منابع اولیه

برای نمونه صورتجلسه دادگاهی از یک محاکمه، مثالی از منبع اولیه درباره بررسی شیوه محاکمات در گذشته است اما سرمقاله روزنامه ای در مورد مسئله مذکور، منبع ثانویه محسوب می شود. در نمونه دیگر پژوهشگری در پژوهشی به «روابط بین معلمان و خانواده دانش آموزان» در قرن نوزدهم پرداخت. او در این پژوهش از گزارش های معلمان در مورد روابط آن ها با خانواده دانش آموزان استفاده کرد. این گزارش ها منابع اولیه و تحلیل پژوهشگر، منابع ثانویه محسوب می شوند. یا نوشته های یک دانشمند درباره یک موضوع و بیان عقایدش یک منبع اولیه و تفسیر دیگران از آن عقاید، منابع ثانویه هستند (خوی نژاد، ۱۳۸۰: ۲۴۵).

اگرچه دسترسی به منابع اولیه مشکل تر است اما اغلب دقت آن بیشتر است و باید این نوع منابع در اولویت انتخاب برای جامعه یا نمونه مورد بررسی قرار گیرند. با این وجود در بیشتر پژوهش های تاریخی از منابع ثانویه یا دست دوم استفاده می شود (خاکی، ۱۳۸۷). برخی از این منابع به دلایل مختلفی از جمله امنیتی یا خصوصی بودن، منتشر نشده است که کار پژوهشگر تلاش برای دسترسی به این منابع به منظور شفافیت تاریخی است.

با توجه به نوع و منابع داده ها، پژوهشگر مکان یا مستندات و شاهدان خود را تعیین می کند. اگر اسناد و مدارک و یا داده ها به صورت مکتوب باشند، پژوهشگر باید «محل نگهداری و نحوه دسترسی به آن ها» را مشخص کند. اگر قرار است که داده ها از طریق شاهدان یا مشاهده گران کسب شود، پژوهشگر باید «آن ها و نحوه برقراری ارتباط با آن ها» را مشخص و برای همکاری صمیمانه و دقیق در فرایند جمع آوری داده ها آماده کند (میرزایی، ۱۳۸۸: ۹۵).

در انتخاب موضوع و مسئله برای پژوهش تاریخی باید به در دسترس بودن منابع یا جامعه مورد بررسی توجه داشت. با توجه به پس رویدادی بودن آن، نمونه گیری در گام نخست تابع «میزان دسترسی به منابع» است. هرچقدر اسناد و آثار بیشتری در دسترس باشد، امکان انتخاب دقیق تری برای نمونه فراهم می شود. در گام دوم تابع زمان، توان و امکانات پژوهشگر است. برخی پژوهشگران داده های تاریخی خود را تا جایی جمع آوری می کنند که به نظر آید همه منابع به پایان رسیده است اما برخی به دلیل وجود حجم زیاد داده ها و اطلاعات از روش غیر تصادفی هدفمند استفاده می کنند. در مواردی هم پژوهشگر ناگزیر به استفاده از نمونه گیری در دسترس است. پس از شناسایی «منابع داده اصلی و ثانویه برای موضوع مورد بررسی» باید اصالت و دقت منابع ارزیابی شوند (برگ و لون، ۲۰۱۲: ۳۱۱).

۱۴-۶. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش تاریخی

برای جمع‌آوری داده‌ها می‌توان از ابزارهای چون «مصاحبه، یادداشت یا فیش‌برداری، پرسشنامه یا دیگر موارد» استفاده کرد. پژوهشگر با توجه به سؤالات یا فرضیه‌های پژوهش نسبت به انتخاب ابزار مناسب برای جمع‌آوری داده‌ها اقدام می‌کند. پس از مشخص شدن منابع موردبررسی در بخش نمونه‌گیری، پژوهشگر باید داده‌ها را به شکل کمی یا کیفی از منابع جمع‌آوری کند. برای جمع‌آوری مناسب داده‌ها پژوهشگر باید در زمینه مسئله موردپژوهش اطلاعات لازم و کافی داشته باشد. در فرایند جمع‌آوری داده‌ها، منابع جستجو و آثار و موارد مرتبط با مسئله موردبررسی در آن‌ها شناسایی می‌شود. شواهد تاریخی یا داده‌های صحیح و قابل‌استفاده تاریخی، مجموعه‌ای از اطلاعات و حقایق مستند است که به‌عنوان پایه تحلیل پذیرفته می‌شوند. در این مسیر پژوهشگر باید ارزیابی‌های دقیق‌تری را روی منابع و به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها داشته باشد. در منابع دست‌اول از گزارش شاهدان عینی و در منابع دست‌دوم از گزارش واسطه‌های مرتبط با شاهدان عینی استفاده می‌شود. بنابراین پژوهشگر باید هنگام جمع‌آوری داده‌ها مراقبت بیشتری را در استفاده از هر دو نوع منابع و به‌ویژه منابع دست‌دوم یا ثانویه به خرج دهد. جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش تاریخی با سه اقدام «نقد بیرونی، نقد درونی و ترکیب» انجام می‌شود.

پژوهشگر در گام اول و با نقدهای بیرونی و درونی باید «روایی و قابلیت اعتماد» به سند یا مدرک را بررسی کند. برای این منظور داده‌ها یا اطلاعاتی که جمع‌آوری می‌شوند باید موردنقد «درونی و بیرونی» یا «داخلی و خارجی» به شرح جدول ۱۴-۷ قرار گیرند.

جدول ۱۴-۷. نقد درونی و بیرونی منابع در هنگام جمع‌آوری داده‌ها

ردیف	نوع نقد	اقدامات
۱	بیرونی یا خارجی	ارزیابی روایی سند با تأکید بر حقیقی و اصلی بودن سند به کمک شناسایی و ارزیابی «محل، زمان و فرد تهیه‌کننده سند»
۲	درونی یا داخلی	ارزیابی میزان قابلیت اعتماد به معنا، صحت و محتوای سند یا ارزیابی پیام‌های برآمده از سند

در نقد بیرونی یا ارزیابی روایی سند برای اطمینان از درستی اطلاعات باید مواردی چون «ماهیت عمومی یا شخصی بودن سند»، «اصل بودن سند»، «زمان بین ثبت سند و اصل رویداد»، «فرد تنظیم‌کننده سند» موردتوجه قرار گیرند. مقام و موقعیت تنظیم یا تهیه‌کننده سند دارای اهمیت ویژه‌ای است و باید ملاحظات زیادی چون «حائز شرایط بودن فرد»، «مشاهده‌گر مستقیم یا بی‌واسطه بودن» و «همه‌نگی زمان و مکان با اطلاعات موجود» موردتوجه قرار گیرد. از آنجایی که استفاده از نوشته‌های نویسندگان ناشناس امری متداول است، شاید سندی که نتیجه مشاهده مستقیم مشاهده‌گر به نظر برسد، درواقع منبعی ثانویه باشد. نویسندگان ناشناس ممکن است به‌طور غیرعمد یا عمدی روایی اسناد را تهدید کنند. از دیگر احتمال خطاهای غیرعمد می‌توان به اشتباه در ترجمه یا نوشتن اشاره کرد. در برخی اسناد خطی و مربوط به دوران پیش از صنعت چاپ، اشتباهات ناشی از بازنویسی و تکثیر منابع باید موردتوجه قرار گیرند. اختراع چاپ، امکان بروز چنین اشتباه‌هایی را متفی نکرده، ولی احتمال آن‌ها را کاهش داده است (خوی‌نژاد، ۱۳۸۰). در مواردی بررسی ادعاهای مشابه ضرورت می‌یابد. برای نمونه کلمه «اولین» در پژوهش تاریخی در موارد متعددی چالش ایجاد می‌کند. ازجمله این مورد می‌توان به «اولین آزمایشگاه روان‌شناسی در آمریکا» اشاره کرد که هم به «کتل»

و هم به «ویلیام جیمز» نسبت داده می‌شود. در این شرایط قضاوت نهایی به این بستگی دارد که آیا می‌توان نگاهداری حیوانات آزمایشگاهی در زیرزمین خانه را آزمایشگاه روان‌شناسی دانست (دلاور، ۱۳۷۵). اگر چند منبع به‌طور یکسان به مجموعه‌ای از «واقعیات» اشاره کنند باعث ایجاد «تأیید» و نتیجه آن افزایش اعتماد به داده‌ها خواهد بود (ببی، ۱۳۹۴). نقد بیرونی یا خارجی بر نقد درونی اولویت دارد زیرا اگر اصالت سندی مورد تردید باشد، توجه به محتوای آن ارزشی ندارد (خوی‌نژاد، ۱۳۸۰).

پس از اطمینان از اصالت و درست بودن سند و معتبر بودن نویسنده آن در مرحله بعد باید به نقد درونی یا محتوای سند پرداخت. در نقد درونی به ارزیابی ارزش داده‌ها یا اطلاعات با ارزیابی مواردی چون «میزان دقت و اعتبار اطلاعات»، «صلاحیت، تمایلات و محدودیت‌های فرد تهیه‌کننده سند»، و «الگوهای رمزگشایی از پیام‌های سند» توجه می‌شود. برای نمونه باید بررسی کرد که آیا نویسنده سند به‌دلیل موقعیت یا عوامل دیگر دچار سوگیری نشده باشد. شرح حال‌ها و زندگی‌نامه‌های شخصی می‌توانند تأکیدشان از رویداد را به شخص معطوف کنند. ممکن است نویسنده به‌دلیل برخی عوامل شخصی از جمله «موافقت، مخالفت، غرور یا ترس» مطالبی جعلی به گزارش افزوده باشد. نویسنده-ای که مخالف یک موضوع یا ایده است ممکن است در بیان رویداد، مواردی را ننویسد یا طور دیگری بنویسد. بنابراین به‌دلیل این نوع موقعیت‌ها، مقام یا وضعیت نویسنده در اطلاق معنی به محتوای گزارش بسیار حائز اهمیت است. همچنین در نقد درونی تحلیل سبک و توانایی نویسنده دارای اهمیت است. اینکه نویسنده «تا چه حد به زیباسازی جملات با عبارات شیوا و زیبا گرایش دارد» یا اینکه «تا چه حد از کنایه و تمثیل استفاده می‌کند» باید مورد توجه قرار گیرد. اینکه نویسنده آنچه را دیده ثبت کرده یا تفسیر و تحلیل خود را نوشته نیز بسیار مهم است (خوی‌نژاد، ۱۳۸۰). در نقد درونی، پژوهشگر باید با معیارهای بررسی سند و تشخیص انحراف‌هایی چون بزرگنمایی غیرواقع آشنا باشد. از جمله منابع جمع‌آوری داده‌های تاریخی از نظر شکلی که هر یک الگوی تهیه پیام و رمزگذاری خاص خود را دارد، می‌توان به مواردی به شرح جدول ۱۴-۸ اشاره کرد. در مجموع پژوهشگر باید مراقب هرگونه «کوچک‌نمایی، بزرگنمایی، حذف یا تحریف» باشد.

جدول ۱۴-۸. انواع منابع جمع‌آوری داده‌های تاریخی با الگوهای خاص در ساماندهی پیام

ردیف	انواع	توضیح
۱	مکتوب	مانند کتاب، نامه، بیوگرافی، پرونده، شجره‌نامه، سفرنامه، نمایشنامه و امثال آن
۲	شفاهی	مانند ضرب‌المثل، خاطره، نقل قول‌ها بر اساس شنیده‌ها از حادثه یا پدیده
۳	تصویری	مانند فیلم، عکس، نقاشی و امثال آن
۴	ساختمانی	مانند ابنیه تاریخی، مقبره‌ها، محل سکونت گذشتگان
۵	مادی و ایزاری	مانند سفال‌ها، سکه‌ها، ظروف، آلات، ابزار و کتیبه‌ها
۶	الکترونیکی	مانند فیلم، نوار صوتی و انواع اسناد در فضای مجازی

پژوهشگر تاریخی باید با الگوهای بیانی و زبان فنی هریک از این منابع و معیارهای لازم در تشخیص هرگونه انحراف از واقعیت در آن‌ها آشنا باشد. این مرحله و توانمندی پژوهشگر تاریخی، مهم‌ترین وجه تمایز او از «تاریخ-نگاری» است. پژوهشگر تاریخی باید با انجام دقیق نقد «درونی و بیرونی» منابع به جمع‌آوری داده‌ها بپردازد.

نقد درونی و بیرونی اموری پیوسته در جمع‌آوری داده‌ها هستند. در مورد دقت نویسنده یک سند و صحت گفته‌هایش دو سؤال کلیدی در هنگام جمع‌آوری داده‌ها مطرح می‌شود. نخست این‌که آیا نویسنده صلاحیت ارائه گزارش دقیق از رویداد موردبررسی را داشته است؟ و سؤال دوم این‌که اگر چنین است آیا او به انجام چنین کاری تمایل داشته است؟ یک نویسنده معتبر هم ممکن است به دلایلی گزارش تحریف‌شده‌ای را از وقایع ارائه دهد. پس در بررسی کارهای چند نویسنده ممکن است برخی ناهمسانی‌ها حتی در مورد عواملی نظیر تاریخ رویداد خاص ملاحظه شود. در چنین مواردی پژوهشگر باید شواهد را ارزیابی کند و تصمیم بگیرد که کدام گزارش دقت بیشتری دارد (خوی‌نژاد، ۱۳۸۰).

به‌ندرت ممکن است سند واحد و حتی منبع اولیه به‌تنهایی کافی باشد. نقد درونی باید بررسی‌های مفصل مقایسه‌ای اسناد متعدد را در بر گیرد. اگر موارد معینی از یک گزارش حذف‌شده باشد، نباید چنین تفسیر کرد که نویسنده از آن آگاهی نداشته یا اینکه اصولاً چنین اتفاقی نیفتاده است. هر سندی باید با توجه به وضعیت زمانی خود یعنی با در نظر گرفتن اسنادی که پیش از آن وجود داشته و نه بر اساس اسناد پس‌از آن دوره ارزیابی شود. اگرچند منبع دارای اشتباهات یکسان باشد، شاید همه آن‌ها از یک منبع ناشی شده باشد. در صورت مواجهه با دو منبع متضاد با یکدیگر، یا یکی از آن‌ها یا هر دو اشتباه هستند. به این معنا که تردید درباره یک سند نباید به‌منزله اعتماد به سند متضاد آن باشد. داده‌های صحیح و قابل استفاده در پژوهش تاریخی به‌عنوان «شواهد تاریخی» نامیده می‌شوند (بست، ۱۹۸۳). مواردی نیز وجود دارد که پژوهشگر توانایی تأیید یا رد اعتبار سندی را ندارد و درعین حال نمی‌تواند از آن صرف‌نظر کند. در چنین مواردی پیشنهاد می‌شود که او مطالب خود را با جملاتی نظیر «بنابر گفته...» شروع کند. بدین ترتیب پژوهشگر صداقت خود را حفظ می‌کند (دلور، ۱۳۷۵). پس از نقد «بیرونی و درونی» شواهد تاریخی شناسایی‌شده و آماده ترکیب می‌شوند.

گام سوم در جمع‌آوری داده‌های تاریخی، ترکیب داده‌ها یا شواهد تاریخی است. در این گام باید ارزش نسبی شواهد تاریخی موردتوجه قرار گیرد. برای نمونه ممکن است منبع اولیه از منبع ثانویه مهم‌تر تلقی شود. اگر گزارش‌ها ضدونقیض باشد باید ناهمسانی آن‌ها رفع شود. این امر مستلزم گسترش یک زمینه بررسی برای رد یکی از نظرها است. اندیشه‌ها یا مفاهیم اصلی باید همسو و «تداوم و ارتباط» بین آن‌ها بیان شود. اگر در پژوهش دوره طولانی از زمان، برای مثال چندین سال، موردنظر است، می‌توان اندیشه‌ها و موارد را به‌صورت زمانی سازمان داد. درواقع نظم‌دهی زمانی اغلب مستلزم اجتناب از سردرگمی بین دلایل احتمالی و تأثیرات وقایع در یکدیگر است. می‌توان گزارش‌های متعددی از یک رویداد را گردآوری کرد. اگر گزارش‌ها همسانی داشته باشند، از نظر تاریخی تأییدشده هستند و پژوهشگر می‌تواند اطلاعات این گزارش‌ها را با توجه به موارد مطرح‌شده در آن خلاصه کند. به نسبتی که پژوهشگر مواد پژوهشی را بررسی و داده‌ها را ترکیب می‌کند، ممکن است طی آن امکان طرح «سؤالات یا فرضیه‌های جدیدی» برای پژوهش فراهم شود یا در مواردی نیاز به حذف یا اصلاح «فرضیه‌ها یا سؤالات موجود» موردتوجه قرار گیرد (خوی‌نژاد، ۱۳۸۰).

۱۴-۷. ملاحظات تحلیل داده‌های پژوهش تاریخی

این مرحله بر پالایش مفاهیم برای یک مدل تبیین‌گر کلی و استفاده از وقایع عینی و واقعی برای معنا دادن به مفاهیم تأکید دارد. پژوهشگر در پژوهش تاریخی می‌تواند از طریق تحلیل مفصل و دقیق داده‌های تاریخی به رابطه و حتی روابط علت و معلولی رسید (میرزایی، ۱۳۸۸: ۹۳). پژوهش تاریخی عمیقاً متکی بر تحلیل‌های منطقی مبتنی بر داده‌های پژوهش است. در این مرحله پژوهشگر به «توصیف و سپس تبیین داده‌ها» به‌عنوان دوگام اصلی در تحلیل داده‌های تاریخی می‌پردازد (حبیب‌پور و صفری، ۱۳۸۸). توصیف تاریخی به دنبال پاسخ سؤالاتی چون: «کی؟»، «کجا؟»، «در چه شرایطی؟»، «چگونه؟»، «توسط چه کس یا کسانی؟» از طریق اسناد و مدارک مرتبط با پدیده تاریخی مورد مطالعه است. هرچقدر توصیف دقیق‌تر باشد، مراحل بعدی کامل‌تر می‌شود. آغاز مطالعه تاریخی، توصیف دقیق و فراگیر همه ابعاد و مبتنی بر اطلاعات قابل وثوق از نحوه ظهور حادثه است. پژوهشگر اغلب به توصیف محورهای «ظهور، تطور و وضعیت نهایی» حوادث تاریخی می‌پردازد. برای تحلیل داده‌ها و برقراری رابطه علی بین آن‌ها بر اساس سه شرط به شرح جدول ۱۴-۹ اقدام می‌شود (محمدپور، ۱۳۹۲).

جدول ۱۴-۹. شرایط تحلیل داده‌ها در پژوهش تاریخی

ردیف	شرایط	توضیح
۱	ترتیب زمانی	مقدم بودن علت بر معلول
۲	پیوستگی	رابط منطقی بین رویدادها و مبتنی بر الگو
۳	شناخت علت	شناخت علت واقعی برای هر معلول

پس از جمع‌آوری داده‌ها باید آن‌ها را در قالب جدول‌های مادر قابل کنترل و برای تحلیل آماده کرد. اگر داده‌های موردنظر کمی مانند «داده‌های جمعیتی» باشند؛ در جدول‌های مادر ریخته شده و با آماره‌های توصیفی و استنباطی مناسب، تحلیل می‌شوند. اما اگر داده‌ها کیفی باشند، باید الگوها شناسایی و جدول‌های موردنظر مشخص و با تحلیل‌هایی نظیر کدگذاری محتوا به آن‌ها پرداخت (میرزایی، ۱۳۸۸: ۹۶).

در ادامه، تبیین تاریخی یا بیان علت وقوع حادثه یا تطور آن در پرتو اصول کلی مطرح می‌شود. در تبیین نیز مانند توصیف سه محور «ظهور، تطور و وضعیت نهایی» حوادث تاریخی موردتوجه قرار می‌گیرد.

وجود تفاسیر متفاوت از یک رویداد نشان‌دهنده وجود داده‌های متفاوت حاصل از بررسی رویداد یا شخصیت‌ها از زوایای مختلف است. پژوهشگر باید «توافق، ارتباط و شرح اختلاف» بین منابع مختلف را بیابد و تفسیر متعادل و کاملی را ارائه دهد (اندرو و همکاران، ۲۰۱۱). برای تحلیل داده‌ها باید به اصولی به شرح جدول ۱۴-۱۰ توجه داشت.

جدول ۱۴-۱۰. اصول برای تحلیل داده‌ها در پژوهش تاریخی

ردیف	اصول	توضیح
۱	بی‌طرفی	تفسیر فرازمانی و فرامکانی و رهایی از ارزش‌ها برای بی‌طرفی
۲	تأمل و شک مثبت	تأمل بر اساس عقل سلیم برای پذیرش داده‌ها
۳	استقراء	غور کردن در اسناد و شناسایی جزء جزء حوادث برای دستیابی به شناخت جامع
۴	جامعیت	بازساخت کلی یا معنایی هر حادثه در درون مجموعه یا شبکه‌ای از علت‌ها

پژوهشگر زمانی می‌تواند به تجزیه و تحلیل یک واقعه بپردازد که امکان برقراری ارتباط بین اسناد و مدارک و ساختن تصویری از وضعیت و خصوصیات زمان حادثه وجود داشته باشد. این کار مستلزم کامل بودن مدارک است و گاه پژوهشگر نمی‌تواند مدارک مورد نیاز را جمع‌آوری کند. در این صورت، یا قادر به نتیجه‌گیری و شناخت پدیده نیست یا ناچار است بعضی گسستگی‌های بین مدارک به دست آمده را با تفسیری مبتنی بر حدس و گمان خردمندانه تصویرسازی کند. بدیهی است که در چنین شرایطی ضریب خطای کار پژوهشی به ناچار افزایش پیدا می‌کند.

نمودارها و تصاویر در گزارش‌های پژوهش‌های تاریخی به توصیف داده‌ها کمک می‌کند. با ایجاد شبکه‌ای از معانی و مفاهیم یا توصیف مفصل از شواهد و قرائن پژوهشی، زمینه نتیجه‌گیری و تفسیر نهایی فراهم می‌شود. در مواردی پژوهشگر تاریخی از داده‌های دارای ترتیب زمانی استفاده می‌کنند تا تغییر شرایط را در طول زمان تحلیل کنند. از جمله این نوع داده‌ها می‌توان به داده‌های «جمعیتی، جرائم، بی‌کاری، میزان مرگ و میر نوزادان و امثال آن» در طول زمان گذشته اشاره کرد. این نوع پژوهش‌های تاریخی از نوع طولی هستند (بی، ۱۳۹۴: ۷۷۸).

۸-۱۴. ملاحظات بحث و نتیجه‌گیری در پژوهش تاریخی

با رویکردی «تفسیری و انتقادی» به بحث و نتیجه‌گیری از یافته‌های پژوهش می‌پردازد. فلسفه پژوهشگر نقش مهمی در تفسیرهای او روی یافته‌ها یا نتایج خواهد داشت. برخی از فلسفه‌های مهم تاریخ را می‌توان در جدول ۱۴-۱۱ مرور کرد (دلاور، ۱۳۷۵: ۱۶۷).

جدول ۱۴-۱۱. برخی انواع فلسفه‌های تاریخ

ردیف	انواع	توضیح
۱	خالق‌گرایی	خدا یا طبیعت به عنوان نگارنده نقشه یا هدفی برای هدایت انسان به سوی سرنوشتی خاص
۲	تمدن‌گرایی	تمدن به مثابه موجودی زنده و متأثر از دو بعد «تکامل و فعالیت جبری» و «چرخه عمر»
۳	انسان‌گرایی	مسئول دانستن انسان در سرنوشت خود و جهان

در مجموع پژوهشگر تاریخی دارای دیدگاه نظری است و تلاش می‌کند که پدیده‌های تاریخی را با عنایت به مبانی فلسفی مورد اشاره، دیگر دیدگاه‌های علمی و دیدگاه خود تفسیر کند و به واقعیت‌های تاریخی معنا بخشد. حوادث تاریخی اغلب به دلیل نادر بودن، قابل تجزیه نیستند و بیشتر از طریق مقایسه منطقی اثبات می‌شوند. پژوهشگر اغلب با مطالبی سروکار دارد که باید کشف و در برخی موارد ترجمه شوند. در این مرحله پژوهشگر باید به محدود بودن اطلاعات خود آگاه باشد و به علت کامل نبودن منابع و دشواری بررسی اعتبار اطلاعات جمع‌آوری شده، نیازمند به داشتن خلاقیت برای تفسیر یافته‌های خود است. مفهوم علیت در علوم، اغلب با مشکل همراه است و این دشواری در پژوهش تاریخی چند برابر است؛ زیرا در این نوع پژوهش، علت‌ها ماهیتاً درون مقدمه‌ها یا عوامل از پیش اتفاق افتاده قرار دارند. در این راستا برای تحلیل رفتارهای گذشته انسانی می‌توان از مبانی نظری «روان‌شناسی و جامعه‌شناسی» استفاده کرد. پژوهشگر در استفاده از روش قیاسی برای تفسیر یافته‌ها باید جانب احتیاط را رعایت کند. در اغلب موارد امکان مقایسه یک حادثه با حوادث مشابه آن امکان‌پذیر است. برای نمونه می‌توان بین مدیریت در زمان حال و هر نوع مدیریت در زمان گذشته، از جهات مختلف مقایسه داشت. در تفسیر منابع تاریخی، پژوهشگر نباید

اطلاعات مربوط به فرهنگ‌ها و زمان‌های مختلف را با ملاک‌های شخصی تفسیر کند. برای نمونه درک قساوت‌های قرون وسطی به‌طور صحیح و کامل بسیار دشوار است (دلاور، ۱۳۷۵: ۱۷۷).

هدف پژوهشگر تاریخی صرفاً بیان حقایق نیست. او باید روند استخراج نتایج، تعمیم و تفسیر یافته‌ها را نیز با عنایت به نوع منابع، تعیین کند. بنابراین کار او تألیف، تفسیر و تعمیم است. البته باید در نظر داشت که پژوهشگران تاریخی و مورخان، واقعیت یکسانی را به‌صورت‌های مختلفی تفسیر می‌کنند (دلاور، ۱۳۷۵: ۱۷۷).

۹-۱۴. محدودیت‌های پژوهش تاریخی

پژوهش‌های تاریخی با همه آثار مثبت و ویژگی‌هایی که دارد، دارای محدودیت‌هایی به شرح جدول ۱۴-۱۲ دارد که در اجرای پژوهش و درنهایت تحلیل باید به آن‌ها توجه و در صورت لزوم اشاره داشت (میرزایی، ۱۳۸۸: ۹۴).

جدول ۱۴-۱۲. محدودیت‌های پژوهش تاریخی

ردیف	محدودیت	توضیح
۱	پیش‌بینی آینده	همیشه نمی‌توان امور را بر اساس گذشته پیش‌بینی کرد، زیرا امور گذشته با توجه به موقعیت و شرایط خاص خود برای پیش‌بینی آینده مناسب نیستند.
۲	صحت و عینیت منابع	اغلب پژوهشگر در زمان موردبررسی حضور نداشته و باید بر مشاهده و تجربه دیگری اتکا کند که تضمینی برای صحت و عینیت آن‌ها وجود ندارد.
۳	صحت و عینیت حدس‌ها	ممکن است بخش یا بخش‌هایی از رخداد مورد مطالعه ثبت نشده باشد و پژوهشگر مجبور باشد قسمت‌های ناقص را بر اساس استنباط یا برداشت خود کامل کند که تضمینی برای صحت آن وجود ندارد.
۴	کنترل تغییرات	پژوهشگر تاریخی نمی‌تواند «شرایط مشاهده» را کنترل یا «متغیرهای موردنظر را دستکاری» کند؛ بنابراین تضمینی برای اثر تغییرات مشاهده‌شده در متغیر وابسته در نتیجه تغییرات متغیر مستقل وجود ندارد.

۱۰-۱۴. ملاحظات روش پژوهش تاریخی-تطبیقی

پژوهش تاریخی -تطبیقی بررسی جوامع یا دیگر واحدهای اجتماعی در طول زمان و مقایسه آن‌ها با یکدیگر است (ببی، ۱۳۹۴: ۷۶۴). این روش برای پاسخ به پرسش‌های بزرگ درباره تغییرات اجتماعی با دامنه گسترده یا فهم فرایندهای اجتماعی در طول زمان یا در میان چند جامعه مورد استفاده قرار می‌گیرد. با این روش می‌توان چند ملت، یک ملت و بخش‌هایی از ملت‌ها را در زمانی در گذشته، در طول سال‌های گذشته و از گذشته تا حال با انواع داده‌های کمی یا کیفی موردبررسی قرار داد. برای تحلیل تطبیقی باید به شاخص‌های همسانی مانند موارد ارائه‌شده در جدول ۱۴-۱۳ توجه داشت (محمدپور، ۱۳۹۲).

جدول ۱۴-۱۳. انواع شاخص‌های همسان در پژوهش تاریخی-تطبیقی

ردیف	انواع	توضیح
۱	همسانی واژگانی	ترجمه درست واژه‌ها و عبارت‌ها یا پیدا کردن واژه‌ای در فرهنگ‌های مختلف با معنای مشابه
۲	همسانی زمینه‌ای	کاربرد درست اصطلاح‌ها یا مفاهیم در بسترهای اجتماعی یا تاریخی همسان
۳	همسانی مفهومی	استفاده از یک مفهوم در فرهنگ‌ها یا دوره‌های تاریخی مختلف
۴	همسانی سنجش	اندازه‌گیری یک مفهوم در محیط‌های مختلف

۱۴-۱۱. ملاحظات روش پژوهش تاریخی باستان‌شناسی

در نقد بیرونی آثار باستانی به آزمایش‌های پیچیده‌ای نیاز است. برای نمونه برای «تعیین سن»، «تعیین سازندگان آثار یا نویسندگان اسناد»، «صحت امضا، دست خط، متن سند، زبان»، «نوع جوهر، رنگ، کاغذ، پوست، پارچه، سنگ، فلز یا چوب» از آزمایش‌های دقیق فیزیکی و شیمیایی استفاده می‌شود. همچنین برای اطمینان از تقلبی نبودن آثار باستانی مطرح‌شده با روش‌های مختلفی تلاش می‌شود تا از هماهنگی آن‌ها با حقایق شناخته‌شده مربوط به دوره باستانی و آثار آن دوره اطمینان حاصل شود. ماجرای «غول کاردیف»^۱ از نمونه‌های قابل تأمل در این زمینه است. در این ماجرا در سال ۱۸۶۹ در عمق سه‌پایی یک مزرعه در کاردیف نیویورک، پیکره یک انسان به طول تقریبی سه متر کشف شد. این پیکره توسط دو استاد دانشگاهی بررسی و به‌عنوان جسد سنگواره شده یک انسان معرفی گشت. باستان‌شناسانی آن را یک مجسمه قدیمی و عهد عتیق معرفی کردند. کشیش‌هایی هم آن را یک انسان سنگواره شده از عهد عتیق دانستند. اما خیلی زود و توسط یک خبرنگار مشخص شد که «این مجسمه ساختگی» در جای دیگری ساخته‌شده و با اسیدسولفوریک به رنگ کهنه درآمده و با رویکرد اقتصادی در آن محل دفن شده بود! (بست، ۱۹۸۳). این‌گونه موارد باعث شده است تا پژوهشگران تاریخی باستان‌شناسی برای نقد بیرونی آثار باستانی به تلاش مضاعف و گاهی پرهزینه‌ای نیاز دارند.

۱۴-۱۲. روش پژوهش تاریخ شفاهی

«تاریخ شفاهی» روایت‌ها و گزارش‌های رسمی گذشته از «شاهدان و راویان مورد وثوق» است. در این روش از گفت‌وگو و ضبط آن با «افراد خاص، اعضای خانواده، همسایگان، همکاران و امثال آن» درباره «ایام، رویداد یا قصه‌های گذشته» استفاده می‌شود. در تاریخ شفاهی هر نوع مصاحبه درباره «سرگذشتی مهم» ضبط خواهد شد. افراد زیادی اطلاعات دست‌اول دیگران از وقایع را ثبت و به آیندگان منتقل کرده‌اند. این کار اغلب در زمان خروج بازیگران تاریخی و خاطراتشان از صحنه تاریخ انجام‌شده است. برای نمونه کمی بعد از مرگ آبراهام لینکلن در سال ۱۸۶۵، منشی و وکیلش شروع به جمع‌آوری خاطرات و نظرات او از راه‌های مختلف از جمله مصاحبه با افراد همراه با لینکلن کردند. پژوهشگران در طول تاریخ با این شیوه اطلاعات مهمی درباره شرایط زندگی و شغلی انسان‌ها از راه مصاحبه با افراد مجرب به دست آورده‌اند. نخستین پژوهش‌ها درباره نخبگان یا افراد شاخص در عرصه‌های مختلف بود که به‌مرور سطح آن به «زندگی روزمره و ذهنیت قشری مردم عادی»، «نقش افراد مهم در جامعه یا حوزه‌ای خاص» و دیگر موارد مشابه توسعه یافت (شوپس، بی‌تا).

در تاریخ شفاهی، جنبه جمع‌آوری داده‌ها از منابع اولیه یا ثانویه به‌صورت شفاهی موردتوجه قرار دارد. برای این منظور می‌توان از انواع اسناد و از جمله «شواهد صوتی و تصویری مانند مصاحبه و صدای فرد زنده یا مرده» بهره گرفت. البته در این رویکرد از مصاحبه برای تکمیل دیگر مستندات یا از مستندات برای تکمیل یا تأیید مصاحبه‌ها استفاده می‌شود. در این پژوهش مصاحبه «گفت‌وگوی قاعده‌مند و آگاهانه بین دو نفر درباره ابعادی از وقایع گذشته»

1. Cardiff Giant

است و مصاحبه‌گر با «سؤالات مرتبط با موضوع تاریخی» زمینه پاسخ «راوی یا پاسخ‌دهنده» را فراهم می‌کند. مصاحبه با سیاستمداران، رهبران و سرآمدان عرصه‌های مختلف منجر به آشکار شدن ظرایف تصمیم‌گیری و انگیزه‌هایی می‌شود که اغلب در اسناد عمومی دیده نمی‌شوند. برخی مصاحبه‌ها درباره «خاطرات مردم از سیل، جنگ یا دوران حرفه‌ای یک شخصیت مشهور» است که می‌تواند به بالا بردن دانش در آن حوزه و روشن شدن روابط فرد با آن وقایع یا دیگر افراد کمک کند. بررسی قابلیت اطمینان راوی و اثبات پذیری گزارش او نخستین گام در سنجش یک مصاحبه در طول جمع‌آوری داده است. برای این امر باید محورهای مهمی به شرح جدول ۱۴-۱۴ را در طول مصاحبه موردتوجه قرار داد (شوپس، بی‌تا).

جدول ۱۴-۱۴. محورهای بررسی قابلیت اطمینان به راوی و اثبات پذیری گزارش او و محتوای حاصل از مصاحبه تاریخ شفاهی

ردیف	محورها	توضیح
۱	راوی	«آمادگی»، «منافع یا زیان بیان واقعیت برای راوی»، «اثر هویت، جایگاه اجتماعی راوی و شرایط محیطی بر بیان واقعیت»، «میزان اغراق راوی در بیان واقعیت»، «نسبت و سهم راوی با وقایع»، «سلامت جسمی و روانی راوی در هنگام روایت یا مصاحبه» و «انسجام درونی گزارش راوی»، «اثر ویژگی‌های جنسیتی، قومی، شهرت، جایگاه شغلی و تغییر نگرش در طول زمان بر بیان واقعیت»
۲	مصاحبه‌گر	«اثر پیشینه و علایق مصاحبه‌گر بر مصاحبه»، «اثر سؤالات مصاحبه‌گر در روایت ماجرا»، «اثر آمادگی مصاحبه‌گر در مصاحبه»، «اثر هویت و جایگاه اجتماعی مصاحبه‌گر بر مصاحبه‌شونده در روند مصاحبه»، «نداشتن محافظه‌کاری مصاحبه‌شونده یا نداشتن دخالت ارتباط قبلی در مصاحبه»
۳	محتوا	«روایت و شکل‌دهی داستان راوی»، «قابل‌درک بودن محتوا»، «محورهای مورد تأکید یا طفره رفتن راوی»، «وجود انسجام درونی در روایت»، «انطباق روایت راوی با دیگر منابع و مصاحبه‌ها»
۴	هدف	نقش هدف مصاحبه در شکل‌گیری محتوا، منظر و لحن مصاحبه
۵	شرایط	«اثر مکان مصاحبه بر مصاحبه»، «اثر سایر افراد حاضر در جلسه بر مصاحبه»، «اثر زمان بر مصاحبه»

پژوهشگر تاریخی باید در طول مصاحبه نگاه نقادانه خود را حفظ کند و نباید به‌صرف بیان شیوا و قانع‌کننده، محتوای صحبت راوی را کامل بپذیرد. صرف حضور راوی در صحنه وقوع رخداد، نمی‌توان اطمینان یافت که «اصل واقعه» را درک کرده است. پژوهشگر باید گفته‌های راوی را تا حد امکان با دیگر راویان یا مستندات معتبر مقایسه کند. در صورت همخوانی داده‌های مصاحبه با سایر مدارک و اطمینان از اعتبار آن می‌توان صحت داده‌ها را پذیرفت. در صورت وجود تناقض یا ناهمخوانی با مدارک و شواهد دیگر، باید علت را با طرح سؤالات نمونه‌ای به شرح جدول ۱۴-۱۵ جستجو کرد (شوپس، بی‌تا).

جدول ۱۴-۱۵. سؤالاتی برای علت‌یابی ناهمخوانی گزارش راوی با اسناد و مدارک موجود

ردیف	سؤالات
۱	آیا مصاحبه‌شوندگان مختلف در هنگام وقوع رویداد موردبحث در موقعیت‌های مختلفی قرار داشته‌اند؟
۲	آیا علل خاصی وجود دارد که باعث شده است آن‌ها روایت‌های متفاوتی از یک واقعه نقل کنند؟
۳	آیا احتمال دارد که منابع مکتوب با غرض‌ورزی نوشته‌شده یا به نحوی با محدودیت مواجه بوده باشند؟
۴	آیا ممکن است وقایع میانجی مانند تغییرات ایدئولوژیکی در فاصله زمانی وقوع رویدادها تا زمان مصاحبه یا گزارش‌های فرهنگی مردمی از وقایع موردبحث بر خاطرات مصاحبه‌شوندگان تأثیر گذاشته باشند؟

فناوری‌های الکترونیکی زمینه و امکاناتی را فراهم ساخته است تا بتوان از انواع صوت و تصویرهای موجود از مصاحبه‌های واقعی یا متن پیاده شده آن‌ها در اینترنت استفاده کرد. صرف‌نظر از برخی چالش‌ها انتشار مصاحبه‌ها از طریق اینترنت مزیت‌های متعددی دارد. موتورهای جست‌وجوی الکترونیکی به کاربران امکان می‌دهد تا به سهولت و به‌سرعت و بدون نیاز به گوش دادن به ساعت‌ها نوار یا ورق زدن صدها یا هزاران صفحه متن پیاده شده مصاحبه‌ها مطالب منطبق با علائق خود را شناسایی و پیدا کنند. این منابع از مصاحبه‌ها به پژوهشگر امکان می‌دهد تا یک نظریه یا نقل‌قول را در متن کاملش بخواند یا بشنود و با روش‌های مختلفی به ارزیابی صحت و اصالت آن پردازد (شوپس، بی‌تا).

تاریخ شفاهی در وهله اول یک پدیده شفاهی است بدین معنا که «لحن و بلندی و کوتاهی صدا و ضرباهنگ کلام مردم» حاوی معانی تلویحی و اشاراتی است که در نوشتار قابل تفهیم نیستند. ممکن است در عبارات راوی، بسته به آهنگ کلامش، معانی ضدونقیضی برداشت شود که امکان تفهیم آن به شکل عینی در متن وجود ندارد، اما پیاده کننده نوار مصاحبه تا حدودی شاید با کلمات خودش آن‌ها را روشن ساخته باشد. مثلاً کنایه‌ها با لحن صدا بیشتر از نوشتار قابل تشخیص هستند. به همین علت شنیدن گزارش‌های راوی به جای خواندن متن مکتوب روایت‌ها باعث تأثیر «عمیق‌تر، انسانی‌تر و سه‌بعدی‌تر» از سخنان می‌شود. بر این اساس انتشار اینترنتی مصاحبه‌های تاریخ شفاهی به احتمال زیاد مفیدتر از انتشار مکتوب آن‌هاست (شوپس، بی‌تا). امروزه سایت‌های متعددی با توجه به رویکرد و موضوع خود به ارائه تاریخ شفاهی می‌پردازند که با جستجو در فضای مجازی قابل شناسایی خواهند بود.

۱۴-۱۳. الگوی نگارش مقاله با تحلیل تاریخی

برای نوشتن مقاله درباره یک واقعه تاریخی یا سیاسی و تحلیل درباره «علت و معلول‌ها»، «اسباب» و «پیامدهای» آن می‌توان از الگویی به شرح ۱۴-۱۶ بهره گرفت (فتوحی، ۱۳۸۵: ۱۱۸).

جدول ۱۴-۱۶. الگوی نگارش مقاله با تحلیل تاریخی

ردیف	محورها	توضیح
۱	مقدمه	الف) معرفی حادثه تاریخی، ب) اطلاعات درباره زمینه‌های منجر به حادثه، ج) نقل‌قول و بیان آراء کارشناسان و خبرگان، د) بیان ایده مقاله یا بیان مسئله
۲	بدنه	الف) رسیدن به واقعه موردنظر در خلال تحلیل حوادث زمینه، ب) دنبال کردن جریان حادثه تا وقوع حادثه، ج) رعایت زنجیره تاریخی حوادث یا چگونگی ترتیب وقوع حوادث، د) نقل‌قول‌های معتبر درباره واقعه تاریخی
۳	نتیجه‌گیری	الف) پیامدهای حادثه در روند تاریخ، ب) تأکید دوباره بر دیدگاه خود و آثار احتمالی حادثه در تغییر روند تاریخ، ج) تبدیل حوادث، وقایع و جزئیات یک پژوهش به یک کلیت قابل قبول و جامع

توجه به اصولی به شرح جدول ۱۴-۱۷ در قسمت بدنه یا متن مقاله به بهبود کیفیت آن کمک می‌کند.

جدول ۱۴-۱۷. اصول مهم در نگارش مقاله تاریخی

ردیف	انواع	توضیح
۱	توالی	نظم و توالی در تنظیم و توصیف مجموعه حوادث به صورت یک جریان منظم
۲	مقایسه	بیان تفاوت‌ها و شباهت‌ها
۳	وابستگی	شناسایی واقعه، کنش یا شرایط وابسته به عوامل دیگر
۴	منشأ و نتیجه	پیگیری مبدأ حادثه یا رویداد در طول زمان و مطالعه نتایج و ماحصل آن در یک توالی زمانی
۵	حساسیت در ناهمگونی معانی	توجه به تغییر مفاهیم در طول زمان
۶	تعمیم‌دهی محدود	محدودیت در تعمیم‌دهی نتایج
۷	همبستگی	بازشناسی و تدوین عوامل مرتبط به هم در شرایط زمانی و مکانی خاص
۸	بخش‌بندی و کلیت	ارتباط بین بخش‌های مختلف یک فرایند، سازمان یا واقعه با کلیت اصلی و متن بزرگ‌تر

مطالعات استراتژیک

هدف کلی: آشنایی با فرایند اجرای پژوهش در مطالعات استراتژیک

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم مطالعات استراتژیک
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در مطالعات استراتژیک
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در مطالعات استراتژیک
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در مطالعات استراتژیک

مقدمه

یکی از انواع روش‌های پژوهش به‌ویژه در رشته‌های مدیریت، از نوع برنامه‌ریزی استراتژیک است. در این نوع مطالعات با سه رویکرد «طراحی، اجرا و ارزیابی» برای برنامه‌های استراتژیک اقدام می‌شود. در این فصل به معرفی روش پژوهش با تأکید بر مطالعات استراتژیک پرداخته می‌شود.

۱-۱۵. مبانی مفهوم برنامه‌ریزی استراتژیک

برای یک برنامه باید با شناخت وضع موجود، راه رسیدن به وضع مطلوب را ترسیم کرد. برنامه‌ریزی یک سلسله عملیات منظم، سامان‌مند و مرتبط با یکدیگر است که به‌منظور دستیابی به یکسری اهداف معین و مشخص در زمانی معین انجام می‌شود. برنامه‌ریزی به دو بعد راهبردی و عملیاتی تقسیم می‌شود. «برنامه استراتژیک یا راهبردی» برای دستیابی به اهداف جامع سازمان طراحی می‌شود و از طریق آن، مأموریت سازمان به اجرا درمی‌آید. «برنامه عملیاتی» (اجرایی - تاکتیکی) بر جزئیات چگونگی اجرای برنامه‌های استراتژیک تأکید دارند. مطالعات استراتژیک در بعد «تدوین، اجرا و ارزیابی» صورت می‌گیرد. برای اجرای مطالعات استراتژیک در این سه بعد از الگوهای مطالعاتی مختلفی استفاده می‌شود.

با توجه به شرایط سازمان و اینکه برنامه برای نخستین بار نوشته می‌شود یا برای اصلاح برنامه‌های قبلی و کمک به پیاده‌سازی راهبردها و یا ارزیابی برنامه موجود از الگوهای مطالعاتی مختلفی بهره گرفته می‌شود. برای تدوین برنامه‌های راهبردی در شکل کلی خروجی مطالعات شامل مواردی به شرح جدول ۱-۱۵ خواهد بود.

جدول ۱-۱۵. انواع خروجی مطالعات تدوین برنامه استراتژیک یا راهبردی

ردیف	انواع	توضیح
۱	مأموریت	تنظیم بیانیه مأموریت یا مأموریت اصلی سازمان
۲	تحلیل وضعیت	با تحلیل محیط درون و بیرون سازمان از طریق تحلیل اس دلبیو ا تی ^۱ (SWOT)
۳	اهداف	مقایسه وضع موجود با مطلوب و در ادامه تعیین اهداف و اولویت آن‌ها
۴	پیش‌بینی منابع	بررسی و پیش‌بینی منابع برای تحقق اهداف
۵	استراتژی‌ها	مجموعه‌ای از قواعد تصمیم‌گیری برای جهت دادن به رفتار سازمانی
۶	خط‌مشی‌ها	تعیین خط‌مشی، روش‌ها و ملاک‌های عملیات
۷	ارزش‌ها	تعیین ملاک‌هایی ارزشی برای اجرای راهبردها

استراتژی برآمده از دو اصل «محیط رقابتی» و «محدودیت منابع» و تعهدی برای انجام یک مجموعه اقدام مشخص است. واژه استراتژی به‌گونه‌های مختلف به‌کار می‌رود و در رویکردی جامع و با عنوان پنج پی شامل «برنامه، ترفند، الگو، موضع و چشم‌انداز»^۲ به شرح جدول ۱-۱۵ معرفی می‌شود (نظامی‌وند چگینی، ۱۳۹۸).

1. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)
2. Plan, Ploy, Pattern, Position and Prespective

جدول ۱۵-۲. ابعاد پنج گانه مفهوم استراتژی

ردیف	انواع	توضیح
۱	برنامه	استراتژی به معنای همان برنامه و مجموعه اقداماتی برای رسیدن به هدفی خاص به شکل آگاهانه
۲	ترفند	مانوری برای مقابله یا مواجهه با رقبا
۳	الگو	الگویی برای پیگیری اقدامات در خلال آن یا ایجاد رفتار هماهنگ در طول زمان
۴	موضع	تعیین موقعیت سازمان در محیط یا بازار خاص برای محصول خاص با تأکید بر عوامل خارجی
۵	چشم انداز	تأکید بر عوامل داخلی سازمان و به عنوان چراغ راهنمایی برای تصمیم‌گیری‌های اساسی

تدوین استراتژی‌ها اغلب شامل مواردی چون «تعیین مأموریت و چشم‌انداز»، «شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها در محیط خارجی»، «شناسایی نقاط قوت و ضعف در محیط داخلی»، «تعیین اهداف بلندمدت»، «تعیین استراتژی‌ها»، «تعیین نوع فعالیت‌های قابل اجرا یا حذف از اجرا»، «شیوه تخصیص منابع» و امثال آن می‌شود. اجرای استراتژی‌ها مرحله عملی است که در آن کارکنان و مدیران برای اجرای استراتژی‌های تدوین شده بسیج می‌شوند. این مرحله بسیار مشکل و به هدایت مدیر و ارتباط کارکنان و انگیزش آنان بستگی دارد. «ارزیابی استراتژی‌ها» به آخرین مرحله در مورد استراتژی‌ها تأکید دارد که در آن با جمع‌آوری داده‌ها و شناسایی دائم عوامل داخلی و خارجی، محاسبه و سنجش عملکردها و پیشنهادهایی برای اقدامات اصلاحی ارائه می‌شود.

استراتژی‌ها در قالب‌های مختلفی گروه‌بندی می‌شوند که سه مورد از رایج‌ترین آن‌ها بر اساس «سطح سازمانی، مفروضات اساسی و نحوه شکل‌گیری» به شرح جدول ۱۵-۳ هستند (نظامی‌وند چگینی ۱۳۹۸).

جدول ۱۵-۳. انواع گروه‌بندی استراتژی‌ها

ردیف	بر اساس	انواع
۱	سطح سازمان	الف) کل سازمان: هدایت کل مجموعه و تخصیص بهینه منابع (جهت‌گیری کل سازمان)
		ب) بخش یا کسب‌وکار: در راستای اهداف و استراتژی‌های سازمان برای هر بخش
		ج) وظیفه‌ای: بر اساس اهداف و استراتژی‌های بالاتر برای هر واحد سازمانی یا مدیریت مالی
۲	مفروضات اساسی	الف) توسعه‌ای: شرایط مناسب «سازمان و محیطش» که به آن «تهاجمی یا آینده‌نگر» و «SO» هم می‌گویند.
		ب) حمایت درونی: شرایط نامناسب سازمانی و مناسب محیطی که به آن «رهبری هزینه»، «انفعالی یا واکنشی»، «محافظه-کارانه» و «WO» هم می‌گویند.
		ج) حمایت بیرونی: شرایط مناسب سازمانی و نامناسب محیطی که به آن «تمایزمحور»، «رقابتی» و «ST» هم می‌گویند.
		د) دفاعی: شرایط نامناسب «سازمان و محیطش» که به آن «کاهشی»، «هزینه‌محور»، «تدافعی» و «WT» هم می‌گویند.
۳	نحوه شکل‌گیری	الف) تحلیل‌گرا: همراه با پیش‌بینی و رویکردی عامدانه و مناسب برای وضعیت ثبات بازار و محیط
		ب) تجربه‌گرا: یا خودظهور یا اقتضایی و اغلب در زمان‌های کوتاه و در پاسخ به تغییرات شدید محیط
		ج) مشارکت‌گرا: در شرایط وجود زمان کافی و وجود ثبات در محیط و وجود ظرفیت پیش‌بینی
		د) نهادگرا: توسط همه واحدهای سازمانی و بدون هماهنگی دستوری و برای پاسخگویی به محیط

استراتژی‌ها با توجه به سطوح سازمانی می‌تواند انواع متفاوتی به شرح جدول ۱۵-۴ داشته باشد.

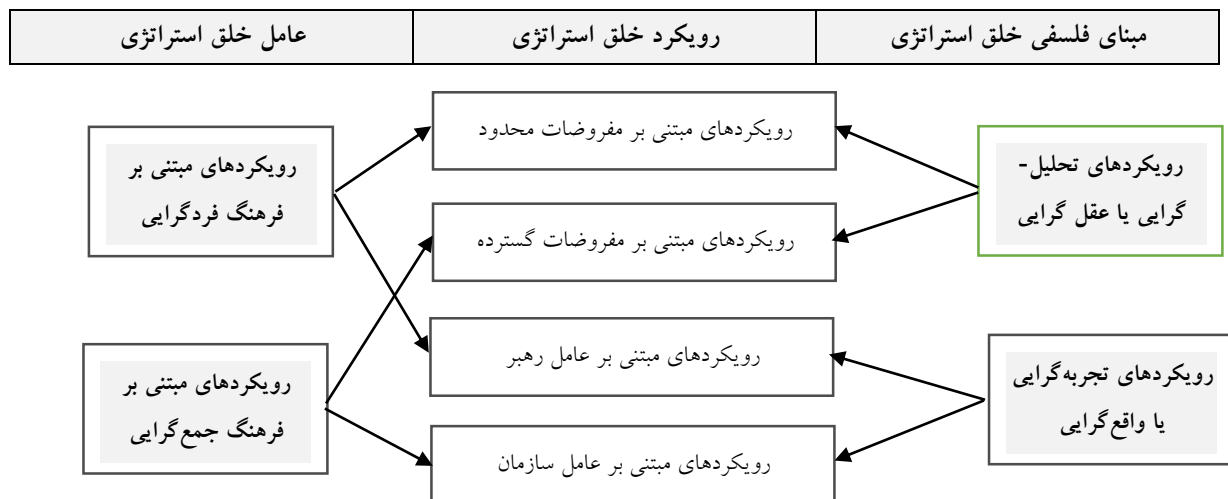
جدول ۱۵-۴. انواع استراتژی‌ها با توجه به سطوح سازمانی

ردیف	انواع	انواع
۱	سطح کل سازمان	الف) هدایتی: رشد (تمرکز، تنوع و ورود به بازارهای بین‌المللی)، ثبات (توقف، عدم تغییر یا سود)، کاهش (تغییر جهت، اسارت، واگذاری، ورشکستگی و انحلال) ب) پورتفوی: «علامت سؤال»، «ستاره»، «گاو شیرده» و «سگ» ج) سرپرستی: «نفوذ خودمدارانه»، «نفوذ ارتباطی»، «نفوذ وظیفه‌ای و خدماتی» و «نفوذ توسعه‌ای»
۲	کسب‌وکار	الف) رقابتی: «تمایز»، «تمایز محوری»، «رهبری هزینه»، «هزینه محوری» ب) تهاجمی: «حمله از مقابل»، «مانور ایدائی»، «شبیخون»، «محاصره» و «جنگ چریکی» ج) تدافعی: «ایجاد موانع ساختاری»، «افزایش احتمال مقابله به مثل رقیب»، «کاهش انگیزه حمله» د) مشارکتی: ائتلاف‌های استراتژیک
۳	وظیفه‌ای	الف) حوزه‌های غیرکارکردی: ساختار سازمانی (ارگانیکی، مکانیکی)، منابع انسانی (پیمانکارانه، متعهدانه، ثانویه، پدران)، فناوری (توسعه، بهبود انتخابی، فروش، چشم‌پوشی)، فرهنگ سازمانی (انعطاف‌پذیر، مشارکتی، مأموریتی و بوروکراتیک) ب) حوزه‌های کارکردی: بازاریابی (بازار در حال رشد، بلوغ، افول و تولد)، مالی (ریسک‌پذیر، متعادل و ریسک‌پذیر)، روابط عمومی (تحلیل‌گر، تبیین‌گر، تکنیک‌گرا و سستی)

چگونگی خلق یک استراتژی متأثر از انواع الگوها و شرایط خاص هر سازمان است.

۱۵-۲. رویکردهای خلق استراتژی

خلق استراتژی به عنوان یک مسیر اجرای پژوهشی به درک دقیق و کاملی از انواع رویکردهای خلق استراتژی به شرح شکل ۱۵-۱ نیاز دارد.



شکل ۱۵-۱. گروه‌بندی رویکردهای خلق استراتژی (نظامی‌وند چگینی، ۱۳۹۸)

این رویکردها را می‌توان در دو محور «مبنای فلسفی خلق استراتژی» و «عامل خلق استراتژی» در ماتریسی به شرح شکل ۱۵-۲ نمایش داد.

فرآیند خلق استراتژی عوامل جمع‌گرایی	تحلیل‌گرایی	
	مبنای خلق استراتژی	
	تجربه‌گرایی	تجربه‌گرایی
	رویکرد مبتنی بر مفروضات محدود رویکرد تلفیقی	رویکرد مبتنی بر رهبرمحوری کارآفرینانه/ چشم‌اندازسازی
	رویکرد مبتنی بر مفروضات گسترده برنامه‌ریزی استراتژیک/ رسمی	رویکرد مبتنی بر سازمان محوری تیم استراتژیک

شکل ۱۵-۲. انواع رویکردهای خلق استراتژی

۱۵-۲-۱. رویکردهای تحلیل‌گرا در خلق استراتژی

رویکردهای تحلیل‌گرا یا همان رویکردهای رسمی، مبتنی بر مفروضات اثبات و تحلیل‌شده هستند. این رویکرد بر اساس دو دسته مفروضات «محدود یا گسترده» است. مفروضات یا دلایل اثبات‌شده برای خلق استراتژی، عوامل داخل یا خارج از سازمان و محدود به یک یا دو متغیر از «سازمان و محیط» هستند. برای نمونه در برخی از رویکردها دو بعد «سهم نسبی بازار» و «نرخ رشد بازار» به عنوان متغیر محیطی در نظر گرفته می‌شود تا بتوان موقعیت محصول سازمان را در ناحیه‌ای خاص مشخص کرد. به این نوع رویکردها «موقعیت‌یابی» گفته می‌شود که برخی از مهم‌ترین آن‌ها در جدول ۱۵-۵ معرفی شده است.

جدول ۱۵-۵. انواع رویکردهای خلق استراتژی با مفروضات محدود و تأکید بر «موقعیت‌یابی»

ردیف	انواع	توضیح
۱	گروه مشاوره‌ای بوستون	بر اساس ماتریسی با دو متغیر «رشد بازار» و «سهم بازار» و ایجاد چهار موقعیت «علامت سؤال»، «ستاره‌ها»، «گاوهای شیرده» و «سگ‌های هار»
۲	استراتژی‌های رقابتی پورتر	بر اساس ماتریسی با دو متغیر «مزیت رقابتی» و «قلمرو رقابت یا محدوده بازار» و ایجاد چهار موقعیت «تمایز»، «رهبری هزینه‌ها»، «تمایز محوری» و «هزینه‌محوری»
۳	ماتریس استراتژی اصلی	بر اساس ماتریسی با دو متغیر «تغییرات رشد بازار» و «شرایط رقابت» و ایجاد چهار موقعیت
۴	ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (SPACE)	بر اساس ماتریسی با محورهای دو بعد داخلی شامل «توان مالی» و «مزیت رقابتی» و دو بعد خارجی شامل «ثبات محیط» و «قدرت صنعتی» و ایجادکننده چهار موقعیت «تهاجمی»، «محافظه‌کارانه»، «رقابتی» و «تدافعی»
۵	فضای استراتژی مایلز و اسنو	بر اساس ماتریسی با محورهای مبتنی بر دو متغیر «بهره‌وری» و «جستجوگری» و ایجادکننده چهار موقعیت «تحلیلگر»، «مدافع»، «جستجوگر» و «واکنش‌گر»

در رویکرد تحلیل‌گرای مبتنی بر مفروضات گسترده، برخلاف رویکرد با مفروضات محدود، تمام متغیرهای داخلی و خارجی سازمان و با رویکردی جامع در خلق استراتژی استفاده می‌شوند. نخستین و شناخته‌شده‌ترین روش در این رویکرد همان ماتریس SWOT برای خلق استراتژی است. روش‌ها و مدل‌های این رویکرد مبتنی بر تحلیل همه

متغیرهای داخلی و خارجی است و برخی از مهم‌ترین مدل‌های برنامه‌ریزی با این رویکرد در جدول ۱۵-۶ معرفی شده است.

جدول ۱۵-۶. انواع رویکردهای خلق استراتژی با مفروضات گسترده

ردیف	انواع	توضیح
۱	ماتریس SWOT	با «نقاط قوت و ضعف» در محور افقی و «فرصت‌ها و تهدیدها» در محور عمودی برای مقایسه و ایجاد چهار نوع استراتژی حاصل از مقایسه آن‌ها شامل «SO»، «WO»، «ST» و «WT»
۲	ماتریس عوامل داخلی و خارجی (IE)	شناسایی موقعیت سازمان بر اساس ارتباط دو محور عوامل داخلی و خارجی و ایجاد چهار موقعیت «تهاجمی»، «محافظه‌کارانه»، «رقابتی» و «تدافعی» بهره‌مندی از استراتژی‌های ماتریس SWOT برای انتخاب استراتژی مناسب و اجرای آن
۳	منحنی چرخه عمر	میزان تقاضا نسبت به محصول در طول زمان با تأکید بر لزوم شناسایی آن در چهار موقعیت اصلی «تولد»، «رشد»، «بلوغ» و «افول» به منظور انتخاب استراتژی مناسب
۴	جاذبیت صنعت و قابلیت رقابت (GE)	ماتریسی با دو محور «جاذبیت محیطی یا صنعت» و «میزان قابلیت رقابتی» که در یک پیوستار ارزشی «کم، متوسط و زیاد» در هر محور، تعداد نه موقعیت برای انتخاب استراتژی ایجاد می‌کند.

بیشتر نقدهای مربوط به رویکردهای تحلیل‌گرایی با هر دو نوع مفروضات «محدود و گسترده» بر توانایی پیش‌بینی آن‌ها است. منتقدان بر این باورند که پیش‌بینی متغیرهای محیطی و حتی درون‌سازمانی اغلب درست از آب در نمی‌آید و پیش‌بینی‌های درست خود مستلزم صرف هزینه و زمان زیاد است. آن‌ها معتقدند سرعت برنامه‌ریزی در این روش‌ها کند است. این گونه نقدها باعث شد تا دو روش برنامه‌ریزی «منبع محوری و سناریونویسی» مورد توجه قرار گیرد. دیدگاه منبع محوری^۱ در برنامه‌ریزی روی تفاوت بنگاه‌ها و چگونگی دستیابی آن‌ها به مزیت رقابتی تأکید دارد. این دیدگاه به انواع خاصی از «منابع سازمان» مانند «رهبری استراتژیک و دانش ضمنی» توجه می‌کند و برای این امر از نظریه‌های «رهبری و تصمیم استراتژیک» و «دانش محوری»^۲ بهره می‌گیرد. رویکرد دیگر یا سناریونویسی بر داستان‌های «محتمل، چالش‌برانگیز و ساخت‌یافته» برای پاسخگویی بر کلیدی‌ترین سؤالات تصمیم‌گیران در فرایند کار تأکید دارد. باید به این نکته توجه داشت که سناریو «پیش‌بینی آینده» یا «ترسیم آینده مطلوب» نیست. سناریو یک جواب کاربردی و خوب به سؤال «چه اتفاقی ممکن است بیفتد؟» یا «چه اتفاقی خواهد افتاد اگر...؟» است. این کار برای بالا بردن توانایی مدیریت خطرپذیری خواهد بود. برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو یک ابزار برنامه‌ریزی استراتژیک برای برنامه‌ریزی میان‌مدت تا بلندمدت تحت شرایط عدم اطمینان است. در برنامه‌ریزی سنتی، گذشته با جزئی‌نگری زمینه طراحی آینده است اما در رویکرد سناریونویسی با کلی‌نگری، آینده زمینه‌ساز حال موردنظر است.

۱۵-۲-۲. رویکردهای تجربه‌گرا در خلق استراتژی

این رویکردها الزاماً از یک مدل یا روش علمی پیروی نمی‌کند و نمی‌توان ویژگی‌های عینی و کنترل‌پذیری برای آن‌ها در نظر گرفت. شکل‌گیری استراتژی مبتنی بر روشی آگاهانه و تحلیلی نیست و گاه دریافت‌های ذهنی و تجارب مدیر منتج به شناسایی استراتژی‌ها می‌شود. شکل‌گیری استراتژی‌ها ذهنی است و نمی‌توان این نوع دریافت‌ها را تکرار یا

1. Resource Based View (RBV)
2. Knowledge Based View (RBV)

کنترل کرد. شناخت استراتژی به طور چشمگیری مبتنی بر تجارب و قابلیت های استراتژیست است. او در هر زمانی قادر به ارائه استراتژی خواهد بود و در مواردی این نوع استراتژی برای سایر سازمان ها نیز جواب می دهد. در این رویکردها مراحل «خلق، اجرا و ارزیابی» استراتژی از هم جدا نیست و در بسیاری از مواقع منظور از استراتژی همان اقدام برآمده از اندیشه مدیر است که با اجرای آن وجودش اثبات می شود. بدیهی است که سرعت اتخاذ استراتژی در این رویکرد به مراتب بالاتر از رویکردهای رسمی و تحلیلی خواهد بود. برای این نوع رویکرد نمی توان مراحل را مشخص کرد؛ با این حال دو رویکرد اصلی «رهبر محوری» و «سازمان محوری» به شرح جدول ۷-۱۵ برای آن معرفی شده است.

جدول ۷-۱۵. انواع رویکردهای تجربه گرایانه در خلق استراتژی

ردیف	انواع	توضیح
۱	رهبر محور	متکی بر یک فرد یا رهبر و ناشی از «تجربه، توانایی، الهامات و قدرت» (لزوم توجه به نادر بودن این افراد)
۲	سازمان محور	متکی بر سازمان هوشمند و ناشی از یادگیری و سازمان دهی درست برای مدیریت تهدید بدون دخالت رهبر

در رویکرد سازمان محور یکی از رویکردهای مورد توجه به «رویکرد تیم استراتژیک» معروف است. عامل تیم به عنوان یک نهاد ساختاری در سازمان ها برای اجرای برخی از مأموریت ها مورد توجه ویژه قرار دارد. اعضای تیم دارای تنوعی از مهارت ها هستند که ضعف های گروه را در برخورد با مسائل برطرف می کنند. «تیم استراتژیک» رویکردی از خلق استراتژیک است که در آن رهبران برجسته سازمانی دارای تیم هایی مؤثر و کارآمد برای خلق استراتژی و کمک به اداره سازمان هستند. در این الگو اغلب مدیر به همراه تعدادی از مدیران میانی خود با سال ها تجربه در زمینه مورد نظر به خلق استراتژی می پردازند. استراتژی از همفکری مدیر و اعضای تیم منسجم شناسایی می شود و نقش مدیر در زمینه سازی و همراه کردن بقیه سازمان در اجرای استراتژی ها بسیار مهم است. در این رویکرد احتمال اجرای استراتژی بسیار بیشتر است.

۱۵-۳. فرایند اجرای پژوهش در برنامه ریزی استراتژیک

همان طور که اشاره شد، پژوهش ها می توان در سه زمینه «طراحی، اجرا و ارزیابی» برنامه استراتژیک باشد. در هر سه زمینه و در گام نخست باید فرایند اجرای روش پژوهش به شرح جدول ۸-۱۵ را مورد توجه قرار داد.

جدول ۸-۱۵. مراحل اجرای پژوهش در مطالعه استراتژیک

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و مشخص کردن الگوی مطالعه استراتژیک
۲	نمونه گیری	نمونه گیری با توجه به الگوی منتخب برای مطالعه استراتژیک
۳	جمع آوری داده ها	جمع آوری داده های کمی، کیفی یا ترکیبی بر اساس الگوی مطالعه استراتژیک
۴	تحلیل یافته ها	با توجه به نوع داده های جمع آوری شده کمی، کیفی یا ترکیبی
۵	بحث و نتیجه گیری	جمع بندی از تحلیل یافته ها و ارائه پیشنهاد

پیش بینی موفقیت یک سازمان به کمک یک برنامه ریزی جامع، کار دشواری است و انتخاب استراتژی یا خلق استراتژی پیچیدگی های خاصی دارد. این امر متأثر از تغییرات محیطی و ظهور پدیده های جدید اثرگذار در سازمان ها در فواصل کوتاه است که ضرورت وجود انعطاف پذیری در برنامه ها و تغییرات مناسب در زمان مناسب را برجسته

می‌کند (نظامی‌وند چگینی، ۱۳۹۸). حتی برای شروع مطالعه، تنوع زیادی از سازمان‌های مورد مطالعه از جمله مواردی به شرح جدول ۹-۱۵ وجود دارد. بدیهی است که هر یک از این شرایط به طراحی پژوهش خاص خود نیاز دارد.

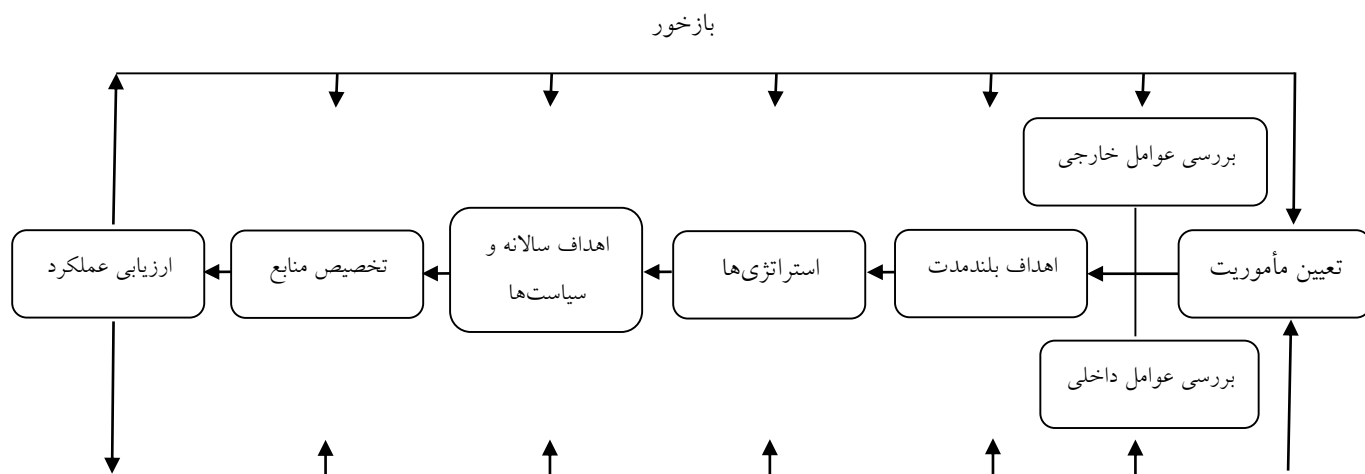
جدول ۹-۱۵. انواع شرایط سازمان‌ها برای تدوین برنامه استراتژیک

ردیف	انواع	توضیح
۱	دارای مأموریت	وضعیت مأموریت سازمان مشخص است اما اهداف و برنامه راهبردی ندارد.
۲	دارای مأموریت و هدف	وضعیت مأموریت و اهداف سازمان مشخص است اما برنامه راهبردی ندارد.
۳	دارای برنامه راهبردی	دارای برنامه راهبردی است اما برنامه اجرا نمی‌شود.
۴	بدون سابقه	هیچ برنامه و مأموریت و اهداف مشخصی ندارد.
۵	وابستگی منابع	دولتی، خصوصی و عمومی

بنابراین پژوهشگر باید قبل از هر اقدامی وضعیت و شرایط سازمان از ابعاد مورد اشاره را مشخص و سپس الگوی پیشنهادی و منطق استفاده از آن را معرفی کند. در اغلب الگوها تأکید بر آن است که پژوهشگر با «تحلیل محیط داخلی و خارجی سازمان» نسبت به شناسایی اهداف اقدام کند و بر اساس آن «استراتژی‌های مناسب برای رسیدن به اهداف» را تعیین نماید. یکی از الگوهای رایج برنامه‌ریزی استراتژیک در ایران، «الگوی دیوید» است که با استفاده از انواع رویکردهای خلق استراتژی به عنوان یک مسیر اجرای پژوهشی تحلیل گرایانه مورد استفاده قرار می‌گیرد. در ادامه فرایند کامل یک برنامه‌ریزی استراتژیک با این الگو معرفی می‌شود. نکته مهم، تلاش پژوهشگران در استفاده از ابزارهای مناسب جمع‌آوری داده در هر یک از این الگوها است که به نظر می‌رسد در رساله‌های دکتری تلاش جدی برای روایی و پایایی‌های ابزارهای جمع‌آوری داده و الگوهای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این نوع مطالعات صورت می‌گیرد. برخی الگوها بر محور جمع‌آوری داده‌های کمی، برخی بر محور جمع‌آوری داده‌های کیفی و اغلب آن‌ها بر محور ترکیبی یا «داده‌های کمی و کیفی» اجرا می‌شوند. در برخی منابع یک از انتقادهای وارد بر الگوهای مطالعاتی استراتژیک، و ضعف استراتژی‌های برآمده از پژوهش‌ها، تأکید بیش از حد بر رویکردهای کمی معرفی شده است (نظامی‌وند چگینی، ۱۳۹۸: ۲۷).

۹-۴. فرایند الگوی جامع برنامه‌ریزی استراتژیک به عنوان یک پژوهش

برنامه‌ریزی استراتژیک یا راهبردی کوششی سازمان‌یافته و منظم برای تصمیمات مبنایی و اجرای اقدامات زیربنایی است که ماهیت فعالیت یک سازمان را در موقعیت محیطی و در ارتباط با دیگر سازمان‌ها در چارچوب قانون نشان می‌دهد (جوادین ۱۳۸۲). در شکل ۱۵-۳ یک نمونه الگوی جامع برنامه‌ریزی استراتژیک و اجزای آن را در سه مرحله «تدوین، اجرا و ارزیابی» نشان می‌دهد.



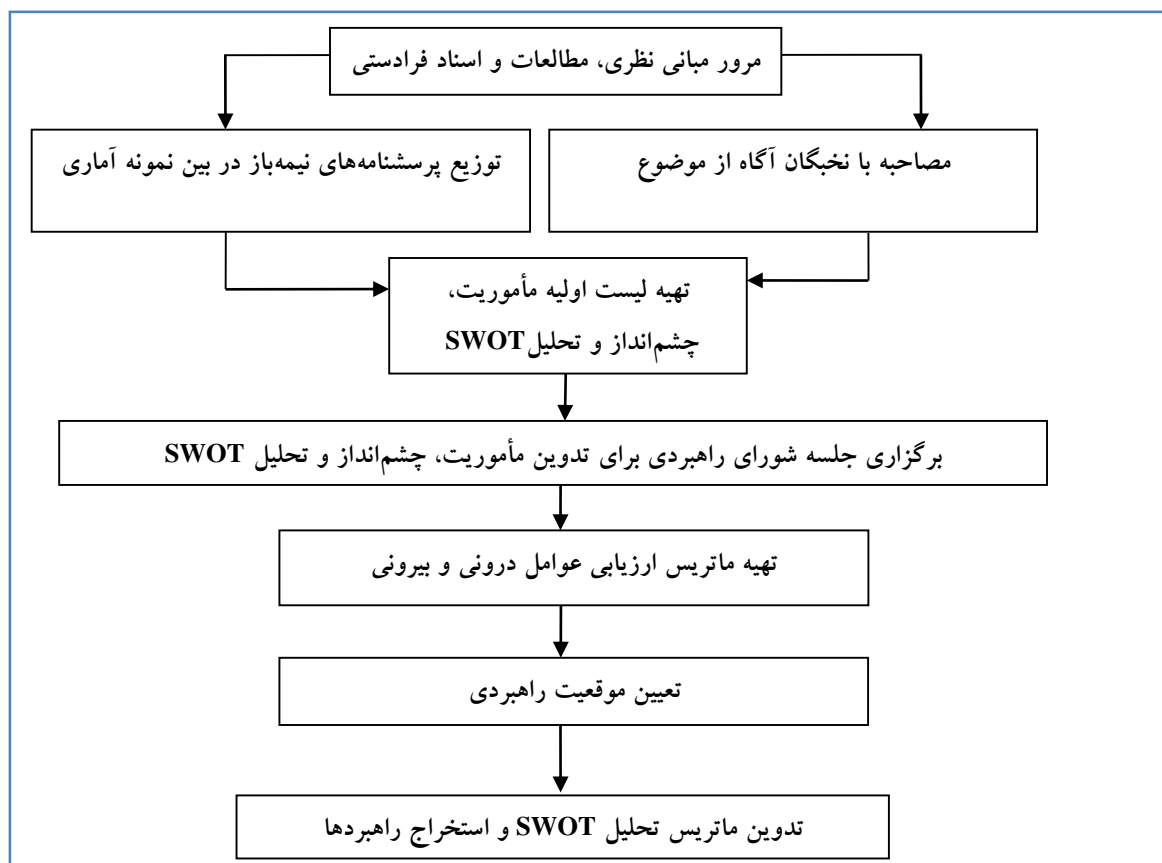
----- تدوین استراتژی -----/----- اجرای استراتژی -----/----- ارزیابی استراتژی‌ها

شکل ۱۵-۳. الگوی جامع برنامه‌ریزی استراتژیک دیوید

در این الگو در تمام طول فرایند «یک نظام بازخور» وجود دارد که می‌تواند بر خروجی هر مرحله اثرگذار باشد. در مطالعات صورت گرفته دیده می‌شود که پژوهشگر برای شروع مطالعه با تشکیل گروه خبرگان به تعیین مأموریت یا ارزیابی مأموریت و بررسی «نقاط قوت و ضعف» و «فرصت‌ها و تهدیدها» در ارتباط با سازمان می‌پردازد. در این گام اهداف نیز تعیین می‌شود و در طول فرایند مطالعه موردبازنگری قرار می‌گیرد. پس از شناسایی دقیق و روشمند راهبردها، در ادامه و بر اساس یافته‌ها حاصل از این بخش ضمن بازنگری راهبردها توسط خبرگان به بازنگری روی اهداف و در ادامه تدوین خط‌مشی‌ها و ارزش‌های محوری برای اجرای مؤثر راهبردها پرداخته می‌شود.

۱۵-۴-۱. ملاحظات روش‌شناسی پژوهشی

در اغلب مطالعات تدوین راهبردها از دو نوع داده‌های کیفی و کمی (رویکرد ترکیبی) جمع‌آوری می‌شود. در اغلب موارد رویکرد ترکیبی از نوع «آمیخته اکتشافی متوالی» است، یعنی ابتدا داده‌های کیفی و سپس داده‌های کمی بر اساس آن و در یک روند طولی جمع‌آوری می‌شوند. برای جمع‌آوری داده‌های کیفی اغلب از روش‌های مصاحبه فردی و گروهی (گروه متمرکز) و برای داده‌های کمی اغلب از روش پیمایش استفاده می‌شود. در شکل ۱۵-۴ فرایند اجرای مطالعات استراتژیک برای تدوین برنامه استراتژیک به شکلی کلی ترسیم شده است.



شکل ۱۵-۴. فرآیند اجرای پژوهش

در این مدل پس از تدوین چشم‌انداز، مأموریت و بیانیه مأموریت، ارزش‌های محوری با تجزیه و تحلیل وضعیت موجود با توجه به ماتریس قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها (SWOT) راهبردهای مربوطه استخراج، سپس راهبردهای هم‌راستا تجمیع و با استفاده از ماتریس ارزیابی موقعیت داخلی و خارجی سازمان تجزیه و تحلیل می‌شود. در ادامه استفاده از ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام راهبردی (SPACE) موقعیت راهبردهای سازمان مربوط ترسیم می‌شود. پس از آن با توجه به ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) که روشی تحلیلی برای تشخیص راهبرد با مطلوبیت بالاتر است، راهبردهای استخراج‌شده به منظور حرکت به سمت وضعیت مطلوب اولویت‌بندی می‌شوند.

۱۵-۴-۲. ملاحظات نمونه‌گیری

برای جمع‌آوری داده‌های کیفی اغلب از روش‌های نمونه‌گیری غیرتصادفی و هدفمند استفاده می‌شود. هدفمندی انتخاب بر اساس میزان خبرگی و آشنایی افراد با سازمان و ابعاد مختلف آن است. در شرایط مصاحبه فردی در صورتی که امکان تشخیص خبرگی افراد در حوزه مورد مطالعه دشوار بود، از روش گلوله برفی استفاده خواهد شد. در مصاحبه فردی کفایت نمونه اغلب تا سطح اشباع نظری و رسیدن به نقطه‌ای دال بر نبود نظری تازه ادامه می‌یابد. در شرایط مصاحبه گروهی یا روش گروه متمرکز بین ۶ تا ۱۲ نفر از افراد حاضر شرایط در یک محیط جمع شده و توسط دبیر شورا یا خود پژوهشگر، سؤالات کلیدی در جلسه مطرح و پاسخ‌ها در تعامل با نظرات صاحب‌نظران جمع‌آوری

می‌شود. در برخی پژوهش‌ها هم از روش دلفی استفاده شده است که طی آن نظرات با چندین مرحله رفت و برگشت نزد متخصصین به جمع‌بندی نهایی می‌رسد. در روش دلفی تعداد نمونه‌ها می‌تواند بیشتر و در صورتی که نظرات با رویکرد داده‌های کمی جمع‌آوری شوند، به حداقل ۳۰ نمونه خبره نیاز است.

برای جمع‌آوری داده‌های کمی نیز بر اساس یافته‌های حاصل از مرحله کیفی، پرسشنامه‌ای ساخته می‌شود. این پرسشنامه با روش‌های پیش‌گفته مورد اعتباریابی و پایایی‌یابی قرار می‌گیرد و در صورت تأیید نهایی، در سطح گسترده‌ای از جامعه مخاطب سازمانی با رویکرد پیمایشی مورد بررسی قرار می‌گیرد. ملاحظات نمونه‌گیری این بخش بر اساس همان ملاحظات نمونه‌گیری در روش پیمایشی است.

۱۵-۴-۳. روندهای تدوین بخش‌های غیر از استراتژی

روندهای تدوین بخش‌های کلیدی همچون «بیانیه مأموریت، چشم‌انداز، اهداف، خط‌مشی‌ها، ارزش‌های محوری و حوزه‌های کلیدی عملکرد» این بخش‌ها اغلب با روش کیفی و از طریق مصاحبه گروهی با جمع خبرگان منتخب صورت می‌گیرد. باید توجه داشت که بهترین حالت تعیین اهداف و تدوین سایر موارد برای رسیدن به آن اهداف به بهترین شکل ممکن است.

۱۵-۴-۳-۱. **فرآیند تعیین مأموریت سازمان:** پیش از تدوین و اجرای استراتژی‌های گوناگون باید مأموریت سازمان روشن باشد. برخی از روش‌های تعیین بیانیه مأموریت سازمان در جدول ۱۵-۱۰ معرفی شده است.

جدول ۱۵-۱۰. برخی روش‌های تعیین بیانیه مأموریت

ردیف	روش
۱	انتخاب چندین موضوع مرتبط و ارائه به مدیران برای نگارش بیانیه مأموریت
۲	ایجاد کمیته‌ای از مدیران ارشد برای بررسی نوشته‌ها و تهیه سند نهایی مورد تأیید همه و برخوردار از حمایت مدیران سازمان
۳	استفاده از مشاوره سازمان‌های تخصصی و پیمانکاران مجرب در این زمینه
۴	تشکیل یک کارگروه با ویژگی‌های خاص و مرتبط در درون سازمان

مأموریت‌های سازمان‌ها، از نظر حجم، محتوا، شکل و پرداختن به جزئیات با هم متفاوت هستند. برای نگارش بیانیه مأموریت، پاسخ به سؤالاتی به شرح جدول ۱۵-۱۱ به صورت «کوتاه، روان، واضح و قابل فهم» مفید است. پس از آماده شدن پاسخ‌ها و نگارش متن اولیه بیانیه مأموریت، باید چند بار آن را بازبینی و سپس نهایی کرد (اعرابی، ۱۳۸۵: ۱۲-۱۴).

جدول ۱۵-۱۱. سؤالاتی برای تهیه بیانیه مأموریت

ردیف	سؤالات
۱	این سازمان چه کالاها یا خدماتی را ارائه می‌دهد یا ارائه خواهد کرد؟
۲	ارباب رجوع‌های سازمان چه کسانی هستند یا خواهند بود؟
۳	این سازمان در چه حوزه‌ها یا بازارهای داخلی و خارجی و در چه محدوده جغرافیایی فعالیت می‌کند؟
۴	این سازمان برای انجام فعالیت‌های خود از چه نوع فناوری و با چه سطح پیشرفتگی بهره می‌گیرد یا خواهد گرفت؟
۵	چه باورها، ارزش‌ها، آرمان‌ها، آرزوها و اولویت‌های اخلاقی بنیادی بر این سازمان حاکم است؟
۶	این سازمان از چه مزیت رقابتی یا ویژگی ممتازی نسبت به سایر سازمان‌های رقیب برخوردار است؟
۷	این سازمان چه قدر به کارکنان و مسائل آن‌ها اهمیت داده و توجه می‌کند؟
۸	این سازمان تا چه حد نسبت به مسائل اجتماعی مانند امور خیریه، حفظ محیط‌زیست و... حساس بوده و به تصویر ذهنی جامعه از عملکرد خود اهمیت می‌دهد؟
۹	در این سازمان تا چه اندازه به بقا، رشد و سودآوری توجه می‌شود؟

۱۵-۳-۴-۲. **تدوین چشم‌انداز:** چشم‌انداز نمایانگر آرزو و آرمان سازمان و تصویری از آینده است که در صورت تحقق اهداف و مقاصد سازمانی قابل وصول خواهد بود. در تدوین چشم‌انداز دو موضوع محتوایی یعنی اطلاعات داخل و خارج سازمان، و ارزش‌های فعلی اثرگذار بر عملکرد سازمان بسیار مهم هستند. یک چشم‌انداز مؤثر باید دارای ویژگی‌هایی به شرح جدول ۱۵-۱۲ باشد.

جدول ۱۵-۱۲. ویژگی‌های یک چشم‌انداز مناسب

ردیف	ویژگی‌ها
۱	آرمانی بودن
۲	روشن، چالشی و پیشرو بودن
۳	قابل فهم و دارای انعطاف برای اعضای سازمان و جامعه
۴	ترغیب‌کننده و دارای روح هدایت برای اعضای سازمان

۱۵-۳-۴-۳. **اهداف سازمان:** اگر اهداف درست تدوین شوند باعث ایجاد چارچوب کاری، جهت‌دهی رفتار کارکنان، تصمیم‌گیری‌های هدفمند و امکان ارزیابی موفق خواهند بود. برای اهداف طبقه‌بندی‌هایی مانند «کلان و خرد» یا «کلی و عملیاتی» یا «بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت» وجود دارد. اهداف بلندمدت نتایج خاصی است که سازمان برای تحقق مأموریت و چشم‌انداز به دنبال دستیابی به آن است. این اهداف باید دارای ویژگی‌هایی چون «اختصاصی، قابل اندازه‌گیری، قابل دستیابی، مرتبط بودن با چشم‌انداز و دارای محدوده زمانی» باشد. باید اهداف سازمان به نحوی تدوین شود که برای نمونه در دوره زمانی چندساله (کلی) و سالانه (عملیاتی) مشخص باشند. اهداف عملیاتی باید در مسیر دستیابی اهداف کلی و دستیابی به اهداف کلی باید در مسیر حصول چشم‌انداز باشد. در تدوین اهداف باید به این ارتباط از اهداف عملیاتی تا اهداف کلی و چشم‌انداز در چارچوب بیانیه مأموریت توجه داشت.

۱۵-۳-۴-۴. **ارزش‌های محوری:** ارزش‌های محوری سازمان شامل اعتقادات بنیادی یا حقایقی است که سازمان آن‌ها را گرامی می‌شمارد یا نسبت به آن‌ها حساس است. ارزش‌ها، بهترین نشانگرهای فلسفه وجودی سازمان و

مشخص‌کننده ویژگی‌های مهم برای سازمان است. بیانیه ارزش‌های محوری یا «اصول راهنمای سازمان» اغلب دارای ویژگی‌هایی به شرح جدول ۱۵-۱۳ است.

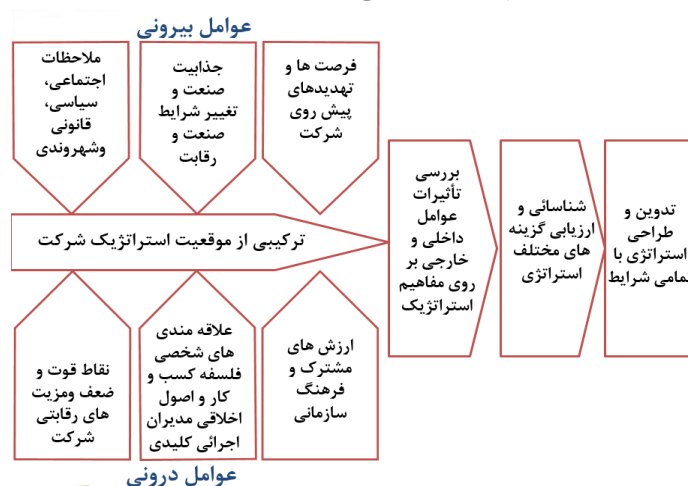
جدول ۱۵-۱۳. ویژگی‌های ارزش‌های محوری مناسب

ردیف	ویژگی‌ها
۱	تأکید بر نحوه رفتار مناسب با مردم و جمعیت تحت پوشش سازمان
۲	تأکید بر نحوه اداره سازمان، چگونگی تصمیم‌گیری‌ها و خدمات ارائه‌شده
۳	تأکید بر انتظارات مربوط به مسئولیت سازمان در ارائه خدمات و کیفیت خدمات ارائه‌شده

۱۵-۴-۳. شاخص‌های کلیدی عملکرد (نتیجه): شاخص‌های کلیدی عملکرد یا KPI بر معیارهایی برای بازخوردها در مورد عملکرد تأکید دارد. این شاخص‌ها با استراتژی‌ها ارتباط دارند و مؤلفه‌های کیفیت، کمیت و زمان را در بر می‌گیرند. اندازه‌گیری و ارزیابی عملکرد برای هر اولویت استراتژیک بر اساس اهداف بلندمدت و با حوزه‌های کلیدی عملکرد (نتیجه) است. این شاخص‌ها باید از ویژگی‌هایی مانند «اختصاصی، مربوط، مناسب، عینی، معرف، شفاف و ساده بودن» برخوردار باشند. هر سازمان از هر نوع و اندازه باید استراتژی‌ها را ارزیابی کند. کادر مدیریت در هنگام ارزیابی استراتژی باید در مورد مفروضات و انتظارات پرسش‌هایی را مطرح کند. در این اقدام باید ارزش‌ها و اهداف موردبررسی و ارزیابی قرار گیرند. مدیریت سازمان برای ارزیابی استراتژی باید خلاقیت و ابتکار عمل به خرج دهد و برای «ارائه شاخص‌ها یا معیارها» راه‌ها و روش‌های تازه‌ای پیشنهاد کند. این اقدام برای گزارش‌دهی روشن از نتایج حاصل از ارزیابی کمی حوزه‌های مختلف سازمان کمک می‌کند. با این شاخص‌ها باید بتوان میزان حصول به نتیجه در اهداف عملیاتی را مشخص کرد.

۱۵-۴-۴. روند تدوین استراتژی

در شکلی کلی برای تدوین استراتژی گام‌هایی به شرح شکل ۱۵-۵ برداشته می‌شود.



شکل ۱۵-۵. گام‌های تدوین استراتژی

این گام‌ها در زبان مطالعات استراتژیک به صورت مرحله‌ای به شرح جدول ۱۵-۱۴ پیاده‌سازی می‌شود.

جدول ۱۵-۱۴. مراحل پیاده‌سازی گام‌های تدوین استراتژی‌ها

مرحله	ردیف	اقدامات
مرحله اول: ورودی	۱	ماتریس ارزیابی عوامل خارجی EFE یا ماتریس بررسی رقابت CPM
	۲	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی IFE
مرحله دوم: مقایسه (با یک یا چند مورد از رویکردهای خلق استراتژی)	۱	ماتریس تهدیدها، فرصت‌ها، نقاط ضعف و نقاط قوت ^۱ TOWS یا SWOT
	۲	ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک ^۲ SPACE
	۳	ماتریس گروه مشاوران بستن ^۳ BCG
	۴	ماتریس ارزیابی هم‌زمان عوامل داخلی و خارجی ^۴ (IE)
	۵	ماتریس استراتژی اصلی ^۵ (GSM)
مرحله سوم: تصمیم‌گیری	۱	ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی QSPM

در مرحله اول یا ورودی اطلاعات اصلی موردنیاز برای تدوین استراتژی‌ها مشخص و در مرحله دوم یا مقایسه^۶، انواع استراتژی‌های ممکن شناسایی و بین عوامل اصلی داخلی و خارجی توازن و تعادل برقرار می‌شود. در مرحله سوم یا تصمیم‌گیری^۷ تنها از یک روش منحصربه‌فرد، یعنی ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی^۸ (QSPM) استفاده می‌شود. در ماتریس مزبور از اطلاعات ارائه‌شده در مرحله اول استفاده می‌شود تا بتوان انواع استراتژی‌های قابل‌اجرای شناسایی‌شده در مرحله دوم را به‌گونه‌ای عینی و بدون اعمال نظر شخصی مورد ارزیابی قرار داد (دیوید، ۱۹۹۹: ۳۵۶).

۱۵-۴-۵. مرحله ورودی^۹ برای تدوین استراتژی

۱۵-۴-۵-۱. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE): بررسی عوامل داخلی بر نقاط قوت و ضعف تأکید دارد. نقاط قوت شامل «منبع، مهارت، توانایی یا مزیتی خاص» و نقاط ضعف شامل «کمبود منابع یا مهارت و توانایی لازم برای عملکرد اثربخش» در درون سازمان است. برای بررسی این موارد در درون سازمان می‌توان نقاط قوت و ضعف را در مواردی چون «ساختار، راهبرد، سیستم، کارکنان، مهارت‌ها، سبک، ارزش‌های مشترک»^{۱۰} به شرح جدول ۱۵-۱۵ جستجو کرد.

1. Threats-Opportunities-Weakness- Strengths(TOWS) Matrix
2. Strategic Position and Action Evaluation(SPAC)Matrix
3. Boston Consulting Group (BCG) Matrix
4. Internal- External (IE) Matrix
5. General Strategy Mtrix
6. Matching stage
7. Decision stage
8. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)
9. Input stage
10. Structure, Strategy, System, Staff, Skill, Style, Shared values (7S)

جدول ۱۵-۱۵. عوامل قابل استفاده برای بررسی عوامل داخلی

ردیف	عوامل	توضیح
۱	ساختار	با تأکید بر ابعاد تمرکز، پیچیدگی و رسمیت
۲	راهبرد	ایجادکننده تعهداتی برای سازمان به منظور تحقق اهداف کلان سازمان با توجه به پیش‌بینی تحولات
۳	سیستم	فرایندهای تبدیل‌کننده ورودی‌های مختلف سازمان به خروجی‌های خاص
۴	کارکنان	انواع نیروهای سازمان در سطوح و تخصص‌های مختلف
۵	مهارت‌ها	ویژگی‌ها و توانمندی‌های برجسته سازمان و افراد آن در مقایسه با رقبا
۶	سبک‌ها	الگوهای رفتاری و سبک‌های مدیریتی
۷	ارزش‌های مشترک	اصول و مفاهیم ارزشی القاکننده سازمان به افراد سازمانی

این عوامل را می‌توان در محورهایی به شرح جدول ۱۵-۱۶ در درون سازمان در قالب مطالعه اسناد و پرسش از افراد مطلع موردبررسی و تحلیل قرار داد.

جدول ۱۵-۱۶. محورهای قابل بررسی در زمینه عوامل مورد اشاره

ردیف	ویژگی‌ها
۱	مقایسه با عملکرد گذشته سازمان
۲	ارزیابی خدمات سازمان و نظرات دریافت‌کنندگان خدمات
۳	مقایسه با حریفان و رقبا
۴	مقایسه با عوامل کلیدی موفقیت در انجام مأموریت و دستیابی به مطلوبیت‌های استراتژیک

پرسشنامه جدول ۱۵-۱۷ شامل فهرستی به منظور تعیین «نقاط قوت و ضعف» واحدهای وظیفه‌ای سازمانی است. پاسخ «خیر» به هر سؤال بیانگر ضعف و پاسخ «بله» بیانگر نقطه قوت بالقوه است (دیوید، ۱۹۹۹: ۳۳۵-۳۳۷).

جدول ۱۵-۱۷. پرسشنامه تعیین وضعیت عوامل داخلی (قوت و ضعف) سازمان

ردیف	گویه‌ها	بله	خیر
مدیریت			
۱	آیا سازمان از مفاهیم یا اصول مدیریت استراتژیک استفاده می‌کند؟		
۲	آیا اهداف کوتاه و بلندمدت سازمان قابل اندازه‌گیری و روشن هستند؟		
۳	آیا مدیران سطوح مختلف سازمانی برنامه‌ریزی اثربخشی دارند؟		
۴	آیا مدیران تفویض اختیار مناسبی دارند؟		
۵	آیا سازمان ساختار مناسبی دارد؟		
۶	آیا شرح وظایف و شرایط لازم برای احراز مشاغل مشخص و روشن است؟		
۷	آیا کارکنان از روحیه خوبی برخوردار هستند؟		
۸	آیا سطح جابه‌جایی‌ها و غیبت‌های کارکنان منطقی است؟		
۹	آیا شیوه پرداخت پاداش و حقوق سازمان موفق است؟		
بازاریابی			
۱	آیا بخش‌بندی بازار به شیوه‌ای اثربخش انجام شده است؟		
۲	آیا سازمان در میان رقبا جایگاه مناسبی دارد؟		
۳	آیا سهم سازمان از بازار رو به رشد است؟		
۴	آیا کانال‌های توزیع محصول سازمان مناسب هستند؟		

۵	آیا بخش فروش سازمان‌دهی اثربخشی دارد؟		
۶	آیا سازمان از پژوهش‌های بازاریابی استفاده می‌کند؟		
۷	آیا محصول سازمان برای مشتریان از کیفیت خوبی برخوردار است؟		
۸	آیا محصول سازمان قیمت مناسبی دارد؟		
۹	آیا سازمان در زمینه «تبلیغ، ترویج و شناساندن محصول» استراتژی اثربخشی دارد؟		
۱۰	آیا سازمان برنامه‌ریزی بازاریابی و بودجه‌بندی اثربخشی دارد؟		
۱۱	آیا مدیران بازاریابی سازمان دارای تجربه و آموزش کافی هستند؟		
امور مالی			
۱	آیا تجزیه و تحلیل نسبت‌های مالی مناسبی برای سازمان وجود دارد؟		
۲	آیا سازمان از نظر مالی قوی است؟		
۳	آیا سازمان می‌تواند برای دوره‌های کوتاه‌مدت سرمایه موردنیاز را تأمین کند؟		
۴	آیا سرمایه در گردش سازمان کافی است؟		
۵	آیا سازمان برای بودجه‌بندی سرمایه‌ای از رویه‌های اثربخش استفاده می‌کند؟		
۶	آیا سازمان می‌تواند از طریق انتشار اوراق قرضه یا سهام، برای دوره‌های بلندمدت، سرمایه موردنیاز را تأمین کند؟		
۷	آیا سیاست تقسیم سود سازمان معقول است؟		
۸	آیا سازمان با سرمایه‌گذاران و سهامداران روابط حسنه دارد؟		
۹	آیا مدیران سازمان دارای تجربه و آموزش لازم هستند؟		
تولید			
۱	آیا عرضه‌کنندگان مواد اولیه، قطعات و سایر وسایل لازم، قابل‌اعتماد هستند؟		
۲	آیا تشکیلات، تجهیزات، ماشین‌آلات و دفاتر در وضع و شرایط مناسبی هستند؟		
۳	آیا سازمان برای کنترل موجودی‌ها از رویه‌ها و سیاست‌های اثربخشی استفاده می‌کند؟		
۴	آیا سازمان برای کنترل کیفیت از رویه‌ها و سیاست‌های اثربخشی استفاده می‌کند؟		
۵	آیا ماشین‌آلات، کارخانه‌ها، منابع و بازار (از نظر استراتژیک) در مکان‌های مناسبی قرار دارند؟		
۶	آیا سازمان از نظر فناوری شایستگی لازم را دارد؟		
تحقیق و توسعه			
۱	آیا سازمان برای تحقیق و توسعه از تشکیلات مناسبی برخوردار است؟		
۲	آیا قراردادهای سازمان برای تحقیق و توسعه با سازمان‌های دیگر بر مبنای هزینه و منفعت بسته می‌شوند؟		
۳	آیا کارکنان بخش تحقیق و توسعه واجد شرایط هستند؟		
۴	آیا منابع واحد تحقیق و توسعه به شیوه‌ای اثربخش تخصیص می‌یابند؟		
۵	آیا سیستم رایانه و اطلاعات مدیریت مناسب است؟		
۶	آیا بین واحد تحقیق و توسعه و سایر واحدهای سازمان، ارتباطی اثربخش وجود دارد؟		
۷	آیا فناوری محصولات، از نظر رقابتی مناسب است؟		
سیستم اطلاعات رایانه			
۱	آیا در سازمان برای تصمیم‌گیری، همه مدیران از سیستم اطلاعاتی استفاده می‌کنند؟		
۲	آیا سیستم اطلاعاتی دارای یک مدیر یا مقام ارشد اطلاعاتی در سازمان است؟		
۳	آیا داده‌های موجود در سیستم اطلاعات به‌صورت منظم، به‌روز می‌شوند؟		
۴	آیا مدیران و مسئولان واحدهای مختلف سازمان در عرضه داده‌ها به سیستم اطلاعاتی همکاری می‌نمایند؟		
۵	آیا برای ورود به سیستم اطلاعات سازمان، کلمه‌های رمز مناسب وجود دارد؟		

۶	آیا استراتژیست‌های سازمان با سیستم‌های اطلاعاتی سازمان‌های رقیب آشنا هستند؟	
۷	آیا کسانی که از سیستم اطلاعات سازمان استفاده می‌کنند، صمیمی هستند؟	
۸	آیا همه استفاده‌کنندگان از سیستم اطلاعات، می‌توانند مزایای رقابتی ناشی از اطلاعات ارائه‌شده را درک کنند؟	
۹	آیا سازمان برای استفاده‌کنندگان از سیستم اطلاعاتی کارگاه‌های آموزش رایانه دایر کرده است؟	
۱۰	آیا محتوای داده‌های سیستم اطلاعاتی به‌صورتی دائم در حال بهبود هستند؟	

برای تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی^۱ (IFE)، پنج مرحله به شرح جدول ۱۵-۱۸ صورت می‌گیرد.

جدول ۱۵-۱۸. مراحل تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی IFE

ردیف	انواع	توضیح
۱	تهیه فهرست	پس از شناسایی عوامل داخلی ۱۰ تا ۲۰ قوت و ضعف را فهرست کنید (ابتدا قوت و سپس ضعف).
۲	وزن دهی	تعیین ضریب اهمیت عوامل از صفر (بی‌اهمیت) تا ۱ (بسیار مهم) به‌نحوی که مجموع ضریب‌ها یک شود.
۳	رتبه‌بندی	بر اساس اثرگذاری در سازمان، قوت‌ها با رتبه ۳ یا ۴ و ضعف‌ها با رتبه ۱ و ۲ تعیین می‌شوند.
۴	ضرب وزن در رتبه	حاصل ضرب ستون‌های دوم یا وزن‌ها در سوم یا رتبه‌ها
۵	تعیین نمره نهایی	جمع ستون چهارم یا حاصل ضرب وزن‌ها در رتبه‌ها که عددی بین ۱ تا ۴ خواهد شد.

پس از شناسایی نقاط قوت و ضعف، جدول ماتریس ارزیابی عوامل درونی تهیه می‌شود. این ماتریس یک جدول چند ستونی است که در ستون اول آن «قوت‌ها و ضعف‌های سازمان» فهرست می‌شود. ستون دوم مربوط برای تعیین ضریب اهمیت با وزن دهی است و در آن هر یک از عوامل قوت و ضعف با توجه به نقطه نظرات اعضای شورای راهبردی وزن دهی خواهند شد. مجموع ضریب اهمیت (وزن) کلیه قوت‌ها و ضعف‌ها باید برابر یک باشد ($\sum = 1$). در ستون سوم ماتریس با توجه به میزان شدت عامل (رتبه) به هر یک از ضعف‌ها نمرات ۱ یا ۲ و به هر یک از قوت‌ها نمرات ۳ یا ۴ تعلق خواهد گرفت. در ستون چهارم ماتریس، ضریب ستون‌های ۲ و ۳ هر یک از عوامل در یکدیگر ضرب می‌شوند تا امتیاز هر یک از عامل‌ها جداگانه محاسبه شود. سپس امتیاز محاسبه‌شده کلیه عامل‌ها با یکدیگر جمع می‌شوند تا امتیاز نهایی عوامل درونی تعیین شود. این نمره نهایی بین ۱ تا ۴ خواهد بود. اگر نمره به ۴ (بالا تر از میانگین ۲/۵) نزدیک شود، یعنی سازمان در عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) شرایط مناسبی دارد. اگر این عدد به ۱ (کمتر از میانگین ۲/۵) نزدیک شود به معنای نامناسب بودن وضعیت سازمان از نظر عوامل داخلی است. جدول ۱۵-۱۹ نمونه جدول ماتریس ارزیابی عوامل داخلی را نشان می‌دهد.

جدول ۱۵-۱۹. ماتریس ارزیابی عوامل درونی

ردیف	فهرست نقاط قوت سازمان	ضریب اهمیت (وزن)	شدت عامل (رتبه) ۳ یا ۴	امتیاز یا نمره
۱.				
ردیف	فهرست نقاط ضعف سازمان	ضریب اهمیت (وزن)	شدت عامل (رتبه) ۱ یا ۲	امتیاز یا نمره
۱.				
جمع کل ضریب و امتیازات عوامل درونی				
		$\Sigma=1$	-	

۱۵-۴-۵-۲. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی^۱ (EFE): بررسی عوامل خارجی بر فرصت‌ها و تهدیدها تأکید دارد. فرصت شامل «موقعیت، زمان، زمینه یا شانس مطلوب» در محیط بیرونی سازمان برای انجام کاری یا تحقق چیزی است. سازمان با فرصت‌ها می‌تواند به نتایج یا عواید قابل توجهی دست یابد. تهدید «موقعیت، زمان یا زمینه‌ای نامطلوب» در پیرامون سازمان است که برخلاف خواسته و خارج از کنترل سازمان عمل می‌کنند. بر این اساس، هر عنصر یا وضعیت خطرزا برای موجودیت منافع یا ارزش‌های حیاتی سازمان «تهدید» است. به ارزیابی عوامل خارجی «تحلیل صنعت یا عوامل محیطی»^۲ هم گفته می‌شود. محیط پیرامون یا بیرون از سازمان را می‌توان در دو سطح «عمومی یا کلان» و «تخصصی یا خرد» به شرح جدول ۱۵-۲۰ بررسی کرد (اعرابی، ۱۳۸۵: ۱۵).

جدول ۱۵-۲۰. انواع نیروهای خارجی

ردیف	انواع محیط	توضیح
۱	عمومی یا کلان	با اثر غیرمستقیم بر فعالیت‌های سازمان مانند نیروهای اقتصادی، فرهنگی، فناوری، سیاسی و امثال آن
۲	تخصصی یا خرد	با اثر مستقیم بر سازمان مانند نیروهای دولت، رقبا، مشتریان، اتحادیه‌های کارگری، تجاری و امثال آن

برای بررسی عوامل خارجی باید اطلاعات لازم درباره نیروهای سطح کلان و خرد خارجی به‌خوبی جمع‌آوری شود. برای این منظور می‌توان از انواع پژوهش‌های پیمایشی درباره «مشتریان و بازار»، نشریات معتبر و امثال آن بهره گرفت. پس از گردآوری اطلاعات باید برای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها، جلسه‌هایی با افراد مطلع و خبره یا مدیران سازمان برگزار شود. برای استفاده مؤثر از آن‌ها باید عوامل خارجی را باید بر روی یک صفحه کاغذ یا تابلو نوشت و از حاضران خواست که این عوامل را به ترتیب اولویت و برحسب اهمیت از نظر اثرگذاری در موفقیت بنویسند. عوامل مهم اثرگذار در موفقیت سازمان در صنایع مختلف و با گذشت زمان تغییر می‌کنند (دیوید، ۱۹۹۹: ۲۱۶-۲۱۸). برای آشنایی هر چه بیشتر عوامل خارجی سطح کلان و خرد، فهرستی از آن‌ها در جدول ۱۵-۲۱ ارائه شده است.

1. External Factor Evaluation Matrix
2. Industry Analysis or Environment Scanning

جدول ۱۵-۲۱. فهرستی از عوامل خارجی سطح کلان و خرد

ردیف	عوامل کلان	شامل
۱	فناوری اطلاعات	تحول در رایانه، ارتباطات راه دور، گردآوری داده‌ها، انواع نرم‌افزارها و امثال آن
۲	اقتصادی	نقدینگی، تولید ناخالص ملی، الگوی مصرف، تورم، مالیات و امثال آن
۳	فرهنگی- اجتماعی	ازدواج، طلاق، اخلاق، نگرش به کار، سبک زندگی و امثال آن
۴	سیاسی، دولتی/قانونی	قوانین و مقررات دولتی، محیط زیست، امنیت و امثال آن
۵	اختراعات	انواع موارد اثرگذار در چرخه حیات محصولات تولیدی، نوآوری در عرصه کالاها و خدمات
۶	جهانی	نهادهای بین‌المللی، قوانین جهانی تشکیل‌های منطقه‌ای، فرهنگ‌ها، زبان‌ها، نژادها، مذاهب و...
۷	زیست محیطی	عوامل زیست محیطی دربرگیرنده عناصر محیط طبیعی مثل آب، هوا، جنگل، نفت و امثال آن
ردیف	عوامل خرد	شامل
۱	رقبا	شناسایی سازمان‌های رقیب
۲	عرضه‌کنندگان	عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات
۳	مشتریان	خریداران محصول
۴	اتحادیه‌ها	انواع اتحادیه‌های صنفی، تجاری و کارگری
۵	واسطه‌های مالی	بانک‌ها و مؤسسات مالی

برای بررسی عوامل محیطی سازمان‌هایی مثل سازمان‌های تجاری که نقش رقبا بسیار مهم است می‌توان محورهای به شرح جدول ۱۵-۲۲ را مورد بررسی قرار داد.

جدول ۱۵-۲۲. محورهای بررسی رقبا برای تحلیل وضعیت خارجی

ردیف	محورها
۱	شناسایی نقاط قوت، ضعف، اهداف و راهبردها
۲	شناسایی راهبردهای مواجهه آن‌ها با تحولات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و امثال آن
۳	میزان آسیب‌پذیری آن‌ها سازمان ما در برابر راهبردهای آن‌ها و بالعکس
۴	وضعیت جایگاه محصولات آن‌ها در جامعه
۵	میزان منابع و سرمایه‌های توسعه‌ای

برای تهیه ماتریس ارزیابی عوامل خارجی یا EFE گام‌هایی به شرح جدول ۱۵-۲۳ برداشته می‌شود.

جدول ۱۵-۲۳. مراحل تهیه ماتریس ارزیابی عوامل خارجی EFE

ردیف	انواع	توضیح
۱	تهیه فهرست	پس از شناسایی عوامل خارجی ۱۰ تا ۲۰ فرصت و تهدید را فهرست کنید (ابتدا فرصت و سپس تهدید).
۲	وزن دهی	تعیین ضریب اهمیت عوامل از صفر (بی‌اهمیت) تا ۱ (بسیار مهم) به نحوی که مجموع ضریب‌ها یک شود.
۳	رتبه‌بندی	بر اساس اثرگذاری در سازمان، فرصت‌ها با رتبه ۳ یا ۴ و تهدیدها با رتبه ۱ و ۲ تعیین می‌شوند.
۴	ضرب وزن در رتبه	حاصل ضرب ستون‌های دوم با وزن‌ها در سوم یا رتبه‌ها
۵	تعیین نمره نهایی	جمع ستون چهارم یا حاصل ضرب وزن‌ها در رتبه‌ها که عددی بین ۱ تا ۴ خواهد شد.

در ستون اول ماتریس ارزیابی عوامل خارجی عناوین فرصت‌ها و تهدیدهای سازمان فهرست می‌شود. ستون دوم آن مربوط به ضریب اهمیت (وزن) هر یک از عوامل فرصت و تهدید است. ضریب اهمیت با توجه به نقطه نظرات اعضای شورای راهبردی درج می‌شود. مجموع ضریب اهمیت (وزن) کلیه فرصت‌ها و تهدیدها باید برابر یک باشد ($\sum=1$). در ستون سوم ماتریس با توجه به میزان شدت عامل یا میزان اثرگذاری آن بر سازمان به هر تهدید رتبه ۱ یا ۲ و

به هر فرصت رتبه ۳ یا ۴ داده خواهد شد. در ستون چهارم ماتریس، ستون‌های ۲ و ۳ در هم ضرب می‌شوند تا نمره هر عامل خارجی به‌طور جداگانه محاسبه شود. سپس با جمع تمام نمرات عوامل خارجی یا همان ستون چهارم، امتیاز کلی و نهایی حاصل از ارزیابی مجموعه عوامل خارجی به‌دست خواهد آمد. اگر این عدد به ۴ نزدیک شود (بالتر از نمره میانگین ۲/۵) یعنی سازمان در برابر عوامل خارجی واکنش مناسبی دارد و این به‌معنای استفاده خوب از فرصت‌ها و کنترل مناسب بر آثار تهدیدها است. اگر این عدد به ۱ (کمتر از میانگین ۲/۵) نزدیک شود، یعنی سازمان نتوانسته از فرصت‌ها استفاده یا روی تهدیدها کنترل اعمال کند. جدول ۱۵-۲۴ نمونه جدول ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی را نشان می‌دهد.

جدول ۱۵-۲۴. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

ردیف	فهرست فرصت‌های سازمان	ضریب اهمیت (وزن)	شدت عامل (رتبه) ۳ یا ۴	امتیاز یا نمره
۱				
ردیف	فهرست تهدیدهای سازمان	ضریب اهمیت (وزن)	شدت عامل (رتبه) ۱ یا ۲	امتیاز یا نمره
۱				
جمع کل ضریب و امتیازات عوامل بیرونی		$\Sigma=1$	-	

نکته: برای سهولت در روش نمره دادن، می‌توان حاصل ضریب اهمیت (وزن) را برابر ۱۰۰ در نظر گرفت و در محاسبات نهائی بر عدد ۱۰۰ تقسیم کرد.

با توجه به اهمیت رقبا در برخی سازمان‌های تجاری در مواردی از «ماتریس بررسی رقابت» یا CPM برای شناسایی وضعیت رقبا هم استفاده می‌شود. در این ماتریس نیز همان مراحل قبل دنبال می‌شود با این تفاوت که به‌جای فهرست کردن فرصت‌ها و تهدیدها، عوامل موفقیت رقبا فهرست خواهد شد. سپس رقبای مهم به ترتیب ضرایب، رتبه و نمره هر عمل درباره هر یک را بررسی می‌کنیم و درنهایت نمره کلی وضعیت رقیب به‌عنوان عاملی خارجی برای ما مشخص خواهد شد. البته در تفسیر این اعداد باید دقت کرد که سازمان با نمره نهایی ۳/۲۵ حتماً بهتر از سازمان با نمره ۲/۸ نیست. این اعداد تنها بیانگر توان نسبی سازمان هستند. بنابراین هدف این نیست که به عددی منحصر به فرد رسید، بلکه هدف دسته‌بندی و ارزیابی اطلاعات به‌گونه‌ای قابل استفاده در تصمیم‌گیری است (دیوید، ۱۹۹۹: ۲۶۷-۲۶۹).

۱۵-۴-۶. مرحله مقایسه برای تدوین استراتژی

مرحله مقایسه را می‌توان با یک‌چند روش مانند «ماتریس ارزیابی هم‌زمان عوامل داخلی و خارجی، ماتریس تحلیل SWOT، ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک SPACE، ماتریس گروه مشاوران بستن BCG یا ماتریس استراتژی اصلی» انجام داد. در ابتدای این مرحله استراتژی‌هایی با تأکید بر طی مراحل تدریجی سازمان برای گذر از وضعیت موجود به‌سوی وضعیت مطلوب بر اساس «مأموریت، اهداف بلندمدت، ارزیابی عوامل داخلی - خارجی و یا

بر اساس استراتژی‌های موفق گذشته» نوشته می‌شوند. در نشست خبرگان یا شورای راهبردی باید درباره استراتژی‌های گوناگون بحث و آن‌ها را بر اساس اهمیت و اولویت به شرح جدول ۱۵-۲۵ فهرست کرد.

جدول ۱۵-۲۵. محورهای فهرست و اولویت‌بندی استراتژی‌ها

اولویت	نوع رویکرد به استراتژی
اول	باید اجرا شود.
دوم	اجرای آن خوب است.
سوم	می‌تواند اجرا شود.
چهارم	نباید اجرا شود.

حال با هر یک از الگوهای روش‌های مقایسه‌ای می‌توان از این استراتژی‌ها انتخاب کرد.

۱۵-۴-۶-۱. ماتریس تحلیل TOWS یا SWOT: یکی از رایج‌ترین الگوها با مقایسه‌های زوجی است. در این مرحله راهبردهای سازمان با توجه به موقعیت راهبردی در یکی از چهارخانه‌های «ماتریس ارزیابی هم‌زمان عوامل داخلی و خارجی» انتخاب می‌شود. برای این منظور الگویی به شرح جدول ۱۵-۲۶ ترسیم می‌شود و در بخش بالای جدول عوامل داخلی یعنی در یک بخش نقاط قوت و در بخش دیگر آن نقاط ضعف فهرست می‌شوند. در سمت راست جدول عوامل خارجی و در کادر بالا عوامل فرصت و در کادر پائین آن عوامل تهدید فهرست خواهند شد.

جدول ۱۵-۲۶. ماتریس تحلیل SWOT

عوامل	عوامل داخلی	
	نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
عوامل خارجی	نقاط قوت را فهرست کنید. ۱. ۲. ۳....	نقاط ضعف را فهرست کنید. ۱. ۲. ۳....
فرصت‌ها (O)	استراتژی‌های SO با نقاط قوت، از فرصت‌ها استفاده کنید. ۱. ۲. ۳....	استراتژی‌های WO با فرصت‌ها، نقاط ضعف را رفع کنید. ۱. ۲. ۳....
تهدیدها (T)	استراتژی‌های ST برای دوری از تهدیدها، از نقاط قوت استفاده کنید. ۱. ۲. ۳....	استراتژی‌های WT نقاط ضعف را کاهش دهید و از تهدیدها پرهیز کنید. ۱. ۲. ۳....

برای تکمیل ماتریس تحلیل SWOT اقداماتی به شرح جدول ۱۵-۲۷ را باید انجام داد.

جدول ۱۵-۲۷. اقدامات لازم برای تکمیل ماتریس تحلیل SWOT

ردیف	اقدام
۱	نقاط قوت با فرصت‌ها مقایسه و راهبردهای منتخب آن در خانه SO نوشته می‌شود.
۲	نقاط ضعف با فرصت‌ها مقایسه و راهبردهای منتخب آن در خانه WO نوشته می‌شود.
۳	نقاط قوت با تهدیدها مقایسه و راهبردهای منتخب آن در خانه ST نوشته می‌شود.
۴	نقاط ضعف با تهدیدها مقایسه و راهبردهای منتخب آن در خانه WT نوشته می‌شود.

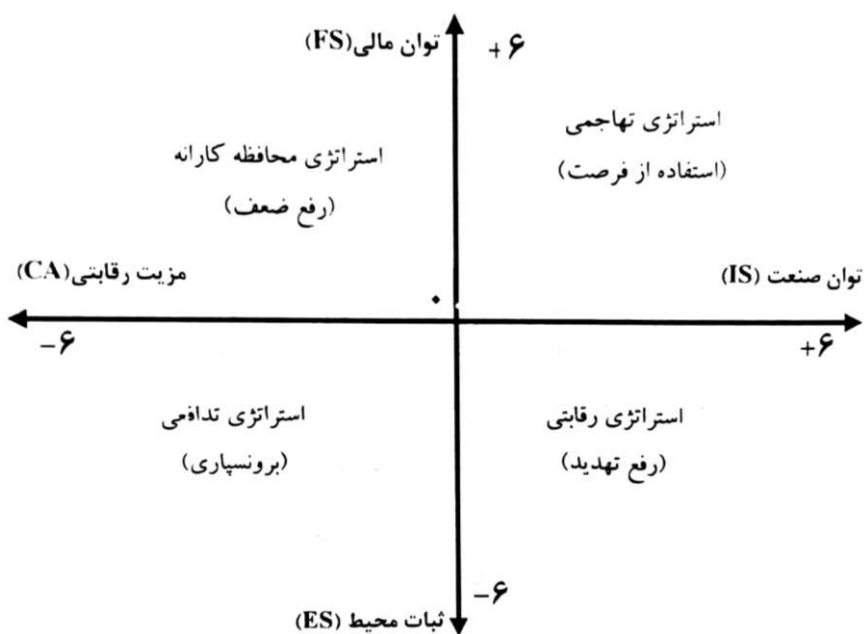
در هر مرحله دو عامل با هم مقایسه تا همه استراتژی‌های قابل اجرا مشخص شوند. در این مرحله هدف انتخاب بهترین استراتژی‌ها نیست، لذا همه استراتژی‌هایی حاصل از این ماتریس، انتخاب و اجرا نخواهد شد. می‌توان از راهبردهای خانه‌های مجاور هم کمک گرفت. در این شرایط پیشنهاد می‌شود که به یک‌خانه محدود نشد و به‌طور هم‌زمان از چندین نوع راهبرد استفاده کرد.

هنگام استفاده از این نوع ماتریس باید برای ارائه هر استراتژی مبتنی بر نقاط قوت یا ضعف با اولویت‌های فهرست شده یا شماره آن‌ها مانند S1, O2 اشاره داشت تا دلیل منطقی ارائه استراتژی بیشتر آشکار شود. برای نمونه به یک ماتریس تکمیل شده در جدول ۱۵-۲۸ توجه کنید.

جدول ۱۵-۲۸. یک نمونه ماتریس تحلیل SWOT تکمیل شده

عوامل داخلی		
عوامل خارجی		
نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)	
۱. در مراکز بسیار پرجمعیت قرار دارد. ۲. سه سال پیاپی از گردش نقدی مثبتی برخوردار بوده ۳. نرخ فروش دو برابر صنعت ۴. اقدامات مؤثر برای کاهش هزینه‌ها ۵. سودآوری خوب	۱. روابط ضعیف کارگری ۲. نسبت جاری برابر با ۰/۲۵ ۳. به هنگام کاهش درآمد، هزینه عملیاتی ثابت است. ۴. هزینه‌های عمومی سه برابر هزینه رقیب است. ۵. سازمان‌های وام‌دهنده شرایط سختی دارند.	
فرصت‌ها (O)	استراتژی‌های SO	استراتژی‌های WO
۱. سازمان‌های بزرگی پیشنهاد ادغام داده‌اند. ۲. تعداد مشتریان در شهر ایکس رو به افزایش است.	دایر کردن فروشگاه در شهر ایکس (s1, o2, o5)	در دیگر فروشگاه‌ها ادغام شوند. (o1, o2, w3, w4, w5)
تهدیدها (T)	استراتژی‌های ST	استراتژی‌های WT
بیش از ۸۰٪ انگیزه خرید ندارند. فروش محصول فصلی است. رقابت بسیار شدید است.	راه‌اندازی ۲۰ فروشگاه عرضه محصول (S1, T3)	کاهش هزینه‌های سربار (W3, W4, T3, T2)

۱۵-۴-۶-۲. ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (SPACE): این ماتریس در محور عمودی به دو بعد داخلی «توان مالی و مزیت رقابتی» و در محور افقی به دو بعد خارجی «ثبات محیط و قدرت صنعتی» اشاره می‌شود. این محورها باعث ایجاد چهارخانه «تهاجمی، محافظه‌کارانه، رقابتی و تدافعی» به شرح شکل ۱۵-۷ می‌شود.



شکل ۱۵-۷. ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (SPACE)

با توجه به نوع سازمان متغیرهای متفاوتی برای چهار محور ماتریس انتخاب می‌شود. سپس این متغیرها توسط مدیران سازمان ارزیابی می‌شود. برای دو بازوی «توان مالی» و «توان صنعت» اعدادی بین «۱» به معنای بدترین وضعیت و «۶» به معنای بهترین وضعیت مشخص شده است. برای دو بازوی «مزیت رقابتی» و «ثبات محیط» اعدادی بین «۱-» به معنای بهترین وضعیت و «-۶» به معنای بدترین وضعیت نمره داده می‌شود. سپس مقادیر بر رو هر یک از بازوها با هم جمع شده و بر تعداد متغیرهای هر بازو تقسیم می‌شود تا میانگین برای هر بازو مشخص شود. ماتریس چهارخانه‌ای موقعیت و اقدام از روش‌های بسیار پرکاربرد است که حاصل تقاطع خطی است که از دو نمره تحلیل عوامل داخلی و خارجی به دست می‌آید. خطوط در امتداد دونقطه در نقطه‌ای در یکی از خانه‌های این ماتریس قرار می‌گیرد (شکل ۱۵-۸).



شکل ۱۵-۸. ماتریس ارزیابی چهارخانه‌ای موقعیت و اقدام برای انتخاب استراتژی

با توجه به استقرار نقطه حاصل از تقاطع دو نمره ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی و خارجی در یکی از چهارخانه ماتریس، موقعیت راهبردی سازمان به شرح جدول ۱۵-۲۴ مشخص خواهد شد.

جدول ۱۵-۲۴. انواع موقعیت راهبردی سازمان بر اساس ماتریس ارزیابی هم‌زمان عوامل داخلی و خارجی

ردیف	موقعیت	نوع راهبرد
۱	منطقه SO	راهبرد تهاجمی یا رشد و توسعه
۲	منطقه ST	راهبردهای رقابتی شامل نگهداری و حمایت درونی
۳	منطقه WO	راهبردهای محافظه‌کارانه شامل نگهداری و حمایت درونی
۴	منطقه WT	راهبردهای تدافعی شامل برداشت، واگذاری، کاهش و انحلال

موقعیت خانه تهاجمی، یعنی سازمان در بهترین وضع ممکن قرار دارد و می‌تواند استراتژی‌هایی را انتخاب کند که با استفاده از قوت‌ها از فرصت‌ها بهره‌برداری، نقاط ضعف را برطرف و تهدیدها را کنترل کند. در موقعیت محافظه‌کار یعنی باید استراتژی‌هایی مبتنی بر حفظ شایستگی‌های اصولی و پرهیز از خطرهای بزرگ انتخاب شود. در موقعیت تدافعی سازمان باید استراتژی‌هایی مبنی بر اصلاح نقاط ضعف و پرهیز از تهدیدها اتخاذ کند. موقعیت رقابتی نیز بر انتخاب استراتژی‌های رقابتی تأکید دارد.

۱۵-۴-۶-۳. ماتریس گروه مشاوران بوستون (BCG): این ماتریس از طریق بررسی سهم نسبی بازار و نرخ رشد صنعت، مجموعه دارایی‌های سازمان^۱ را کنترل می‌کند. مقصود از سهم نسبی بازار یک بخش در یک صنعت خاص، نسبت به سهم بازاری است که بزرگ‌ترین سازمان رقیب در همان صنعت دارد. در این ماتریس بر روی محور افقی «وضعیت سهم نسبی بازار» در پیوستاری از صفر تا یک و با میانگین ۰/۵ نشان داده می‌شود. نقطه وسط یا مانی گن نمایانگر برخورداری از نیمی از سهم بازار در صنعت موردنظر است. در محور عمودی «نرخ رشد صنعت» بر مبنای فروش و برحسب درصد است. درصد نرخ رشد می‌تواند بین ۲۰- تا ۲۰+ با عدد صفر در وسط یا میانگین است (شکل ۱۵-۹).

وضع سهم نسبی بازار

نرخ رشد فروش صنعت (درصد)	وضع سهم نسبی بازار	
	زیاد ۱	میانگین ۰/۵۰
۲۰+ زیاد	ستاره ۲	علامت پرسش (؟) ۱
۰ میانگین	گاوشیرده ۳	سگ ۴
۲۰- کم		

شکل ۱۵-۹. ماتریس گروه مشاوران بوستون

در ماتریس گروه مشاوران بوستون هر یک از خانه‌ها نامی به شرح جدول ۱۵-۲۵ دارند.

جدول ۱۵-۲۵. انواع مفاهیم در خانه‌های گروه مشاوران بوستون

ردیف	خانه‌ها	نوع راهبرد
۱	علامت پرسش	سهم نسبی بازار اندک ولی نرخ رشد بالا در صنعت موردنظر با تأکید بر استراتژی‌های تمرکز مانند رسوخ در بازار، توسعه بازار یا توسعه محصول
۲	ستاره	سهم نسبی بالای بازار و نرخ رشد صنعت بالا با تأکید بر استراتژی‌هایی مانند یکپارچگی عمودی به بالا، یکپارچگی عمودی به پایین، یکپارچگی افقی، رسوخ در بازار، توسعه بازار، توسعه محصول و مشارکت
۳	گاو شیرده	سهم نسبی بالای بازار و نرخ پایین رشد صنعت با تأکید بر استراتژی‌هایی چون توسعه محصول یا استراتژی‌های همگون
۴	سگ	سهم نسبی پایین بازار و نرخ پایین رشد صنعت با تأکید بر استراتژی کاهش فعالیت

موقعیت «علامت پرسش» به محصولات جدیدی اشاره دارد که بازار بالقوه خوبی دارند اما برای تولید آن‌ها منابع مالی زیادی موردنیاز است. اگر شرکتی بخواهد با بهره‌گیری از این دسته از محصولات، آن‌قدر سهم بازار به‌دست آورد که بتواند پیشگام بازار و در نتیجه یک ستاره شود؛ باید از سرمایه‌گذاری روی محصولات به مرحله بلوغ رسیده صرف‌نظر کند و روی این دسته از محصولات سرمایه‌گذاری کند. ستاره‌ها محصولات برتر و پرطرفدار بازار هستند و درواقع در اوج چرخه حیات خود قرار دارند. شرکتی که چنین محصولاتی را در اختیار دارد، به‌اندازه کافی پول و سرمایه دارد که بتواند سهم بازار بالای خود را حفظ کند. با کاهش نرخ بازار، این دسته از محصولات به محصولاتی دیگر بنام گاوهای شیرده تبدیل می‌شوند. گاوهای شیرده درآمد حاصل از فروش این دسته از محصولات، بسیار بیشتر از پولی است که برای حفظ سهم بازار آن‌ها موردنیاز باشد. با ورود این دسته از محصولات به مرحله کاهش چرخه حیات خود، شرکت آن‌ها را «می‌دوشد» تا پول به‌دست بیاورد. یعنی درآمد حاصل از فروش آن‌ها در سرمایه‌گذاری روی محصولات علامت‌های سؤال جدید استفاده می‌کند. اما آن دسته از علامت سؤال‌هایی که نمی‌توانند سهم بازار برتر برای شرکت تولید کنند و به ستاره تبدیل بشوند. در زمانی که نرخ رشد صنعت نیز به ناگزیر کند می‌شود، به محصولات دیگری بنام سگ‌های هار تبدیل می‌شوند. سگ‌های هار آن دسته از محصولاتی هستند که سهم بازار محدود و کوچکی دارند و نمی‌توانند درآمدزا باشند؛ زیرا در صنعتی غیر جذاب قرار دارند. بر اساس این الگو یا باید این محصولات را فروخت یا باید آن‌ها را با دقت کنترل کرد (نظامی‌وند چگینی، ۱۳۹۸).

۱۵-۴-۶-۴. ماتریس داخلی و خارجی (IE): این ماتریس بخش‌های مختلف سازمان را در ۹ خانه به شرح نمودار

۱۵-۱۰ قرار می‌دهد. برخی استراتژیست‌ها به هنگام تدوین استراتژی، هر دو ماتریس را تهیه می‌کنند.

نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

		نمره نهایی		
		ضعیف ۱ تا ۱/۹۹	میانگین ۲ تا ۲/۹۹	قوی ۳ تا ۴
۴	۴	۳	۲	۱
۳	۳	۶	۵	۴
۲	۲	۹	۸	۷

شکل ۱۵-۱۰. ماتریس داخلی و خارجی

پایین (۱ تا ۱/۹۹)

با «ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی» می‌توان موقعیت راهبردی سازمان را نشان داد. برای تشکیل این ماتریس، نمره ماتریس ارزیابی عوامل داخلی یا درون‌سازمانی در ردیف افقی و نمره ماتریس ارزیابی عوامل خارجی در ردیف عمودی قرار می‌گیرند. برای تهیه ماتریس داخلی و خارجی باید از جمع نمره‌های نهایی حاصل از بخش‌ها استفاده کرد. در ماتریس داخلی و خارجی باید از جمع نمره‌های نهایی حاصل از عوامل داخلی و خارجی استفاده کرد. در ماتریس داخلی و خارجی جمع نمره‌های نهایی عوامل داخلی از ۱ تا ۱/۹۹ نشان‌دهنده ضعف داخلی سازمان است؛ نمره‌های ۲ تا ۲/۹۹ نشان‌دهنده این است که سازمان در وضع متوسط قرار دارد و نمره‌های ۳ تا ۴ بیانگر قوت سازمان است. به همین شیوه جمع نمره‌های نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی از ۱ تا ۱/۹۹ بیانگر ضعف سازمان، نمره‌های ۲ تا ۲/۹۹ بیانگر این است که سازمان در وضع متوسط قرار دارد و نمره‌های ۳ تا ۴ بیانگر این است که سازمان در وضعی عالی قرار دارد. می‌توان ماتریس داخلی و خارجی را به سه ناحیه به شرح جدول ۱۵-۲۶ تقسیم کرد.

جدول ۱۵-۲۶. انواع راهبردهای انتخابی با توجه به نواحی ماتریس داخلی و خارجی

ردیف	نواحی	نوع راهبرد
۱	۱، ۲ یا ۴	استراتژی‌های منجر به رشد و ساخت مانند تمرکز شامل رسوخ در بازار، توسعه بازار، توسعه محصول یا استراتژی‌های مبتنی بر یکپارچگی عمودی به بالا، یکپارچگی عمودی به پایین و یکپارچگی افقی
۲	۳، ۵ یا ۷	استراتژی‌هایی با هدف حفظ و نگهداری وضع موجود مانند استراتژی رسوخ در بازار و توسعه محصول
۳	۶، ۸ یا ۹	استراتژی‌های برداشت محصول یا رها کردن

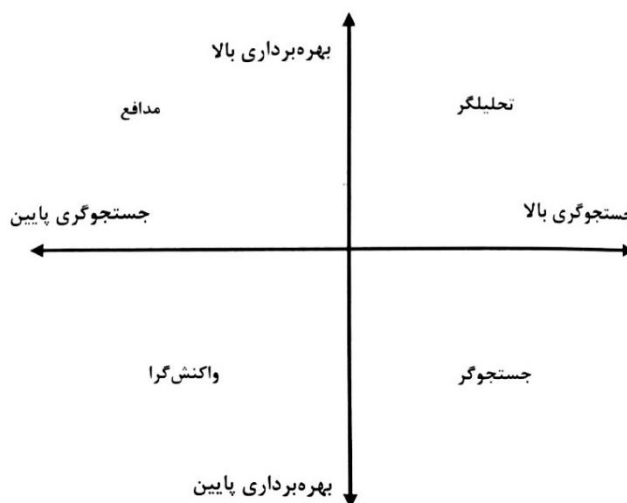
۱۵-۴-۶-۴. ماتریس استراتژی اصلی: هر سازمان در هر وضعی که باشد در یکی از خانه‌های متعلق به این ماتریس قرار می‌گیرد. ماتریس استراتژی اصلی بر پایه دو بعد به شرح جدول ۱۵-۲۷ است.

جدول ۱۵-۲۷. ماتریس استراتژی اصلی

رشد سریع بازار			
موقعیت رقابتی قوی	خانه شماره ۱	خانه شماره ۲	موقعیت رقابتی ضعیف
	۱. استراتژی‌های: توسعه بازار، رسوخ در بازار، توسعه محصول، یکپارچگی عمودی به بالا و پایین، یکپارچگی افقی و تنوع همگون	۱. استراتژی‌های: توسعه بازار، رسوخ در بازار، توسعه محصول، یکپارچگی افقی، واگذاری و انحلال	
موقعیت رقابتی قوی	خانه شماره ۴	خانه شماره ۳	موقعیت رقابتی ضعیف
	۱. استراتژی‌های: تنوع همگون، تنوع افقی، تنوع ناهمگون و مشارکت	۱. استراتژی‌های: کاهش، تنوع همگون، تنوع افقی، تنوع ناهمگون، واگذاری و انحلال	
رشد کند بازار			

سازمان‌های در خانه شماره یک، دارای رشد سریع بازار و موقعیت رقابت قوی و از نظر استراتژیک در وضع عالی هستند. سازمان‌های در خانه شماره دو، در صنعت رو به رشد هستند اما قدرت رقابت لازم را ندارند. باید علت این ناکارآمدی را شناسایی و مشخص کرد که سازمان برای بهبود موقعیت رقابتی به چه تغییراتی نیاز دارد. سازمان‌هایی در خانه شماره سه، در صنایع با رشد کند با موضعی ضعیف رقابت می‌کنند. این سازمان‌ها باید با تغییرات سریع و زیربنایی از انحلال و نابودی خود جلوگیری کنند. سازمان‌های در خانه شماره چهار، از نظر رقابتی دارای موضعی قوی اما در صنعتی با آهنگ رشد کند هستند (دیوید، ۱۹۹۹: ۳۸۲-۳۸۴).

۱۵-۴-۵. ماتریس استراتژی مایلز و اسنو: در محور عمودی این ماتریس متغیر بهره‌برداری و در محور افقی آن متغیر جستجوگری وجود دارد. در این ماتریس چهار موقعیت استراتژی بنام‌های «جستجوگر، مدافع، تحلیلگر و واکنش‌گرا» به شرح شکل ۱۱-۱۵ معرفی می‌شود.



شکل ۱۱-۱۵. ماتریس استراتژی‌های مایلز و اسنو

ویژگی‌های هر یک از موقعیت‌های استراتژیک در جدول ۱۵-۲۸ معرفی شده است.

جدول ۱۵-۲۸. انواع راهبردهای انتخابی با توجه به نواحی ماتریس داخلی و خارجی

ردیف	موقعیت	توضیح
۱	جستجوگر	نوآوری در محصول و به دنبال توسعه بازار و فرصت بازار جدید
۲	مدافع	به دنبال ایجاد یک محیط و فضای باثبات و حفظ سهم بازار با تأکید بر کارایی فناوری و کاهش هزینه‌ها
۳	تحلیلگر	فعالیت در محیطی متغیر و در انتظار نتایج معرفی محصول جدید در بازار جدید
۴	انفعالی	اقدام کننده در مواجهه با تغییرات محیطی

۱۵-۴-۶-۶. منحنی چرخه عمر: توجه به متغیرهای مختلف در هر یک از مراحل «تولد، رشد، بلوغ و افول» و انتخاب استراتژی‌های مناسب بر اساس آن به شرح جدول ۱۵-۲۹ است (نظامی‌وند چگینی، ۱۳۹۸).

جدول ۱۵-۲۹. مشخصات مرحله چرخه عمر محصول

متغیرهای تعیین چرخه				مراحل چرخه عمر محصول	
عمر محصول				معرفی/تولد	رشد
				بلوغ	پیری / افول
نرخ رشد بازار				متوسط	بالا
میزان فروش				اندک	در حال افزایش سریع
تعداد رقبا				اندک	در حال کاهش
تغییر فنی محصول				زیاد	متوسط
میزان سودآوری				منفی	بالا برای رهبران بازار
هزینه جذب و حفظ مشتری				زیاد	متوسط

۱۵-۴-۶-۷. کارت امتیازی متوازن: بر مبنای منظرهای چهارگانه «مالی، مشتری، فرایندهای داخلی و رشد با یادگیری» به شرح جدول ۱۵-۳۰ سنجه‌هایی تعیین خواهد شد تا با استفاده از رویکرد کارت امتیاز متوازن (BSC) مراحل بهبود مستمر و راه کارهای آن در کاهش خطاها، افزایش رضایت مشتری و کاهش زمان فعالیت تحلیل و توصیف شود.

جدول ۱۵-۳۰. وجوه کارت امتیازی متوازن

ردیف	وجوه	توضیح
۱	مالی	برای شناخت نیازمندی‌ها و عملکرد مالی سازمان
۲	مشتری	برای آگاهی از سطح رضایت مشتریان با سنجش‌های کمی و کیفی در مورد کالا یا خدمات ارائه شده
۳	فرایندهای داخلی	ارزیابی فرایندهای مورد نیاز در سازمان برای ارائه محصول
۴	دانش، رشد و یادگیری	نحوه آموزش کارکنان، کسب دانش و چگونگی استفاده از آن، برای حضور و بقاء در بازار رقابتی

روش کارت امتیازی متوازن به «ایجاد ارتباط میان استراتژی سازمان و اقدام‌های اجرایی در زنجیره‌ای از روابط علت و معلولی» کمک می‌کند. کارت امتیازی متوازن ابزاری برای صورت‌بندی استراتژی‌ها و شناسایی سنجه‌های اندازه‌گیری تحقق اهداف و اقدام‌های عملی را روشن می‌سازد و به این ترتیب استراتژی سازمان را به اقدام و عبارت‌های عملیاتی ترجمه می‌کند. در این روش استراتژی سازمان از چهار جنبه کلیدی «مالی»، «مشتریان»، «فرایندهای داخلی»

و «رشد و یادگیری» با یک منطق فازی و برگرفته از قضاوت شهودی که توسط پرسشنامه‌های استاندارد از مدیران و کلیه کارکنان صورت‌بندی می‌شوند. این امر در شش گام به شرح جدول ۱۵-۳۱ انجام می‌گیرد. در ادامه این شش قدم معرفی و بررسی می‌شوند.

جدول ۱۵-۳۱. مراحل اجرای کارت امتیازی متوازن

ردیف	مراحل	توضیح
۱	ارزیابی	فرصت‌های بازار، رقبا، موقعیت مالی، اهداف بلند و کوتاه‌مدت، عوامل رضایت مشتری بر اساس مأموریت
۲	استراتژی	تدوین انواع استراتژی‌های یکپارچگی (رو به جلو، رو به عقب، افقی)، تمرکز، رشد، ثبات و کاهش
۳	هدف‌گزینی	تعیین اهداف جزئی بر اساس استراتژی یا تجزیه استراتژی به اهداف
۴	نقشه استراتژیکی	با استفاده از اطلاعات گام قبل و چارچوب کارت امتیازی متوازن و قرار گرفتن هریک از اهداف در یکی از بخش‌های چهارگانه مدل
۵	ایجاد شاخص	قراردادن اهداف در چارچوب شاخص‌ها و مقادیر هدف
۶	طرح‌ها	تعیین طرح‌ها و برنامه‌ها برای دستیابی به اهداف موردنظر

۱۵-۴-۶-۸. شش سیگما: روشی برای شناسایی مشکلات در هر فرایند و محصول از ساخت تا فروش است. همه افراد سازمان بدون توجه به موقعیت‌سازمانی باید در پیاده‌سازی شش سیگما مشارکت کنند. این روش شامل مجموعه‌ای از فنون و ابزارهای بهبود مستمر برای تمرکز بر فرایندها، تحلیل و مقایسه آن‌ها و تخصیص منابع به فرایندهایی است که نیازمند توجه بیشتر هستند. شش سیگما با تعریف معیارهایی که نشان‌دهنده میزان خرابی در فرایند هستند، امکان مقایسه وضعیت عملکردی فرایندهای مختلف را فراهم می‌آورد و به سازمان برای تصمیم‌گیری در مورد محل تمرکز منابع جهت عملکرد بهتر کمک می‌کند. برای رسیدن به اثربخشی و کارآمدی بالاتر با استفاده از روش شش سیگما از سه مؤلفه اصلی به شرح جدول ۱۵-۳۲ استفاده می‌شود.

جدول ۱۵-۳۲. سه مؤلفه اصلی در شش سیگما

ردیف	مؤلفه	توضیح
۱	راهبرد	تأکید بر مسئولیت مدیر اجرایی
۲	تدبیر	چگونگی عملکرد گروه‌های پروژه در بهبود یک فرایند نیمه‌کاره
۳	فرهنگی	استفاده از مسائل فرهنگی در سازمان برای اجرایی کردن شش سیگما

هدف بنیادی روش شش سیگما اجرای راهبردی مبتنی بر اندازه‌گیری عملکرد است و از طریق اجرای پروژه‌های بهبوددهنده، سعی در کاهش نوسانات فرایند و بهبود آن دارد. این کار به کمک روش‌هایی به شرح جدول ۱۵-۳۳ انجام می‌شود.



جدول ۱۵-۳۳. روش های تکمیلی در شش سیگما برای اندازه گیری عملکرد

ردیف	روش	توضیح
۱	DMAIC	یک سامانه بهبوددهنده فرایندهای خارج از مشخصات عملکردی درخواست از سوی مشتری یا مدیریت
۲	DMADV	یک سامانه بهبوددهنده برای ایجاد فرایند یا محصولاتی جدید با سطح کیفیت شش سیگما
۳	QFD	روش گسترش عملکرد کیفیت و ماشین مترجم «نیازمندی مشتریان» به «مشخصات فنی و مهندسی» یا مبدل تقاضای مشتریان به ویژگی های کیفیت و آماده سازی یک طرح کیفیت برای محصول نهایی (ابزار طراحی TQM و یک فرایند سیستماتیک برای ایجاد تمرکز بر مشتریان)

۱۵-۴-۷. مرحله تصمیم گیری برای تدوین استراتژی

در این مرحله اغلب از «ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی» یا QSPM استفاده می شود. در این روش جذابیت نسبی راهبردها برای اولویت بندی مشخص و بهترین راهبرد به صورت عینی و کمی انتخاب خواهد شد. این ماتریس الگویی به شرح جدول ۱۵-۳۴ دارد.

جدول ۱۵-۳۴. ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی

ردیف	عوامل خارجی و داخلی	ضریب	انواع استراتژی های قابل اجرا					
			استراتژی اول		استراتژی دوم		استراتژی سوم	
			نمره جذابیت	جمع نمره	نمره جذابیت	جمع نمره	نمره جذابیت	جمع نمره
عوامل اصلی خارجی	اقتصادی							
	سیاسی/قانونی/ دولتی							
	اجتماعی - فرهنگی							
	فن آوری							
	رقابتی							
	جمع عوامل خارجی	۱						
عوامل اصلی داخلی	مدیریت							
	بازاریابی							
	امور مالی/ حسابداری							
	تولید/ عملیات							
	تحقیق و توسعه							
	سیستم اطلاعات رایانه							
	جمع عوامل داخلی	۱						
جمع کل امتیاز استراتژی			۲					
			۸-۰		۸-۰		۸-۰	

ستون سمت راست ماتریس شامل عوامل داخلی و خارجی شناسایی شده در مرحله اول یا ورودی است. در ستون ضریب نتایج ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و داخلی نوشته می‌شود. در ستون سمت چپ انواع استراتژی‌های قابل اجرای حاصل از مرحله دوم یا مقایسه نوشته می‌شود. باید برای گزینش استراتژی‌ها و ورود آن‌ها به ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی از قضاوت شهودی مناسب برخوردار بود.

در ستون عوامل بسیار مهم داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل بسیار مهم خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، در نظر گرفته می‌شود. در مورد انتخاب هر یک از این عوامل باید این سؤال پاسخ داد که «آیا این عامل در تعیین یا گزینش راهبردها نقش عمده دارد؟» اگر پاسخ منفی بود یعنی آن عامل نقش مهمی در تعیین و انتخاب راهبرد ندارد و لزومی به درج آن در ماتریس نیست. در ادامه به هر یک از این عوامل داخلی و خارجی وزن یا ضریب داده شود. ضریب‌ها مانند ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی هستند. پس از آن باید نمره جذابیت هر یک از راهبردها را در رابطه با عوامل داخلی و خارجی مشخص کرد. نمره جذابیت نشان‌دهنده توان و قابلیت راهبرد در برخورد مناسب با عوامل داخلی و خارجی است. نمره جذابیت را می‌توان در مقیاسی چهار ارزشی از «بدون جذابیت، تا حدی جذاب، جذابیت معقول و بسیار جذاب» با اختصاص نمراتی از ۱ تا ۴ برای آن‌ها تعیین کرد. مجموع نمره‌های جذابیت نشان‌دهنده جذابیت نسبی هر یک از راهبردها است. سپس نمره نهائی جذابیت از حاصل ضرب اهمیت هر یک از عوامل (قوت، ضعف، فرصت و تهدید) در نمره جذابیت مربوط به هر راهبرد در ستون‌های مختلف ماتریس برنامه‌ریزی راهبرد کمی به دست خواهد آمد. هر راهبرد دارای نمره بیشتر، بیانگر مطلوبیت آن راهبرد نسبت به سایر راهبردها است.

یکی از نقاط قوت ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی این است که می‌توان به ترتیب یا به صورت هم‌زمان مجموعه‌ای از استراتژی‌ها را مورد بررسی قرار داد. با این ماتریس، تعداد نامحدودی از استراتژی‌ها را می‌توان بررسی کرد. از دیگر نقاط قوت آن این است که استراتژیست‌ها، همه عوامل داخلی و خارجی را به صورت یکپارچه در فرآیند تصمیم‌گیری می‌گنجانند. از نقاط ضعف آن هم این است که همیشه به قضاوت‌های شهودی و مفروضات سنجیده نیاز دارد.



روش پژوهش

تحلیل گفتمان

هدف کلی: آشنایی با فرایند اجرای پژوهش تحلیل گفتمان

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم تحلیل گفتمان و انواع رویکردهای آن
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در تحلیل گفتمان
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در تحلیل گفتمان
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در تحلیل گفتمان

مقدمه

تحلیل گفتمان، تجزیه و تحلیل انواع زبان در کاربرد است و می‌کوشد تا نظام و آرایش فراجمله‌ای عناصر زبانی را مورد مطالعه قرار دهد. در این فصل به معرفی این روش پرداخته خواهد شد.

۱-۱۶. مفهوم تحلیل گفتمان

تحلیل گفتمان^۱ تلاشی برای بررسی نظام و آرایش عناصر زبانی در فراجمله یا متن است؛ که از واحدهای زبانی در تبادلات انسانی و زمینه‌های اجتماعی استفاده می‌کند. می‌توان گفت‌مان یا متن را از ابعادی چون «شناسایی چگونگی ساخت متن»، «شناخت رازهای درون متن» و در ادامه «شناسایی رازهای درون انسان و بافت‌های اجتماعی» با رویکردهایی شرح جدول ۱-۱۶ مطالعه کرد.

جدول ۱-۱۶. انواع رویکردهای مطالعاتی در تحلیل گفتمان

ردیف	انواع	توضیح
۱	صورت یا ساختارگرا	تحلیل و توصیف زبان در سطح جمله یا توصیف و تبیین صورت‌گرایانه دقیق برای ساخت‌های زبانی
۲	کارکرد یا نقش‌گرا	تحلیل و توصیف زبان با رویکرد دستور زبان با تأکید بر تولید متن به‌عنوان ابزار ارتباطی
۳	انتقادی	تحلیل و توصیف نقش عواملی چون زمینه تاریخی و انواع نهادهای دارای قدرت در القاء معانی
۴	شناختی	تحلیل و توصیف نقش زبان در تعاملات بین فردی، بین فرهنگی و شناخت

تحلیل گفتمان رویکردی میان‌رشته‌ای با تأکید بر مبانی نظری رشته‌های «زبان‌شناسی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، ارتباطات و علوم شناختی» برای آشکارسازی «روابط و احساسات نهفته در کلمات و متن» یا «معنای کاربردی متن» است (روضاتیان و امیرپور، ۱۳۹۷). این مطالعه از سطح «اطلاعات زبانی شامل توصیف زبان و کاربرد آن» تا «شناخت رابطه جمله‌ها» و «اطلاعات غیرزبانی شامل رابطه بین زبان با فرهنگ و محیط» را در بر می‌گیرد. از مهم‌ترین اهداف تحلیل گفتمان می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲-۱۶ اشاره کرد (بهرام پور، ۱۳۷۸).

جدول ۲-۱۶. مهم‌ترین اهداف تحلیل گفتمان

ردیف	اهداف
۱	نشان دادن رابطه بین نویسنده، متن و خواننده
۲	شناسایی ساختار عمیق و پیچیده تولید متن به معنای «جریان تولید گفتمان»
۳	شناسایی شرایط یا اثر بافت یا زمینه در متن یا گفتمان
۴	شناسایی شرایط تغییرپذیری انواع معناها
۵	چگونگی اثر زبان بر باورها و تعاملات یا برعکس

ریشه تحلیل گفتمان را می‌توان در «رتوریک» در عهد باستان دنبال کرد. البته رتوریک معنای وسیعی دارد و اغلب به «فن مطالعه گفتمان اقناعی خطاب به در حضور جمع» گفته می‌شود. یعنی از اجزای اصلی رتوریک کلاسیک تأکید بر ابزارهای ویژه برای «به‌یادماندن تر و در نتیجه قانع‌کننده‌تر کردن» گفتمان بود. با وجود شباهت‌های تحلیل گفتمان با تحلیل محتوای کیفی، کارشناسان آن‌ها را متفاوت می‌دانند. هرچند اصطلاح «محتوا» در زبان روزمره و در علوم

اجتماعی به معنا و اطلاعات موجود در گفتمان اشاره دارد اما آن‌ها «روش تحلیل محتوا» را برای «ابعاد قابل مشاهده» می‌دانند ولی در «روش تحلیل گفتمان» بر معنای موارد مورد مشاهده تأکید می‌شود (ون‌دایک^۱، ۱۳۸۹).

۱۶-۲. فرایند اجرای پژوهش تحلیل گفتمان

در اجرای پژوهش تحلیل گفتمان فرایندی به شرح جدول ۱۶-۳ را می‌توان دنبال کرد.

جدول ۱۶-۳. فرایند اجرای پژوهش تحلیل گفتمان

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و مشخص کردن رویکرد پژوهشی تحلیل گفتمان
۲	نمونه‌گیری	نمونه‌گیری با ملاحظات خاص نمونه‌گیری در انواع تحلیل گفتمان
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری داده‌های کیفی در تحلیل گفتمان
۴	تحلیل یافته‌ها	با توجه به نوع داده‌های جمع‌آوری شده و مبتنی بر رویکرد کیفی تحلیل گفتمان
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

انتخاب یکی از رویکردهای نظری «صورت‌گرایانه، نقش‌گرایانه، انتقادی و شناختی» یا ترکیبی از آن‌ها برای شروع و در مرحله طراحی پژوهش بسیار مهم است. این انتخاب در هدایت فرایند پژوهش در مراحل «نمونه‌گیری، جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل داده‌ها و در ادامه بحث و نتیجه‌گیری» نقش کلیدی دارد.

۱۶-۳. ملاحظات نمونه‌گیری در تحلیل گفتمان

منابع قابل بررسی در تحلیل گفتمان می‌تواند پیام‌های موجود در انواع اسناد شفاهی و مکتوب مانند «مصاحبه، یادداشت، مقاله، سخنرانی، نقاشی، قوانین، کتاب، فیلم، صورت جلسه، نامه، تبلیغات، شعر، اخبار روزنامه‌ها و امثال آن» باشد. درواقع در این روش اسناد از پیش ثبت یا ضبط شده مورد استفاده قرار می‌گیرند (عقیلی و لطفی حقیقت، ۱۳۸۹؛ بهرام پور، ۱۳۷۸). در بیشتر مواقع می‌توان یک گفتمان معین را تشخیص داد و حدود مرزهای آن را مشخص کرد. برای نمونه می‌توان تشخیص داد که یک تعامل یا رخداد ارتباطی در کجا آغاز و در کجا پایان یافته‌است؛ یا اینکه یک گفتمان یا چند گفتمان برای انتخاب وجود دارد. اما موقعیت‌هایی هم وجود دارد که این امر تا این حدی واضح نیست. هرچند می‌توان به راحتی یک مکالمه را تشخیص داد اما بازنمایی و تشخیص یک بحث طولانی پارلمانی درباره یک مسئله مهم در روزهای متوالی و با قطع و وصل شدن مکرر به سادگی امکان‌پذیر نیست. یعنی آن را یک گفتمان یا چند گفتمان زنجیره‌ای یا مستقل باید در نظر گرفت. در این شرایط به مفاهیم نظری برای تعیین «آغاز و پایان یک گفتگو یا متن، وحدت یا انسجام آن‌ها، روابط بینامتنی میان گفتمان‌های مختلف، نیت‌های سخنگویان یا نویسندگان، فضای ارتباط، زمان، مکان و سایر جنبه‌های زمینه‌ای ارتباط» نیاز است (ون‌دایک، ۱۳۸۹).

در رویکردی دیگر برای ایجاد محدوده مشخص به منظور تعیین جامعه و نمونه در تحلیل گفتمان باید «محدوده را با توجه به متن، بافت و محتوای در بردارنده متن» مشخص کرد. «متن یا Text» مواردی چون «زبان تصویری،

حروف، نماد یا جملات مختلف» هستند اما «بافت یا Texture» شناخت یا احساس برآمده از یک متن از ابعاد مختلف «عاطفی، جهت‌گیری، زیبایی‌شناسانه و امثال آن» از یک متن است. «محتوای دربرگیرنده یا Context» نیز به همه آن عناصر «زبانی، مکانی، زمانی، احساسی و امثال آن» اشاره دارد که متن را در بر دارند و می‌توانند بر معنای آن اثر بگذارند. هر سطح گفتمان، مفاهیم خاص خود را دارد. برای نمونه در معناشناسی «گزاره» اشاره به «یک بند یا جمله» دارد و «دستور زبان گفتمان» بر «ساختار صوری جمله‌ها» تأکید دارد. معناشناسی گفتمان اغلب به بررسی ساختار گزاره‌ها و به‌خصوص رابطه بین گزاره‌ها در گفتمان با تأکید بر «معنای ایجادشده» می‌پردازد. در اغلب سطوح گفتمانی «اصل نسبیت گفتمانی» یا تأکید بر اثرپذیری هر گزاره یک متن یا گفتگو از گزاره‌های پیشین وجود دارد (ون‌دایک، ۱۳۸۹). بنابراین در نمونه‌گیری توجه به هر یک از عوامل اثرگذار در معنای گفتمان نقش مهمی دارد.

شیوه نمونه‌گیری در تحلیل گفتمان می‌تواند در سطوح و ابعاد مختلف «کلمات، عبارات، پاراگراف‌ها، فصول، کتاب‌ها و مانند آن» باشد. «سازه» اجزاء دستوری تشکیل‌دهنده جمله است. برای نمونه جمله «پسر جوان به دانشگاه رفت»، از سه سازه شامل «گروه اسمی یعنی پسر جوان»، «گروه حرف‌اضافه یعنی به دانشگاه» و «گروه فعلی یعنی رفت» تشکیل می‌شود. عنصر واژگانی نیز به‌عنوان یک واحد مجزای معنایی موردتوجه قرار می‌گیرد که اغلب یک کلمه یا بیشتر از آن است. جمله نیز یک واحد دستوری است که اغلب از یک گروه اسمی و یک گروه فعلی تشکیل می‌شود. پاراگراف از چند جمله و عبارت از یک جمله تا چند پاراگراف است.

فرازبان نیز شیوه‌های غیرزبان‌شناختی مؤثر در نشان دادن معنی است که با معنای کلامی همراه می‌شود که ازجمله آن‌ها می‌توان به حرکات دست یا لحن کلام یا اندازه‌ها و تغییر شکل‌ها یا سازه‌های فونت در متن نوشتاری اشاره کرد. موقعیت نیز بر شرایط حقیقی مکانی و زمانی تأکید دارد که زبان در آن به کار گرفته می‌شود. درمجموع برای انتخاب جامعه یا نمونه باید محدوده «متن» و «بافت» آن را مشخص کند.

برای این منظور می‌توان به تناسب از انواع روش‌های نمونه‌گیری «تصادفی و غیرتصادفی» استفاده کرد. نکته مهم در نمونه‌گیری‌های مربوط به متون مورد تحلیل، احتمال قضاوت و سوگیری پژوهشگر است. این امر به‌ویژه در میان متون و دست‌نوشته‌های پراکنده افراد دارای مشکل روانی و برخوردار از تلاطمات شدید دیده می‌شود. برای نمونه در تحلیل گفتمان متون مربوط به فرد دچار افسردگی با شدت و ضعف در مقاطع مختلف زمانی، احتمال وجود تکرار محتوایی یا مطالب ضدونقیض در نوشته‌های او افزایش می‌یابد. بنابراین به‌منظور جلوگیری از افزایش سهم یک مقطع زمانی خاص مانند دوران شدت بیماری یا کاهش آن، نمونه بیشتری از دوران مختلف و بر اساس اطلاع از مقاطع زمانی مربوطه باید استخراج کرد (عقیلی و حقیقت، ۱۳۸۹: ۱۸۳).

نمونه‌گیری در تحلیل گفتمان اغلب هدفمند است و حجم آن می‌تواند نمونه‌ای حاوی چند متن (کمتر از ده مصاحبه) باشد. به این دلیل که موضوع موردتوجه، فرد نیست بلکه «کاربرد زبان و معنا» است. گاه مصاحبه‌های بیشتر باعث زحمت بیشتر و بدون ایجاد زمینه برای غنای تحلیلی می‌شوند. درمجموع حجم نمونه به پرسش‌های پژوهش بستگی دارد. در تحلیل یک متن و اهمیت آن در یک قلمروی اجتماعی خاص، نمونه محدود و تکلیف آن مشخص است. اما در تحلیل انواع متنوع از «گفتمان» به نمونه‌های بیشتری نیاز خواهد بود. بنابراین محدودیتی برای حجم نمونه

وجود ندارد اما پژوهشگر باید به وضوح نحوه انتخاب نمونه را شرح دهد و بر اساس پرسش و روش شناسی اش دلیل این انتخاب را توجیه کند (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۵).

۴-۱۶. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در تحلیل گفتمان

تحلیل گفتمان به دنبال جمع‌آوری جواب‌های دقیق نیست بلکه در تلاش برای «شناسایی افق دید دیگران»، «شناسایی موارد پشت پرده» و «گسترش افق دید موجود» است. بنابراین سؤالات پژوهش بر «تحلیل و تولید معنایی فراتر از بافت متن یا شکل و ساختار» و «معنا با توجه به موقعیت متن یا شرایط و ابعاد ایدئولوژیک» هستند. در اغلب موارد تحلیل روی داده‌های طبیعی با داده‌های جمع‌آوری شده از شرکت‌کنندگان در مراحل به شرح جدول ۴-۱۶ انجام می‌شود.

جدول ۴-۱۶. فرایند جمع‌آوری داده در تحلیل گفتمان

ردیف	مراحل	توضیح
۱	جمع‌آوری نمونه	ساماندهی نمونه انتخاب شده برای جمع‌آوری داده
۲	پیاده‌سازی متن	پیاده‌سازی متن «گفتگوهای روزمره، متون علمی، متن رسانه‌ها، مکالمات یا مصاحبه‌ها» با دقت
۳	کدگذاری	خواندن متن‌های پیاده شده و شناسایی مضامین

باید نظامی برای پیاده‌سازی متن انتخاب شود که امکان تحلیل مصاحبه (هم پرسش و هم پاسخ) را به مثابه تعامل اجتماعی فراهم کند. بنابراین جمع‌آوری داده‌ها باید بر پایه اصولی چون «آماده‌سازی، تجزیه گفتار، جستجوی روابط در جمله و بین عبارات، تبدیل جمله‌ها به واحدهای کوتاه، طبقه‌بندی و رمزگذاری روابط دوگانه جملات و در نهایت تحلیل وابستگی‌ها» استوار باشد. توانایی پژوهشگر در «انتخاب جملات»، «دقت در تدوین» و «سرعت تحلیل‌های اولیه» با «یادداشت‌های دقیق» در طول جمع‌آوری داده‌ها بسیار مهم است.

در مرحله کدگذاری با تقسیم اولیه متن به چند بخش و مقوله، مضامین جدید در حین مطالعه متن جستجو می‌شود. با توسعه شناخت از مضامین می‌توان با بازگشت به داده‌ها، به دنبال نمونه‌های بیشتری رفت. در این فرایند برخی از مضامین کنار گذاشته شده و مضامین جدیدی ایجاد می‌شوند. یک روش این است که به دنبال نقاط بحران و نشانه‌ها یا دال‌های مبتنی بر وجود مشکل گشت. در مواردی مجموعه وسیعی از داده‌ها متنی به صورت الکترونیکی جمع‌آوری می‌شوند که به آن «پیکره» گفته می‌شود که می‌توان آن‌ها را با نرم‌افزارهای کامپیوتری تحلیل کرد.

۵-۱۶. ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش تحلیل گفتمان

برای تحلیل یافته‌ها در تحلیل گفتمان اغلب از روش‌های «توصیفی یا تفسیری» و «انتقادی یا تبیینی» و یا «ترکیب هر دو» به شرح جدول ۵-۱۶ استفاده می‌شود.

جدول ۱۶-۵. روش‌های تحلیل یافته‌ها در تحلیل گفتمان

ردیف	روش‌ها	توضیح
۱	توصیفی یا تفسیری	الف) توصیف و تفسیر کلام در بافت مشخص گفتمان برای درک معنا و مفهوم کلام در حد ممکن ب) توصیف ساختار و کارکرد گفتمان بدون توجه به جریان تولید گفتمان و اثر محیط یا اجتماع
۲	تبیینی	الف) توجه به بافت گسترده‌تر از گفتمان از جمله تاریخ زندگی فردی و جمعی، امیال افراد، جهان‌بینی طرف‌های گفتگو، وابستگی به نهادها و شرایط موجود جامعه ب) توجه به نقش ایدئولوژی‌هایی مانند «قدرت، زور و نابرابری» در گفتمان
۳	ترکیب توصیف و تبیین	ترکیبی از موارد قبل

در روش تحلیل «توصیفی یا تفسیری یا سنتی» پژوهشگر تلاش می‌کند تا بر اساس مطالعه «متون، رسانه‌ها و فرهنگ‌ها» رابطه بین «مؤلف، متن و خواننده» را نشان دهد و مشخص کند چه زمینه‌ها و عوامل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در تولید گفتمان اثر دارند. در روش تحلیل «انتقادی یا تبیینی» کار از سطح توصیف به تبیین متن ارتقا پیدا می‌کند و محدوده پژوهش از سطح بافت موقعیت فرد به سطح کلان جامعه، تاریخ و ایدئولوژی وسعت می‌یابد. یکی از ابزارهای اصلی تحلیل، برش یا انجام «تفسیر مقطعی ژرف» برای یک‌لایه یا مشخصه در میان سایر لایه‌ها یا مشخصه‌ها است. این امر به ایجاد ارتباط بین مؤلفه‌های مختلف در سطوح متفاوت کمک می‌کند. در این راستا تحلیل در دو بعد «هم‌زمان» و «در زمان» به شرح جدول ۱۶-۶ صورت می‌گیرد (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۵).

جدول ۱۶-۶. تحلیل داده‌های گفتمان در دو بعد «هم‌زمان و در زمان»

ردیف	ابعاد	توضیح
۱	در زمان	بررسی یک مشخصه متنی به‌طور مجرد و جدا از سایر مشخصه‌ها
۲	هم‌زمان	بررسی دو یا چند مشخصه به‌طور پیوسته و در ارتباط با یکدیگر (سهم بیشتری دارد)

باوجود الگوهای متنوع در تحلیل یافته‌های تحلیل گفتمان، روش‌های «تقطیع جملات»، «تحلیل همراه با شیوه پاراگراف نقل و مسیر» و «روش تحلیل جامع و کلی» رواج بیشتری دارند. در نگارش یافته‌ها، تجزیه و تحلیل و برش‌های افقی و عمودی، ابزارهایی برای تحلیل «در زمان» و «هم‌زمان» هستند. در «برش افقی» بر تفکیک لایه‌های متنی از یکدیگر و در «برش عمودی» بر یک مشخصه متمایزکننده از یک‌لایه و ربط چند مشخصه با یکدیگر تأکید می‌شود. پژوهشگر در ادامه می‌تواند یافته‌های تحلیل گفتمان را با کسانی که خارج از میدان پژوهش مانند «اجتماع علمی، افراد مرتبط به پژوهش، ارباب رسانه‌های جمعی» در میان بگذارد. پژوهشگر در این فرایند اعمال «توصیف، تفسیر و تبیین» را انجام می‌دهد. برای نمونه طرفداران نظریه «توانش ارتباطی» می‌توانند با هر دو رویکرد «صورت‌گرایی» و «نقش-گرایی» و هم به شکل توصیفی و هم تبیینی به تحلیل محتوای یک گفتمان بپردازند. در بعد «صورت‌گرایی» بر خلاقیت‌های کاربرد زبانی پرداخته می‌شود. اما معناشناسان زایشی در بحث‌های معناشناسی به کاربرد مناسب قواعد زبان و یا به اقتضای کلام توجه نداشتند. آن‌ها با توجه به توانش ارتباطی به تحلیل «ماهیت مقاصد گوینده و شنونده، اهداف، انگیزه‌ها و باورهای گویشوران اطلاعاتی» می‌پردازند (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۵). در تحلیل‌ها توجه به بافت و اثری که در معنای هر جمله یا عبارت دارد، در تحلیل گفتمان موردتوجه قرار دارد.

۱۶-۵-۱. تحلیل توصیفی: تحلیل یافته‌ها با رویکرد توصیفی بر مجموعه ویژگی‌های صوری یک متن بر اساس انتخاب‌های خاص مانند گزینه‌های مربوط به «واژگان و دستور» تأکید دارد. در تحلیل متون، کانون توجه پیوسته بین «آنچه در متن وجود دارد» و «نوع گفتمان یا انواع گفتمان‌های مورد استفاده در متن» در نوسان است. این تغییر و جابه‌جایی در محورهایی به شرح جدول ۱۶-۶ است.

جدول ۱۶-۶. محورهای تغییر و جابه‌جایی کانون توجه در توصیف متن (ایزدی، ۱۳۷۹)

ردیف	محورها	توضیح
۱	واژگان	کلمات واجد کدام ارزش‌های «تجربی، رابطه‌ای، بیانی و استعاره‌ای» هستند؟
۲	دستور	دستور واجد کدام ارزش‌های «تجربی، رابطه‌ای و بیانی» هستند؟

در موارد تحلیلی واژگان می‌توان به «طبقه‌بندی، عبارت‌بندی افراطی، روابط معنایی و امثال آن» توجه داشت. در تحلیل روابط واژگان می‌توان به «نوع رابطه، وجود عبارات دال بر حسن تعبیر و وجود کلام آشکارا رسمی یا محاوره‌ای» اشاره کرد. در تحلیل دستوری می‌توان به «نوع فرایندها و مشارکت مسلط، کنشگری نامشخص، تشخیص فرایندها، فرآیند اسم‌سازی، جملات معلوم یا مجهول، جملات مثبت یا منفی» توجه داشت. در تحلیل روابط دستوری می‌توان وجوه «خبری، پرسشی یا امری بودن» یا «کاربرد انواع ضمیر ما و شما و نحوه استفاده از آن‌ها» یا «نوع، ویژگی‌های مهم وجه بیانی، چگونگی ربط جملات، کاربرد منطقی کلمات ربطی و میزان هم‌پایگی یا وابستگی جملات مرکب» را مورد توجه قرار داد (بهرامپور و شعبانعلی، ۱۳۷۸). در مجموع در هر گفتمان می‌توان از سه محور کلیدی به شرح جدول ۱۶-۷ برای توصیف یا تفسیر متن استفاده کرد.

جدول ۱۶-۷. سه محور کلیدی برای تفسیر یا توصیف متن

ردیف	محورها	توضیح
۱	بافت یا زمینه	تفسیر شرکت‌کنندگان در گفتمان از بافت موقعیتی و بینامتنی
۲	انواع گفتمان	نوع گفتمان مورد استفاده، قواعد، دستور، انسجام جمله‌ای، واژگان، نظام‌های معنایی یا کاربردی و سناریوها
۳	تفاوت و تغییر	تفاوت یا تغییر در خلال تعامل

مرحله تفسیر به‌خودی‌خود بیانگر روابط قدرت و سلطه و ایدئولوژی‌های نهفته در پیش‌فرض‌ها و تبدیل کنش‌های گفتمانی به صحنه مبارزه اجتماعی نیست بلکه برای آن به تبیین نیاز است (بهرامپور و شعبانعلی، ۱۳۷۸). یکی از موارد توجه توصیف بر مبنای قواعد کلی یا ماکسیم‌ها در متن است. این قواعد شامل چهار قاعده اصلی هستند که «اصل همکاری» در گفتمان را شکل می‌دهند. نخست «قاعده کمیت یا اطلاع‌رسانی بدون اضافه‌ی‌اکم‌گویی»، دوم «قاعده کیفیت یا منطبق بودن با حقیقت»، سوم «قاعده ارتباط یا توانایی ارتباطی» و چهارم «قاعده رفتار یا چگونگی بیان رویداد» است (ویدوسن، ۱۳۹۳).

در توصیف نظری می‌توان هنگامی که تأکید بر «صورت شکلی زبان» یا «جنبه‌های زبانی» است، تفکیکی استعاری را میان سطوح گوناگون یا سازه‌ها انجام داد. برای نمونه می‌توان از «بیان» یا سطح ظاهری یا قابل مشاهده شروع و به «شکل، معنا و کنش» برای سطوح عمیق‌تر و زیربنایی‌تر رفت. باوقوف بیشتر نسبت به گفتمان به مثابه کارکرد زبان می‌توان جنبه‌های ارتباطی و تعاملی آن را شناخت. با این نظم تحلیلی پیشنهادی می‌توان کار را از ابعاد ارتباطی و تعاملی آغاز کرد (ون‌دایک، ۱۳۸۹).

۱۶-۵-۲. تحلیل تبیینی: تحلیل تبیینی بر ارائه روابط علی مستدل و مبتنی بر مبانی نظری متقن در مورد پدیده‌های مورد بررسی اشاره دارد. برخی محورهای قابل توصیف و تبیین در تحلیل یافته‌ها در جدول ۱۶-۸ ارائه شده است.

جدول ۱۶-۸. برخی محورها برای تحلیل یافته‌ها در تحلیل گفتمان

ردیف	محورها	توضیح
۱	زاویه دید	«روش نویسنده برای روایت داستان از یک زاویه دید خاص» و نقش آن در ایجاد متن
۲	انسجام	چگونگی چفت شدن معانی جمله‌ها یا گزاره‌ها در یک گفتمان به یکدیگر در دو سطح خرد (مطالعه جملات پی‌درپی) و کلان (معنای کل گفتمان)
۳	کانون توجه	چگونگی تأکید بر معنا و اطلاعات یا چگونگی قرارگرفتن یا نگرفتن در کانون توجه
۴	جفت هم‌جوار	هر جفت پاره‌گفتار در مکالمه که قسمت دوم آن پاسخ قراردادی به قسمت اول باشد (مانند پرسش و پاسخ).
۵	باهم‌آیی	همراهی متداول دو یا چند واژه با هم در شکل‌گیری معنایی مشخص که وابسته به هر زبان خاص است.
۶	توانش ارتباطی	شامل دانش تولیدکننده متن درباره سازه‌های مورداستفاده در ارتباط کلامی و توانایی او در تشخیص «امکان و پردازش مناسب با بافت» برای اثرگذاری متن بر مخاطب هدف
۷	بافت	شامل کل عناصر زبانی یا غیرزبانی احاطه‌کننده فیزیکی یا غیرفیزیکی یک متن و اثرگذار بر معنای آن
۸	کاربردشناسی	مطالعه «ارتباط بین نشانه‌ها و کاربران»، «زبان از نظر کاربران» و «اصول حاکم بر کاربرد ارتباطی زبان»
۹	ارجاع	تحلیل بر مبنای انواع ضمیر «پیش یا پس مرجع» در متن و معنای آن است. «پیش‌مرجع» عناصرزبانی ارجاعی با موضوعات پیشتر مانند «رئیس‌جمهور رسید. او...» است. در این مثال ضمیر او ارجاع به مرجع «رئیس‌جمهور» است. اما «پس مرجع» ضمیری ارجاعی به مرجع‌های پس از خود است.
۱۰	تطابق	نشان دادن هم‌بافت‌های مختلف هر واژه در متن که اغلب نتیجه تحلیل رایانه‌ای یک پیکره واژگانی است.
۱۱	معنادهنده	یا Co-text که کارش ایجاد معنای خاص برای هر کلمه مانند کلید است. «کلید در»، «کلید مسئله»، «کلید صفحه کلید کامپیوتر» با معنادهنده‌هایی چون «در، مسئله و صفحه‌کلید کامپیوتر» معنای خاص خود را دارد.
۱۲	ژانر	نوعی کاربرد زبانی که از طرحواره‌ها و قراردادهای متنی موردقبول یک جامعه گفتمانی پیروی می‌کند.
۱۳	چندبعدی	ترکیب اثرمتقابل متن کلامی با امکانات دیداری و شنیداری متفاوت برای معنی بخشیدن به ارتباط کلامی
۱۴	فراکلامی	عوامل همراه با کلام و متن مانند زبان بدن، لحن یا شکل و فونت نوشتاری
۱۵	پیش‌فرض	مفروضات گوینده یا نویسنده درباره شخص دریافت‌کننده پیام و تأکید بر اطلاعات مشترک در یک موضوع
۱۶	طرح‌واره	ساختارهای ذهنی تصورات درباره واقعیت‌ها یا نوعی پیش‌فرض برای هدایت افکار و قضاوت‌ها در درک متون
۱۷	اصل همکاری	تحلیل بر مبنای تلاش طرفین مکالمه برای رسیدن به هدف ارتباطی با پیروی از قواعد کلی قراردادی در ارتباط
۱۸	مبتدا	تحلیل بر مبنای دانش مشترک تولیدکننده و دریافت‌کننده محتوا با تأکید بر موضوع اصلی محتوا
۱۹	معرفت‌شناسی	شناخت مبتنی بر نظریه دانش حاصل از «دانش فلسفی یا مبتنی بر استدلال عقلی»، «دانش علمی مبتنی بر تجربه علمی» و «دانش عرفانی مبتنی بر شهود و فطرت درونی»
۲۰	معنای تلویحی	معنای دلالت‌کننده بر اساس مواجهه یا واژه مانند تداعی شجاعت با دیدن کلمه شیر یا فریبکاری با دیدن روباه
۲۱	انسجام	با «انسجام درونی یا روابط درون‌متنی» و «انسجام بیرونی یا ارتباط متن‌های مختلف»
۲۲	دانش نظام‌مند	تحلیل بر مبنای دانش تولیدکننده محتوا درباره نظام هر زبان و نحوه رمزگذاری به‌وسیله آن
۲۳	همگرایی ارتباطی	بر مبنای میزان همگرایی ارتباط بین فرستنده و گیرنده بر اساس دانش دو طرف و تبادل معنی آن‌ها
۲۴	اصل کمیت	تحلیل بر مبنای اینکه بیشتر یا کمتر از حد لازم یا موردنیاز اطلاعات ندادن در طرفین گفتمان
۲۵	اصل کیفیت	تحلیل بر مبنای وجود صداقت و نگفتن اشتباهات و اغراق نکردن
۲۶	اصل ارتباط	تحلیل بر مبنای طرح موضوعات در راستای هدف رابطه یا موضوع ارتباط کلامی

۲۷	شیوه بیان	تحلیل بر مبنای واضح بودن پیام و پرهیز از ابهام و کژتابی
۲۸	نگرش	تحلیل بر مبنای رویکرد مثبت یا منفی داشتن نسبت به یک موضوع
۲۹	آشکار بودن	تحلیل بر مبنای «آشکار یا پنهان بودن شخصیت» یا استفاده از «اشارات ضمنی»
۳۰	کنش بیانی	به اجرا در آوردن یک عمل شناخته شده ارتباطی از طریق به کارگیری زبان، برای مثال قول دادن یا هشدار دادن
۳۱	جایگاه	گرایش و دیدگاه تولیدکننده محتوا و گیرنده هنگام دریافت محتوا
۳۲	معنی کاربردی	کاربردشناختی با تأکید بر معنای زبان در کاربرد آن در تولید متن با توجه به تفسیر گیرنده آن
۳۳	مؤلفه معنایی	عناصر معنایی رمزگذاری برای هر واژه مانند رمزگذاری مؤلفه‌های «مؤنث، انسان و فرد» برای واژه «زن»
۳۴	عروض معنایی	معنای گسترش یافته در اثر باهم آیی از یک کلمه به کلمه دیگر و ایجادکننده معنای تحت‌اللفظی منفی یا مثبت
۳۵	رتوریکی	تحلیلی با تأکید بر تمهیدات اقناعی و انواع ساختارهای خاص جلب توجه کننده در همه سطوح گفتمان

۱۶-۶. تحلیل گفتمان صورت‌گرا

این رویکرد بر شکل، صورت و ساختار متن توجه دارد و در آن «گفتمان» واحدی از زبان است که بزرگ‌تر از جمله بوده و در تحلیل گفتمان این واحدها مورد بررسی قرار می‌گیرند. دیدگاه «صورت‌گرایان» در وجود هر انسانی که به زبان خاصی سخن می‌گوید، دستگاه خاصی از دانش تکوین یافته است که به نحوی در ذهن و مغز او به شکلی فیزیکی نمایان می‌شود. چگونگی استفاده از این دانش در گفتار و نوشتار، متأثر از دو عامل اصلی «ادراک و تولید» به شرح جدول ۱۶-۹ است.

جدول ۱۶-۹. عوامل مؤثر در استفاده از دانش در گفتار و نوشتار

ردیف	عوامل	توضیح
۱	ادراک	چگونگی تعبیر و تفسیر محتوای «شنیده شده» یا «خوانده شده»
۲	تولید	آنچه گفته یا نوشته شده و علت آن

صورت‌گرایان زایشی از جمله نوام چامسکی بر «جنبه خلاق کاربرد زبان» تأکید دارند. با این رویکرد استفاده عادی از زبان به طور پیوسته «بدیع»، «نامحدود»، «نسبتاً آزاد از سلطه محرک‌های خارجی یا حالات درونی»، «منسجم» و «مناسب موقعیت‌ها» است. کاربرد زبان «افکاری» را در مخاطب آن بر می‌انگیزد که او احتمالاً آن‌ها را در همان موقعیت‌ها به گونه‌های مشابهی بیان کرده است (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۵). این نوع تحلیل می‌تواند مبتنی بر معرفی کلمات خاص استفاده شده با بار معنایی مثبت یا منفی باشد. در تحلیل گفتار عادی، می‌توان کاربرد صورت‌های جدید زبانی را در تحلیل مدنظر قرار داد. همچنین با برداشت کلی از منظور تولیدکننده محتوا اینکه تا چه حد در انتقال مفهوم موردنظر موفق بوده یا با کاربرد چه محتوایی می‌توانست بهتر به این توفیق دست یابد نیز می‌تواند محوری بر تحلیل صوری یا شکلی باشد.

گفتمان‌کاوی با تأکید بر نحوه کاربرد زبان هنگام «سخن گفتن، نوشتن، شنیدن یا خواندن» است. در این رابطه می‌توان ساختارهای مجرد آواها در گفتمان شفاهی را در نظر گرفت. در این شرایط «چگونگی تلفظ، تأکید آهنگ جمله، بلندی صدا و سایر مشخصه‌های آوایی در ایجاد ساختارهای گفتمان» مورد توجه قرار می‌گیرند. آواها می‌توانند «جملات را به یکدیگر ربط داده، تعیین‌کننده کنش‌های کلامی مانند پرسش یا تغییر سخنگو» باشند. در این رویکرد تحلیلی می‌توان ابعاد بصری گفتمان را هم با توجه به «نشانه‌شناسی به عنوان خواهر زبان‌شناسی» مورد توجه قرار داد.

این امر در دوران ارتباطات چندرسانه‌ای تجزیه و تحلیل بین رسانه‌ای یا چندوجهی ضرورت بیشتری پیدا کرده است. در گفتمان شفاهی، آواها به تنهایی عمل نمی‌کنند و انواع گوناگونی از کنش‌های غیرکلامی مانند «ایماواشاره، حرکات صورت، طرز قرار گرفتن بدن، فاصله سخنگویان، تشویق، خنده و امثال آن» در معنای سخن تأثیر دارند و باید به مثابه بخشی از کل رخداد ارتباطی مورد تحلیل قرار گیرند. خشم تنها در انتخاب لغات یا بلندی صدا، آهنگ و زیروبمی اصوات نمود پیدا نمی‌کند، بلکه در حرکات خشم‌آلود یا در چهره‌ای عصبانی نیز ظاهر می‌شود (ون‌دایک، ۱۳۸۹).

۱۶-۷. تحلیل گفتمان نقش‌گرا

در این رویکرد تحلیل گفتمان تأکید بر مطالعه چگونگی استفاده از زبان بر اساس کارکردهای آن دارد. یعنی از سطح صورت‌گرایی و نظام نشانه‌ای زبان به سطح توجه به زبان به عنوان ابزار ارتباطی برای «تبادل اندیشه و ارتباط بین فردی» می‌رود (آقاگل زاده، ۱۳۸۵). تحلیل گفتمان با دستور زبان در اشکالی مانند «ترتیب واژه‌ها، جمله‌ها، بندها یا سایر خصوصیت‌های جمله» با رویکرد کاربرد و ایجاد معنا صورت می‌گیرد. در سطحی بالاتر چگونگی تأثیرپذیری شکل جمله‌های متن یا گفتگو از جمله‌های پیرامونی مورد توجه قرار خواهد گرفت. در رویکرد گفتمانی به دستور زبان، «خوش ساخت بودن و دستوری بودن جمله‌ها» امری نسبی است. برای نمونه جمله مجزایی که فقط از یک فعل تشکیل می‌شود، نه تنها غیردستوری است، بلکه تا حدی غیرقابل فهم نیز هست. اما اگر این جمله بخشی از زنجیره گفتمانی جمله‌ها باشد، ناکامل بودن آن می‌تواند کاملاً طبیعی باشد. ترتیب لغات یا عبارات در یک جمله اختیاری یا دلبخواهی نیست. هر جمله نسبت به سایر جملات در گفتمان می‌تواند کارکردها یا نقش‌های گوناگونی داشته باشد. در بسیاری زبان‌ها نخستین گروه اسمی هر جمله، اغلب اطلاعاتی را دارد که برای گیرنده به عنوان «اطلاعات کهنه» شناخته شده است. اما بخش‌های بعدی جمله اغلب باید اطلاعات نو یا جدید داشته باشند. ترتیب کلمات می‌تواند با توجه به کارکردهای دیگری چون «تقابل، تأکید یا انتخابی از میان گزینه‌های مختلف» مورد توجه قرار گیرد (ون‌دایک، ۱۳۸۹). در تحلیل تأکید بر «سطح معنا» یعنی معناهای انتزاعی و مفهومی کلمات، جمله‌ها یا زنجیره‌هایی از جملات و کل گفتمان است. زبان‌شناسان اغلب این معانی انتزاعی گفتمان را «بازنمایی معنایی» می‌نامند. زبان‌شناسان و روان‌شناسان شناختی با «رویکردی تجربی نسبت به معنا» اعتقاد دارند که گفتمان در خود واجد معنا نیست بلکه به وسیله کاربران زبان به گفتمان نسبت داده می‌شود. فرایند نسبت دادن معنا همان «فهم، درک مطلب یا تفسیر» است. یعنی «معنا» اغلب به ذهن کاربران زبان مربوط می‌شود. برخی جامعه‌شناسان اعتقاد دارند که این معناها، مشترک و اجتماعی هستند و نباید آن‌ها را تا این حد به ذهن مربوط کرد؛ بلکه باید به تعامل یا گروه‌های اجتماعی در ساختارهای اجتماعی مربوط شوند.

در تحلیل ژانرها علاوه بر الگوهای مورد اشاره با وجود نقش‌های مختلف، الگوی تک نقش مانند سخنرانی‌های یک‌طرفه را هم می‌توان مورد توجه قرار داد. از نمونه رویدادهای کلامی با ژانر تک نقشی می‌توان به سخنرانی‌های مذهبی یا انگیزشی اشاره کرد که با توجه به هدف سخنرانی قابل تحلیل است. در تحلیل‌ها یک «گفتمان منسجم» به

میزان وابستگی آن به واقعیت‌های بافتی، طرح‌واره‌های ذهنی و بینافردي بستگی دارد که مخاطبان با آن در جهان اجتماعی-فرهنگی آشنا هستند (ویدوسن^۱، ۱۳۹۳).

نخستین تلاش مؤثر زبان‌شناسان نقش‌گرای مکتب پراگ در زمینه واج‌شناسی یا شناخت نقش عنصر زبانی بود. از جمله موارد مورد مطالعه در این رویکرد می‌توان به «تقابل نقش»، «مشخصه‌های متمایزکننده»، «تضاد و تقابل میان صداها»، «بارنقش در ارتباط با تقابل واجی»، «نشانداز بودن در مقابل بی‌نشانی یک واج»، «مفاهیم صورت زیربنایی»، «نقش مرزنمایی یا عاطفی»، «مشخصه‌های تکیه، نواخت، کشیدن و دیگر عوامل اثرگذار در یکپارچگی آوایی» اشاره کرد. منظور از نقش عاطفی تأکید بر شاخص‌های دلالت‌کننده «احساس یا حالت خاصی» و اغلب با «تکیه، کشیدن صدا یا زیروبمی در صدا» است. در چنین موقعیت بافتی، واژه‌ها دارای معنی اصلی یا واژگانی‌شان نیستند؛ بلکه بیشتر بیانگر احساس یا حالت‌گوینده نسبت به شخص یا چیز خاصی هستند. با توجه به وجود تنوع استفاده افراد مختلف در استفاده از انواع ظرفیت‌های آوایی در بافت‌های مختلف، باید در توصیف ساخت‌های زبان به نقش عاطفی در کنار نقش توصیفی توجه داشت. از دیگر موارد مورد تأکید زبان‌شناسی نقش‌گرای مکتب پراگ می‌توان به «چگونگی شکل‌گیری مفاهیم در درون ساخت جمله‌های زبان و همچنین میزان بار معنایی نهاد و گزاره بخش‌های سازنده آن‌ها از دید نقش‌گرایانه و روان‌شناختی» اشاره کرد. آن‌ها تأکید کردند که هر واژه در هر بافت خاص معنای خاصی خواهد داشت. این رویکرد همچنین بر این باور است که «صورت بی‌نشان جمله» تحت تأثیر عواملی چون «اطلاعات نو و کهنه»، «برجسته‌سازی»، «ساخت اسنادی»، «ساخت شبه اسنادی»، «مجهول‌سازی» قابل تغییر خواهد بود. یعنی عنصری که در یک جمله تازه یا جدید است در جمله دیگری می‌تواند کهنه باشد. در مجموع نقش‌گراها بر حالت چندنقشی بودن زبان یعنی علاوه بر نقش توصیفی، بر نقش بیان «احساسی یا عاطفی»، «اجتماعی» و «ترغیبی» هم تأکید دارند (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۵).

رویکرد دیگر نقش‌گرایی بر قیاس متن و برخلاف رویه قبل از جزء به کل رسیدن است. به این معنا که زبان طبقه‌ای کلی و نظامی در هم بافته است. بنابراین متن‌های زبانی واقعیت‌هایی انتزاعی هستند که از طریق به‌کارگیری قضایا و نظرات منطقی سودمند و آزمون‌پذیر بر توده‌ای از گفتارهای مربوط به زبانی خاص استنتاج می‌شوند. بر این اساس، نظام روابط ساختی زبان از تجزیه طبقه‌ای متن‌های زبانی از راه تحلیل یا تجزیه نقشی به دست می‌آید. بدین منوال که هر بار متن به بخش‌های کوچک‌تر تجزیه می‌شود و این کار تا تجزیه کامل و مشخص شدن عناصر بنیادین و تجزیه‌ناپذیر زبان ادامه می‌یابد. برخی از پژوهشگران به علت پیچیدگی و انتزاعی و ریاضی گونه بودن آن، استفاده از آن را برای تحلیل زبان‌های طبیعی بسیار دشوار می‌دانند (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۵).

در یکی دیگر از رویکردهای نقش‌گرایی، تأکید بر تعیین نقش‌های زبان در زمینه فرهنگی مورد استفاده است. در این رویکرد اغلب زبان در سه نقش «کاربردشناختی»، «هدایت محیط» و «ادبی» تحلیل صورت می‌گیرد. در واقع معنای عبارت در تک‌تک کلمات نیست بلکه در نقش آن کلمات در عبارت در موقعیت خاص است. «تحلیل بافتی» بر بررسی زبان بر پایه بافت موقعیت با متن زبانی مورد نظر تأکید دارد.

۱۶-۸. تحلیل گفتمان انتقادی

تحلیل گفتمان انتقادی یا تحلیل انتقادی گفتمان یک رویکرد «اجتماعی-سیاسی» به مطالعه کاربرد زبان و معناها در زبان است که به‌طورکلی به دنبال کشف «مفاهیم ایدئولوژیکی و عقیدتی درون متن» با استفاده از «مؤلفه‌های زبان-شناختی» است. در این دیدگاه «گفتمان» گونه‌ای از کردار اجتماعی یا مجموعه‌ای از قراردادهای اجتماعی-فرهنگی برای درک حقیقت به شیوه‌ای خاص و تسلط بر آن است (ویدوسن، ۱۳۹۳). در این رویکرد از زبان‌شناسی، عواملی چون «زمینه تاریخی»، «روابط قدرت و سلطه»، «نهادهای اجتماعی، فرهنگی و ایدئولوژیکی» در متن‌ها اثر دارند یا متن و معانی جدیدی را ایجاد می‌کنند. در این رویکرد زبان آینه‌ای شفاف برای دیدن حقایق نیست، بلکه شیشه‌ماتی است که حقایق را توسط قدرت‌های آشکار و پنهان اجتماعی تحریف می‌کند. در این فرایند، نهادهای دارای قدرت «فرهنگ، اجتماعی و سیاسی» گفتمان‌ها را می‌سازند. این گفتمان‌ها اغلب با کمک نهادهای اجتماعی و ضمن برخورداری از «ایدئولوژی و اهداف خاص» زمینه «پذیرش عمومی بدون مقاومت» و به‌عنوان امری طبیعی را فراهم می‌کنند. به‌عبارت دیگر افراد هدف احساس می‌کنند که آزادانه و به اختیار خود «می‌اندیشند، قضاوت می‌کنند یا تصمیم می‌گیرند» اما در عمل این گفتمان‌ها «شکل‌دهنده و القاء کننده فرهنگ و ایدئولوژی خاص در میان گروه یا جامعه‌ای خاص» هستند. در این راستا دیکتاتورها در بعد داخلی و استعمارگران نوین در بعد خارجی کشورها برای سلطه بر جامعه و جغرافیای موردنظر و اعمال سلطه از ابزار زبان برای همسو کردن و متقاعد کردن افکار عمومی استفاده می‌کنند. نقش پژوهشگر انتقادی در این شرایط برداشتن پرده از صورت ظاهر متن‌هایی است که این نقش را ایفا می‌کنند. این تحلیل‌ها می‌تواند با توجه به محورهای تحلیلی به شرح جدول ۱۶-۱۰ صورت گیرد (حسین‌زاده، ۱۳۸۸).

جدول ۱۶-۱۰. محورهای تحلیل یافته‌ها در تحلیل گفتمان انتقادی

ردیف	محورها	توضیح
۱	مفصل‌بندی	برقرارکردن رابطه بین عناصر پراکنده گفتمان و ایجاد هویتی متعادل
۲	دال مرکزی	استفاده از نشانه جذب‌کننده دیگر نشانه‌های داخل گفتمان و ارائه معنا و هویت به آن
۳	عناصر	دال‌های شناور، سرگردان و بدون هویت و معنا در حوزه گفتمانی
۴	لحظه‌ها	عناصر بیرون آمده از حوزه گفتمانی و قرارگرفته در چارچوب یک گفتمان
۵	حوزه گفتمانی	تعیین محدوده معانی بالقوه در بیرون منظومه گفتمانی
۶	تضاد	حوادث حاصل از رشد خصومت، ضدیت و تکرر در جامعه بدون قابلیت نمادپردازی در نظم گفتمانی
۷	انسداد و توقف	هویت بخشی به نشانه‌ها و تثبیت موقت معنای یک نشانه در گفتمان
۸	تمایزسازی	تمایز یک پدیده از پدیده‌های دیگر و عامل هویت بخشی آن
۹	استیلا	هویت داده‌شده به کارگزاران اجتماعی در یک گفتمان مانند هژمونی سلطه در گفتمان سیاسی آمریکا
۱۰	تفاوت هماهنگ	هماهنگی بین دال‌ها با تفاوت‌ها و تکررها مانند گفتمان سیاه‌پوستان با سفیدپوست و غیر سفیدپوست

در این رویکرد در مواردی گفتمان به‌عنوان جزئی از روند مبارزه اجتماعی در ظرف مناسبات قدرت مورد تحلیل قرار می‌گیرد. تحلیل داده‌ها را می‌توان با نقد بر اساس مقوله‌هایی چون «سلطه، زور، قدرت، مهاجرت، نژادپرستی، تبعیض جنسیتی، نابرابری قومی و غیره» انجام داد. این تحلیل‌های انتقادی با رویکردهای نظری به شرح جدول ۱۶-۱۱ قابل انجام است.

جدول ۱۶-۱۱. انواع نظریه‌ها در تحلیل انتقادی متون

ردیف	نظریه پرداز	توضیح
۱	میشل فوکو	رویکرد پساساختارگرایانه با تأکید بر تبیین نحوه استفاده غیر مشروع از «قدرت جمعی، سلطه و عدم مساوات» در نوشتار و گفتار موجود در بافت اجتماعی و سیاسی
۲	نورمن فرکلاف	رویکرد گفتمان به مثابه کردار اجتماعی
۳	فیسک	رویکرد تحلیل گفتمان نقادانه در سه سطح «واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی»
۴	لاکلا و موف	رویکرد روان‌شناسی گفتمانی با تأکید بر تبیین قابل فهم بودن «فعالیت‌ها و پدیده‌ها» با مجموعه‌ای از عوامل مؤثر در درک معنای اجتماعی «کلمات، گفتارها، اعمال و نهادها» در بافت کلی آن
۵	تئوئی ون دایک	رویکرد اجتماعی - شناختی
۶	روث وداک	رویکرد جامعه - زبان‌شناسی
۷	گانتز کرس و ون لیوون	رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی

در تحلیل یافته‌ها با رویکرد «لاکلا و موف»، مفصل‌بندی بر شیوه‌های اتصال بخش‌ها برای تشکیل یک واحد تأکید دارد. با مفصل‌بندی می‌توان مطالعات فرهنگی را از یک الگوی ارتباطی (تولید/ متن / مصرف / رمزگذاری/ رمزگشایی) به یک مطالعه «زمینه محور» تغییر داد. مواضع دارای تفاوت تا زمان «مفصل‌بندی» به «وقفه یا دال پیرامونی» معروف است. در حوزه گفتمانی نشانه‌های بی‌ارتباط با گفتمان حاضر نیز جای دارند (کوثری و تفرشی، ۱۳۹۵). شکل ۱۶-۱ مدلی انتزاعی از گفتمان‌ها و نظم‌های گفتمانی را نشان می‌دهد.



شکل ۱۶-۱. مدلی انتزاعی از گفتمان‌ها و نظم‌های گفتمانی (کوثری و تفرشی، ۱۳۹۵)

از منظر تحلیل گفتمان انتقادی، مفهوم «ایدئولوژی» برای درک علمی گفتمان، مفهومی کلیدی است؛ زیرا ایدئولوژی «متضمن بازنمود جهان از دید منافع خاص» و ابزار ایجاد و حفظ روابط نابرابر قدرت در جامعه است (فرکلاف، ۱۳۷۹، ۵۳). تحلیل گفتمان انتقادی، قصد آشکارسازی نقش کردارهای گفتمانی در حفظ و بقای جهان اجتماعی در آن دسته از روابط اجتماعی توأم با مناسبات قدرت نابرابر را دارد. هر یک از رویکردها از نقاط قوت و ضعف خاص خود برخوردار است (محسنی، ۱۳۹۱).

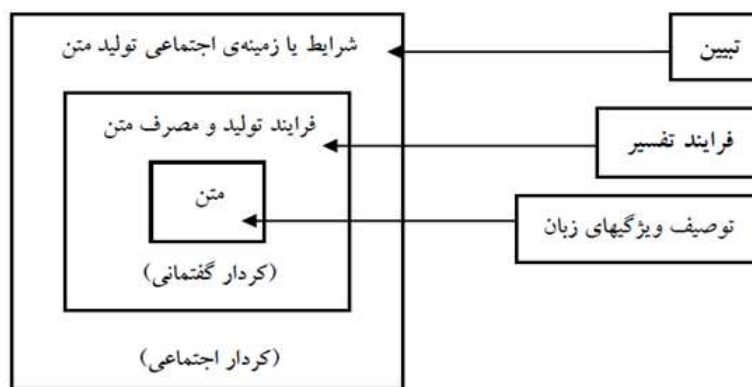
۱۶-۸-۱. رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف

چارچوب فرکلاف برای تحلیل یک فرایند ارتباطی را می‌توان به شرح جدول ۱۶-۱۲ دنبال کرد.

جدول ۱۶-۱۲. چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف

ردیف	محورها	توضیح
۱	متن	تحلیل زبان‌شناختی در قالب «لغات، گرامر، نحو، سیستم آوایی و انسجام و یکپارچگی سازمان» فراتر از سطوح مختلف «جمله» با تأکید بر «ویژگی‌های معنایی و گرامری- لغوی» (با تأثیر دوجانبه آن‌ها بر هم)
۲	کنش گفتمانی	از طرفی فاصله میان جامعه و فرهنگ و از طرف دیگر فاصله میان گفتمان، زبان و متن

در شکل ۱۶-۲ مدل تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف نمایش داده شده است.



شکل ۱۶-۲. مدل تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف

گفتمان به مثابه «متن، کنش متقابل و زمینه اجتماعی» حاوی نکاتی به شرح جدول ۱۶-۱۳ است.

جدول ۱۶-۱۳. گفتمان به مثابه «متن، کنش متقابل و زمینه اجتماعی»

ردیف	محورها	توضیح
۱	متن	متن دارای یک کلیت ساخته شده از مجموعه‌ای از عناصر مرتبط به هم و ایجادکننده گفتمان
۲	کنش متقابل	وابستگی متن یا گفتمان به مجموعه‌ای از عوامل بیرونی مؤثر در فرایند تولید و تفسیر آن
۳	زمینه اجتماعی	تأثیرپذیری متن از شرایط اجتماعی تولید و تفسیر آن (تأکید بر اثرگذاری بیشتر بافت اجتماعی و فرهنگی)

از نظر فرکلاف، توضیح گفتمان به عنوان بخشی از روند فعالیت اجتماعی و بیانگر چگونگی شکل‌گیری گفتمان از طریق ساختارهای اجتماعی و بیان اثرات آن در بازتولید ساختارها است.

۱۶-۸-۲. رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی فیسک

در تحلیل یافته‌های تحلیل گفتمان بر اساس نظریه گفتمان فیسک، سه سطح به شرح جدول ۱۶-۱۴ مورد توجه قرار می‌گیرد.

جدول ۱۶-۱۴. سه سطح تحلیل بر اساس نظریه گفتمان فیسک (کیانی، ۱۳۹۷)

ردیف	محورها	توضیح
۱	واقعیت	رمزهای اجتماعی مانند «ظاهر، محیط، رفتار، گفتار، حرکات سروصورت، صدا و امثال آن»
۲	بازنمایی	رمزهای فنی مانند «روایت، کشمکش، شخصیت، گفتگو، زمان، مکان و امثال آن»
۳	سطح ایدئولوژیک	قرار دادن عناصر سطوح اول و دوم در مقوله‌های انسجام و مقبولیت اجتماعی

از نظر فیسک معنا زمانی ایجاد می‌شود که واقعیت و انواع بازنمایی و ایدئولوژی در یکدیگر ادغام شوند و به نحوی منسجم و ظاهراً طبیعی به وحدت برسند. فیسک رمزها را دارای ساختارهای سلسله مراتبی با امکان تحلیل در سه سطح بر اساس رمزهای «فنی، اجتماعی و ایدئولوژیکی» می‌داند. سطح اول توصیفی و سطح دوم تفسیری (همان معنای اجتماعی رمزها) و سطح سوم یا رمزهای ایدئولوژیک دارای رویکرد تبیینی است.

۱۶-۸-۳. رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی لاکلا و موف

روانشناسی گفتمانی با وجود همپوشانی زیاد با روان‌شناسی اجتماعی، به مسائل کمتر پرداخته‌شده در «روانشناسی اجتماعی زبان» می‌پردازد. این مسائل در قلمرو ساختارها و راهبردهای ویژه گفتمان، از منظر تحلیل گفتمان قابل مطالعه است. روان‌شناسی گفتمانی حول محور زبان و با توجه به ماهیت اجتماعی با علم هرمنوتیک در چارچوب مطالعه زبانی و از راه‌های مختلف در فهم پدیده‌های روان‌شناختی مانند «شناخت، عاطفه، باورها، هویت، ادراکات و انگیزه‌ها» به فهم گفتمان کمک می‌کند. در این رویکرد چارچوب‌های روان‌شناختی در هدایت و پیشبرد فرضیه‌سازی و اجرای موضوعات پژوهش تحلیل گفتمان نقش دارند. روان‌شناسی گفتمانی چارچوبی برای فهم پدیده‌های روان‌شناختی در بستر فرهنگی و اجتماعی است (اسکندری، ۱۳۹۲). در این مسیر با مطالعه نظام فرا جمله‌ای عناصر زبانی و واحدهای زبانی نظیر تبادلات مکالمه‌ای یا متون نوشتاری، کاربرد زبان در زمینه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در یک گام با بررسی و تحلیل، واحدهای بزرگ‌تر از جمله تعریف می‌شود و در گام دوم تمرکز خاص بر چرایی و چگونگی استفاده از زبان صورت می‌گیرد. در گام اول به ساختار یا شکل و صورت متن و در گام دوم به کارکرد متن توجه می‌شود. در اولی، واحد مشخصی از زبان و بزرگ‌تر از جمله تحلیل و بررسی می‌شود اما در دومی جنبه‌های مختلف چگونگی استفاده از زبان با تمرکز روی کارکردهای واحدهای زبانی از جمله رفتار و مقاصد مردم در کاربرد زبان با توجه به معانی «اجتماعی، فرهنگی و موقعیتی» مورد توجه قرار می‌گیرد (بهرام پور، ۱۳۷۹).

۱۶-۸-۴. رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی ون دایک

ون دایک چهار محور متمایز را در تحلیل یافته‌ها به شرح جدول ۱۶-۱۵ مطرح می‌کند.

جدول ۱۶-۱۵. محورهای تحلیل یافته‌ها با رویکرد ون دایک

ردیف	محورها	توضیح
۱	استقلال پیام	بررسی یک پیام رسانه‌ای به عنوان گفتمان تمام‌عیار مستقل
۲	تشریح داده‌های کیفی	البته معیارهای کمی را هم می‌توان در کنار آن استفاده کرد.
۳	ساختارهای معناشناختی	تأکید بر معناشناسی کاربردی به جای شمارش و مقادیر آماری
۴	تحلیل تلفیقی	تلفیق ساختارهای زبانی با بحث‌های زبان‌شناسی و دیگر علل زمینه‌ای

۱۶-۹. ارزیابی کیفیت پژوهش تحلیل گفتمان

گفتمان یا تحلیل انتقادی یک مسئله تفسیری است. در این روش با داده‌های جمع‌آوری شده در طول تحلیل گفتمان مشکلی وجود ندارد. روایی و پایایی این نوع پژوهش به تحلیل منطقی یافته‌ها بستگی دارد. حتی بهترین تحلیل‌های ساخت‌یافته، سوژه‌ای برای ساختارشکنی مطالب هستند. اعتبار تحلیل گفتمان به کیفیت قدرت نطق و بیان وابسته است. یکی از راه‌های ارزیابی اعتبار تحلیل گفتمان توجه به انسجام آن است. وجود بخش‌هایی ناهماهنگ از تحلیل، احتمال پذیرش تحلیل از سوی خوانندگان را کاهش می‌دهد. شاخص دیگر تعیین میزان سودمندی آن تحلیل است که در آن بر ارائه تبیین‌های جدید و کارآمد تأکید می‌شود (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۳). برای بالارفتن اعتبار تحلیل یافته‌ها در تحلیل گفتمان می‌توان به مواردی به شرح جدول ۱۶-۱۶ توجه داشت.

جدول ۱۶-۱۶. محورهای اثرگذار در اعتبار نتایج تحلیل گفتمان

ردیف	محورها	توضیح
۱	تفاوت نگاه	نگاه و برداشت متفاوت انواع انسان‌ها به «متن یا گفتار واحد»
۲	خواندن صحیح	وجود احتمال خطا در خواندن یا برداشت و تفسیر از متن
۳	کل‌نگری متن	لزوم نگاه کل‌نگرانه به معنای متن (معنایی فراتر از ظاهر متن)
۴	بار ایدئولوژی	ختی یا بی‌طرف نبودن متن‌ها
۵	تهدید حقیقت	در هر گفتمانی حقیقت نهفته است اما هیچ گفتمانی دارای تمامی حقیقت نیست.
۶	اثرگذاری نحو	اثر نحو یا دستور زبان در معنای متن یا گفتمان به دلیل معنای اجتماعی و ایدئولوژیک
۷	اثرگذاری زمینه	اثرپذیری معنای گفتمان از بافت یا زمینه اجتماعی و فرهنگی
۸	اثرپذیری از خالق	نقش خالق متن و موقعیت آن در زمینه و موقعیت خاص
۹	رابط به منبع قدرت	ارتباط هر متن به یک منبع قدرت یا اقتدار
۱۰	سطوح گفتمان	برخورداری هر گفتمان از سطوح و انواع خاص

روش پژوهش ترکیبی

هدف کلی: آشنایی با فرایند اجرای انواع پژوهش ترکیبی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم و انواع پژوهش ترکیبی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در پژوهش ترکیبی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در پژوهش ترکیبی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در پژوهش ترکیبی

مقدمه

پژوهش ترکیبی از مسیرهای اجرای متفاوتی تشکیل شده است. در این فصل به معرفی انواع مسیرهای اجرا در روش پژوهش ترکیبی پرداخته خواهد شد.

۱-۱۷. مفهوم روش پژوهش ترکیبی

روش ترکیبی بر ترکیب روش‌های جمع‌آوری داده‌های کمی و کیفی در یک مطالعه تأکید دارد. در این حالت جمع‌آوری داده‌ها می‌تواند به دو شکل اصلی «هم‌زمان یا متوالی» باشد. در طرح ترکیبی هم‌زمان، جمع‌آوری داده‌های «کمی و کیفی» به‌طور هم‌زمان طراحی و اجرا می‌شوند؛ به این معنا که از هر دو روش کمی و کیفی به‌طور هم‌زمان استفاده می‌شود. در طرح ترکیبی متوالی، ابتدا جمع‌آوری داده کمی و سپس کیفی یا برعکس آن طراحی و اجرا خواهد شد. در دسته‌بندی دیگری طرح‌های ترکیبی هم‌زمان و متوالی بر اساس منطق استدلال به دو دسته «قیاسی و استقرایی» تقسیم می‌شوند. طرح‌های قیاسی به اتخاذ رویکرد قیاسی - فرضیه‌ای با تعیین چهارچوب نظری از پیش تعیین‌شده می‌پردازند و هدف آن‌ها نظریه آزمایی با تأکید بر روش‌های کمی است. در طرح‌های استقرایی، رویکرد داده محور و هدف نظریه‌سازی با تأکید بر روش‌های کیفی است. از مهم‌ترین اهداف روش ترکیبی «توصیف و فهم کامل ابعاد چندگانه و پیچیده موضوع» است. بنابراین در روش پژوهش ترکیبی، پژوهشگران عناصر رویکردهای کمی و کیفی را به‌منظور درک عمیق پدیده با هم ترکیب می‌کنند. این ترکیب می‌تواند در کلیه مراحل پژوهش از جمله «جهانبینی‌ها، جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل و تفسیر نتایج» صورت گیرد. این روش با عناوین مختلفی دیگری هم چون «آمیخته، درهم‌تنیده، کمی و کیفی، همسوسازی و امثال آن» در منابع مختلف دیده می‌شود.

۲-۱۷. فرایند اجرای پژوهش ترکیبی

برای اجرای پژوهش ترکیبی فرایندی به شرح جدول ۱-۱۷ وجود دارد.

جدول ۱-۱۷. فرایند اجرای پژوهش ترکیبی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و مشخص کردن نوع پژوهش ترکیبی
۲	نمونه‌گیری	نمونه‌گیری بر اساس نوع پژوهش ترکیبی منتخب
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری داده‌ها با توجه به اولویت یا هم‌زمانی مشخص شده در روش پژوهش ترکیبی
۴	تحلیل یافته‌ها	با توجه به نوع پژوهش ترکیبی انتخاب شده
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

انتخاب هر یک از مراحل اجرای پژوهش ترکیبی به‌طور کامل به نوع پژوهش ترکیبی انتخاب‌شده بستگی دارد. بنابراین پژوهشگر در صورت استفاده از روش پژوهش ترکیبی باید انواع آن را به‌خوبی بشناسد و شرایط لازم برای استفاده از هر یک از آن‌ها را به‌خوبی درک کند.

۱۷-۳. انواع طرح‌ها یا مسیر اجرا در روش پژوهش ترکیبی

مهم‌ترین شاخص‌های ترکیب و اولویت‌بندی در پژوهش ترکیبی در جدول ۱۷-۲ معرفی شده است (کرسول^۱، ۲۰۰۳).

جدول ۱۷-۲. مهم‌ترین شاخص‌های ترکیب و اولویت‌بندی در پژوهش ترکیبی

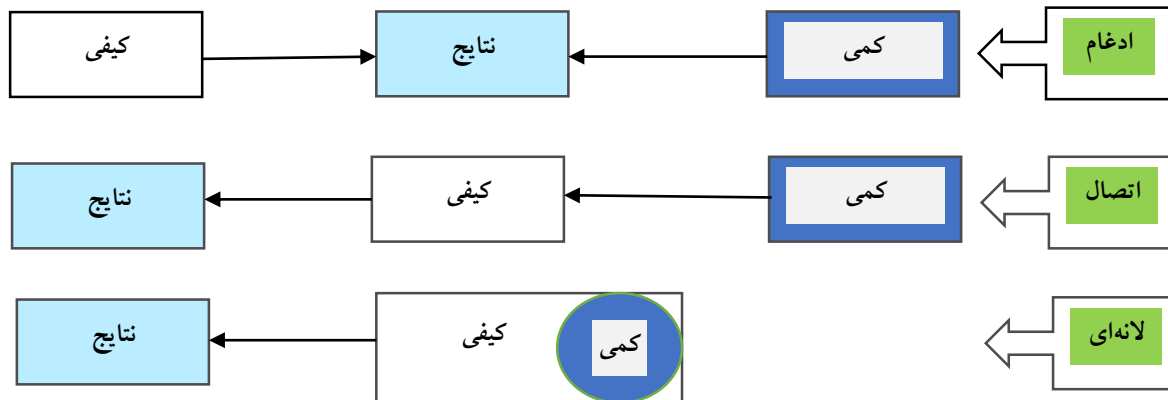
ردیف	شاخص‌ها	توضیح
۱	زمان‌بندی	۱. انجام هم‌زمان
		۲. انجام ترتیبی شامل: الف) شروع با کیفی، ب) شروع با کمی
۲	تأکید	۱. وزن برابر
		۲. وزن نابرابر شامل: الف) تأکید بر کیفی، ب) تأکید بر کمی
۳	نحوه ترکیب	۱. ادغام داده‌ها شامل: الف) ادغام داده‌ها در تحلیل، ب) ادغام داده‌ها در تفسیر
		۲. اتصال داده‌ها شامل: الف) کیفی بر اساس کمی، ب) هدایت کمی به سمت کیفی
		۳. جاسازی داده‌ها شامل الف) جاسازی داده کمی در یک طرح کیفی، ب) جاسازی داده کیفی در یک طرح کمی

انتخاب و اولویت هر یک از این دسته‌بندی‌ها به میزان اولویت یا اهمیت روش کمی و کیفی و توالی استفاده از آن‌ها بستگی دارد. پژوهشگر از نظر زمانی می‌تواند داده‌های کمی و کیفی را به‌طور هم‌زمان جمع‌آوری کند یا اینکه به‌توالی، یکی را ابتدا گردآوری کند و سپس به جمع‌آوری دیگری بپردازد. این انتخاب بستگی به هدف پژوهش دارد. اگر پژوهشگر به دنبال تبیین پدیده‌ای باشد، ابتدا داده‌های کمی و سپس داده‌های کیفی جمع‌آوری می‌شوند تا ابعاد مختلف پدیده با تفصیل بیشتری آشکار شود. در صورتی که هدف مشاهده متغیرهای کمی باشد، ابتدا ابزار اندازه‌گیری با جمع‌آوری داده‌های کیفی ساخته می‌شود. سپس با استفاده از ابزار ساخته‌شده، داده‌های کمی جمع‌آوری خواهد شد. اگر پژوهشگر بخواهد به نحو بهتری به موقعیت نامعین پی ببرد، داده‌های کمی و کیفی را هم‌زمان جمع‌آوری خواهد کرد. انواع روش‌های نحوه ترکیب داده‌ها را می‌توان به سه دسته اصلی به شرح جدول ۱۷-۳ تقسیم کرد.

جدول ۱۷-۳. انواع روش‌های ترکیب داده‌ها

ردیف	انواع	توضیح
۱	ادغام	انجام پژوهش کیفی و کمی و سپس نتیجه‌گیری از داده‌های دو پژوهش
۲	اتصال	ابتدا کمی، سپس کیفی و در نهایت نتیجه‌گیری
۳	لانه‌ای یا جاسازی	داده‌های کمی به‌عنوان بخشی از پژوهش کیفی یا برعکس و در نهایت نتیجه‌گیری

برای درک بیشتر انواع روش‌های ترکیبی می‌توان از شکل ۱۷-۱ استفاده کرد.



شکل ۱۷-۱. انواع روش‌های ترکیب داده‌ها

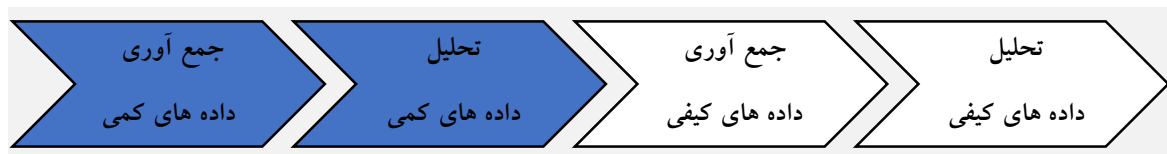
بر مبنای انواع روش‌های ممکن ترکیب داده‌ها چهار نوع طرح «تبیینی متوالی، اکتشافی متوالی، هم‌سازی هم‌زمان»^۱ در روش ترکیبی به شرح جدول ۱۷-۴ قابل اجرا خواهد بود.

جدول ۱۷-۴. انواع طرح‌های پژوهش ترکیبی

ردیف	انواع	توضیح
۱	تبیینی متوالی	دو مرحله‌ای با ابتدا جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کمی و سپس جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی
۲	اکتشافی متوالی	دو مرحله‌ای با ابتدا جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی و سپس گردآوری و تحلیل داده‌های کمی
۳	هم‌سازی هم‌زمان	یک مرحله‌ای با جمع‌آوری و تحلیل هم‌زمان داده‌های کمی و کیفی
۴	جاسازی هم‌زمان	یک مرحله‌ای با جمع‌آوری و تحلیل هم‌زمان داده‌های کمی و کیفی (یک روش در درون دیگری)

۱۷-۴. طرح تبیینی متوالی

این طرح از رایج‌ترین طرح‌های ترکیبی است که طی دو مرحله انجام می‌شود. در مرحله نخست جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کمی و در مرحله دوم جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی صورت می‌گیرد. اغلب برای تشریح و تفسیر نتایج کمی از جمع‌آوری و تحلیل کیفی استفاده می‌شود. در شکل ۱۷-۲ فرایند طرح تبیینی متوالی نشان داده شده است.



شکل ۱۷-۲. فرایند طرح تبیینی متوالی

۱۷-۵. طرح اکتشافی متوالی

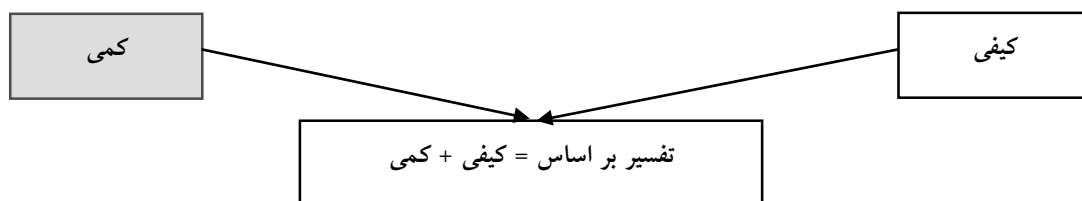
طرحی دو مرحله‌ای است که در مرحله اول، جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی و در مرحله دوم، جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کمی صورت می‌گیرد. برای تعمیم‌یافته‌های با نمونه‌های متفاوت و تولید ابزار مناسب است. شکل ۱۷-۳ طرح اکتشافی متوالی را نشان می‌دهد.



شکل ۱۷-۳. طرح اکتشافی متوالی

۱۷-۶. طرح همسوسازی هم‌زمان (موازی)

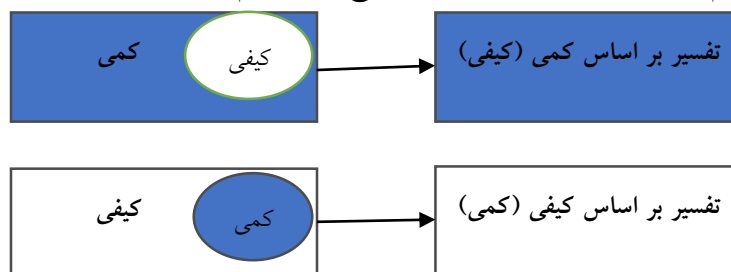
طرحی یک مرحله‌ای و شامل جمع‌آوری هم‌زمان داده‌های کمی و کیفی است که با مقایسه نتایج داده‌ها، تحلیل داده‌ها صورت می‌گیرد. مطالعه روش‌های کیفی و کمی در کنار هم انجام می‌شود و ادغام از مرحله تحلیل یا تفسیر نهایی رخ می‌دهد. شکل ۱۷-۴ طرح همسوسازی هم‌زمان را نشان می‌دهد.



شکل ۱۷-۴. طرح همسوسازی هم‌زمان

۱۷-۷. طرح لانه‌ای یا جاسازی هم‌زمان

طرحی یک مرحله‌ای و شامل جمع‌آوری هم‌زمان داده‌های کمی و کیفی است. در آن یکی از روش‌ها غالب و دیگری در دل آن لانه یا جای گرفته است برای جنبه‌هایی از مطالعه کمی غیرقابل اندازه‌گیری و برای مطالعه گروه‌های مختلف و سطوح متفاوت و برای بررسی سؤالات فرعی و متفاوت مناسب است. برای نمونه در یک پرسشنامه یا جلسه مصاحبه از نوع دیگر داده‌ها هم استفاده می‌شود. شکل ۱۷-۵ طرح لانه‌ای هم‌زمان را نشان می‌دهد.



شکل ۱۷-۵. طرح جاسازی یا لانه‌ای هم‌زمان

۸-۱۷. ویژگی‌های پژوهش ترکیبی

روش‌های پژوهش ترکیبی شامل جمع‌آوری، تحلیل و تفسیر داده‌های کمی و کیفی در یک مطالعه منفرد یا مجموعه‌ای از مطالعات به دنبال بررسی پدیده‌ای بنیانی است. از موارد کاربرد پژوهش ترکیبی در جدول ۵-۱۷ معرفی شده است.

جدول ۵-۱۷. موارد کاربرد روش پژوهشی

ردیف	موارد
۱	موضوعی جدید که نیاز به پژوهش‌های اکتشافی برای توسعه روش‌های جمع‌آوری داده‌ها دارد.
۲	پدیده‌ای پیچیده که نیاز به مطالعه عمیق چندلایه و چندبخشی برای گسترش نظریه و یا به حداکثر رساندن تفسیر و درک دارد.
۳	روشی ابتکاری برای بررسی مسئله‌ای قدیمی
۴	روشی برای افزایش کاربرد مطالعه، مشارکت و نمونه‌برداری
۵	روشی برای ارزیابی صحت سؤالات، دستورالعمل‌های مطالعه یا راه‌حل‌ها و مداخلات
۶	روشی ابتکاری برای حل و فصل یافته‌های متناقض
۷	پیوند اهداف به محتوی مطالعه (پژوهش)

منطق مطالعه باید در اهداف و طرح مطالعه انعکاس پیدا کند. در جدول ۶-۱۷ بخشی از شرایط جاری مورد استفاده برای توصیف اهداف روش پژوهش ترکیبی به محتوی بنیادی مطالعه پیوند داده شده است.

جدول ۶-۱۷. انواع اهداف برای استفاده از پژوهش ترکیبی

ردیف	انواع	توضیح
۱	چند زاویه نگری	روش‌های متفاوت برای اندازه‌گیری پدیده‌ای مشابه به منظور ارتقا، تفسیر و درک
۲	توسعه	نتایج حاصل از یک روش برای کمک به توسعه ابزارهای دیگر، دستورالعمل‌ها، مداخلات یا کاربرد نمونه‌ها
۳	تکمیلی	روش‌های مختلفی برای بررسی ابعاد متفاوت با هدف به دست آوردن شواهد همگرا
۴	آغاز	روش‌های مختلف برای بررسی جنبه‌های متفاوت با هدف به دست آوردن اطلاعات متفاوت
۵	گسترش	بررسی پدیده‌های متفاوت برای گسترش حوزه مطالعه

۹-۱۷. ملاحظات نمونه‌گیری در روش پژوهش ترکیبی

انواع راهبردهای نمونه‌گیری در پژوهش‌های ترکیبی را می‌توان در جدول ۷-۱۷ مرور کرد.

جدول ۷-۱۷. انواع ملاحظات نمونه‌گیری در پژوهش ترکیبی

ردیف	انواع	توضیح
۱	نمونه مشابه	شرکت‌کنندگان مشابه در مراحل کیفی و کمی
۲	نمونه موازی (هم‌زمان)	نمونه‌های متفاوت برای مراحل مطالعه کیفی و کمی با شرکت‌کنندگان مشابه
۳	نمونه لانه‌ای	زیرمجموعه‌ای از کل نمونه مشارکت در مطالعه اضافی
۴	نمونه چند سطحی	دو یا چند نمونه از سطوح مختلف

۱۷-۱۰. ملاحظات تحلیل یافته‌ها در پژوهش ترکیبی

چگونگی ادغام تحلیل‌ها در روش ترکیبی مهم است. برخی از الگوهای تحلیلی در روش ترکیبی به شرح جدول ۱۷-۸ معرفی شده است.

جدول ۱۷-۸ انواع الگوهای تحلیل در پژوهش ترکیبی

ردیف	انواع	توضیح
۱	کاهش داده‌ها	تجزیه و تحلیل موضوعی از پاسخ‌های باز و عوامل تحلیل داده‌های کمی
۲	انتقال داده‌ها	تبدیل داده‌های کمی به کدهای روایتی یا تبدیل داده‌های کیفی به کدهای عددی
۳	ارتباط داده‌ها	ارتباط داده‌های کمی با داده‌های اندازه‌گیری کیفی
۴	تثبیت داده‌ها	ترکیب داده‌های کمی و کیفی برای ایجاد متغیرهای جدید
۵	مقایسه داده‌ها	تجزیه و تحلیل جداگانه اما مقایسه یافته‌ها

در پژوهش ترکیبی، پژوهشگر از ترکیبی از روش‌ها، داده‌ها یا مفاهیم کمی یا کیفی در یک مطالعه پژوهشی منفرد یا در مجموعه‌ای از مطالعات مرتبط استفاده می‌کند. بخش‌های کمی و کیفی پژوهش می‌تواند هم‌زمان یا پی‌درپی برای پاسخ به سؤال پژوهش یا مجموعه‌ای از سؤالات مرتبط هدایت شود.

۱۷-۱۱. ملاحظات انتخاب روش ترکیبی

پژوهشگرانی که می‌خواهند از روش پژوهش ترکیبی استفاده کنند، باید دقت کنند که تنها می‌توانند یکی از این طرح‌های پژوهشی را به کار گیرند. این امر موجب می‌شود که پروژه آن‌ها در یک چارچوب منطقی، کنترل‌پذیر و ساده‌تر اجرا شود. هر پژوهشگر زمانی که می‌خواهد یکی از طرح‌های آمیخته را برگزیند، باید ارزیابی «موضوع پژوهش، تخصص فردی و منابع در دسترس» را مورد توجه قرار دهد. در جدول ۱۷-۹ سؤالات کلیدی برای انتخاب بهترین طرح پژوهش ترکیبی معرفی شده است.

جدول ۱۷-۹. سؤالات کلیدی برای تصمیم‌گیری به منظور انتخاب بهترین طرح پژوهش ترکیبی

ردیف	سؤال برای تصمیم‌گیری	پاسخ مقدماتی	پاسخ جزئی‌تر
۱	انتخاب زمان جمع‌آوری داده‌ها؟	۱. هم‌زمان	
		۲. ترتیبی	۱. کیفی در ابتدا
			۲. کمی در ابتدا
۲	انتخاب اولویت و وزن داده‌ها؟	۱. وزن یکسان	
		۲. وزن متفاوت	۱. تأکید بر روش‌های کیفی
			۲. تأکید بر روش‌های کمی
۳	انتخاب نحوه ترکیب داده‌ها؟	۱. ارتباط داده‌ها	۱. ساخت بر اساس داده کمی
			۲. هدایت داده‌های کمی به سمت داده‌های کیفی
			۱. جاسازی داده‌های کمی در یک طرح کیفی
	۲. جاسازی داده‌ها		۲. جاسازی داده‌های کیفی در یک طرح کمی
			۱. جاسازی نتایج در طی فرآیند تحلیل
	۳. ادغام داده‌ها		۲. ادغام نتایج در طی فرایند توصیفی

انتقال داده‌های کمی به درون داده‌های توصیفی که می‌توانند به‌طور کیفی تحلیل شوند و یا انتقال داده‌های کیفی به درون داده‌های کمی که به‌صورت آماری ارائه می‌شوند. پژوهشگر باید در ابتدای پژوهش، دلیل خود را مبنی بر استفاده از روش پژوهش ترکیبی روشن کند و مشخص نماید که از طرح روش ترکیبی موردنظر به‌دنبال چه چیزی است.

روش مطالعات تطبیقی

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش در مطالعات تطبیقی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم و انواع پژوهش تطبیقی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در پژوهش تطبیقی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در پژوهش تطبیقی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در پژوهش تطبیقی

مقدمه

تطبیق رویکردی مطالعاتی با مراحل مختلف است که مقایسه یکی از اجزا و محور کلیدی آن است. در این فصل به معرفی پژوهش تطبیقی و انواع مسیرهای اجرای پژوهشی در این نوع مطالعات پرداخته خواهد شد.

۱-۱۸. مفهوم پژوهش تطبیقی

پژوهشگران متعددی با استفاده از واژه «تطبیق» در عنوان پژوهشی خود، در تلاش برای ایجاد «جلوه و اعتبار مقایسه» در کار خود هستند. البته آن‌ها باید توجه داشته باشند که «روش تطبیق» با مقایسه تفاوت‌هایی دارد. در مطالعات تطبیقی، هدف فقط «مقایسه کردن» نیست بلکه از کشف موارد تشابه و اختلاف باید به ملاک تشابه یا اختلاف رسید و بر اساس آن مسئله‌ای حل شود. در مطالعات تطبیقی، باید ابتدا مقایسه‌پذیری پدیده‌های موردبررسی اثبات شود. مقایسه جزئی کلیدی از این روش مطالعاتی است که طی آن «دو یا چند پدیده»، «دامنه‌ای مشخص» و «با هدف شناسایی اشتراک یا اختلاف پدیده‌ها» مورد مقایسه قرار می‌گیرند. باید توجه داشت که اصطلاح «رویکرد تطبیق» با اصلاح «روش تطبیقی» تفاوت دارد. رویکرد تطبیقی مبتنی بر مقایسه برای فهم «مشابهت‌ها و تفاوت‌ها» و از قدیمی‌ترین شیوه‌های تفکر در اندیشه اجتماعی است. برای مثال هرودوت به مقایسه جهان یونانی و غیریونانی پرداخت. در سال‌های اخیر پژوهش‌های تطبیقی در حوزه‌هایی چون «علوم تربیتی، علوم سیاسی، حقوق، مدیریت، فلسفه و امثال آن» رو به رشد بوده است. از مهم‌ترین دلایل این گرایش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۱-۱۸ اشاره کرد (معدن‌دار آرانی، ۱۳۹۴).

جدول ۱-۱۸. دلایل گرایش پژوهشگران به روش تطبیقی

ردیف	دلایل	توضیح
۱	استفاده از تجارب	شناخت محورهای موفق و رو به رشد در ابعاد تطبیق و استفاده از تجارب برای جبران عقب‌ماندگی‌ها
۲	گسترش فناوری‌های اطلاعاتی	به‌ویژه اینترنت و دسترسی به انواع بانک‌های اطلاعاتی قابل تطبیق

برخی کارشناسان مبنای «تفکر»، «اندیشه» و «پژوهش» را «مقایسه» می‌دانند. حتی «توصیف‌ها» بر اساس مقایسه است، برای نمونه وقتی ویژگی‌های ظاهری فردی از ابعاد «زیبا یا زشت، بلند یا کوتاه و آرام یا پرخاشگر» بر اساس مقایسه با افراد یا شاخص‌های شناسایی شده صورت می‌گیرد. «روش تطبیقی» بر اساس مقایسه به‌منظور فهم مشابهت‌ها و تفاوت‌ها شکل می‌گیرد. تحلیل روش تطبیقی علاوه بر توصیف و تبیین مشابهت‌ها و تفاوت‌ها شرایط و پیامدهای واحدهای کوچک و بزرگ اجتماعی از خانواده تا ملت‌ها، جوامع و کشورها را در برمی‌گیرد (مک‌کی و مارش، ۱۳۸۴). مهم‌ترین ویژگی‌های که باعث می‌شود تا یک پژوهش به‌عنوان «پژوهش تطبیقی» موردتوجه قرار گیرد، به شرح جدول ۱-۱۸ هستند.

جدول ۱۸-۲. مهم‌ترین ویژگی‌های یک پژوهش تطبیقی

ردیف	ویژگی	توضیح
۱	حداقل دو جامعه	استفاده از داده‌های قابل مقایسه حداقل دو جامعه مجزا مانند دو سازمان، شهر، کشور و امثال آن
۲	رویکرد تفسیری و تبیینی	استفاده از تفسیرهای تاریخی، اجتماعی، فرهنگی یا اقتصادی برای توضیح علل شباهت یا تفاوت میان دو جامعه
۳	رویکرد مناسب جزئی‌نگر	بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌ها نباید فقط در سطح کلان (مانند مقایسه نظام آموزشی دو کشور ایران و ترکیه) باشد؛ بلکه باید پاره‌ای از ویژگی‌های هر نظام (مانند آموزش حقوق شهروندی در نظام آموزشی) نیز مورد توجه قرار گیرد.
۴	تعیین سطوح تطبیق	در ابتدا باید سطوح تطبیق یا مشاهده با ذکر دلایل انتخاب مشخص باشند. از رایج‌ترین واحدهای تطبیق می‌توان به مکانی و زمانی اشاره کرد.
۵	مورد محوری	به جای متغیرمحوری از مورد محوری و سطوح تطبیق در دو محدوده متفاوت بهره می‌گیرد (مانند بررسی جوسازمانی مدارس متوسطه و رابطه آن با رضایت شغلی دبیران در دو استان سمنان ایران و مازندران هند).

با توجه به ویژگی‌های مورد اشاره، پژوهش‌های تطبیقی با سطوح تطبیق مکانی در حد «فرد، کلاس، ناحیه یا استان» در اغلب موارد با روش‌های توصیفی یا آزمایشی قابل اجرا هستند. یکی از ویژگی‌های پژوهش‌های تطبیقی، قابلیت و توانایی گسترده آن برای بهره‌گیری از هر سه روش «کمی، کیفی و ترکیبی» است. با این وجود به سبب ماهیت مفهوم «تطبیق» نگرش غالب در پژوهش‌های تطبیقی اغلب معطوف به روش‌های کیفی است. دلیل این امر را باید در توجه به نقش محوری دو مفهوم «مورد و متغیر» جستجو کرد. اگرچه پژوهش‌های تطبیقی را می‌توان به هر دو گروه «مورد محور» و «متغیرمحور» تقسیم کرد؛ ولی پژوهش‌های مورد-محور بیشتر دارای ماهیتی کیفی و پژوهش‌های متغیر-محور بیشتر کمی هستند. همچنین در پژوهش‌های متغیر-محور، پژوهشگر می‌تواند به آسانی متغیرهای متفاوت را نادیده بگیرد و فقط رابطه میان دو یا چند متغیر معین را با هم بررسی کند. این در حالی است که در پژوهش‌های مورد محور، پژوهشگر با مجموعه‌ای از موردها سروکار دارد که هر یک می‌تواند دربردارنده متغیرهای فراوانی باشد. پژوهش‌های متغیرمحور، ارائه تعمیم درباره روابط میان متغیرها را مدنظر قرار می‌دهند، درحالی‌که پژوهش‌های مورد-محور، پژوهشگر با مجموعه‌ای از موردها سروکار دارد که هر یک می‌تواند دربردارنده متغیرهای فراوانی باشد. پژوهش‌های متغیر-محور، ارائه تعمیم درباره روابط میان متغیرها را مدنظر قرار می‌دهند؛ درحالی‌که پژوهش‌های مورد-محور در پی فهم و تفسیر رخداد‌های مشخص در تعداد اندکی از موارد هستند (راگین و زارت، ۱۹۸۳).^۱ برای نمونه اغلب مطالعات تطبیقی «آموزش و پرورش» پژوهش‌هایی «مورد-محور» و «تحلیلی» هستند که هدفشان تعمیم‌های محدود درباره علل گروهی از پدیده‌های آموزشی بر مبنای تاریخی (زمان‌های تطبیق)، نظری (نظریه‌های آموزش و پرورش تطبیقی) یا اجتماعی (عوامل مؤثر بر نظام آموزشی) است.

۱۸-۲. مراحل اجرای پژوهش تطبیقی

مطالعات تطبیقی، شناخت یک پدیده در پرتو مقایسه است که با توصیف و تبیین نقاط «اشتراک و اختلاف» انجام می‌پذیرد. در اغلب مطالعات تطبیقی مراحل به شرح جدول ۱۸-۳ وجود دارد.

جدول ۱۸-۳. فرایند اجرای پژوهش تطبیقی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و مشخص کردن الگوی مطالعه تطبیقی
۲	نمونه‌گیری	نمونه‌گیری بر اساس الگو و دامنه منتخب تطبیق
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری داده‌ها با تأکید بر فهرست کردن «مشابهت‌ها و تفاوت‌ها در محورهای مرتبط با هدف پژوهش» و به کمک چهار روش «اسنادی، مصاحبه و مشاهده»
۴	تحلیل یافته‌ها	«بررسی علت وجودی مشابهت‌ها و تفاوت‌ها» و «حل مسئله پژوهش با دستیابی به علت آن‌ها»
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

برای انجام پژوهش‌های تطبیقی الگوهای متفاوتی وجود دارد که برخی از مهم‌ترین آن‌ها در جدول ۱۸-۴ معرفی شده است.

جدول ۱۸-۴. انواع الگوهای پژوهش تطبیقی

ردیف	انواع	توضیح
۱	توافق	هرگاه دو یا چند نمونه از یک پدیده تحت بررسی تنها در یک عامل علی (از میان چندین عامل علی ممکن) مشترک باشند، آنگاه آن عامل علی مشترک در همه نمونه‌ها «علت پدیده تحت بررسی» است.
۲	تفاوت	هرگاه دو یا چند نمونه از یک پدیده موردبررسی تنها در یک عامل از مجموعه عوامل با هم متفاوت باشند، آنگاه آن عامل «علت اصلی» اختلاف بین آن‌ها در زمینه پدیده موردبررسی است.
۳	جبر بولی	بهره‌گیری از قواعد حاکم بر جبر بولی
۴	بردی	مبتنی بر چهار گام «توصیف»، «تفسیر»، «هم‌جواری» و «مقایسه»

دو روش «توافق و تفاوت»^۱ از ساده‌ترین روش‌های تطبیقی هستند که برای نخستین بار فیلسوف انگلیسی «جان استوارت میل»^۲ از آن‌ها استفاده کرد. این دو روش صرفاً در سطح توصیف است و «رابطه علت و معلولی» را نشان نمی‌دهد. پژوهشگران باید در ابتدا الگوی مورد استفاده خود را معرفی کنند. برخی پژوهشگران هم‌زمان از دو روش «توافق و تفاوت» استفاده می‌کنند؛ درحالی‌که با توجه به موضوع پژوهش باید تأکید اصلی پژوهشگر، فقط بر وجوه تشابه یا ابعاد تفاوت باشد و تلفیق هر دو حالت بعضاً از بنیانی منطقی و عملی پیروی نمی‌کند. محدودیت‌هایی این دو روش توأم با افزایش پیچیدگی‌های حاکم بر پدیده‌ها و رخدادهای اجتماعی، باعث شد تا پژوهشگران تطبیقی به روش‌هایی همچون جبر بولی روی آورند.

۱۸-۳. الگوی پژوهش تطبیقی توافق

در این روش ساده، پژوهشگر به دنبال شناسایی علت یا علل مشترک در موارد است. سازوکار آن مبتنی بر حذف خواهد بود. برای نمونه پژوهشگری می‌خواهد «علت افت تحصیلی در درس ریاضی را در سه کشور ایران، هند و مالزی»

1. Method of Agreement and Method of Difference
2. John Stewart Mill

بررسی کند. این علل می‌تواند مواردی چون «سختی موضوع درس»، «حجم زیاد کتاب»، «روش تدریس سنتی»، «بهره‌هوشی کم دانش‌آموزان» یا «انگیزه پائین برای یادگیری ریاضی» باشد. در این شرایط باید بین ۵ عامل مطرح‌شده، «علت اصلی» شناسایی شود. برای این منظور از ماتریسی مانند جدول ۱۸-۵ برای بررسی استفاده می‌شود.

جدول ۱۸-۵. نتایج فرضی حاصل از بررسی عامل مشترک در سه کشور برای افت تحصیلی درس ریاضی

ردیف	عامل	ایران	هند	مالزی
۱	سختی موضوع درس	*	-	-
۲	حجم زیاد کتاب	*	*	-
۳	بهره‌هوشی کم دانش‌آموزان	-	*	-
۴	انگیزه روانی ضعیف برای یادگیری	*	-	*
۵	روش تدریس سنتی	*	*	*

بر اساس نتایج جدول از میان ۵ عامل مؤثر بر افت تحصیلی در این سه کشور، فقط عامل پنجم بین نظام آموزشی هر سه کشور مشترک بود. درواقع عامل پنجم، مهم‌ترین متغیر علی و تبیین‌کننده افت تحصیلی در ریاضیات برای هر سه جامعه است. گاهی بیش از یک عامل مشترک شناسایی می‌شود که در این حالت پژوهشگر به همه آن دلایل به‌عنوان علل اصلی بروز یک پدیده خاص در جوامع موردبررسی اشاره می‌کند (معدن‌دار آرانی، ۱۳۹۴).

به‌همین شکل می‌توان نظرات سه نظریه‌پرداز مشهور در حوزه خاصی را به‌صورت تطبیقی بررسی کرد. برای این منظور می‌توان جدول تحلیلی تطبیقی میان سه نظریه‌پرداز در محورهایی به شرح جدول ۱۸-۶ با تأکید بر کشف نقاط مشترک طراحی کرد (مؤسسه مطالعات راهبردی علوم و معارف اسلام، بی‌تا).

جدول ۱۸-۶. نمونه جدول تطبیقی برای مطالعه نظریات چند نظریه‌پرداز

ردیف	شاخص	نظریه‌پرداز اول	نظریه‌پرداز دوم	نظریه‌پرداز سوم
۱	عنوان نظریه			
۲	متن فرضیه نظریه			
۳	موضوع فرضیه، با تعریف و قیود آن			
۴	محمول فرضیه، با تعریف و قیود آن			
۵	مسئله نظریه به حل چه مسئله‌ای می‌اندیشد؟			
۶	پارادایم فرضیه (بستر معرفتی، پیش‌فرض‌ها و مبانی)	پیشینه تاریخی		
		مبنای هستی‌شناسانه		
		مبنای انسان‌شناسانه		
		مبنای معرفت‌شناسانه		
		مبنای ارزش‌شناسانه		

۱۸-۴. الگوی پژوهش تطبیقی تفاوت

در این روش پژوهشگر به دنبال علت یا علل بروز تفاوت‌ها خواهد بود. برای نمونه فرض کنید پژوهشگری می‌خواهد علت عملکرد بهتر دانش‌آموزان هلندی را نسبت به دانش‌آموزان فرانسوی در آزمون‌های بین‌المللی درس ریاضیات

بررسی کند. این علل ممکن است مواردی همچون «آسان بودن محتوای کتاب»، «حجم کم کتاب»، «روش تدریس مدرن»، «بهره‌هوشی زیاد دانش‌آموزان یا انگیزه روانی قوی برای یادگیری ریاضی» باشد. در این حالت نیز ماتریسی را مانند جدول ۷-۱۸ برای مقایسه طراحی می‌شود.

جدول ۷-۱۸. نتایج فرضی حاصل از بررسی عامل عملکرد بهتر در درس ریاضی در دو کشور هلند و فرانسه

ردیف	عامل	هلند	فرانسه
۱	آسان بودن محتوای کتاب	*	*
۲	حجم کم کتاب	*	*
۳	بهره‌هوشی بالای دانش‌آموزان	*	-
۴	انگیزه روانی قوی برای یادگیری	*	*
۵	روش تدریس مدرن	*	*

بنابر نتایج فرضی به‌دست‌آمده، فقط عامل ۳ یا بهره‌هوشی بالای دانش‌آموزان عامل تفاوت میان دو نظام آموزشی است. درواقع عامل ۳، مهم‌ترین متغیر علی و تبیین‌کننده عملکرد تحصیلی در ریاضیات برای هر دو جامعه است. اگر تعداد این دلایل بیشتر بود، باید به همه آن‌ها اشاره می‌کرد. مهم‌ترین تفاوت این روش با روش توافق در این است که این روش از موارد منفی برای تحکیم نتایج بهره گرفته می‌شود. درواقع پژوهشگر «ابتدا شباهت‌ها را مشخص» و سپس «عامل مورد تفاوت را مشخص» می‌کند.

۵-۱۸. پژوهش تطبیقی بر اساس روش جبر بولی

دو روش توافق و تفاوت دارای معایبی هستند که استفاده از نتایج آن‌ها را برای پژوهشگر دشوار می‌کند. از مهم‌ترین این محدودیت‌ها می‌توان از دشواری تعیین علل بالقوه برای بروز یک مشکل یا رخداد آموزشی، مشکل تعمیم و مشکل عدم تعیین رابطه علی یاد کرد. برای رفع این محدودیت‌ها، نخستین بار جامعه‌شناسی بنام چارلز راگین از قواعد حاکم بر جبر بولی برای پژوهش‌های تطبیقی در حوزه مطالعات علوم اجتماعی بهره برد. «جورج بول» در اواسط قرن نوزدهم «جبر بولی»^۱ شامل «جبر منطق یا جبر مجموعه‌ها» را تدوین کرد. برای کاربری جبر بولی در پژوهش‌های تطبیقی، اغلب شناخت کل جبر بولی ضرورت ندارد. درمجموع روش پژوهش تطبیقی با الگوی «جبر بولی» نظام‌مندسازی یک پژوهش تطبیقی بر بنیان‌های عینی و شامل مواردی به شرح جدول ۸-۱۸ است.

جدول ۱۸-۸. مهم ترین گام ها در پژوهش تطبیقی آموزشی با الگوی جبر بولی

ردیف	گام ها
۱	تعیین موضوع پژوهش
۲	انتخاب یک نظریه راهنما با توجه به موضوع و ماهیت پژوهش
۳	تعیین علل یا رخداد موردبررسی بر اساس نظریه راهنما
۴	بررسی شواهد اجتماعی برای تعیین حضور یا غیبت علل
۵	تشکیل جدول ارزش بر اساس حضور و غیبت در موارد مختلف جامعه تحقیق
۶	نوشتن معادلات اولیه
۷	تقلیل معادلات اولیه برای دست یافتن به استنباط های اولیه و نوشتن معادله اولیه یا نهایی
۸	تعیین علل لازم کافی در معادلات نهایی
۹	تفسیر نتایج با توجه به علل لازم و کافی و نظریه راهنما

در مرحله نخست پژوهشگر باید موضوع مورد پژوهش را تعیین کند. آشکار است که موضوع پژوهش باید قابلیت های لازم برای یک پژوهش تطبیقی را دارا باشد. یعنی بتوان دو جامعه را در سطوح مختلف تحلیلی برای مقایسه شباهت ها یا تفاوت ها در نظر گرفت. به این ترتیب یکی از مهم ترین تفاوت های پژوهش تطبیقی با دیگر پژوهش ها یعنی «وجود جوامع متنوع با مورد یا متغیر مورد بررسی» مطرح می شود. در مرحله دوم پژوهشگر باید به انتخاب یک نظریه راهنما با توجه به موضوع و ماهیت پژوهش بپردازد. در این مرحله پژوهشگر باید به طور کامل با نظریه های بنیادین حاکم بر موضوع مورد بررسی آگاه باشد. در مرحله سوم پژوهشگر به تعیین علل مشکل یا رخداد مورد بررسی بر اساس بر اساس نظریه راهنما می پردازد. در مرحله چهارم بررسی شواهد اجتماعی برای تعیین حضور یا غیبت علل مورد توجه قرار می گیرد. تحقق این چهار مرحله مستلزم بینش عمیق پژوهشگر است تا بتواند صحت و سقم هر نظریه را مورد بررسی و سنجش قرار دهد. سه گام بعدی صرفاً مستلزم آشنایی با اصول حاکم بر روش پژوهش تطبیقی با الگوی بولی است. این اصول در جدول ۱۸-۹ معرفی شده است (معدن دار آرانی، ۱۳۹۴).

جدول ۱۸-۹. ده شاخص روش جبر بولی در اجرای پژوهش تطبیقی

ردیف	شاخص	توضیح
۱	داده دو ارزشی	جمع آوری داده ها با مقیاس دو ارزشی مانند دارد/ندارد یا کدهای صفر/ یک
۲	جدول نمایش داده ها	ماتریسی برای مقایسه داده های کیفی
۳	جمع متغیرها	معنای متفاوت علامت جمع در معادله ها با تأکید بر شرط بودن برای ظهور پدیده
۴	ضرب متغیرها	معنای متفاوت علامت ضرب در معادله ها با تأکید بر ظهور معلول حاصل حضور یا عدم حضور مورد
۵	منطق ترکیب	ترکیب علل پیش گفته با رویکردی کل نگرانه
۶	کاهش ترکیب ها	بازشناسی عامل لازم و کافی از علل لازم و ناکافی برای تقلیل ترکیب ها
۷	الزام اصلی	شناسایی الزام یک عبارت بولی برای ظهور دیگری
۸	قانون دومرگان	راه میان بری برای رسیدن به الزام اصلی با نگارش معادله به شکل منفی یا تغییر منطقی علامات
۹	علل لازم و کافی	تفسیر نتایج تحلیل بولی با اصطلاحات شرط لازم و کافی و نمایش انواع مسیر علی منجر به ظهور معلول
۱۰	فاکتورگیری در معادلات	فاکتور گرفتن از عوامل مشترک برای نشان دادن شرایط لازم و شرایط علی معادل

۱۸-۵-۱. استفاده از داده های دوارزشی: در جبر بولی، هر متغیر به صورت دو ارزشی «وجود یا عدم وجود یک صفت» است. برای مثال، «متغیر افت تحصیلی» با توجه به وجود یا عدم وجود یک یا چند صفت مطرح می شود. این

همان مفهوم «مجموعه» است؛ یعنی پدیده‌ها یا عضو یک مجموعه هستند یا نیستند. وجود «متغیر عضویت یک پدیده در یک مجموعه، عدد صفر» و «عدم وجود آن، عدد یک» در سطح مقیاس اسمی می‌گیرد. بنابراین همه متغیرها به‌صورت صفر و یک معرفی می‌شوند. برای یک مرحله جلوتر رفتن و استفاده از «متغیرهای فاصله‌ای» باید هر متغیر را به یک متغیر اسمی چند مقوله‌ای تبدیل و سپس به هر مقوله، صفر یا یک داد.

۱۸-۵-۲. استفاده از جدول ارزش برای نمایش داده‌ها: برای استفاده از جدول بول باید اطلاعات متغیرها را در جدولی مانند جدول ۱۸-۱۰ سامان‌دهی کرد. در این جدول نمونه چهار متغیر و ۱۶ سطر وجود دارد. در این مطالعه نمونه، «افت تحصیلی در درس ریاضی» متغیر وابسته و علل بروز آن متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

جدول ۱۸-۱۰. جدول فرضی ارزش برای افت تحصیلی در درس ریاضی

تعداد موارد	پیامد / متغیر وابسته (افت تحصیلی در ریاضی) F	شرایط / علل (متغیرهای مستقل)		
		سختی محتوای کتاب C	روش تدریس سنتی B	بهره‌هوشی پائین دانش‌آموزان A
۵	۰	۰	۰	۰
۲	۱	۰	۰	۱
۳	۱	۰	۱	۰
۱	۱	۰	۱	۱
۲	۱	۱	۰	۰
۱	۱	۱	۰	۱
۱	۱	۱	۱	۰
۳	۱	۱	۱	۱

۱۸-۵-۳. جمع متغیرها: پس از تهیه جدول حالا می‌توان «معادلات جبر بول» را نوشت. معادله در حالت کلی برای

متغیرهای مؤثر در «افت تحصیلی در درس ریاضی» به این شکل می‌شود: $A+B+C=F$

در معادله بول «علامت جمع متغیرها» با «جمع در معنای ریاضی» تفاوت دارد؛ یعنی «حسابی» نیست و علامتی منطقی به معنی «یا» است. بر این اساس معنای معادله نوشته شده این است که A یا B یا C یا هر دو یا سه متغیر می‌توانند F را ایجاد کنند. از دیدگاه «راگین» در جهان واقعی ترکیبات علی گوناگون می‌توانند معلول واحدی را ایجاد کنند. نحوه نوشتن حروف در معادله به این صورت است که «اگر متغیری در ایجاد پیامد/معلول حاضر باشد آن را با حروف بزرگ» و «اگر غایب باشد با حروف کوچک» نوشته می‌شود. از سوی دیگر جمع متغیرها بدین مفهوم است که اگر حتی یک علت وجود داشته باشد، برای ایجاد معلول کفایت می‌کند. برای مثال، افت تحصیلی می‌تواند هم ناشی از دشواری کتاب درسی باشد و هم بهره‌هوشی کم‌فراگیر، ولی وجود یکی از این دو عامل برای تحقق یافتن آن کفایت می‌کند.

۱۸-۵-۴. ضرب متغیرها: «ضرب بولی» نیز یک عمل ریاضی نیست و به ترکیب خاصی از شروط علی اشاره دارد. یعنی علل فقط روی معلول اثر نمی‌گذارند، بلکه روی یکدیگر نیز تأثیر دارند. این اثر متقابل به‌صورت ضرب متغیرها نشان داده می‌شود. در مثال بالا، با فرض سه متغیر، ۷ ترکیب علی ضرب متغیرها به‌صورت زیر نشان داده می‌شود.

$$F = Abc + aBc + abC + ABc + AbC + aBC + ABC$$

هر یک از هفت عبارت یک ترکیب خاص از شرایط علی را که حداقل در یکی از موارد مشاهده شده است، نشان می‌دهد. بنابراین در معادله بالا، علامت + به معنای «یا» و علامت ضرب به معنای «و» است. درباره مثال می‌توان گفت افت تحصیلی ریاضی در معادله با «علامت جمع» زمانی رخ می‌دهد که یکی از علل سه‌گانه وجود داشته باشد و علامت ضرب، زمانی رخ می‌دهد که این عامل و آن عامل وجود داشته باشد.

۱۸-۵-۵. منطق ترکیب: منطق حاکم بر روش بولی، «ترکیبی» است؛ یعنی «علل در ترکیب با هم» به صورت یک کل عمل می‌کنند. پس معنای عبارت Abc این نیست که فقط A منجر به F می‌شود؛ بلکه به این معنی است که A در شرایطی که b و c نیستند، منجر به F یا افت تحصیلی ریاضی می‌شود. بنابراین در این مقایسه کیفی، علل درون یک زمینه متأثر از «حضور و غیاب سایر شرایط» مورد توجه قرار می‌گیرند. بنابراین پژوهشگر تطبیقی باید با عنایت به نظریه مورد استفاده و شواهد اجتماعی - فرهنگی، حضور یا فقدان یک مشکل در جوامع مورد مطالعه بررسی را انجام دهد.

۱۸-۵-۶. تقلیل ترکیب‌ها: برای کاهش پیچیدگی می‌توان ترکیب متغیرها را کاهش داد. در مثال با وجود ۳ متغیر، ۷ ترکیب به دست آمد و برخی از ترکیبات صفر هستند. حال اگر تعداد متغیرها افزایش یابد، تعداد ترکیبات بیشتر خواهد شد. با ۵ متغیر تعداد ترکیبات ممکن ۳۲ و کار تطبیق دشوارتر خواهد شد. اما در جبر بولی راه برای به حداقل رساندن ترکیبات معنادار از طریق ادغام آن‌ها وجود دارد. برای مثال ادغام دو عبارت Abc و ABc می‌توان نتیجه گرفت که Ac عنصر مشترک است. لذا اگر ۷ عبارت بالا را در هم ادغام کنیم، ترکیبی مختصرتر از علل به دست می‌آید. ۷ ترکیب را می‌توان به شیوه زیر به ۵ ترکیب معنادار کاهش داد:

ترکیب ABc با Abc می‌دهد Ac

ترکیب Abc با AbC می‌دهد Ab

ترکیب aBc با aBC می‌دهد aB

ترکیب abC با AbC می‌دهد bc

ترکیب abc با aBC می‌دهد aC

در عمل تقلیل، هدف آن است که عامل (علل لازم و کافی) را از عامل خنثی (علل لازم ولی نه کافی) بازشناخت. برای مثال در ترکیب ABC با Abc که می‌دهد AB ، C شرط لازم است نه کافی، زیرا در افت تحصیلی برخی موردها حضور داشته است (ABC) و در افت تحصیلی بعضی دیگر از موردها بی‌تأثیر بوده است (ABc). پس C شرط لازم است نه کافی. ۵ ترکیب بالا را می‌توان دوباره به صورت زیر کاهش داد:

$$F=AB+AC+BC$$

۱۸-۵-۷. استنتاج و استنتاج اولیه: هنگامی یک عبارت منطقی از عبارت منطقی دیگر استنتاج می‌شود که عضویت در عبارت اول، زیرمجموعه عضویت در عبارت دومی باشد. برای مثال Abe از A استنتاج می‌شود، زیرا A دربرگیرنده همه اعضای Abc است. به بیان دیگر Abc زیرمجموعه A است. در مثال اگر A دربردارنده نظام‌های آموزشی دارای دانش‌آموزان با بهره‌مندی پائین باشد، اما با «روش تدریس مدرن» و «دشوار نبودن محتوای کتاب» می‌توان گفت Abc از A استنتاج می‌شود. مفهوم استنتاج اگرچه آشکار است، اما ابزاری مهم برای خلاصه کردن عباراتی است که به صورت

جمع حاصل ضرب‌ها هستند. لذا برای دست‌یافتن به استنتاج اولیه می‌توان فرمول $F=AB+AC+BC$ را به استنتاج‌های اولیه‌اش تقلیل داد.

ترکیب AB با AC می‌دهد A

ترکیب AB با BC می‌دهد B

ترکیب AC با BC می‌دهد C

بنابراین استنتاج‌های اولیه ما همان A و B و C هستند و لذا معادله به این صورت در می‌آید: $F=A+B+C$

معنای این معادله این است که اگر هرکدام از عامل‌ها «به‌تنهایی یا همراه با دیگر عوامل» وجود داشته باشد، افت تحصیلی در ریاضیات نیز وجود خواهد داشت. با مرور جدول مشاهده می‌شود که در کشورهایی که فقط یک عامل حضور دارد، افت تحصیلی رخ می‌دهد. مفهوم سخن این است که در پژوهش‌های تطبیقی هر یک از سه عامل می‌توانند به‌عنوان شرط لازم و کافی سبب ایجاد تغییر در وضع نظام آموزشی شوند و ثانیاً ترکیب عوامل با هم نیز همان اثر را خواهد گذاشت.

۱۸-۵-۸. کاربرد قانون دو مورگان: برای رسیدن به استنتاج‌های اولیه و کاهش ترکیبات علی به‌روش بالا نیز می‌توان از قانون دومورگان استفاده کرد. این قانون از نام ریاضی‌دان انگلیسی «اگوستوس دومورگان» به‌عنوان مبدع آن گرفته شد. قانون وی با دو قاعده اجرا می‌شود. نخست معادله را به‌صورت منفی «مانند عدم افت تحصیلی در ریاضی» نوشته می‌شود و در آن «علل حاضر، غایب» و «علل غایب، حاضر» خواهند شد. یعنی A به a و B به b تبدیل می‌شوند. دوم علامت منطقی «و» را به «یا» یعنی علامت ضرب به جمع تبدیل می‌شود. برای مثال می‌توان دو قاعده را در خصوص معادله $F=AC+Bc$ به‌کار برد و آن را به این صورت نوشت:

$$F = (a+c)(b+c)$$

$$F = ab + ac + bc$$

با توجه به مثال «افت تحصیلی ریاضی» زمانی رخ نمی‌دهد که: الف) بهره‌هوشی دانش‌آموزان پائین نباشد «و» روش تدریس سنتی نباشد. «یا» ب) بهره‌هوشی دانش‌آموزان پائین نباشد «و» محتوای درسی دشوار باشد. «یا» ج) روش تدریس سنتی نباشد «و» محتوای کتاب درسی سخت نباشد. طبیعی است که ترکیب ac فقط به‌نظر متناقض می‌آید، چراکه وقتی دانش‌آموزان بهره‌هوشی بالایی دارند، حتی اگر محتوای کتاب ریاضی دشوار هم باشد، افت تحصیلی رخ نخواهد داد. بنابراین قانون دومورگان میانبر قانع‌کننده‌ای برای خلاصه کردن موارد منفی است.

۱۸-۵-۹. علت‌های لازم و کافی: یکی دیگر از ابعادی که باید در جبر بولی مدنظر پژوهشگران تطبیقی قرار گیرد، مفاهیم «علل لازم» و «علل کافی» به شرح جدول ۱۸-۱۱ است.

جدول ۱۸-۱۱. انواع علت‌های لازم و کافی

ردیف	علت‌ها	توضیح
۱	علت لازم و کافی	اگر تنها علت و نه در ترکیب با دیگر علل باعث بروز یک رخداد باشد (مانند بهره‌هوشی پایین فراگیر).
۲	علت کافی و نه لازم	اگر بتواند سبب بروز رخدادی شود ولی تنها علت با چنین قابلیت نباشد (مانند محتوای دشوار کتاب ریاضی).
۳	علت لازم ولی ناکافی	اگر بتواند در ترکیب با بقیه علل سبب پیدایش رخدادی شود و در همه ترکیب‌هایی که به پیدایش آن رخداد ختم می‌شود حضورداشته باشد (در مثال افت تحصیلی، هیچ‌یک از سه علت لازم ولی ناکافی نبودند).

در معادلات آماری برای مثال در رگرسیون چند متغیره به سختی مشخص می‌شود که کدام علت لازم و کدام علت کافی است. اما تفسیر این موضوع در جبر بولی و معادلات آن ساده است، چراکه پنج حالت در این معادلات محتمل است.

الف) هیچ علتی به تنهایی لازم یا کافی نیست. $F=AC+Bc$

ب) C لازم است اما کافی نیست. $F=AC+BC$

ج) هم A و هم C لازم هستند اما کافی نیستند. $F=AC$

د) A کافی است اما لازم نیست. $F=A+Bc$

ه) B هم لازم است هم کافی $F=B$

اگرچه این مثال‌ها بسیار ساده هستند اما به روشنی نشان می‌دهند که روش بولی به شدت با نظام واژگان علیت «لازم و کافی» سازگار است. درواقع این ویژگی ارزش آن را به مثابه ابزاری برای تحلیل تطبیقی افزایش می‌دهد. به‌ویژه در پژوهش‌هایی که رخدادهای یکسان یا مشابهی در موردی رخ داده باشند (بروز افت تحصیلی در سه کشور یا چند جامعه مختلف).

۱۸-۵-۱۰. فاکتورگرفتن از عبارات جبر بولی: در معادلات جبر بولی می‌توان از عوامل مشترک فاکتور گرفت تا معادلاتی ساده‌تر به دست آید. منطق این فاکتورگیری چندان با فاکتورگیری در جبر معمولی تفاوت ندارد. برای مثال این معادله را در نظر بگیرید: $F=AB+AC+AD$ این معادله را با فاکتور گرفتن می‌توان این‌چنین نوشت: $F=A(B+C+D)$ در معادله بالا B، C و D از نظر علی معادل هستند و در ترکیب با A یک نتیجه یا معلول را به وجود می‌آورند (F). فاکتورگیری فقط برای نشان دادن علت لازم نیست، بلکه نشان می‌دهد که کدام علت‌ها به لحاظ علی، معادل یکدیگر خواهند بود (معدن‌دار آرانی، ۱۳۹۴).

۱۸-۶. پژوهش تطبیقی بر اساس الگوی بردی

یکی از الگوهای رایج برای مطالعات تطبیقی الگوی جرج بردی^۱ با رویکرد کیفی است. در این الگو با توجه به ماهیت و نوع مطالعه بررسی تطبیقی در چهار مرحله «توصیف، تفسیر، هم‌جواری و مقایسه» به شرح جدول ۱۸-۱۲ صورت می‌گیرد.

جدول ۱۸-۱۲. مراحل اجرای الگوی بردی در مطالعات تطبیقی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	توصیف	آماده‌سازی پدیده‌های پژوهش بر اساس شواهد و اطلاعات یادداشت‌برداری شده همراه با تدارک یافته‌های کافی
۲	تفسیر	بررسی و تحلیل اطلاعات توصیف‌شده در مرحله اول
۳	هم‌جواری	طبقه‌بندی و کنار هم گذاشتن اطلاعات حاصل از مراحل قبل به منظور ایجاد چارچوب مقایسه شباهت‌ها و تفاوت‌ها
۴	مقایسه	بررسی مسئله پژوهش با توجه به مقایسه جزئیات شباهت‌ها و تفاوت‌ها و پاسخ به سؤالات پژوهش

در مطالعات این بخش ابتدا داده‌های موردنیاز درباره موضوع یا جامعه موردی بررسی از منابع گردآوری و تفسیر می‌شوند. در گام بعد داده‌ها طبقه‌بندی شده و در آخرین مرحله با توجه به هدف اصلی این نوع مطالعه، شباهت‌ها و تفاوت‌ها موردبررسی و مقایسه قرار می‌گیرند.

بر اساس این روش، پژوهشگر فقط روی بررسی اعمال و اقدامات در حوزه موردبررسی و در محدوده تعیین شده متمرکز می‌شود و هم‌چنینی در چندین فعالیت مرتبط با موضوع، شخصاً حضور پیدا می‌کند تا بتواند با شناخت دقیق به یک اصل کلی در زمینه موردی خاص مانند «نظام آموزشی مورد مطالعه» برسد.

۱۸-۷. ملاحظات نمونه‌گیری در پژوهش تطبیقی

روش تطبیقی با مقایسه پدیده‌ها در واحدهای «کلان و خرد» می‌پردازد. در واحد کلان پدیده‌ای مانند تمدن‌ها با متغیرهای متعدد و زیادی بررسی می‌شوند و در واحد خرد تعداد پدیده‌ها افزایش اما متغیرهای کمتری بررسی خواهد شد. بنابراین در «مطالعه تطبیقی کمی^۱ تعداد موارد یا نمونه موردبررسی زیاد» و در «مطالعه تطبیقی کیفی^۲ تعداد نمونه محدود» است. در مطالعه کمی تطبیقی پژوهشگر در قالب استراتژی قیاسی در پی آزمون نظریه موردنظر است و حرکت از نظریه به سمت تحلیل داده‌های مرتبط و در خدمت نظریه در جریان است. این در حالی است که در تحلیل تاریخی-موردی، ابتدا واقعه‌ای مشاهده می‌شود، آنگاه واقعه مذکور در متن تاریخی معین قرار می‌گیرد و فرایند تاریخی و سلسله حوادثی جستجو می‌شوند که به تولید آن واقعه منجر شده‌اند.

در مطالعه تطبیقی کیفی موردی، نظریه‌پردازی و دسترسی به الگوها و مدل‌های نسبتاً عام مطرح است که نمونه‌ای از آن را می‌توان در کار «جان فوران» دید. بر اساس دستگاه نظری فوران که مبتنی بر رهیافت چند علتی است، برای این که یک انقلاب اجتماعی موفق شکل بگیرد باید پنج عامل علی با هم ترکیب شوند. او این نظریه را با روش تطبیقی و مقایسه بین کشورهای منتخب آزمون کرد (غفاری، ۱۳۸۸).

در مقایسه سنتی وقتی تعداد موارد اندکی افزایش می‌یابد، کار مقایسه‌های متعدد برای یافتن شرایط لازم و کافی بروز پدیده‌ها دشوارتر می‌شود. برخی کارشناسان اعتقاد دارند که می‌توان تا ۲۵ مورد را با هم مقایسه کرد. حجم واحدها یا نمونه‌های موردبررسی از نکات اساسی این نوع پژوهش است که در مطالعه تطبیقی کمی با نمونه زیاد و در شکل کیفی با تعداد محدود، تفسیر و تبیین صورت می‌گیرد. در روش تطبیقی موردی، چند مورد می‌توانند در قالب واحدهای کلان، میانی و خرد با هم مقایسه شوند. از این لحاظ ممکن است به صورت گسترده، متغیرهای مربوط به آن‌ها هویت‌های متنوعی اختیار کنند. اغلب با بزرگ شدن موردها، که متشکل از واحدهای کلان مانند تمدن‌ها هستند؛ از حجم و تعداد آن‌ها کاسته می‌شود. این در حالی است که به تعداد متغیرهای مربوط در این واحدها افزوده می‌شود، زیرا واحدهای بزرگ و کلان مستعد پوشش دادن متغیرهای متعددی هستند و البته با محدود شدن گستره واحدها، متغیرهای کمتری را تحت پوشش قرار می‌دهند.

1. Quantitative Comprative
2. Qulitative Comprative

۱۸-۸. ملاحظات برای جمع‌آوری داده‌ها

بسیاری از پژوهشگران مورد انتخاب‌شده را با کشور خود یا یک تیپ ایدئال نظری مقایسه می‌کنند. برای جمع‌آوری داده‌ها، مهم‌ترین نکته تعیین حوزه مورد مطالعه و سپس جمع‌آوری داده‌ها از چهار روش «اسنادی، مصاحبه، مشاهده و مصاحبه با خبرگان» است. اسناد و مدارک جمع‌آوری‌شده از حداقل دو جامعه، مورد استفاده قرار می‌گیرند تا توصیف و تبیینی از «مشابهت‌ها، تفاوت‌ها و شرایط پیامدها و نکات مبهم و پنهان» را نشان دهند. برای شناسایی تشابهات و تمایزهای واقعی می‌توان از سؤالاتی به شرح جدول ۱۸-۱۳ بهره گرفت.

جدول ۱۸-۱۳. سؤالاتی برای شناسایی تشابهات و تمایزهای واقعی

ردیف	سؤالات
۱	سؤال و مسئله مورد بحث چیست؟ با چه خلل یا رخنه‌ای مواجه بوده‌اند که برای رفع آن اقدام به تولید فکر شده است؟
۲	پیشینه معرفتی این مسئله و این بحث چیست؟
۳	پارادایم حاکم بر بحث چیست؟
۴	مبادی تصویری و تصدیقی آن کدام است؟
۵	رویکردهای به کار گرفته کدام‌اند؟
۶	از چه ادله‌ای استفاده شده است؟
۷	چه روشی به کار گرفته است؟
۸	از چه ابزاری برای کشف حقیقت استفاده شده است؟
۹	لوازم و آثار و نتایج نظریه ارائه شده چیست؟
۱۰	نظریات مشابه و نظریات رقیب چه مواردی هستند؟
۱۱	از چه ادبیاتی استفاده شده است؟

۱۸-۹. ملاحظات برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها در پژوهش تطبیقی

این پژوهش از رویکردهای گوناگون کمی و کیفی بهره می‌برد و دارای ماهیت «توصیفی، تبیینی و تحلیلی» است و در تلاش برای جستجوی تشابهات و افتراق‌ها یا جهت‌گیری روش‌شناختی قیاسی و استقرایی است. روش تطبیقی به همان اندازه روش‌شناختی به «دانش نظری» نیاز دارد. پژوهشگر برای تحلیل تطبیقی نظریه‌ها اغلب از سه گام «تطبیق توصیفی و گزارشی»، «تطبیق تحلیلی و مبتنی بر تبیین» و «تطبیق نقادانه» بهره می‌گیرد.

۱۸-۹-۱. تطبیق توصیفی و گزارشی: مشخص کردن اشتراکات و افتراقات بر اساس حدود خاص است.

۱۸-۹-۲. تطبیق تحلیلی و مبتنی بر تبیین: پاسخ به پرسش چرایی همسانی‌ها و ناهمسانی‌ها

۱۸-۹-۳. تطبیق نقادانه: مرحله ارزیابی نظریات با محوریت داوری «حق و باطل» یا «صدق و کذب» با گام‌هایی به شرح

جدول ۱۸-۱۴ توجه داشت.

جدول ۱۸-۱۴. گام‌های تطبیق نقادانه

ردیف	گام‌ها	توضیح
۱	نقد معنایی نظریه	آیا اصطلاحات به‌وضوح تعریف و مشخص شده است؟
۲	بررسی سازگاری درونی نظریه	بررسی گزاره‌های متضاد یا پارادوکس در خود مجموعه
۳	بررسی سازگاری نظریه با امر بیرونی	بررسی گزاره‌ها متضاد در بیرون مجموعه
۴	بررسی سازگاری نظریه با واقع	اگر نظریه‌ای از مراحل پیشین سالم عبور نکند و دارای سازگاری درونی و بیرونی نباشد، نمی‌تواند با واقع منطبق باشد.

مطالعه تاریخی - تطبیقی نیازمند فهم تاریخی است. درک شرایط زمانی و هم‌زمانی و تقارن رویدادها به معنای فهمی تاریخی است که به درک زنجیره‌های تکوینی و اتصالات بین رخدادها کمک می‌کند. تحلیل تطبیقی تاریخی نوع خاص و متمایزی از پژوهش‌های اجتماعی است که با سه ویژگی اساسی «تحلیل علی، تأکید بر فرایندهای زمانی و استفاده از مقایسه سیستماتیک بافتمند» مشخص می‌شود (غفاری، ۱۳۸۸).

از تحلیل تطبیقی به دو شیوه تطبیق «درونی و بیرونی» استفاده می‌شود. در شیوه تطبیق درونی تغییرات یک واقعیت معین مانند نهاد ازدواج در طی زمان و در قالب فرهنگ و فضای متفاوت شناسایی می‌شود. این تغییرات نشان‌دهنده و برملاکننده الگوهای تفاوت و تشابه برای نهاد ازدواج در طی زمان و در بین فرهنگ و فضاهای متفاوت خواهد بود. در شیوه تطبیق بیرونی، تغییرات دو یا چند واقعیت متفاوت در طی یک یا چندین زمان، در یک و/ یا چند جامعه بررسی و شناسایی می‌شوند. این تغییرات نشان‌دهنده الگوهای تفاوت و تشابه در بین واقعیت‌های مورد مطالعه خواهند بود.

برای ارزیابی کیفیت پژوهش، بهترین مرجع و سنج، خبرگان و متخصصین حوزه‌های موردبررسی هستند. همچنین بازنگری مجدد منابع مورد استفاده و اطمینان از اتقان منابع مورد بهره‌برداری است. این مهم در موضوعات حساس مورد مطالعه تطبیقی دوچندان می‌شود. از آن‌جا که پژوهش کیفی وامدار دیدگاه ذهنیت پژوهشگر در تطبیق موارد مختلف است و ارائه تفسیرهای نظری یافته‌های همگن و غیرهمگن می‌باشد؛ ارزیابی کیفیت این پژوهش از حساسیت بیشتری برخوردار است. لذا در روش تطبیقی برای ارزیابی از روش خبرگان موازی و خبرگان غیر هم‌نظر و حتی مخالف و نقاد هم استفاده می‌شود. برای نمونه یکی از روش‌های رایج ارزیابی پژوهش‌های تطبیقی، نقدهای داغ ارزیابان موافق و مخالف در پنل‌های تخصصی است که موجب بارش مغزی بسیار زیاد نقادان است که در حالت عادی خود را نمایان نمی‌سازد (حنیفر و مسلمی، ۱۳۹۵).

در تحلیل تطبیق کیفی «دو مکتب یا دیدگاه» باید به مقایسه تفصیلی دو دیدگاه بر اساس موضوعات محوری پرداخت. در این مسیر ضمن ارائه خلاصه‌ای از مسائل مهم مطرح‌شده سپس درباره «برتری یک دیدگاه بر اساس شاخص‌های مستدل» یا «عدم برتری دیدگاهی و برشمردن قابلیت‌ها و ارزش‌های هر دیدگاه از زاویه‌ای خاص» پرداخته می‌شود (فتوحی، ۱۳۸۵).

روش تصمیم‌گیری چندمعیاره شامل ((AHP))، ((ANP)) و ((DEA))

هدف کلی: آشنایی با روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم و انواع روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره

مقدمه

وقتی احتمال انتخاب با گزینه‌ها و معیارهای متفاوت و گاهی متناقض وجود داشته باشد، یکی از روش‌های مؤثر در انتخاب تصمیم برتر استفاده از روش‌های «تصمیم‌گیری چندمعیاره» است. در این فصل به سه روش مهم در این عرصه یعنی «AHP»، «ANP» و «DEA» پرداخته خواهد شد.

۱-۱۹. روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره

«تصمیم‌گیری» شامل «شناسایی راه‌حل‌های مختلف و ممکن»، «ارزیابی امکان‌پذیری آنان»، «ارزیابی عواقب و نتایج ناشی از اجرای هر راه‌حل» و «انتخاب و اجرای بهترین راه‌حل» است. کیفیت در بسیاری مشاغل از جمله «مدیریت» تابع کیفیت تصمیم‌گیری است. اغلب تصمیم‌گیری‌ها بر اساس چندین معیار کمی یا کیفی خواهد بود. هرچند رویکرد اصلی پژوهش بر «کاهش خطای تصمیم» در امور خاص تأکید دارد اما برخی روش‌های پژوهش به‌طور مستقیم به دنبال انتخاب دقیق‌تر و مناسب‌تر یک تصمیم مناسب از میان تصمیم‌های موجود است. وقتی برای انتخاب یک تصمیم از میان تصمیم‌های مختلف، چند معیار وجود دارد که هر کدام دارای ارزش و اوزان خود هستند، الگوی پژوهشی «تصمیم‌گیری چندمعیاره یا MCDM»^۱ شکل می‌گیرد. الگوی پژوهشی تصمیم‌گیری چندمعیاره دارای دو دسته اصلی به شرح جدول ۱-۱۹ هستند.

جدول ۱-۱۹. انواع مدل‌های روش پژوهش تصمیم‌گیری چندمعیاره MCDM

ردیف	انواع	توضیح
۱	MODM	مدل‌های تصمیم‌گیری چندهدفه برای فضای تصمیم‌گیری پیوسته با هدف طراحی
۲	MADM	مدل‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه برای فضای تصمیم‌گیری گسسته با هدف انتخاب گزینه برتر

درباره «معیارها» در این روش بر سه اقدام اساسی «تبدیل معیارهای کیفی به کمی»، «بی‌مقیاس کردن معیارها» و «تعیین وزن‌های نسبی معیارها» تأکید می‌شود. برای تحلیل یک «نظام چندمعیاره در تصمیم‌گیری» باید عناصر آن را به‌دقت شناخت و تعریف کرد و سپس به «مدل‌سازی و تحلیل» آن پرداخت. از عناصر مهم در این روش پژوهش می‌توان به «هدف»، «تصمیم‌گیرنده»، «معیارهای ارزیابی»، «گزینه‌های تصمیم» و «نتایج حاصل از مقایسه‌ها» اشاره کرد. عنصر مرکزی این ساختار، یک «ماتریس تصمیم» است که شامل مجموعه‌ای از سطرها و ستون‌هاست. این ماتریس نتایج تصمیم را برای مجموعه‌ای از گزینه‌ها و معیارهای ارزیابی بیان می‌کند. اولویت‌ها می‌توانند به‌صورت وزن‌های اختصاص داده‌شده برای معیارهای ارزیابی مورد استفاده قرار گیرند. با اولویت‌بندی نتایج تصمیم می‌توان بهترین گزینه را انتخاب کرد. از جمله مهم‌ترین روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره می‌توان به مواردی به شرح جدول ۱-۱۹ اشاره کرد.

جدول ۱۹-۲. انواع روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره

ردیف	روش	توضیح
۱	AHP	فرایند تحلیل سلسله مراتبی با تأکید بر انتخاب بهترین گزینه بر اساس معیارهای مختلف از طریق مقایسه زوجی و وزن‌دهی به معیارها و گزینه‌ها
۲	FAHP	فرایند تحلیل مراتب فازی با تأکید بر فرایند بر فازی‌سازی اعداد در فرایند تحلیل سلسله مراتبی
۳	ANP	مانند AHP با این تفاوت که رابطه بین معیارها هم بررسی می‌شود.
۴	Vikor	ویکور روشی سازشی برای تصمیم‌گیری پیرامون گزینه‌ها بر اساس معیارهای مختلف که جواب سازشی یا دارای توافق متقابل نزدیک‌ترین جواب موجه به جواب ایدئال است.
۵	ELECTRE	رتبه‌بندی گزینه‌ها از بر اساس مفاهیم مسلط و غیر مسلط
۶	TOPSIS	در تاپسیس باید با توجه به معیارها، گزینه‌ها رتبه‌بندی شوند یا به هر یک از آن‌ها یک نمره کارایی داده شود.
۷	SAW	رتبه‌بندی گزینه‌ها به کمک ماتریس تصمیم و سپس وزن‌دهی و نرمال‌سازی آن‌ها
۸	ISM	«مدل‌سازی ساختاری تفسیری» که با استفاده از نظرات خبرگان به دنبال تجزیه معیارها در چند سطح مختلف و تحلیل ارتباط بین شاخص‌ها می‌پردازد.
۹	MABAC	تخمین مقایسه سطوح مبتنی بر بردار چندمعیاره
۱۰	CRITIC	اهمیت معیارها مبتنی بر همبستگی درونی معیارها
۱۱	BWM	روش «بهترین بدترین» بر پایه ماتریس مقایسات زوجی بنا شده و از این نظر شباهت‌هایی با روش AHP دارد. بار محاسباتی کمتری نسبت به سایر روش‌ها دارد و در مسائل تصمیم‌گیری با تعدادی زیاد معیار مفید است.
۱۲	DEA	تحلیل پوششی داده‌ها با تأکید بر داده‌های ورودی و خروجی به هر نهاد برای تصمیم‌گیری

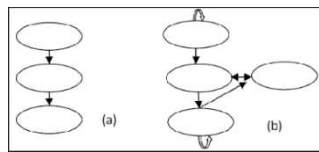
در میان این موارد به سه مورد رایج چون «فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی AHP»^۱، «فرایند تحلیل شبکه‌ای ANP»^۲ و «تحلیل پوششی داده‌ها DEA»^۳ اشاره خواهد شد. دو روش «AHP» و «ANP» با وجود مشابهت اما تفاوت‌هایی به شرح جدول ۱۹-۳ با هم دارند.

جدول ۱۹-۳. تفاوت روش تحلیل شبکه‌ای ANP با تحلیل سلسله‌مراتبی AHP

ردیف	روش	توضیح
۱	AHP	برای معیارهای مستقل از هم و امکان مقایسات زوجی بر اساس الگوی سلسله‌مراتبی (دارای محدودیت‌های یک‌طرفه و در نظر نگرفتن وابستگی‌های متقابل بین عناصر تصمیم)
۲	ANP	برای معیارهای دارای همبستگی نسبت به هم و بر اساس ساختار شبکه‌ای (رویکردی چند طرفه با امکان بررسی وابستگی‌های متقابل بین عناصر تصمیم)

در شکل ۱۹-۱ تفاوت خطی بودن AHP (تصویر a) با شبکه‌ای بودن ANP (تصویر b) نشان داده شده است. هر یک از بخش‌ها با گره یا Node و روابط آن‌ها با هم با فلش مشخص می‌شوند. روش ANP همان روش AHP با تفاوت تأکید بر بررسی روابط درونی است اما هر دو روش با مقایسه زوجی به دنبال انتخاب «تصمیم یا گزینه برتر» هستند. در مواردی از مدل ANP تنها برای شناخت معیار یا زیرمعیار برتر استفاده می‌شود.

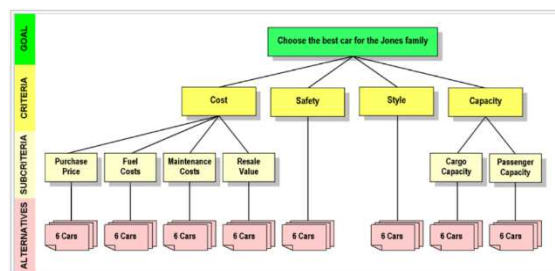
1. Analytical Hierarchy Process (AHP)
2. Analytical Network Process (ANP)
3. Data Envelopment Analysis (DEA)



شکل ۱۹-۱. تفاوت مدل‌های تحلیل سلسله‌مراتبی (a) و تحلیل شبکه‌ای (b)

۱۹-۲. مفهوم تحلیل سلسله‌مراتبی AHP

تحلیل سلسله‌مراتبی یا AHP به‌عنوان یک روش تصمیم‌گیری چندمعیاره با طراحی «درخت تصمیم» است که نخستین بار توسط توماس ال ساعتی^۱ در سال ۱۹۸۰ مطرح شد. در این روش سه سطح سلسله‌مراتبی از بالا به پایین به‌شرح «هدف مسئله»، «معیارهای ارزیابی» و «گزینه‌ها یا انتخاب‌های ممکن» مانند شکل ۱۹-۲ وجود دارد.



شکل ۱۹-۲. نمونه یک طرح سلسله‌مراتبی از بالا شامل «هدف، معیار، زیرمعیار و گزینه‌ها» برای خرید خودرو

در نمونه شکل ۱۹-۱ تعداد ۶ گزینه یا خودرو وجود دارد که بر اساس معیارهای «هزینه، ایمنی، استایل و ظرفیت» و در برخی معیارها مانند «هزینه» با زیرمعیارهایی مانند «هزینه خرید، هزینه سوخت، هزینه نگهداری و ارزش برای فروش» به‌صورت مقایسه جفتی موردبررسی قرار می‌گیرند. در هر پژوهش «تحلیل سلسله‌مراتبی» باید به‌ترتیب سه سطح «هدف، معیارها و گزینه‌ها» به شرح جدول ۱۹-۴ مشخص شود.

جدول ۱۹-۴. تعیین سطوح سلسله‌مراتب در روش AHP

ردیف	اصول	توضیح
۱	هدف	یا Goal و همان نیاز تصمیم‌گیری در زمینه خاص یا هدفی که پژوهش برای آن انجام می‌شود. برای نمونه هدف می‌تواند تصمیم‌گیری مناسب برای خرید یک محصول از میان چند محصول باشد.
۲	معیار	یا Criterion همان چیزی که انتخاب بر اساس آن صورت می‌گیرد. با معیارها می‌توان تمایز یا برتری یک گزینه نسبت به گزینه‌های دیگر را تشخیص داد. برای نمونه در انتخاب بین چند محصول، معیار «هزینه» و با زیرمعیارهایی چون «هزینه خرید» و «هزینه نگهداری» می‌تواند در انتخاب یک محصول مؤثر باشد.
۳	گزینه‌ها	معادل Alternative یا Candidates و همان موارد قابل انتخاب که باید بالاترین اولویت را پس از مقایسه‌ها بر اساس معیارها شناسایی شود. گزینه‌ها می‌تواند شامل «محصول»، «انسان»، «ایده» یا «نظر» باشند. برای نمونه پژوهشگر ممکن است بخواهد بین چند محصول یا نامزد مدیریت، بهترین گزینه را با معیارهایی دقیق انتخاب کند.

فرایند اجرای تحلیل سلسله‌مراتبی AHP شامل مراحل به شرح جدول ۱۹-۵ است.

جدول ۱۹-۵. مراحل اجرای روش AHP

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و تعیین دقیق تعداد معیارها و گزینه‌ها
۲	نمونه‌گیری	انتخاب جامعه و نمونه خبرگان برای جمع‌آوری دیدگاه‌ها درباره معیارها و گزینه‌ها
۳	جمع‌آوری داده‌ها	طراحی پرسشنامه خبره یا مقایسه‌کننده دویه دوی معیارها و سپس مقایسه گزینه‌ها بر اساس وزن معیارها
۴	تحلیل یافته‌ها	تدوین ماتریس مقایسه دویه دوی معیارها و تعیین وزن آن‌ها و در ادامه تعیین وزن یا اولویت گزینه‌ها
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و انتخاب گزینه یا تصمیم برتر

۱۹-۲-۱. طراحی پژوهش: در این مرحله باید مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و الگوی سلسله‌مراتبی شامل «هدف»، معیار و گزینه» مشخص شود. بنابراین باید در یک الگو، ابتدا «هدف»، سپس «معیارها» و در صورت لزوم «زیرمعیارهایی بر هر معیار» و در انتهای سلسله مراتب گزینه‌ها را مشخص کرد. هدف اصلی نشان دهنده نیاز به انتخاب یک گزینه یا تصمیم از میان گزینه‌ها یا تصمیم‌های دیگر است. شکل ۱۹-۳ یک نمونه الگوی طراحی شده است که در آن «هدف» انتخاب یک گزینه از میان سه گزینه نامزد برای مدیریت یک سازمان است. در سطح دوم معیارهای انتخاب یک مدیر مناسب یعنی «علاقه، تجربه، تحصیلات و سن» بر اساس مرور پیشینه و مبانی نظری انتخاب شده‌اند. سطح سوم به معرفی گزینه‌های موجود می‌پردازد که باید یکی از آن‌ها با بالاترین اولویت انتخاب شوند.



شکل ۱۹-۳. نامزدهای مدیریت از راست به چپ با اسامی گزینه‌های «الف، ب، ج»

باید دقت داشت که تعداد زیاد گزینه، مراحل بعد و به‌ویژه تشکیل ماتریس مقایسات زوجی در مرحله تحلیل را دشوار خواهد کرد. بنابراین ضرورت دارد تا با مرور مبانی نظری و ادبیات پیشینه به شناسایی و انتخاب «معیارها و زیرمعیارهای» مناسب و در صورت امکان محدود کردن گزینه‌ها پرداخت. برای مقایسه‌های زوجی باید به «همگنی» یا «مقایسه‌پذیری» جفت گزینه‌های موردبررسی توجه داشت. یعنی نمی‌توان «گزینه با برتری‌های محرز» از گزینه‌های دیگر را وارد مدل کرد. منطق الگوی طراحی شده سلسله‌مراتبی در این مرحله آن است که بر اساس هدف مشخص شده و به کمک معیارها بتوان با مقایسه گزینه‌ها، بهترین آن‌ها را انتخاب کرد (طالقانی، شاهرودی و صانعی، ۱۳۹۲).

۱۹-۲-۲. ملاحظات نمونه‌گیری: نمونه‌گیری در روش AHP از افراد خبره صورت می‌گیرد. یعنی داده‌ها از طریق پرسشنامه خبره از میان افراد صاحب‌نظر و خبره در حوزه مورد اشاره صورت می‌گیرد. نمونه‌گیری در این روش اغلب به صورت کل‌شمار یا هدفمند است، زیرا در اغلب موارد تعداد افراد صاحب‌نظر یا خبره در زمینه‌ای مشخص یا کم یا دسترسی به آن‌ها دشوار است. به این منظور اغلب تعدادی بین ۱۰ تا ۲۰ نمونه توصیه شده است (ایساب^۱، ۲۰۱۶؛

بیبی^۱، ۲۰۱۳). البته اگر در صورت بالابودن تعداد نفرات جامعه خبره و امکان دسترسی به آنها، می‌توان تعداد را افزایش داد.

۱۹-۲-۳. **ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها:** داده‌ها در این روش با پرسشنامه‌ای بنام پرسشنامه خبره جمع‌آوری می‌شوند. این «پرسشنامه» امکان جمع‌آوری نظرات خبرگان، «ابتدا درباره معیارها» و سپس «درباره گزینه‌ها» با مقیاس «نه درجه ساعتی» به شرح جدول ۱۹-۶ یا مقیاس «پنج‌درجه‌ای» را فراهم می‌کند.

جدول ۱۹-۶. مقیاس «نه درجه‌ای» برای مقایسه جفتی

ارزش	وضعیت مقایسه	توضیح
۱	شرایط برابر	اهمیت برابر برای دو معیار یا گزینه مورد مقایسه
۳	کمی برتر	کمی بهتر بودن یک معیار یا گزینه با معیار یا گزینه مورد مقایسه دیگر
۵	برتر	برتری یک معیار یا گزینه با معیار یا گزینه مورد مقایسه دیگر
۷	برتری زیاد	برتری زیاد یک معیار یا گزینه با معیار یا گزینه مورد مقایسه دیگر
۹	برتری کامل	برتری کامل یک معیار یا گزینه با معیار یا گزینه مورد مقایسه دیگر
۲-۴-۶-۸	بینابین	ارزش‌های بینابین موارد فوق

«پرسشنامه خبره» دارای شکلی دوبعدی و با امکان مقایسه زوجی است، یعنی دو معیار یا گزینه در دو سمت پیوستار اعداد قرار می‌گیرند. پاسخ‌دهنده با مقایسه دو معیار یا گزینه، عدد برتری هر گزینه با گرایش به محدوده بالاتر از «۱» و به سمت آن گزینه انتخاب می‌کند. انتخاب نقطه «۱» در وسط به معنای یکسان بودن اولویت دو معیار یا گزینه مورد بررسی است. در جدول ۱۹-۷ یک نمونه از الگوی پرسشنامه خبره برای مقایسه دوبه‌دوی چهار معیار در نمونه معرفی شده برای انتخاب مدیر برتر را نشان می‌دهد.

جدول ۱۹-۷. نحوه مقایسه معیارهای اصلی

معیار	۹	۷	۵	۳	۱	۳	۵	۷	۹	معیار
معیار تجربه	۹	۷	۵	۳	۱	۳	۵	۷	۹	معیار سن
معیار تجربه	۹	۷	۵	۳	۱	۳	۵	۷	۹	معیار علاقه
معیار تجربه	۹	۷	۵	۳	۱	۳	۵	۷	۹	معیار تحصیلات
معیار سن	۹	۷	۵	۳	۱	۳	۵	۷	۹	معیار علاقه
معیار سن	۹	۷	۵	۳	۱	۳	۵	۷	۹	معیار تحصیلات
معیار علاقه	۹	۷	۵	۳	۱	۳	۵	۷	۹	معیار تحصیلات

۱۹-۲-۴. **تحلیل داده‌ها:** بعد از جمع‌آوری داده‌ها اقداماتی به شرح جدول ۱۹-۸ برای تحلیل داده‌ها صورت می‌گیرد.

جدول ۱۹-۸. اقدامات اجرایی برای تحلیل داده‌ها

ردیف	اقدامات
۱	تعیین وزن معیارها
۲	تعیین نرخ سازگاری مقایسه زوجی معیارها
۳	تعیین وزن گزینه‌ها
۴	تعیین نرخ سازگاری مقایسه زوجی گزینه‌ها
۵	انتخاب گزینه یا تصمیم برتر

۱۹-۲-۴-۱. **تعیین وزن معیارها:** در ادامه و پس از داده‌های جمع‌آوری شده درخصوص میزان اولویت‌های معرفی شده در هر معیار باید «اهمیت و وزن هر معیار» را مشخص کرد. یکی از روش‌های پرکاربرد برای وزن‌دهی به معیارها شامل روش «مجموع سطری، مجموع ستونی، میانگین معنایی، میانگین حسابی، میانگین هندسی و بردار ویژه» است. این روش با یک سری عملیات سطری-ستونی در یک ماتریس تا رسیدن به «بردار ویژه»^۱ یا «وزن نهایی» انجام می‌شود. یک نمونه ماتریس مورد اشاره در جدول ۱۹-۹ ارائه شده است.

جدول ۱۹-۹. جدول تعیین وزن معیارها

معیارها	تجربه	سن	علاقه	تحصیلات	میانگین	وزن نرمال یا (بردار ویژه)
تجربه	۱	۷	۳	۴	۳/۷۵	۰/۴۲
سن	۱/۷	۱	۱/۵	۱/۳	۱/۶۷	۰/۱۹
علاقه	۱/۳	۵	۱	۳	۲/۳۳	۰/۲۶
تحصیلات	۱/۴	۳	۱/۳	۱	۱/۱۴	۰/۱۳
مجموع						۱

در این ماتریس «اولویت ۷» برای «تجربه نسبت به سن» یعنی تجربه «هفت مرتبه» اولویت بالاتری دارد؛ در حالت «سن نسبت به تجربه» مقدار «۱/۷» یعنی سن هفت برابر نسبت به تجربه از اولویت کمتری برخوردار است. در ادامه برای محاسبه «میانگین» نتایج مقایسه‌های زوجی هر سطر با هم جمع و بر تعداد آن تقسیم می‌شود. در ماتریس نمونه ارائه شده برای تعیین اولویت معیار «تجربه»، نمرات ۴ ردیف معیارها با هم جمع و بر تعداد معیارها یعنی چهار تقسیم می‌شود. در این نمونه جمع چهار ردیف برابر «۱۵» و تقسیم آن بر چهار، مقدار میانگین «۳/۷۵» است. در گام دوم برای نرمال شدن وزن‌ها باید میانگین به دست آمده هر «سطر» را بر مجموع نتایج «ستونی میانگین‌های به دست آمده از سطرها» تقسیم کرد. منظور از «وزن نرمال» آن است که جمع اوزان برابر ۱ باشد. ستون جدید حاوی وزن نرمال شده هر معیار، همان «بردار ویژه» یا وزن نهایی و نشان‌دهنده اولویت معیارها به شرح جدول ۱۹-۱۰ است.

جدول ۱۹-۱۰. جدول رتبه‌بندی بر اساس اوزان نرمال

رتبه	ارزش وزنی	نام معیار
۱	۰/۴۲	تجربه
۲	۰/۲۶	علاقه
۳	۰/۱۹	سن
۴	۰/۱۳	تحصیلات

هر معیار ممکن است خود از یک مجموعه زیرمعیارها تشکیل شده باشد. برای نمونه معیار «تجربه» می‌تواند شامل «سابقه کاری در سازمان حاضر»، «تجربه کار در سازمان‌های دیگر»، «تجربه مدیریتی» و زیرمعیارهای دیگر باشد. وقتی زیر معیار وجود داشته‌باشد، به یک سطح دیگر در مدل AHP اضافه می‌شود.

۱۹-۲-۴-۲. تعیین نرخ‌سازگاری مقایسات زوجی معیارها: برای کنترل هرگونه خطا یا ناسازگاری در هر جدول مقایسه‌های زوجی باید «نرخ ناسازگاری» را محاسبه کرد. این محاسبه امکان تشخیص میزان سازگاری و اعتماد به اولویت‌های حاصل از مقایسه‌ها را فراهم می‌کند. نرخ ناسازگاری «کمتر از ۰/۱» به منزله «قابل‌پذیرش بودن» میزان «سازگاری مقایسه‌ها» است و در صورت بیشتر بودن از «۰/۱» باید در مقایسه‌ها تجدیدنظر شود. مراحل محاسبه نرخ ناسازگاری به شرح جدول ۱۹-۱۱ است.

جدول ۱۹-۱۱. مراحل اجرای نرخ ناسازگاری

ردیف	مراحل	توضیح
۱	محاسبه بردار مجموع وزنی	بردار مجموع وزنی حاصل از ضرب ماتریس مقایسات زوجی در بردار ستونی «وزن نسبی»
۲	محاسبه بردار سازگاری	تقسیم عناصر بردار مجموع وزنی بر بردار اولویت نسبی
۳	محاسبه L_{max}	میانگین عناصر برداری سازگاری L_{max}
۴	محاسبه شاخص سازگاری	بر اساس فرمول $CI = (L_{max} - n) / (n - 1)$ در این فرمول n عبارت است از تعداد معیارهای موجود در مسئله
۵	محاسبه نسبت سازگاری	تقسیم شاخص سازگاری بر شاخص تصادفی $(CR = CI/RI)$

شاخص تصادفی از جدول مشخصی به شرح جدول ۱۹-۱۲ استخراج می‌شود.

جدول ۱۹-۱۲. جدول شاخص سازگاری تصادفی (RI)

N	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
RI	۰	۰/۵۸	۰/۹	۱/۱۲	۱/۲۴	۱/۳۲	۱/۴۱	۱/۴۵	۱/۴۹	۱/۵۱	۱/۴۸	۱/۵۶	۱/۵۷	۱/۵۹

نرخ ناسازگاری نمونه ارائه‌شده برابر ۰/۰۸۱ بود که چون از میزان «۰/۱» کمتر بود، میزان سازگاری یا اعتماد به مقایسه‌ها مورد تأیید بود.

۱۹-۲-۴-۳. تعیین وزن گزینه‌ها: در گام بعد باید گزینه‌ها به صورت دوه‌دو بر اساس هر معیار مقایسه شوند. بازهم از مورد پرسشنامه خبره برای مقایسه زوجی گزینه‌ها توسط خبرگان استفاده می‌شود تا نمرات برتری هر گزینه نسبت به گزینه دیگر مشخص شود. در این پرسشنامه بر اساس هر یک از معیارها به طور جداگانه بین گزینه‌های موجود مقایسه‌های جفتی صورت می‌گیرد. برای نمونه بر اساس معیار «تجربه»، بعد از انجام مقایسه‌ها، ماتریس داده‌ها به شرح جدول ۱۹-۱۳ حاصل شد.

جدول ۱۹-۱۳. ماتریس مقایسه زوجی گزینه‌ها بر اساس معیار «تجربه»

تجربه	گزینه الف	گزینه ب	گزینه ج
گزینه الف	۱	۱/۴	۴
گزینه ب	۴	۱	۹
گزینه ج	۱	۱/۹	۱

به‌همین نحو برای هر یک از معیارها ماتریس مقایسه زوجی انجام می‌شود و در ادامه مانند قبل «میانگین‌ها» و «وزن‌های نرمال‌شده» هر گزینه محاسبه خواهد شد. به عبارت دیگر میانگین هر سطر محاسبه و به‌طور جداگانه بر مجموعه ستونی میانگین‌های سطرها تقسیم تا مقدار «وزن نرمال شده» و «گزینه با بالاترین اولویت» بر اساس هر معیار مشخص شود (جدول ۱۹-۱۴). ستون تعیین‌کننده اولویت همان ستون «بردار ویژه» است.

جدول ۱۹-۱۴. ماتریس تعیین وزن نرمال‌شده و تعیین اولویت بین گزینه‌ها بر اساس معیار تجربه

تجربه	گزینه الف	گزینه ب	گزینه ج	اولویت
گزینه الف	۱	۱/۴	۴	۰/۲۱۷
گزینه ب	۴	۱	۹	۰/۷۱۷
گزینه ج	۱	۱/۹	۱	۰/۰۶۶

همین مقایسه‌های زوجی را باید برای سایر معیارها نیز انجام داد تا اولویت گزینه‌ها به تفکیک هر معیار مشخص شود.

۱۹-۴-۴. تعیین نرخ سازگاری مقایسه‌های زوجی گزینه‌ها: مانند روش معرفی شده برای «تعیین نرخ سازگاری مقایسه‌های زوجی معیارها»، در این مرحله نیز نرخ سازگاری مقایسه‌های زوجی گزینه‌ها تعیین می‌شود.

۱۹-۴-۵. انتخاب گزینه یا تصمیم برتر: در ادامه نمرات وزن یا اولویت هر گزینه در هر معیار را در ماتریسی به شکل ۱۹-۱۵ تنظیم تا «وزن کلی یا نهایی» هر گزینه محاسبه شود.

جدول ۱۹-۱۵. نمونه ماتریس وزن گزینه‌ها در هر معیار

تجربه	سن	علاقه	تحصیلات
گزینه الف	۰/۲۶۵	۰/۷۴۳	۰/۱۸۸
گزینه ب	۰/۶۷۲	۰/۱۹۴	۰/۰۸۱
گزینه ج	۰/۰۶۳	۰/۰۶۳	۰/۷۳۱

برای تعیین «وزن کلی یا نهایی» هر گزینه باید «وزن هر گزینه در هر معیار بر وزن آن معیار ضرب» شود تا وزن هر گزینه بر اساس وزن معیار تعیین گردد. پس از آن می‌توان با جمع وزن‌های محاسبه‌شده هر گزینه بر اساس وزن هر معیار می‌توان اعداد بزرگ‌تر و اولویت انتخاب را کرد. برای نمونه وزن نهایی گزینه «الف» به این شکل محاسبه می‌شود.

$$= 0/35 = (0/265 \times 0/19) + (0/703 \times 0/26) + (0/188 \times 0/13) + (0/217 \times 0/42)$$

به همین ترتیب گزینه «ب» دارای «۰/۴۹» امتیاز و گزینه «ج» دارای «۰/۱۵» امتیاز شدند. در نتیجه گزینه «ب» با بیشترین امتیاز می‌تواند گزینه اول برای انتخاب به عنوان مدیر باشد (حبیبی، بی‌تا). برای انجام محاسبات مورد اشاره می‌توان از نرم‌افزارهای «اکسل، سوپر دسی‌ژن و اکسپرت‌چویس»^۱ استفاده کرد.

۱۹-۳. فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی^۲ (FAHP)

با توجه به سازگاری بیشتر اعداد فازی با عبارات کلامی و گاه مبهم انسانی، می‌توان از آن‌ها برای تصمیم‌گیری در دنیای واقعی استفاده کرد. این فرایند بر فازی‌سازی اعداد در فرایند تحلیل سلسله مراتبی یا استفاده از اعداد فازی مثلثی در ماتریس مقایسه‌های زوجی و بر مبنای حداقل مجزورات لگاریتمی اشاره دارد. در روش «چانگ» در فازی‌سازی به مفهوم «درجه امکان‌پذیری» یا میزان احتمال بزرگ‌تر بودن یک عدد فازی از عدد فازی دیگر تأکید می‌شود. طیف فازی معادل مقیاس نه درجه ساعتی «اهمیت برابر، کمی بهتر، خیلی بهتر، به مقدار خیلی زیاد بهتر و کاملاً بهتر»^۳ و محدوده‌های بینابینی به شرح جدول ۱۹-۱۶ است.

جدول ۱۹-۱۶. طیف فازی معادل مقیاس نه درجه ساعتی در روش AHP

ردیف	عبارت کلامی مقایسه i نسبت به j	معادل فازی	معادل فازی معکوس
۱	اهمیت برابر	(1,1,1)	(1,1,1)
۲	بینابین	(1,2,3)	(0/333, 0/5, 1)
۳	کمی بهتر	(2,3,4)	(0/25, 0/333, 0/5)
۴	بینابین	(3,4,5)	(0/2, 0/25, 0/333)
۵	خیلی بهتر	(4,5,6)	(0/166, 0/2, 0/25)
۶	بینابین	(5,6,7)	(0/142, 0/16, 0/2)
۷	به مقدار خیلی زیاد بهتر	(6,7,8)	(0/125, 0/142, 0/166)
۸	بینابین	(7,8,9)	(0/111, 0/125, 0/142)
۹	کاملاً بهتر	(9,9,9)	(0/111, 0/111, 0/111)

در روش AHP فازی مراحل به شرح جدول ۱۹-۱۷ پیش‌بینی شده است (سرافرازی، ایزدیار و حبیبی، ۱۳۹۳).

جدول ۱۹-۱۷. الگوریتم بهبود یافته روش AHP فازی

ردیف	مراحل
۱	انتخاب طیف فازی مورد نظر و ورود داده‌های گردآوری شده در ماتریس زوجی
۲	استفاده از میانگین هندسی برای تجمیع دیدگاه خبرگان و محاسبه میانگین هر سطر
۳	جمع فازی محاسبه مجموع ترجیحات یا اولویت‌ها با جمع فازی
۴	تقسیم ترجیحات بر مجموع تمامی آن‌ها (استفاده از فرمول اختصاصی برای محاسبه وزن هر عنصر به دلیل مقادیر فازی)
۶	تعیین وزن نهایی موارد (اوزان فازی که برای محاسبه وزن قطعی از روش فازی زدایی استفاده می‌شود).
۷	نرمال کردن اوزان قطعی به دست آمده به روش نرمال‌سازی خطی

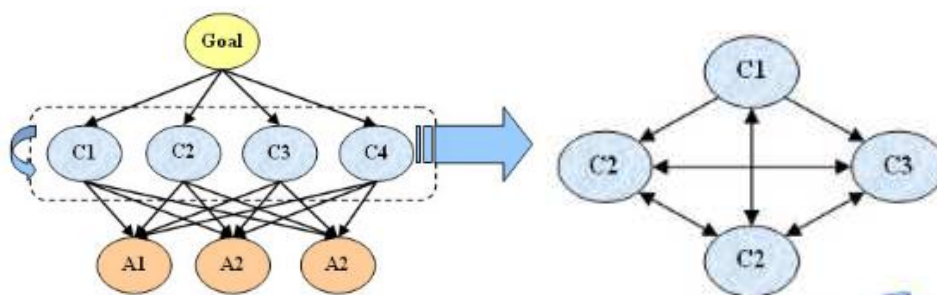
1. Excel, Super Decision and Expert Choice

2. Fuzzy Analytical Hierarchy Process

3. Preferred Equally, Preferred Moderately, Preferred Strongly, Very Strongly Preferred and Extremely Preferred

۴-۱۹. فرایند تحلیل شبکه (ANP)

روش «فرایند تحلیل شبکه‌ای یا ANP» توسط «ساعتی و تاکی‌زاوا» در سال ۱۹۸۶ ارائه شد. روش ANP رویکرد توسعه‌یافته از روش AHP است. در شرایط مستقل بودن معیارها اولویت با همان روش تحلیل سلسله‌مراتبی یا AHP خواهد بود اما در صورت وجود روابط اثرگذار بین معیارها و زیرمعیارها بهتر است که از روش ANP استفاده شود. روش تحلیل شبکه‌ای یا ANP از ساختاری شبکه‌ای به‌شرح ۴-۱۹ برخوردار است که روابط بین سطوح مختلف تصمیم را به‌صورت شبکه‌ای نشان می‌دهد. این الگو بر تعاملات و بازخوردهای میان معیارها و گزینه‌ها تأکید دارد.



شکل ۴-۱۹. نمونه الگوی فرایند تحلیل شبکه‌ای

بر اساس شکل ۴-۱۹ چهار معیار C1 تا C4 معیارهای اصلی تصمیم‌گیری هستند. برای تعیین روابط بین معیارها می‌توان از یکی از راه‌ها به شرح جدول ۱۸-۱۹ استفاده کرد.

جدول ۱۸-۱۹. انواع راه‌های تعیین روابط بین معیارها

ردیف	انواع	توضیح
۱	ادبیات پژوهش	مانند عناصر آمیخته بازاریابی به‌عنوان معیارهای اصلی و ایجاد ارتباط بین آن‌ها با توجه به ادبیات پژوهش
۲	نظر خبرگان	پرسش از خبرگان
۳	روش دما تل ^۱	بیان شدت ارتباطات به‌صورت امتیازدهی
۴	ISM	یا «مدل‌سازی ساختاری تفسیری» برای ارزیابی عوامل پژوهش و درنهایت کشف روابط بین معیارها

مراحل اجرای فرایند تحلیل شبکه یا ANP را می‌توان در جدول ۱۹-۱۹ مرور کرد.

جدول ۱۹-۱۹. مراحل اجرای فرایند تحلیل شبکه یا ANP

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	مانند AHP و به‌علاوه تعیین روابط معیارها با یکی از روش‌های «نظر خبرگان»، «ادبیات پژوهش» یا «دما تل»
۲	نمونه‌گیری	انتخاب جامعه و نمونه خبرگان برای جمع‌آوری دیدگاه‌ها درباره معیارها و گزینه‌ها
۳	جمع‌آوری داده‌ها	از طریق پرسشنامه خبره و از خبرگان مشخص‌شده در نمونه‌گیری
۴	تحلیل یافته‌ها	تدوین سوپرماتریس‌های «اولیه»، «ثانویه برای رابطه معیارها و گزینه‌ها با هم»، «موزون» و «حد»
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و انتخاب گزینه یا تصمیم برتر

۴-۱۹-۱. طراحی پژوهش: با مشخص کردن معیارها و گزینه‌ها باید به تعریف ساختار شبکه پرداخت. روش ANP نیز با یک مدل فرضی نمایشگر «معیارها و گزینه‌ها» آغاز می‌شود. در الگوی نمونه ارائه‌شده در شکل ۴-۱۹ از چهار

معیار و سه گزینه تشکیل شده است و باید بر اساس این معیارها و روابط بین آنها از بین سه گزینه، بهترین گزینه انتخاب شود.

نکته مهم در این الگو وجود روابط بین معیارها است که می‌توان آنها را از روش‌هایی چون «ادبیات پژوهش»، «نظر خبرگان»، «دماتل» یا «ISM» شناسایی کرد.

۱۹-۴-۲. **ملاحظات نمونه‌گیری:** روش نمونه‌گیری در اینجا نیز مانند AHP است و باید جمعی از خبرگان و ترجیحاً بین ده تا بیست نفر برای جمع‌آوری دیدگاه‌های تخصصی به صورت کل‌شمار یا نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند انتخاب شوند.

۱۹-۴-۳. **ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها:** در اینجا نیز مانند مرحله قبل از «پرسشنامه خبره» در پیوستاری ۹ یا ۵ ارزشی برای هر یک از معیارها یا گزینه‌ها استفاده می‌شود. سپس به کمک پرسشنامه داده‌ها جمع‌آوری می‌شود.

۱۹-۴-۴. **ملاحظات تحلیل یافته‌ها:** بیشترین تفاوت این روش با روش قبلی در مرحله تحلیل یافته‌ها است. در این مرحله داده‌های جمع‌آوری شده، مستلزم محاسباتی به شرح جدول ۱۹-۲۰ خواهد بود.

جدول ۱۹-۲۰. انواع محاسبات در روش تحلیل شبکه

ردیف	محاسبات
۱	مقایسه زوجی معیارهای اصلی برای تعیین وزن معیارها
۲	مقایسه زوجی زیرمعیارهای هر معیار برای تعیین وزن آنها
۳	مقایسه مجموعه زیرمعیارها به صورت زوجی برای تعیین وزن آنها
۴	مقایسه زوجی گزینه‌ها بر اساس زیرمعیارها برای تعیین وزن آنها

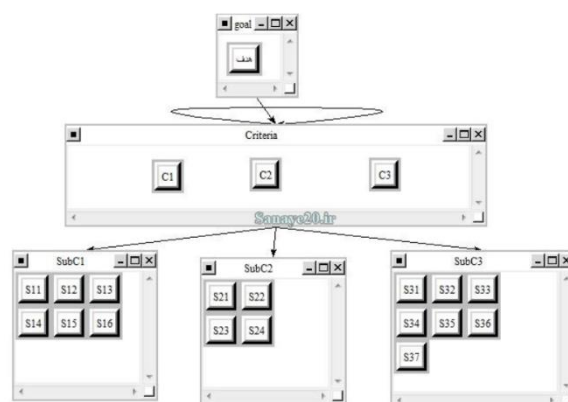
در ادامه باید نرخ ناسازگاری محاسبه شود و اگر این نرخ از «۰/۱» کمتر باشد نشان از سازگاری و امکان طراحی سوپر ماتریس اولیه دارد. با محاسبات وزن‌های حاصل از مقایسه‌های زوجی، «سوپر ماتریس اولیه یا نامتقارن» تهیه می‌شود. با نرمال‌سازی وزن‌ها در سوپر ماتریس نامتقارن، «سوپر ماتریس موزون یا نرمال» شکل می‌گیرد. در «سوپر ماتریس موزون» جمع عناصر تمامی ستون‌ها برابر «یک» است. سوپر ماتریس موزون را می‌توان از نرم‌افزار «سوپر دسی‌ژن» استخراج کرد. بخش پایانی این مرحله تدوین «سوپر ماتریس حد» است. «سوپر ماتریس حد» با به توان رساندن تمامی عناصر «سوپر ماتریس موزون» به دست می‌آید. این عمل آن قدر تکرار می‌شود تا تمامی عناصر سوپر ماتریس شبیه هم شود. در این حالت حاصل تمامی «درایه‌های سوپر ماتریس»^۱ برابر صفر است. تنها درایه‌های مربوط به زیرمعیارها عددی می‌شود که در تمامی سطر مربوط به آن درایه تکرار می‌شود. سوپر ماتریس حد محاسبه شده با نرم‌افزار سوپر دسی‌ژن می‌تواند اولویت نهایی شاخص‌ها و گزینه‌ها را به دست دهد (حبیبی، بی‌تا). باید توجه داشت که نرم‌افزار «سوپر دسی‌ژن» پس از وارد کردن داده‌های جمع‌آوری شده از پرسشنامه خبره را به طور خودکار انجام می‌دهد. بنابراین کسانی که قصد استفاده از این روش را دارند، باید حتماً با نرم‌افزار سوپر دسی‌ژن آشنا شوند. سوپر

۱. به هر یک از عناصر درون ماتریس یا وزن‌های مشخص شده «درآیه یا درایه» می‌گویند. برای مشخص کردن هر «درایه» باید عدد ردیف و ستون آن را به صورت پایین‌نویس حرف کوچک نام ماتریس نوشت. برای نمونه اگر نام ماتریسی A باشد، درایه‌ای که در ردیف نخست و ستون دوم قرار دارد نوشته می‌شود a_{12} و خوانده می‌شود «درایه یک دو». درایه‌های یک ماتریس در حالت کلی می‌توانند حقیقی یا مختلط باشند.

دسی‌ژن یک نرم‌افزار رایگان و پرکاربرد برای تصمیم‌گیری‌های چندمعیاره است که در ادامه اجرای یک نمونه به کمک نرم‌افزار سوپر دسی‌ژن معرفی می‌شود.

۱۹-۴-۵. اجرای یک نمونه با روش ANP در نرم‌افزار سوپر دسی‌ژن

این نمونه برگرفته از سایت آموزشی «صنایع بیست» در سال ۱۳۹۹ است. در پژوهشی «۳ معیار اصلی و تعداد ۱۷ زیرمعیار» وجود دارد و هدف «محاسبه وزن عوامل پژوهش با استفاده از روش ANP» است. ابتدا مدل تحلیل شبکه‌ای (ANP) پژوهش در نرم‌افزار سوپر دسی‌ژن رسم می‌شود (شکل ۱۹-۵).



شکل ۱۹-۵. رسم مدل تحلیل شبکه‌ای بر اساس هدف و معیارها در نرم‌افزار سوپر دسی‌ژن

حلقه‌ای که در سطح معیارها نشان داده شده است، نشان از روابط درونی دارد. ابتدا با پرسشنامه خبره از ۳۰ نفر از خبرگان داده‌های مقایسه‌های زوجی جمع‌آوری می‌شود. بعد از جمع‌آوری داده‌های مقایسه‌های زوجی، نرخ ناسازگاری آن‌ها محاسبه شد که همگی کمتر از ۰/۱ و نشانگر سازگاری ماتریس مقایسه‌های زوجی بود. سپس داده‌ها با روش میانگین هندسی ادغام شده و برای وزن‌دهی و رتبه‌بندی وارد نرم‌افزار سوپر دسی‌ژن شدند. با ایجاد مدل ANP در نرم‌افزار سوپر دسی‌ژن و ورود مقایسه‌های زوجی ادغام شده در نرم‌افزار، نتایجی به صورت جدول ۱۹-۲۱ تا ۱۹-۲۷ حاصل شد.

جدول ۱۹-۲۱. مقایسه زوجی معیارها نسبت به هدف (نرخ ناسازگاری = ۰/۰۳)

وزن	C3	C2	C1	
0.207	0.506	0.551	1	C1
0.448	1.552	1	1.815	C2
0.344	1	0.644	1.976	C3

جدول ۱۹-۲۲. مقایسه زوجی زیرمعیارهای C1 (نرخ ناسازگاری = ۰/۰۲)

وزن	S16	S15	S14	S13	S12	S11	
0.173	0.504	1.439	2.08	0.575	2.878	1	S11
0.065	0.354	0.321	0.500	0.333	1	0.347	S12
0.245	1.047	1.740	2.153	1	3.003	1.739	S13
0.099	0.4	0.475	1	0.464	2	0.480	S14
0.154	0.453	1	2.105	0.575	3.115	0.695	S15
0.263	1	2.208	2.500	0.955	2.825	1.984	S16

جدول ۱۹-۲۳. مقایسه زوجی زیرمعیارهای C2 (نرخ ناسازگاری = ۰/۰۲)

وزن	S24	S23	S22	S21	
0.141	0.552	0.396	0.616	1	S21
0.171	0.444	0.411	1	1.623	S22
0.348	0.86	1	2.433	2.525	S23
0.341	1	1.163	2.252	1.812	S24

جدول ۱۹-۲۴. مقایسه زوجی زیرمعیارهای C3 (نرخ ناسازگاری = ۰/۰۳)

وزن	S37	S36	S35	S34	S33	S32	S31	
0.137	1.177	1.101	0.711	0.64	2.188	0.846	1	S31
0.173	1.072	2.582	0.953	1.146	1.512	1	1.182	S32
0.085	0.398	1.137	0.372	0.627	1	0.661	0.457	S33
0.202	1.524	3.2	1.413	1	1.595	0.8726	1.558	S34
0.160	1.072	0.990	1	0.708	2.688	1.049	1.406	S35
0.095	0.662	1	1.010	0.312	0.880	0.387	0.908	S36
0.147	1	1.511	0.933	0.656	2.513	0.933	0.850	S37

جدول ۱۹-۲۵. مقایسه زوجی معیارها نسبت به عامل C1 (نرخ ناسازگاری = ۰/۰۰)

وزن	C3	C2	
0.708	2.429	1	C2
0.292	1	0.412	C3

جدول ۱۹-۲۶. مقایسه زوجی معیارها نسبت به عامل C2 (نرخ ناسازگاری = ۰/۰۰)

وزن	C3	C1	
0.643	1.802	1	C1
0.357	1	0.555	C3

جدول ۱۹-۲۷. مقایسه زوجی معیارها نسبت به عامل C3 (نرخ ناسازگاری = ۰/۰۰)

وزن	C2	C1	
0.567	1.309	1	C1
0.433	1	0.764	C2

با استفاده از اوزان به دست آمده، حالا سوپرماتریس اولیه به شرح جدول ۱۹-۲۸ تشکیل می شود.

جدول ۱۹-۲۸. سوپرماتریس اولیه

goal	C3	C2	C1	
0.207	0.567	0.643	0	C1
0.448	0.433	0	0.708	C2
0.344	0	0.357	0.292	C3
0	0	0	0	goal
0	0	0	0.173	S11
0	0	0	0.065	S12
0	0	0	0.245	S13
0	0	0	0.099	S14
0	0	0	0.154	S15
0	0	0	0.263	S16
0	0	0.141	0	S21
0	0	0.171	0	S22
0	0	0.348	0	S23
0	0	0.341	0	S24
0	0.137	0	0	S31
0	0.173	0	0	S32
0	0.085	0	0	S33
0	0.202	0	0	S34
0	0.160	0	0	S35
0	0.095	0	0	S36
0	0.147	0	0	S37

با نرمال‌سازی «سوپرماتریس اولیه»، در ادامه «سوپرماتریس موزون» به شرح جدول ۱۹-۲۹ شکل می‌گیرد.

جدول ۱۹-۲۹. سوپرماتریس موزون

goal	C3	C2	C1	
0.207	0.283	0.322	0	C1
0.448	0.217	0	0.354	C2
0.344	0	0.178	0.146	C3
0	0	0	0	goal
0	0	0	0.087	S11
0	0	0	0.033	S12
0	0	0	0.122	S13
0	0	0	0.049	S14
0	0	0	0.077	S15
0	0	0	0.132	S16
0	0	0.070	0	S21
0	0	0.085	0	S22
0	0	0.174	0	S23
0	0	0.170	0	S24
0	0.069	0	0	S31
0	0.087	0	0	S32
0	0.043	0	0	S33
0	0.101	0	0	S34
0	0.080	0	0	S35
0	0.047	0	0	S36
0	0.074	0	0	S37

سوپر ماتریس وزن‌دار به توان بی‌نهایت می‌رسد تا ماتریس همگرا شده و «سوپر ماتریس حددار» به شرح جدول

۱۹-۳۰ شکل بگیرد.

جدول ۱۹-۳۰. سوپرماتریس حددار

goal	C3	C2	C1	
0.190	0.190	0.190	0.190	C1
0.188	0.188	0.188	0.188	C2
0.122	0.122	0.122	0.122	C3
0.033	0.033	0.033	0.033	S11
0.012	0.012	0.012	0.012	S12
0.047	0.047	0.047	0.047	S13
0.019	0.019	0.019	0.019	S14
0.029	0.029	0.029	0.029	S15
0.050	0.050	0.050	0.050	S16
0.026	0.026	0.026	0.026	S21
0.032	0.032	0.032	0.032	S22
0.065	0.065	0.065	0.065	S23
0.064	0.064	0.064	0.064	S24
0.017	0.017	0.017	0.017	S31
0.021	0.021	0.021	0.021	S32
0.010	0.010	0.010	0.010	S33
0.025	0.025	0.025	0.025	S34
0.020	0.020	0.020	0.020	S35
0.012	0.012	0.012	0.012	S36
0.018	0.018	0.018	0.018	S37

در سوپر ماتریس حدی، اوزان نهایی عوامل پژوهش آورده شده است که می‌توان با نرمال‌سازی آن‌ها در هر بعد

اوزان نرمال شده را نیز محاسبه کرد (صنایع بیست، بی‌تا).

۱۹-۵. تحلیل پوششی داده‌ها

تحلیل پوششی داده‌ها یا DEA یک مدل برنامه‌ریزی ریاضی برای ارزیابی کارایی واحدهای تصمیم‌گیرنده دارای چندین ورودی و خروجی است. این مدل از نوع مدل‌های چندهدفه در تصمیم‌گیری‌های چندمعیاره است و بنابراین نتایج آن بیشتر ارائه یک طرح برای تصمیم‌گیری‌های گسسته خواهد بود. واحدهای تصمیم‌گیرنده بر اساس «مرز کارایی» تصمیم‌برتر را انتخاب می‌کنند. درجه «عدم کارایی» هر واحد تصمیم‌گیرنده به میزان فاصله آن تا «مرز کارایی» بستگی دارد. مدل‌های اصلی تحلیل پوششی داده‌ها به دو دسته CCR و BCC به شرح جدول ۱۹-۳۱ تقسیم می‌شوند.

جدول ۱۹-۳۱. رویکردهای دو الگوی اصلی CCR و BCC

ردیف	انواع	توضیح
۱	بازدهی ثابت نسبت به مقیاس CCR	تغییر ستاده به نسبت تغییر نهاده مانند دو برابر شدن ستاده با دو برابر شدن نهاده
۲	بازدهی متغیر نسبت به مقیاس BCC	تغییر نکردن ستاده متناسب با تغییر نهاده

«بازدهی ثابت نسبت به مقیاس»، در شرایط بهینه عمل کردن بنگاه‌ها قابل استفاده است. برای نمونه در تجزیه و تحلیل صورتهای مالی را می‌توان با روش تحلیل پوششی داده‌ها انجام داد. این روش با در نظر گرفتن تعدادی از نسبت‌ها به عنوان ورودی و تعدادی به عنوان خروجی، همه نسبت‌ها را به یک معیار به نام «کارایی» ترجمه می‌کند تا در نتیجه بتوان مقایسه و ارزیابی عملکرد واحدهای تجاری را بهتر انجام داد. روش DEA با استفاده از مقایسه شرکت‌ها با معیارهای شرکت‌های «کارا و ناکارا»، کارایی نسبی آن‌ها را تعیین می‌کند. به این صورت که DEA شرکت مورد نظر را با یک گروه از شرکت‌های کارا با عنوان «شرکت‌های برتر» مقایسه می‌کند. چنانچه ویژگی مالی شرکت مورد مطالعه در قالب گروه شرکت‌های برتر قرار گیرد، شرکت تحت عنوان «کارا» و در غیر این صورت به عنوان «ناکارا» طبقه‌بندی می‌شود (خواجوی، غیوری مقدم و غفاری، ۱۳۸۹). یکی از ابتدایی‌ترین و درعین حال رایج‌ترین روش‌های اندازه‌گیری کارایی، استفاده از «نسبت‌ها» است. این نسبت‌ها در زمینه‌های مختلف «مالی، اقتصادی و صنعتی» به کار گرفته می‌شود. در این حالت کارایی به عنوان «نسبتی از خروجی‌ها به ورودی‌ها» برای انواع شاخص‌ها محاسبه می‌شود.

۱۹-۵-۱. مراحل اجرای تحلیل پوششی داده‌ها: اجرای روش تحلیل پوششی داده‌ها را نیز می‌توان در قالب مراحل جدول ۱۹-۳۲ در نظر گرفت.

جدول ۱۹-۳۲. مراحل اجرای روش پژوهش تحلیل پوششی داده‌ها

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و تعیین متغیرها
۲	نمونه‌گیری	مشخص کردن ورودی‌ها و خروجی‌های قابل بررسی برای تصمیم‌گیری واحدهای تصمیم
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری داده‌های ورودی و خروجی‌های منتخب برای تصمیم‌گیری واحدهای تصمیم
۴	تحلیل یافته‌ها	ارزیابی نسبی واحدها بر اساس «ماهیت الگو و بازده به مقیاس الگو» حاصل از تحلیل داده‌ها
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

۱۹-۵-۲. الزامات روش تحلیل پوششی داده‌ها: الزامات اساسی روش تحلیل پوششی داده‌ها یا DEA به شرح جدول ۱۹-۳۳ خواهد بود.

جدول ۱۹-۳۳. الزامات اساسی روش تحلیل پوششی داده‌ها (DEA)

ردیف	الزامات	توضیح
۱	ورودی‌ها	تعداد ورودی بین ۲ تا ۵ و بیشتر مواقع ۳ مورد ورودی انتخاب می‌شود.
۲	خروجی‌ها	تعداد خروجی‌ها بین ۱ تا ۳ مورد بوده و بیشتر مواقع یک مورد خروجی انتخاب می‌شود.
۳	واحدهای تصمیم	یا واحد «DMU» ^۱ که تعداد آن‌ها باید ۵ برابر مجموع ورودی و خروجی باشد.
۴	داده‌ها	دقت کنید که DEA با طیف لیکرت انجام نمی‌شود و به داده‌های واقعی نیاز است.

همچنین دو مشخصه اصلی الگوی DEA برای ارزیابی نسبی واحدها شامل «ماهیت الگو و بازده به مقیاس الگو» به شرح جدول ۱۹-۳۴ است.

جدول ۱۹-۳۴. دو مشخصه اصلی در روش تحلیل پوششی داده‌ها (DEA)

ردیف	مشخصه	توضیح
۱	ماهیت ورودی	در صورتی که در فرایند ارزیابی با ثابت نگه داشتن سطح خروجی‌ها، سعی در حداقل ورودی‌ها داشته باشیم، ماهیت الگوی مورد استفاده ورودی است.
۲	ماهیت خروجی	در صورتی که در فرایند ارزیابی با ثابت نگه داشتن سطح ورودی‌ها، سعی در افزایش سطح خروجی داشته باشیم، ماهیت الگوی مورد استفاده خروجی است.

در الگوی DEA با دیدگاه ورودی به دنبال شناسایی ناکارایی فنی به عنوان نسبتی هستیم که باید در ورودی‌ها کاهش داده شود تا خروجی بدون تغییر بماند و واحد در مرز کارایی قرار گیرد. در دیدگاه خروجی به دنبال نسبتی هستیم که باید خروجی‌ها افزایش یابند، بدون آنکه تغییر در ورودی‌ها به وجود آید تا واحد مورد نظر به مرز کارایی برسد. علت انتخاب یکی از دو دیدگاه در این است که در مواردی مدیریت واحد هیچ کنترلی بر میزان خروجی ندارد و مقدار آن از قبل مشخص و ثابت است. برعکس در برخی موارد میزان ورودی ثابت و عملکرد واحدها به نحوی است که در بعضی موارد مدیریت واحد هیچ کنترلی بر میزان خروجی ندارد و مقدار آن از قبل مشخص و ثابت است. برعکس در برخی موارد میزان ورودی ثابت و مشخص است و میزان تولید (خروجی) متغیر تصمیم است و در چنین شرایطی، دیدگاه خروجی مناسب است. در نهایت انتخاب ماهیت ورودی و خروجی بر اساس میزان کنترل مدیر، بر هر یک از ورودی‌ها و خروجی‌ها تعیین می‌شود.



روش پژوهش مردم‌نگاری یا قوم‌نگاری

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش مردم‌نگاری یا قوم‌نگاری

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم و انواع روش پژوهش قوم‌نگاری
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در قوم‌نگاری
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در قوم‌نگاری
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در قوم‌نگاری

مقدمه

مردم‌نگاری یا قوم‌نگاری اغلب با انسان‌شناسی همبسته است. این روش توصیفی عمیق و تحلیلی از موقعیت فرهنگی و در معنای وسیع، از فرهنگ است. در این روش، پژوهشگر به توصیف علمی فرهنگ‌های مختلف و به‌ویژه فرایندهای ایجادشده در شرایط طبیعی می‌پردازد. در این فصل به معرفی روش پژوهش قوم‌نگاری پرداخته خواهد شد.

۲۰-۱. مفهوم پژوهش قوم‌نگاری

هدف اصلی مطالعات قوم‌نگاری، «درک رفتار یا فرهنگ گروه مورد مطالعه» از طریق مطالعه رفتار اعضای آن گروه است. پژوهشگر با روش‌هایی چون «مشارکت در زندگی روزمره گروه یا قوم به‌طور آشکار یا پنهان»، «مشاهده رویدادها»، «شنیدن مطالب» و «مصاحبه» به جمع‌آوری داده می‌پردازد. در قوم‌نگاری اغلب از چندین روش و با رویکردی انعطاف‌پذیر و مبتنی بر شرایط برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده می‌شود (گراتون و جونز، ۱۳۹۱). در این پژوهش مشاهده مورد مطالعه در شرایط طبیعی و تحلیل و ارزیابی یافته‌ها در زمینه مورد بررسی، باعث دید جامع و معتبری می‌شود؛ زیرا اساس آن مطالعه عمیق و توصیف دقیق فرهنگ و موقعیت‌های فرهنگی بر اساس بنیان نظری است. در این روش با سبکی خاص به نگارش شرح حال گروه مورد مطالعه در محورهای «فرهنگ، احساسات و ارزش‌ها» و ربط تحلیلی آن‌ها به «مسائل اجتماعی بزرگ‌تر» پرداخته می‌شود. در این روش «مشاهده، ثبت و ضبط» روابط اجتماعی، مکان‌ها و فرهنگ‌ها انجام و توصیفی کامل و همه‌جانبه از مظاهر مادی و غیرمادی یا معنوی ارائه می‌شود. این امر اغلب با مشاهده در محل و توصیف و تحلیل گروه‌های انسانی محدود در زمانی مشخص مبتنی بر توان پژوهشگر صورت می‌گیرد (مکنیل، ۱۳۷۶). از دلایل رونق این روش آن است که یک مقوله رفتاری ممکن است در بافت‌های گوناگون، معانی متفاوت و حتی متناقض داشته باشد. بیشتر قوم‌نگارها با تمرکز بر موضوعی خاص، به دنبال رسیدن به چشم‌اندازی کامل از آن هستند. بنابراین رفتارهای عادی برای آن‌ها مهم‌تر از رفتارهای غیرمعمول یا پیش‌بینی نشده خواهد بود. قوم‌نگاری با توجه به رویکردهای انجام مطالعه به چهار مکتب عمده به شرح جدول ۲۰-۱ تقسیم می‌شود (محمدپور، ۱۳۹۲).

جدول ۲۰-۱. انواع مکاتب قوم‌نگاری

ردیف	انواع	توضیح
۱	کلاسیک	توصیف موقعیت در شرایط وقوع رفتار
۲	نظام‌مند	توصیف ساختار فرهنگ با تأکید بر شیوه زندگی یک گروه
۳	تفسیری	کشف معانی آشکار و پنهان یا تأویل ^۱ و تفسیر مفاهیم مربوط به تعاملات اجتماعی در فرهنگ‌های مختلف
۴	انتقادی	توصیف فرهنگ در شرایط تغییرات سیاسی، اقتصادی، انقلاب‌ها و امثال آن

روش قوم‌نگاری یا مردم‌نگاری دارای ویژگی‌هایی به شرح جدول ۲۰-۲ است.

۱. تفسیر یعنی معنای ظاهری اما تأویل یعنی شناسایی معنای خلاف ظاهر است.

جدول ۲۰-۲. ویژگی‌های روش قوم‌نگاری

ردیف	ویژگی	توضیح
۱	کل‌گرا	تأکید مشاهده‌گر بر کل بافت مورد مطالعه
۲	بافت‌گرا	تفسیر رفتار هر فرد متأثر از بافت پیرامونی و غیرقابل تعمیم بودن آن
۳	پدیدارشناسی	شناسایی افکار و احساسات فرد در یک رفتار و درک کامل رفتارها
۴	مشارکت‌گرا	مشارکت فعال پژوهشگر در بافت مورد مطالعه و جمع‌آوری داده‌ها

قوم‌نگار روی طیف وسیعی از مؤلفه‌های فرهنگی مانند «زبان، آداب و رسوم، مراسم، روابط، صنایع دستی و امثال آن» مطالعه می‌کند و به همین دلیل حضور آن‌ها در کنار افراد و زندگی نزدیک با آن‌ها همراه با مشاهده مشارکتی و مصاحبه میدانی از اهمیت بالایی برخوردار است. پژوهش قوم‌نگاری در انواع مختلفی به شرح ۲۰-۳ مورد توجه قرار می‌گیرد.

جدول ۲۰-۳. انواع پژوهش قوم‌نگاری یا مردم‌نگاری

ردیف	انواع	توصیف و تحلیل
۱	خود-مردم‌نگاری	یک پدیده یا تجربه مرتبط با خود فرد از ابعاد تعاملات، فرهنگ و هویت
۲	مردم‌نگاری نهادی	چگونگی نهادینه شدن رفتارهای روزمره در قالب قواعد و روابط عام
۳	مردم‌نگاری ارتباطات	صحبت، زبان گفتمان و ارتباط به عنوان یک فعالیت فرهنگی متمایز
۴	مردم‌نگاری تحلیلی	داستان خود یا دیگران بر اساس برداشت گرای یا امپرسیونیسم
۵	مردم‌نگاری کلان	گروه‌بندی‌های فرهنگی بزرگ مانند کشورها یا شهرها
۶	مردم‌نگاری خرد	گروه‌بندی‌های فرهنگی محدود مانند یک سازمان یا نهاد
۷	مردم‌نگاری برون‌گروه	درک و تفسیر رفتارها و عناصر فرهنگی یک گروه از دید گروه دیگر
۸	مردم‌نگاری درون‌گروه	درک و تفسیر رفتارها و عناصر فرهنگی یک گروه از دید اعضای همان گروه
۹	مردم‌نگاری مقطعی	یک پدیده یا میدان در یک مقطع از زمان
۱۰	مردم‌نگاری طولی	یک پدیده در مقاطع زمانی مختلف
۱۱	مردم‌نگاری قبل و بعد	یک پدیده در دو مقطع زمانی جدا بر اساس یک عامل خارجی
۱۲	مردم‌نگاری چهل تکه	مجموعه‌ای از مردم‌نگاری‌های گوناگون درباره یک پدیده با طرح‌های قبلی
۱۳	مردم‌نگاری تطبیقی	چند پدیده برای دستیابی به یک مقایسه واحد و منسجم
۱۴	مردم‌نگاری کلاسیک	داده‌های حاصل از مشاهده مشارکتی، مصاحبه عمیق و بررسی اسناد
۱۵	مردم‌نگاری انتقادی	روابط قدرت، سلطه و نابرابری در فرایند تولید معنا و ساخت زندگی
۱۶	مردم‌نگاری آنلاین	پدیده‌ها با استفاده از روش‌های مجازی مانند مشاهده مشارکتی مجازی، مصاحبه و اسناد مجازی
۱۷	مردم‌نگاری تفسیری	همه‌جانبه معنای پدیده مورد مطالعه در بستر خاص
۱۸	مردم‌نگاری تاریخی	داده‌ها و اسناد تاریخی برای بررسی رویدادهای تاریخی

خود-مردم‌نگاری ضمن گفتگو با دیگران و توجه به نگرانی‌های علمی و نظری، منجر به بیان داستان‌هایی درباره خود می‌شود که راه‌های جایگزینی را برای زندگی و دیدن جهان معرفی خواهد کرد. در قوم‌نگاری ارتباطات مطالعه در محورهایی چون «رویداد گفتگو، عمل گفتگو، وضعیت گفتگو و جامعه گفتگو» صورت می‌گیرد. هر گروه و فرهنگی ترجیحات خاص خود را در انواع ارتباطات فردی تا جمعی دارد؛ بنابراین در این فرایند الگوهای ارتباطی و معنای الگوها درباره آن مردم مطالعه می‌شود.

مردم‌نگاری با روش‌هایی چون مونوگرافی، داده‌هایی را برای مردم‌شناسی فراهم می‌کند تا مردم‌شناس با مقایسه و ترکیب آن‌ها به نتایج کلی دست یابد. مردم‌شناسی یا انسان‌شناسی متمایز و گسترده‌تر از مردم‌نگاری است و شامل دو رویکرد «انسان‌شناسی جسمانی با تأکید بر ویژگی‌های نژاد و خصوصیات جسمانی و بدنی» و «انسان‌شناسی فرهنگی با تأکید بر ویژگی‌های فرهنگی» است.

الگوهای متفاوتی برای اجرای روش قوم‌نگاری وجود دارد که برخی از مهم‌ترین آن‌ها در جدول ۲۰-۴ معرفی شده است.

جدول ۲۰-۴. انواع الگوهای متفاوت از فرایند اجرای قوم‌نگاری

ردیف	ارائه‌دهنده	مراحل
۱	اسپرادلی (۱۹۸۰)	«مشاهده مشارکتی»، «یادداشت‌برداری مردم‌نگارانه»، «بررسی ابعاد فضا، کنشگران فرهنگی، فعالیت‌ها، ابزارها، عمل، رویداد، زمان، هدف، احساس»، «مشاهده توصیفی»، «تحلیل قلمرو»، «مشاهده متمرکز»، «تحلیل تاکسونومیک ^۱ یا عمیق‌تر از تحلیل قلمرو»، «مشاهده گزینشی»، «تحلیل جزئی»، «کشف تم‌های فرهنگی»، «تهیه فهرست فرهنگی» و «نگارش گزارش مردم‌نگاری»
۲	نیومن (۲۰۰۶)	«آماده‌سازی خود و مطالعه ادبیات موضوع»، «انتخاب میدان مطالعه و ورود به آن»، «تثبیت روابط با اعضا»، «پذیرش یک نقش اجتماعی»، «دیدن، شنیدن و جمع‌آوری داده‌های کیفی»، «انجام مصاحبه»، «ترک محیط»، «ارائه تحلیل و نوشتن گزارش»
۳	مورس (۱۹۹۹)	«تعیین عنوان و مراحل مقدماتی»، «مرور ادبیات»، «توصیف محیط و مشارکت‌کننده‌ها»، «جمع‌آوری داده‌ها»، «تحلیل داده‌ها» و دیگر موارد از جمله نگارش گزارش
۴	فترمن (۱۹۹۸)	«مرور»، «مفاهیم بنیادی»، «روش‌ها و فنون»، «لوازم مردم‌نگارانه»، «تحلیل» و «نگارش»
۵	آگار (۱۹۹۶)	«شروع کار میدانی»، «محدود کردن دامنه مطالعه»، «جمع‌آوری داده‌ها»، «تحلیل»، «استنتاج و تدوین گزارش نهایی»
۶	برور (۲۰۰۵)	«مقدمه»، «طرح پژوهش»، «جمع‌آوری داده‌ها»، «تحلیل داده‌ها»، «تحلیل و بازاندیشی»، «ارزیابی یافته‌ها» و «تدوین گزارش»

قوم‌نگارها بر نکات عمیق موجود در دیدگاه افراد تحت بررسی تأکید دارند و اغلب به دنبال درک عمیق خرده‌فرهنگ‌ها در جوامع مختلف هستند.

۲۰-۲. مراحل اجرای پژوهش قوم‌نگاری

در این کتاب بر اساس الگوهای معرفی شده و الگوی ساختار اصلی کتاب مراحل قوم‌نگاری به شرح جدول ۲۰-۵ معرفی شده است.

۱. تاکسونومی یا آرایه‌شناسی به دانش رده‌بندی یا دسته‌بندی گفته می‌شود. برای مثال، ماشین یک زیرمجموعه‌ای از وسایل نقلیه است؛ بنابراین هر ماشینی یک وسیله نقلیه است، اما هر وسیله نقلیه‌ای ماشین نیست. بنابراین، یک چیز برای اینکه ابتدا یک ماشین و سپس یک وسیله نقلیه باشد به یک سری از محدودیت‌ها احتیاج دارد.

جدول ۲۰-۵. فرایند اجرای قوم‌نگاری

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	انتخاب گروه مورد مطالعه بر اساس «هدف پژوهش»، «محدوده پژوهش»، «منابع موجود»، «تاریخچه»، «شرایط محیطی از ابعاد فیزیکی، مصنوعات، افراد» و «روابط بین افراد»
۳	جمع‌آوری داده‌ها	«انتخاب نحوه ورود به گروه یا قوم به شکلی مناسب برای امکان جمع‌آوری داده»، «همراه‌سازی گروه یا جذب و هماهنگی گروه و رفع هرگونه تردید و مخالفت با جمع‌آوری داده»، «جمع‌آوری داده با انواع روش‌های مشاهده، مصاحبه، برگه‌یادداشت، ضبط صوت و تصویر»
۴	تحلیل داده‌ها	در جریان جمع‌آوری داده‌ها، توصیف‌ها پیوسته ارزیابی، توسعه و اصلاح می‌شوند.
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

۲۰-۳. طراحی پژوهش قوم‌نگاری

قوم‌نگار بیشتر در صدد توصیف یک فرهنگ است. پرسش عمیق او درباره «فرهنگ خاص گروهی از مردم»، «دیدگاه-های مشترک آن‌ها»، «ارزش‌ها، هنجارها، اعمال، زبان، اشیاء، خانه‌ها، کوچه‌ها، دست‌ساخته‌ها با معنایشان برای آن‌ها»، «چگونگی یادگیری آن‌ها» و امثال آن است (فراستخواه، ۱۳۹۵). برخی سؤالات پژوهش از جمله «چه اتفاقی، چرا و چگونه روی می‌دهد؟» می‌تواند معرف یک تحلیل اولیه و کمک به پژوهشگر در هدایت جریان پژوهش باشد. البته این سؤالات نباید مشاهده لازم برای انجام پژوهش را محدود کند. درواقع با این سؤالات می‌توان جمع‌آوری داده را آغاز کرد و در طول جمع‌آوری داده‌ها سؤالات پژوهش جدیدی اضافه کرد. با توجه به دامنه وسیع کار باید قلمرو مطالعه را محدود کرد. قلمرو مکانی باید به یک نهاد و گروه و قلمرو موضوعی باید به چند موضوع برای بررسی آن نهاد و در قلمرو زمانی باید به دوره زمانی مشخصی محدود شود. حداقل زمانی که پژوهشگر بتواند شاهد فعالیت‌های به‌هم‌پیوسته زندگی اجتماعی در همه فصول و تمامی روزها باشد، یکسال است و اغلب همین مدت را برای انجام پژوهش توصیه می‌کنند. بدیهی است که با مشکلات اقتصادی، اجتماعی، اداری و خانوادگی، توقف یک‌ساله پژوهشگر در جامعه موردپژوهش آسان نیست و اغلب پژوهش‌ها به‌تناوب و در فصول مختلف صورت می‌گیرند (خنفر و مسلمی، ۱۳۹۵).

۲۰-۴. ملاحظات نمونه‌گیری در قوم‌نگاری

عوامل اثرگذار در نمونه‌گیری پژوهش قوم‌نگاری را می‌توان به شرح جدول ۲۰-۶ دسته‌بندی کرد.

جدول ۲۰-۶. عوامل اثرگذار در نمونه‌گیری پژوهش قوم‌نگاری

ردیف	عوامل	توضیح
۱	تاریخچه	تاریخچه گروه و بررسی مشابهت‌های آن با دیگر گروه‌ها
۲	شرایط محیطی	اطلاعات زمینه‌ای مفید برای تشریح داده‌های جمع‌آوری شده
۳	محیط فیزیکی	موقعیت و ظاهر محیط از ابعاد «بو، صدا و امثال آن»
۴	مصنوعات در محیط	مواردی چون «عکس، پوستر، دکور و امثال آن» همراه با نحوه استقرار آن‌ها در محیط
۵	افراد در محیط	توجه به تعداد افراد در محیط و ویژگی‌های آن‌ها
۶	روابط بین افراد	تأثیر افراد بر یکدیگر، هنجارها و ارزش‌های مؤثر بر رفتار و دیگر موارد مشابه

همه پژوهش‌های مردم‌نگاری، مطالعه موردی تلقی می‌شوند. مورد پدیده‌ای است که در زمان و مکان قرار دارد و داده‌ها درباره آن جمع‌آوری و تحلیل می‌شوند. برای انتخاب یک یا چند مورد از جامعه کل، از نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند استفاده می‌شود و در آن پژوهشگر به‌صورت هدفمند به انتخاب محیط‌ها، افراد یا وقایع خاصی می‌پردازد که حاوی اطلاعات مهمی است که کسب آن از راه‌های دیگر ممکن نیست. نمونه‌گیری بر اساس معیار و نمونه‌گیری گلوله برفی در این روش کاربرد زیادی دارد. در خصوص کفایت تعداد نمونه در جمع‌آوری داده‌های کیفی با روش نمونه‌گیری شبکه‌ای/ زنجیره‌ای یا معیار محور برای افراد مورد مصاحبه یا مشاهده رفتارها و مصنوعات اغلب از «اشباع نظری» استفاده می‌شود.

جدول ۲۰-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده در قوم‌نگاری

گاهی از چند پژوهشگر یا جمع‌آوری‌کننده داده‌ها استفاده می‌شود. در این شرایط تعداد کمتر و تا حداکثر سه نفر و آن‌هم با تخصص‌های مکمل یکدیگر بهتر است. تجربه نشان می‌دهد که پژوهش انفرادی نتیجه بهتری دارد. نکته مهم بعدی مشخص کردن وضعیت «آشکار» یا «مخفی» بودن نقش پژوهشگر در جمع‌آوری داده‌ها است. جمع‌آوری داده‌ها در مردم‌نگاری، فراتر از توصیف عینی مردم و رفتار آنان است. یعنی پژوهشگر باید به‌شکلی نظام‌دار به دنبال شناخت پدیده‌ها، آموخته‌ها و رفتارهای مبتنی بر آن‌ها «بدون هرگونه اعلام نظر شخصی» باشد. او می‌تواند برای جمع‌آوری داده‌ها، ویژگی‌های عینی گروه یا جامعه از جمله «نحوه سازمان‌یافتگی جامعه»، «قوانین»، «آداب»، «رسوم»، «باورها»، «شرایط محیطی»، «افراد خاص»، «فعالیت‌ها»، «اشیاء»، «ابزار»، «وقایع»، «عملکرد»، «زمان»، «هدف» و «احساسات» را مورد توجه قرار دهد. برای انتخاب روش مناسب جمع‌آوری داده‌ها باید روش مناسب برای دستیابی به داده‌های صحیح و قابل قبول در حل مسئله پژوهش را از میان انواع روش‌های معرفی شده در جدول ۲۰-۷ انتخاب کرد.

جدول ۲۰-۷. انواع روش‌های جمع‌آوری داده قابل استفاده در قوم‌نگاری

ردیف	انواع	توضیح
۱	مشاهده	پژوهشگر به‌عنوان مشاهده‌کننده و جمع‌آوری‌کننده داده از گروه در محیط طبیعی
۲	مصاحبه	با انواع مصاحبه‌های ساختاریافته و ساختارنیافته
۳	یادداشت‌برداری	از شرح‌حال‌ها، اسناد، مدارک، محصولات اجتماعی و حتی حین مصاحبه
۴	ترکیبی	ترکیبی از موارد قبل با رویکردهای کمی و کیفی

اطلاعات باید در نزدیک‌ترین زمان ممکن ثبت شوند. برای ثبت اطلاعات پژوهشگر می‌تواند از روش‌های دستی یا ابزارهای رایانه‌ای استفاده کند. در جمع‌آوری داده‌ها، پژوهشگر باید معنای موضوعات، رفتارها و پدیده‌های آشکارشده را شناسایی و با تأکید بر مواردی به شرح جدول ۹-۲۰ ثبت کند.

جدول ۹-۲۰. محورهای مهم برای جمع‌آوری داده در روش قوم‌نگاری

ردیف	موارد
۱	مصاحبه با مطلعین در محل
۲	ثبت دیده‌ها، شنیده‌ها، مزه‌ها، بوها و تجربه‌های لمسی
۳	سر زدن به همه‌جایای مهم برای توسعه دید و درک محیطی از ابعاد مختلف
۴	خط کشیدن زیر داده‌های مهم و قابل مراجعه مکرر بعدی

۶-۲۰. ملاحظات تجزیه و تحلیل داده‌ها در قوم‌نگاری

در مردم‌نگاری، تجزیه و تحلیل داده‌ها، هم‌زمان با جمع‌آوری داده‌ها صورت می‌گیرد. برای یک مردم‌نگار «نوشتن»، مکمل روش قوم‌نگاری است. مردم‌نگار در طول پژوهش به نوشتن می‌پردازد و حتی یادداشت‌های یادآور در کنار یادداشت‌ها ثبت می‌کند. اغلب در پژوهش قوم‌نگاری داده‌های زیادی به صورت «یادداشت، نوار کاست، عکس، تحلیل تصاویر و مدارک» جمع‌آوری می‌شود. نخستین گام در تجزیه و تحلیل داده‌های قوم‌نگاری، جهت‌دهی به آن‌ها از طریق فرایند کدگذاری است. طی فرایند نظام‌مند کدگذاری از داده‌ها مفاهیمی ادراک می‌شود. مرحله بعد از کدگذاری، تنظیم داده‌ها در مقوله‌های موردنظر و یافتن رابطه بین آن‌ها است. در این مسیر ذهن پژوهشگر باید به شکل سیالی به دنبال روابط بین «موقعیت، فرد، گروه و جامعه» با یکدیگر باشد. کدگذاری منظم صحت و اعتبار کار را بیشتر می‌کند. برای ارزیابی صحت و اعتبار داده‌های قوم‌نگاری می‌توان از روش‌هایی به شرح جدول ۱۰-۲۰ استفاده کرد.

جدول ۱۰-۲۰. انواع روش‌های ارزیابی صحت و اعتبار داده‌های قوم‌نگاری

ردیف	انواع	توضیح
۱	احتمال صحت	درک صریح و صحیح از فرهنگ بررسی‌شده
۲	سه‌ضلعی بودن	استفاده از چند روش برای بررسی صحت مطالب
۳	بازبینی توسط اعضا	بازبینی و تأیید گزارش توسط اعضای رسیدگی‌کننده یا صاحب‌نظر

پس از جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، ترک میدان، گاهی به اندازه ورود به آن اهمیت پیدا می‌کند. هیچ پروژه پژوهشی قوم‌نگاری به طور قطعی کامل نیست؛ زیرا همیشه امکان فراگیری مطالب بیشتر، وسعت دادن به گستره‌ای زمانی و مکانی دریافته‌ها، یا عمق بخشیدن به ظرفیت آن دریافته‌ها وجود دارد.

۷-۲۰. تک‌نگاری یا مونوگرافی

رویکرد وقایع زندگی یا پژوهش زندگینامه‌ای^۱، توصیفی ژرف و دقیق از یک شخص (بیوگرافی) یا یک واحد اجتماعی مانند «خانواده، طایفه تیم، باشگاه یا یک واحد اجتماعی مشابه دیگر» که جنبه‌های مختلف آن را در بر می‌گیرد. در

تکننگاری، جوامع کوچک و محدود به طور همه جانبه مورد بررسی قرار می گیرند. این طرح اغلب در شرایطی بکار می رود که اطلاعات کافی در زمینه آن مورد وجود نداشته باشد. به عبارت دیگر، مونوگرافی یعنی تحلیل مردم شناسانه جنبه های مختلف گروه های انسانی مبتنی بر مطالعه مردم نگاری حوزه مورد بررسی که به ویژگی های اقلیمی، اقتصادی، معیشتی، اجتماعی، خانوادگی، مذهبی، سیاسی، حکومتی، آیین ها و مراسم، اعتقادات و باورها، هنر، ادبیات شفاهی و سایر شئون و جزئیات و جنبه های زندگی می پردازد.

تکننگاری بر اساس مشاهده مستقیم و عینی استوار است. محقق با شرکت فعال در زندگی مردم جامعه مورد بررسی و معاشرت با آنها و با بکار بردن فنون مصاحبه و پرسشنامه وقایع و امور اجتماعی را از نزدیک مشاهده، مطالعه و توصیف می کند. وقایع زندگی یا پژوهش زندگینامه ای بر مطالعه یک فرد متمرکز می شود و از طریق روایت زندگی او به صورت حکایت گونه، رویدادهای زندگی فردی در چهارچوبی وسیع تر نمایان می شود. سپس با ارتباط دادن این رویدادها، به عنوان نقطه های عطف و اطلاعات گردآوری شده مورد تفسیر قرار می گیرند. از پژوهش زندگی نامه ای به عنوان تاریخ شفاهی نیز یاد می شود.

روش پژوهش پدیدارشناختی

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش پدیدارشناختی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش پدیدارشناختی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در پدیدارشناختی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در پدیدارشناختی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در پدیدارشناختی

مقدمه

روش پژوهش پدیدارشناختی مطالعه چگونگی تشریح اشیاء و پدیده‌ها توسط انسان‌ها و تجربه مستقیم آن‌ها از طریق حواس است. در این فصل به معرفی مفهومی و چگونگی اجرای این روش کیفی پرداخته خواهد شد.

۲۱-۱. مفهوم روش پژوهش پدیدارشناختی

روش پژوهش «پدیدارشناختی» به شناخت مستقیم «ویژگی‌های پدیدار شده از یک پدیده بر اساس تجربه انسانی» اشاره دارد. درواقع پدیده‌ها بر اساس ماهیت تجربه انسان توصیف می‌شوند. مطالعه و توصیف انواع پدیده‌ها با توجه به «نحوه بروز» و «معناسازی حاصل از تجربه» با رویکردی «نظام‌مند» است. این نظام به توصیف یک «پدیده تجربه‌شده» از زاویه نگاه فرد تجربه کننده در ابعادی چون «زمان و مکان» می‌پردازد. «تجربه‌ها» می‌تواند هم از نوع «عینی یا تجربه مستقیم دنیای مادی» و هم از نوع «ذهنی یا امور انتزاعی» باشد. براین اساس انواع تجربه‌هایی چون «عاطفی، شغلی، ازدواج، رفتارهای سازمانی، اندیشه‌ها، دردها، خاطرات، موسیقی، ریاضیات و امثال آن» قابل توجه خواهد بود. در اغلب موارد معنادهی به این تجربه‌ها در هر انسان بر اساس محتوای ذهنی مانند «هنر، دین، فلسفه، علم و امثال آن» خواهد بود. پژوهشگر می‌تواند رویکرد هر فرد درباره هر پدیده را بر اساس «تجربه برگرفته از محتوای ذهنی تجربه‌کننده» شناسایی کند (امامی سیگارودی، دهقان نیری، رهنورد و نوری سعید، ۱۳۹۱).

اغلب در شرایط مواجهه با پدیده‌های خاص و جدید یا در شرایطی که معنای کامل، مشترک و دقیقی از یک پدیده وجود ندارد، پژوهشگران از روش «پدیدارشناختی» برای رفع این مسئله بهره می‌گیرند. شناخت خود و جهان به «تمرکز آگاهانه روی تجربه» نیاز دارد. یعنی انسان‌ها چگونه به تجربه‌های خود معنا می‌بخشند و در ادامه با یکدیگر معنای مشترکی از تجربه‌ها و آگاهی ایجاد می‌کنند. در این نوع پژوهش نیز به مشارکت انسان برای ایجاد معنا درباره پدیده‌های اطرافش توجه می‌شود؛ زیرا انسان جهان را «با» و «از» طریق دیگران تجربه می‌کند. این رویکرد بر نقش تجربه انسان نسبت به پدیده‌ها و معنای ایجادشده برای پدیده‌ها از طریق تجربه‌ها تأکید دارد. مبنای منطقی استفاده از این روش برای حل مسئله را می‌توان در چهار محور کلیدی به شرح جدول ۲۱-۱ مرور کرد.

جدول ۲۱-۱. محورهای منطق استفاده از روش پدیدارشناختی

ردیف	محور	توضیح
۱	آگاهی	شناخت حاصل از تجربه پدیده‌ها
۲	ادراک	درک معنای حاصل از تجربه پدیده‌ها
۳	معناسازی	ایجاد معنای حاصل از تشریح، تکرار و تفسیر تجربه‌ها
۴	واقعیت	تعمیم معانی به پدیده‌ها و تجربه‌های مشابه

بر این اساس پژوهشگر در این روش می‌خواهد بداند که «انسان چگونه با کنار هم قراردادن پدیده‌های تجربه‌شده به آن‌ها معنا می‌بخشد». محور پژوهش پدیدار شناختی «فرایند معناسازی برای تجربه‌ها» است. به همین نحو سؤال پژوهشی آن به این شکل نیست که برای نمونه «آیا دانش‌آموزان این مطلب خاص را یاد می‌گیرند؟» بلکه به این شکل است که «ماهیت یا ذات یادگیری چیست؟» یعنی پژوهشگر می‌خواهد بفهمد که «تجربه خاص یادگیری برای این

دانش‌آموزان به چه شکل است». پاسخ به این نوع سؤالات بر پایه مبانی اختصاصی این روش به شرح جدول ۲-۲۱ صورت می‌گیرد (محمدپور، ۱۳۹۲).

جدول ۲-۲۱. برخی مفاهیم اختصاصی در روش پدیدارشناسی

ردیف	مفهوم	توضیح
۱	ذات	مفاهیم ایجادکننده درک مشترک از پدیده موردبررسی
۲	شهود	توصیف حاصل از تجسم بصری یا تفسیر برای ایجاد درکی مشترک از پدیده موردبررسی
۳	تقلیل	دستیابی به آگاهی خالص، اولیه و ناب درباره پدیده موردبررسی

برخی نظریه‌های روان‌شناسی مبتنی بر «محوریت اراده انسان» به شرح جدول ۳-۲۱ برآمده از روش پدیدارشناختی هستند (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۵).

جدول ۳-۲۱. انواع نظریه‌های روان‌شناسی درباره تجربه «اراده انسان» بر اساس روش پدیدارشناختی

ردیف	دانشمند	اراده انسان معطوف به چیست؟
۱	فروید	اراده معطوف به تجربه لذت
۲	یونگ	اراده معطوف به تجربه خودآگاهی و خود واقعی
۳	آدلر	اراده معطوف به تجربه قدرت
۴	ویکتور فرانکل	اراده معطوف به تجربه معنایابی
۵	پرز	اراده معطوف به تجربه و زندگی در حال
۶	راجرز	اراده معطوف به تجربه پذیرش بدون قید و شرط خود
۷	اسکینر	اراده معطوف به تجربه کسب پاداش
۸	آلبرت آلیس	اراده معطوف به تجربه تفکر عقلانی
۹	گلایزر	اراده معطوف به تجربه انتخاب و کنترل درونی
۱۰	اریک برن	اراده معطوف به تجربه من بالغانه
۱۱	کارن هورنای	اراده معطوف به تجربه کسب امنیت
۱۲	مازلو	اراده معطوف به تجربه خودشکوفایی

روش پدیدار شناختی دربردارنده دو رویکرد اجرایی مبتنی بر «توصیف» یا «تفسیر» تجربه به شرح جدول ۴-۲۱ است.

جدول ۴-۲۱. انواع رویکردهای اجرایی روش پژوهش پدیدارشناختی

ردیف	انواع	توضیح
۱	توصیفی و تفسیری	الف) توصیفی: تأکید هوسرل به «فهم پدیده با توجه به ساختار تجربه» ب) تفسیری: تأکید هایدگر بر «نحوه شکل‌گیری معنای پدیده در انسان»
۲	هرمنوتیک و تجربی (کرسول)	الف) تجربی: تأکید بر توصیف روان‌شناختی تجربه‌ها ب) هرمنوتیک: تأکید بر تفسیر و تأویل (شناخت معنای باطن) تجربه‌ها در قالب متن

۲-۲۱. مراحل اجرای پژوهش پدیدارشناختی

برای اجرای مراحل پژوهش پدیدارشناختی، الگوهای متعددی به شرح جدول ۵-۲۱ وجود دارد (محمدپور، ۱۳۹۲).



جدول ۲۱-۵. انواع الگوها از مراحل اجرای پژوهش پدیدارشناختی

ردیف	پیشنهاددهنده	مراحل
۱	پارسه (۱۹۹۰)	«استخراج ذات»، «ترکیب ذات‌ها»، «فرمول‌بندی یک قضیه از توصیف هر مشارکت‌کننده»، «استخراج مفاهیم هسته از قضایای فرمول‌بندی شده» و «ترکیب و ایجاد یک ساختار از تجربه زیسته»
۲	اسپیگلبرگ (۱۹۷۵)	«توصیف»، «ذات»، «نمود»، «سازه‌ای»، «تقلیل»، «تأویل»
۳	موسناکاس (۱۹۹۴)	«غوطه‌وری»، «نهفتگی»، «تهذیب»، «تکرار»، «ترکیب خلاق»
۴	پاترسون و ژراد (۱۹۷۶)	«مقایسه و مطالعه نمونه‌هایی از پدیده موردبررسی»، «تغییر و جابه‌جایی ابعاد پدیده به‌طور تخیلی»، «تبیین با روش حذف یا نفی جایگزین‌ها»، «قیاس و استعاره»، «طبقه‌بندی ذات پدیده»
۵	کولایزی (۱۹۷۸)	«بررسی تمام توصیف‌ها از پدیده»، «استخراج روایت‌های مهم از آن‌ها»، فرمول‌بندی با توضیح معنای هر یک از عبارت‌ها، «قراردادن معانی فرمول‌بندی شده در قالب خوشه‌هایی از تم‌ها»، «ارجاع دادن خوشه‌ها به روایت‌های اولیه برای معتبرسازی»، «رد کردن داده‌ها یا تم‌های نامرتبط»، «ترکیب نتایج باقی‌مانده»، «توصیف کامل از پدیده موردبررسی با آن‌ها»، «معتبرسازی یافته‌ها»
۶	گیورکی (۱۹۸۵)	«بررسی تمام توصیف‌ها از پدیده»، «جداسازی و طبقه‌بندی توصیف‌ها بر اساس بینش‌های روان‌شناختی»، «ترکیب آن‌ها»
۷	وان کام (۱۹۸۴)	«فهرست و گروه‌بندی توصیف‌ها از پدیده موردبررسی برای داوری»، «بررسی توافق داوری درباره آن‌ها»، «کنار گذاشتن عناصر غیر ذاتی»، «نگارش یک درک فرضیه‌ای و توصیفی از پدیده»، «بازنگری و آزمون آن»، «رسیدن به گزینه نهایی»
۸	وان مانن (۱۹۹۰)	«تمرکز روی پدیده»، «تجربه شخصی»، «تحلیل موضوعی»، «نگارش پدیدارشناختی»
۹	استروبرت (۱۹۹۱)	«ارائه توصیف شخصی از پدیده»، «تعلیق پیش‌فرض‌های پژوهشگر»، «مصاحبه با مشارکت‌کنندگان»، «بررسی نتایج مصاحبه»، «آشکارسازی ذات‌ها»، «درک روابط ماهوی و ذاتی»، «توسعه توصیف‌های فرمول‌بندی شده از پدیده»، «معتبرسازی با مراجعه مجدد به مشارکت‌کنندگان»، «بازنگری ادبیات مرتبط»، «کاربرد یافته‌ها در پروژه یا فرایند حل مسئله»

همان‌طور که در جدول فوق دیده می‌شود، مراحل متفاوت اما نسبتاً همگرایی در مراحل پیشنهادی وجود دارد؛ بااین حال برای ایجاد درک مشترک خواننده کتاب از روش‌شناسی، مراحل اجرای روش پژوهش پدیدارشناختی در الگویی به شرح جدول ۲۱-۶ معرفی خواهد شد.

جدول ۲۱-۶. فرایند اجرای پژوهش پدیدارشناختی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	اغلب نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند یا معیار محور
۳	جمع‌آوری داده‌ها	تبدیل تجربه‌های افراد موردبررسی به قالب زبان شفاهی و تبدیل آنچه دیده یا شنیده شده به درکی از تجربه اولیه با تأکید بر مشاهده ناب با تلاش برای خنثی کردن تأثیر الگوهای عادی اندیشه و چگونگی تشریح اشیاء توسط انسان‌ها و تجربه آن‌ها از طریق حواس
۴	تجزیه و تحلیل داده‌ها	تبدیل آنچه در مورد آن پدیده درک شده به مقوله‌های مفهومی دربرگیرنده ذات‌های تجربه اولیه و تبدیل ذات‌های مورد اشاره به دست‌نوشته یا درکی برای روشن کردن همه گام‌های قبلی
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

۳-۲۱. ملاحظات نمونه‌گیری در روش پدیدارشناختی

نمونه‌گیری در روش پدیدارشناختی به ملاحظات متعددی به شرح جدول ۷-۲۱ بستگی دارد.

جدول ۷-۲۱. ملاحظات نمونه‌گیری در روش پدیدارشناختی

ردیف	ملاحظات
۱	تعیین «مطالعه تجربه خود» یا «مطالعه تجربه دیگران»
۲	مطالعه تجربه‌های مشترک در افراد متفاوت و مقایسه آن‌ها با هم
۳	انتخاب شرکت‌کنندگان دارای تجربه قابل‌مطالعه در زندگی
۴	آمادگی و تمایل شرکت‌کنندگان برای صحبت درباره تجارب خود
۵	انتخاب شرکت‌کنندگانی متفاوت برای دستیابی به روایت‌های غنی و منحصره‌فرد درباره یک تجربه خاص
۶	تعداد کافی نمونه وابسته به ماهیت مطالعه و داده‌ها از یک نفر تا رسیدن به اشباع نظری

در موارد وجود یک «ذات» برای تجربه‌های مشترکی مانند «تنهایی، ترس، عشق و امثال آن» از تجربه‌های افراد متفاوت و مقایسه آن‌ها برای درک عمیق استفاده می‌شود. میزان کفایت نمونه برای بررسی ابعاد متفاوتی دارد. برای نمونه پژوهشگران ممکن است نمونه‌گیری را تا زمان رسیدن به حد اشباع و نقطه‌ای ادامه دهند که در صحبت‌ها فهم روشن‌تر و ابعاد جدیدی نباشد (امامی سیگارودی، دهقان نیری، رهنورد و نوری سعید، ۱۳۹۱). در رویکردی دیگر می‌توان از «نمونه‌گیری هدفمند یا معیار محور» استفاده کرد. همچنین می‌توان از «نمونه‌گیری مورد منحرف» یا موارد در برجسته‌ترین نقاط افراطی یا نمونه‌های بر اساس ویژگی نامعمول یا خاص و پراطاعات استفاده کرد. برای نمونه در مطالعه پدیده خرید آنلاین، می‌توان افراد باتجربه خرید «بسیار بالا» یا «بسیار کم» را موردتوجه قرار داد. نوع دیگر این حالت «نمونه‌گیری بر اساس شدت یا موارد پر اطلاعات درباره پدیده موردبررسی» است (قدس الهی، روحانی و حسینقلی‌پور، ۱۳۹۳). بهترین نوع مسائل برای استفاده از این نوع پژوهش، مواردی مستلزم «فهم مشترک یا تجربه مشترک» عده‌ای در باب یک پدیده است. تعداد نمونه‌های مکفی از نظر کرسول (۱۹۹۸) تا ۱۰ نفر خصوصاً در مصاحبه‌های عمیق است. اگر تعداد نمونه از ۱۰ بیشتر شود، پژوهش پدیدارشناسی با نوعی مثلث‌سازی در نمونه‌گیری انجام می‌شود تا موضوع موردبررسی از دیدگاه سه گروه متفاوت با تجربه مشترک مطالعه شود. در مواردی به تعداد نمونه برای مصاحبه بین ۵ تا ۲۵ نفر با تجارب موردنظر اشاره می‌شود. اساس اتمام مصاحبه‌ها، اشباع نظری است (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۵).

۴-۲۱. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در پدیدارشناسی

از ملاحظات کلیدی در جمع‌آوری داده‌ها، ترک «عادات‌های پیشین تجربه» یا «ذهنیت‌های عادت شده» برای درک پدیده‌ها است. به این معنا که «پیش‌داوری مبتنی بر عادات روزمره» وجود نداشته باشد. به این حالت «بازگشت به مشاهده ناب نخستین» یا «نخستین دیدن» هم گفته می‌شود که بر درک پدیده به اتکای ذات آن و بدون هرگونه اندیشه و قضاوت قبلی تأکید دارد. برای جمع‌آوری داده‌ها اغلب از «مصاحبه عمیق» همراه با «مشاهده مشارکتی» افراد تجربه‌کننده مستقیم پدیده موردنظر استفاده می‌شود. برای جمع‌آوری مناسب داده‌ها، پژوهشگر باید ظرفیت مناسب برای

«مصاحبه و مشاهده» یعنی «دانش، دقت، حساسیت و انعطاف‌پذیری» لازم برای «دستیابی به تجربیات فرد یا گروه خاص» برخوردار باشد. اگر مصاحبه عملی نبود می‌توان پاسخ افراد به سؤالات را مکتوب دریافت کرد (فتیحی، ۱۳۸۴).
۲۱-۴-۱. مصاحبه عمیق: هدف جمع‌آوری داده‌ها، «روشن کردن ساختار و جوهره پدیده‌های تجربه‌شده» و «چگونگی تجربه پدیده» است. برای این منظور اغلب از دو سؤال کلیدی به شرح جدول ۲۱-۸ برای جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق استفاده می‌شود.

جدول ۲۱-۸. دو سؤال کلیدی در مصاحبه برای جمع‌آوری داده‌ها در پدیدارشناختی

ردیف	سؤالات کلیدی برای جمع‌آوری داده
۱	در مورد پدیده موردنظر چه تجربه‌ای دارید؟
۲	چه زمینه یا وضعیتی بر تجربه شما از پدیده موردنظر اثرگذار است؟

هرچند سؤالات دیگری با پایان باز می‌تواند پرسیده شود؛ اما این دو سؤال کلیدی منجر به جمع‌آوری داده‌هایی برای توصیف «متن و ساختار تجربه» می‌شود. از ملاحظات اجرای مصاحبه در روش پدیدارشناختی می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲۱-۹ اشاره کرد.

جدول ۲۱-۹. ملاحظات اجرای مصاحبه در روش پدیدارشناختی

ردیف	ملاحظات
۱	توجیه مصاحبه‌شونده با معرفی هدف پژوهش، اعلام ضبط صدا و در صورت نیاز محرمانه ماندن هویت او
۲	شروع مصاحبه‌کننده با سؤالات کلی اولیه
۳	تأکید بر چرخشی یا رفت‌وبرگشتی بودن مصاحبه پیرامون تجربه پدیده موردبررسی
۴	وظیفه مصاحبه‌کننده فراهم کردن زمینه‌ای برای بیان آزادانه و با جزئیات تجربیات توسط شرکت‌کننده
۵	ایجاد احساس جایگاه و مقام برابر و یکسان با مصاحبه‌کننده برای مصاحبه‌شونده
۶	تمرکز پرسش‌ها روی «تجربه مصاحبه‌شونده» و «موضوع یا پدیده»
۷	تأکید بر «چگونگی» به جای «چرایی» در پرسش‌ها

باید تا حد ممکن از طرح سؤالات «چرایی» پرهیز شود تا جهت گفتگو از «توصیف تجربه به شکل واقعی» به «توجیه تجربه» هدایت نشود. برای نمونه وقتی پاسخگو می‌گوید «من موقع خرید قیمت‌ها را مقایسه نمی‌کنم»، اگر پرسیم «چرا؟» پاسخگو به دنبال یک دلیل منطقی و توجیهی برای کار خود می‌رود. در این نوع پرسش‌ها، پاسخگو فقط یک جنبه از تجربه‌اش را انتخاب می‌کند و آن را به عنوان دلیل منطقی کارش ارائه می‌دهد. در این حالت بهتر است که به این شکل پرسید: «می‌توانید درباره خرید بدون مقایسه خود توضیح بدهید؟» پاسخ به این سؤال بهتر زمینه درک تجربی و واقعی از «عدم قیاس قیمت‌ها» را فراهم می‌کند (قدس الهی، روحانی و حسینی‌پور، ۱۳۹۳).

۲۱-۴-۲. مشاهده مشارکتی: در روش مشاهده می‌توان با یادداشت‌برداری از انواع مشاهدات به شرح جدول ۲۱-۱۰ اقدام کرد. داده‌های جمع‌آوری‌شده از طریق مشاهده در ارتباط با داده‌های حاصل از مصاحبه عمیق تحلیل می‌شود.

جدول ۲۱-۱۰. انواع یادداشت‌برداری از حاصل از مشاهده برای جمع‌آوری داده‌ها

ردیف	انواع یادداشت	توضیح
۱	مشاهده‌ای	یادداشت هر چیز قابل مشاهده در حین مصاحبه مانند حرکات، اشارات، احساسات و محیط زندگی
۲	نظری	یادداشت معانی و ریشه‌های هر چیز قابل مشاهده در حین مصاحبه
۳	تحلیلی	تحلیل پژوهشگر در آخر هر مصاحبه با توجه به مشاهداتش و جمع‌بندی از نتایج

۲۱-۵. ملاحظات تحلیل داده‌ها در پدیدارشناسی

یکی از مفاهیم کلیدی برای تحلیل داده‌ها در روش پدیدارشناسی، مفهوم «اپوخه» است. در اپوخه، هر نوع «برداشت، قضاوت، دانستنی و مفروضات» قبلی درباره پدیده کنار گذاشته می‌شود تا پدیده از یک نظرگاه جدید، باز و بدون پیش‌داوری مورد تحلیل قرار گیرد. در اپوخه باید مشاهده را تا جایی ادامه داد که شواهد کافی برای قضاوت درباره تشخیص «واقعی یا واقعی‌ترین» فراهم شود. به همین دلیل، اپوخه یک فرایند تحلیل دائمی در طول پژوهش است. دومین گام بعد از اپوخه، تقلیل پدیدارشناختی است. در این فرایند تحلیلی، پژوهشگر جهان و پیش‌فرض‌ها را در «پرانتز» می‌گذارد تا داده‌ها را در شکل ناب و آلوده نشده با مداخله‌ها و دستکاری‌های خارجی شناسایی کند. در این حالت، پدیده از جهانی که در آن رخ داده، برداشته و جدا می‌شود؛ تا بتوان آن را به‌عنوان یک سند و متن از ابعاد عناصر و ساختارهای ماهوی آن آشکار، تعریف و تحلیل کرد. برای تحلیل در مراحل پرانترگذاری، گام‌هایی به شرح جدول ۲۱-۱۱ پیشنهاد می‌شود (دنزین، ۱۹۸۹).

جدول ۲۱-۱۱. گام‌های انجام تحلیل در مرحله پرانترگذاری

ردیف	مراحل
۱	شناسایی عبارت‌ها و جملات کلیدی اشاره‌کننده به پدیده موردبررسی در درون تجربه شخصی یا داستان
۲	تفسیر معنای عبارت‌ها به شکل یک خواننده آگاه
۳	شناسایی انواع تفسیر سوژه حاصل از این عبارت‌ها
۴	بررسی معانی ایجادشده نسبت به آشکارسازی ویژگی‌های ذاتی و تکراری پدیده موردبررسی
۵	ارائه یک عبارت قابل آزمون یا تعریف از پدیده موردبررسی برحسب ویژگی‌های ذاتی و تکراری شناسایی‌شده

تحلیل داده‌های پدیدارشناسانه باید به‌نحوی انجام شود که کلیت و یکپارچگی داده‌ها دچار اختلال نشده و به‌صورت یک کل و در ارتباط با محیط پژوهش موردبررسی قرار گیرد. در این روش باید از تجزیه داده‌ها یا تکه‌تکه کردن مفاهیم پرهیز کرد. در عوض باید داده‌های به‌دست‌آمده باز و گسترش‌یافته و موردبررسی قرار گیرد. روش‌های مختلفی برای تحلیل داده‌ها وجود دارد که پژوهشگر می‌تواند روش مناسب خود را انتخاب کند. در این بخش به سه روش «کراسول»، «کلایزی» و «اسمیت» با تأکید بر وجوه مشابه اشاره می‌شود.

تحلیل و بازنمایی داده‌ها در روش پدیدارشناسی از نظر کراسول (۱۹۹۸) به شرح جدول ۲۱-۱۲ است.

جدول ۲۱-۱۲. تحلیل داده‌ها در روش پدیدارشناسی از دید کراسول

ردیف	روش	توضیح
۱	مدیریت داده‌ها	ایجاد و سازمان‌دهی یک پوشه خالی برای داده‌ها
۲	خوانش و شرح‌واره نویسی	خواندن متن، نوشتن یادداشت‌های حاشیه‌ای و شکل دادن کدهای اولیه
۳	تشریح	تشریح معنای تجربه
۴	طبقه‌بندی	شناسایی و فهرست عبارت‌های معنایی برای افراد و گروه‌بندی آن‌ها در واحدهای معنایی
۵	تفسیر	یک توصیف متنی بر اساس «چه رخ داده؟» و یک توصیف ساختاری بر اساس «چگونه پدیده تجربه شده؟»
۶	توصیف جامع از تجربه	بیان ذات تجربه
۷	بازنمایی و به تصویر کشیدن	ارائه یک روایت از ذات تجربه با جداول و مشخصه‌های عبارت‌ها و واحدهای معنایی

روش «کلایزی» شامل هفت گام به شرح جدول ۲۱-۱۳ با که تمرکز اصلی آن بررسی تجربه آگاهانه و توصیف تجربیات در زندگی واقعی است (امامی سیگارودی، دهقان نیری، رهنورد و نوری سعید، ۱۳۹۱).

جدول ۲۱-۱۳. مراحل تجزیه و تحلیل «کلایزی»

ردیف	مراحل
۱	مرور موارد حاصل از هر مصاحبه و اقدامات ضبط و یادداشت‌برداری میدانی
۲	خط کشیدن زیر اطلاعات بامعنی و بیانات مرتبط با پدیده موردبحث
۳	استخراج مقوله‌ها از عبارات مهم مشخص شده
۴	مطالعه با دقت مقوله‌های تدوین شده و دسته‌بندی مفاهیم بر اساس تشابهات مفهومی
۵	پیوند نتایج برای توصیف جامع از پدیده موردبررسی و ایجاد دسته‌های کلی‌تر
۶	ارائه توصیف جامع از پدیده موردبررسی به شکلی واضح و بدون ابهام
۷	اعتباربخشی به یافته‌ها با ارجاع و پرسیدن نظر نمونه‌ها

در جدول ۲۱-۱۴ روش تحلیل اسمیت معرفی می‌شود.

جدول ۲۱-۱۴. مراحل تجزیه و تحلیل «اسمیت»

ردیف	مراحل	توضیح
۱	مواجهه اولیه	خواندن و مطالعه چندباره داده‌ها برای درک دقیق آن‌ها
۲	شناسایی مقوله‌ها	برجسته نمودن گزاره‌های مهم، جملات و عبارات فراهم‌کننده نحوه شکل‌گیری تجربه شرکت‌کنندگان در خصوص پدیده (افقی‌سازی)
۳	شناسایی گزاره‌های مقوله‌ها	شناسایی و استفاده از گزاره‌های معنادار، مهم و تم‌ها برای نگارش توصیفی از تجارب
۴	فرموله کردن معانی	توسعه دسته‌ها و خوشه‌هایی از معانی از درون گزاره‌های مهم و با معنی به شکل تم
۵	لیست کردن و خوشه‌بندی	سازمان‌دهی به تم‌های استخراج شده
۶	توصیف	ترکیب نتایج و ارائه توصیف جامع با اعمال نظم و ساختار به خوشه‌ها

پژوهش پدیدارشناختی با داده‌های روایی از تجربه شروع می‌شود، داستان‌ها و وصف را به مطالب ضروری محدود می‌کند و به تحلیل نظام‌مند کلمات و مفاهیم به کاررفته برای توصیف پدیده می‌پردازد. هدف نهایی پژوهشگر، ایجاد فهم بهتر از «پدیده خاص» توسط تأکید بر تفاسیر کسانی است که واقعاً آن را تجربه کرده‌اند. خروجی نهایی پژوهش پدیدارشناسی، توصیف ماهیت یا ساختار عمومی مهم یک تجربه است. این گزارش باید تا حد ممکن به دقت و واضح،

واقعیت توصیف شده توسط شرکت کنندگان را منعکس سازد. مراحل مهم در تحلیل داده‌های پدیدارشناسی در ادامه بیشتر توضیح داده می‌شوند.

۲۱-۵-۱. **ساماندهی اولیه داده‌ها:** پژوهشگر در گام نخست نسبت به تغییر شکل داده‌ها از شکل زبانی به نوشتاری بر اساس سه معیار نظری «رویکرد امیک، استقلال متن و پرانتزگذاری»^۱ به شرح جدول ۲۱-۱۵ اقدام می‌کند.

جدول ۲۱-۱۵. معیارها برای تفسیر داده‌ها هنگام مکتوب کردن

ردیف	معیارها	توضیح
۱	رویکرد امیک	درک، تفسیر و بازنمایی پدیده مورد بررسی از دیدگاه افراد تجربه‌کننده
۲	استقلال متن	متن هر مصاحبه به عنوان یک مجموعه داده مستقل
۳	پرانتزگذاری	کنار گذاشتن تعصبات و تجربیات اثرگذار پژوهشگر در تحلیل داده‌ها (گذاشتن آن‌ها در پرانتز)

در هنگام پیاده‌سازی محتوای صوتی به نوشتاری می‌توان یادداشت‌های آزادی برای پیشنهاد کدگذاری داشت.

۲۱-۵-۲. **کدگذاری باز:** بر اساس ادراک حاصل از تجربه‌ها نسبت به پدیده و مرور متن نوشتاری، عبارات و گزاره‌های مهم شناسایی و کدگذاری می‌شود. این اقدام بر اساس توصیف پژوهشگر از تجربه‌ها صورت می‌گیرد.

۲۱-۵-۳. **کدگذاری محوری:** در این مرحله به محدود کردن گزاره‌های دارای همپوشانی بر مبنای روشن‌سازی مفاهیم پنهان جملات مهم در «تم‌ها یا مضمون‌های» مشخصی دسته‌بندی می‌شوند. در ادامه تم‌های ایجاد شده با تحلیل و سامان‌دهی «فهرست» و «روابط آن‌ها باهم» بررسی و در زیرمجموعه مقوله‌های اصلی سازمان‌دهی می‌شوند. دسته‌های ایجاد شده باید در رابطه با کل متن قابل درک باشد. برای این منظور پژوهشگر باید بین «متن اولیه» و «تم‌های در حال سازمان‌دهی»، حالت رفت و برگشت داشته باشد. این مرحله تا جایی ادامه پیدا می‌کند که یک جدول «خلاصه‌سازی شده از تم‌های ساماندهی شده» تهیه شود. در این جدول به نقل قول‌های نشانگر هر یک از تم‌ها و نیز محل نقل قول‌ها اشاره می‌شود. این جدول باید فقط شامل تم‌های دربردارنده «تجربه شرکت‌کننده از پدیده تحت مطالعه» باشد، بنابراین ممکن است برخی از تم‌ها نیز حذف شوند. در جدول ۲۱-۶ نتایج تحلیل یافته‌ها در یک پژوهش نمونه با عنوان «پدیدارشناسی درباره ایجاد تعادل بین مطالعه و کار در گروه...» معرفی شده است. در این پژوهش تعداد ده نفر نمونه از میان گروه مرتبط به شکل هدفمند انتخاب و داده‌ها با مصاحبه نیمه ساختاریافته و ضبط صدا جمع‌آوری و سپس به صورت متن پیاده‌سازی شدند. در ادامه اظهارات و عبارات مهم، شناسایی و کدگذاری شدند. در مجموع ۱۶۰ کد در تحلیل مشخص شد و در ادامه این کدها در هشت تم گروه‌بندی شدند. در اقدام بعدی این هشت تم یا مضمون در قالب چهار مقوله عمده «مسئولیت، توانمندسازی، هماهنگی و شناخت» ترکیب و به صورت متنی توصیف شدند. برای این منظور مقوله «مسئولیت» به تم‌های اصلی و فرعی به شکل جدول ۲۱-۱۶ توصیف شد.

جدول ۲۱-۱۶. نمونه خلاصه توصیف مقوله مسئولیت با تم‌های اصلی و فرعی

مقوله	تم اصلی	تم فرعی	مصادق	کد شرکت‌کننده
مسئولیت	انواع	مسئولیت هنگام کار	تعداد مراجعان و فواصل موجود آن	م-۱۰
			استفاده از ساعات استراحت در زمان کار	م-۷
		مسئولیت در آموزش	استفاده از ساعات پیش‌بینی‌شده برای آموزش	م-۸
		مسئولیت در خانه	استفاده از ساعات حضور در منزل	م-۹
	دلایل	صلاحیت ناکافی	...	...
		ضعف اطلاعات	...	...
		خودادراکی گروهی	...	...
	پیامدها	خشنودی	...	...
		توجه به نیازها		...
		رفع خستگی		...

۲۱-۵-۴. توصیف: ارائه توصیفی کلی از جدول برای ارائه بیانی روشن و قابل‌درک از معنای ایجادشده از تجربه انجام می‌شود. در مرحله توصیف، هر مقوله بر اساس تم‌های اصلی، فرعی و گزاره‌های شناسایی‌شده در قالب کدهای مشخص توصیف می‌شوند. این متن توصیف‌کننده باید قابلیت ایجاد ادراکی روشن از تمام مراحل قبلی را داشته باشد. برای این منظور با «ادغام و یکپارچه‌سازی توصیفات متنی و ساختاری قبلی» و «آشکارسازی ماهیت پدیده موردبررسی» متن توصیفی نوشته می‌شود. برای نمونه در پژوهشی «پدیدارشناسانه روی رفتار مصرف‌کننده» برای درک واقعی از «تجربیات مصرف‌کننده»، با «پدیدارشناختی وجودگرا» به مفهوم‌سازی و مطالعه تجربیات مصرف‌کننده پرداخته شد. در پدیدارشناختی وجودگرا فرض بر این است که زندگی فرد یک کلیت اجتماعی است که در آن تجارب به یکدیگر وابستگی متقابل و معنی‌داری دارند. در این نوع با توجه به گام‌های پیش‌گفته می‌توان به شناسایی کدها، تم‌ها و مقوله‌ها اقدام کرد. نگارش توصیفی از گام‌های مورد اشاره به‌شکل ارائه‌شده در ادامه بود (قدس الهی، روحانی و حسینقلی‌پور، ۱۳۹۳).

زمانی که خریداران در مورد محصول موردنظر آگاهی‌هایی دارند و از فرایند خرید آن لذت می‌برند، فروشندگان را به‌عنوان عامل مزاحم و مداخله‌جو می‌بینند و دوست ندارند که فروشندگان به آن‌ها کمک کنند یا حتی به سراغ آن‌ها بیایند. اما زمانی که خریداران با محصول بیگانه هستند و از خرید آن هیچ لذتی نمی‌برند، فروشندگان به‌عنوان عامل‌های اطلاعاتی در نظر گرفته می‌شوند که اطلاعات لازم را برای خریداران فراهم می‌کنند و زحمت خرید را برای خریدار کم می‌کنند. در این حالت خریداران علاقه دارند که فروشندگان به‌سرعت به سراغشان بیایند و آن‌ها را معطل نگذارند. در قسمت اول فروشندگان به‌عنوان عامل اجبار مشتری به خرید و مداخله‌کننده در فرایند خرید در نظر گرفته می‌شوند اما در قسمت دوم، عامل مؤثر و آگاهی‌دهنده در فرایند خرید به‌حساب می‌آیند که می‌توانند از طریق فراهم کردن اطلاعات لازم برای مشتریان، ناخوشایندی و عدم لذت‌بخش بودن خرید را کاهش دهند.

۲۱-۶. ملاحظات بحث و نتیجه‌گیری

گام پایانی ارائه نتیجه‌گیری از توصیف ارائه‌شده است. بدین نحو که پژوهشگر با بحث به جمع‌بندی و نتیجه‌گیری نهایی از «عبارات معرف پدیده» بر اساس «تجربه» خواهد پرداخت و پیشنهادهای خود را در ادامه مطرح می‌کند.

۲۱-۷. ارزیابی کیفیت پژوهش

تهدید این روش گرایش به «توصیف داستانی و شخصی» و «ضعف در بیان نتیجه ناظر بر تجربه» است. برای اطمینان از صحت تحلیل داده‌ها و اعتباربخشی به آن‌ها می‌توان در پایان کار «نظر مشارکت‌کنندگان را درباره توصیف انجام‌شده» جویا شد. نظرات به تجدیدنظر روی محتوا یا تعدیل احتمالی آن کمک می‌کند (فتیحی، ۱۳۸۴). هرچند روایی در پژوهش پدیدارشناختی مهم است اما نمی‌توان انتظار داشت تا تمامی تفاسیر پدیدارشناسی به شکل یکسان و با دقت مشابه انجام شوند. از منظری دیگر با گزارش نتایج پژوهش نیز می‌توان از قضاوت افراد صاحب‌نظر درباره «عملی، مناسب، قابل‌استفاده و معنادار بودن تم ارائه‌شده» استفاده کرد.



روش پژوهش

نشانه شناسی

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش نشانه شناسی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش نشانه شناسی
- آشنایی با ملاحظات نمونه گیری در نشانه شناسی
- آشنایی با ملاحظات جمع آوری داده در نشانه شناسی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته ها در نشانه شناسی

مقدمه

نشانه‌شناسی بر «معنا» یا «رمزگشایی از انواع پیام» در محتوای انواع نشانه‌های پیرامونی، زبان و انواع آثار هنری تأکید دارد. در این فصل به معرفی روش پژوهش نشانه‌شناسی پرداخته خواهد شد.

۱-۲۲. مفهوم روش نشانه‌شناسی

دانش نشانه‌شناسی دارای ریشه در آثار فلاسفه یونانی است که از قرن بیستم هویتی مستقل پیدا کرد. از نقطه نظر واژگانی، واژه نشانه‌شناسی از زبان یونان باستان و برگرفته از واژگان علم پزشکی یونانی با تأکید بر بررسی علائم بیماری‌ها و مشتق از فعل «semainein» به معنای «دلالت کردن» است (مرادی و رضایی شریف آبادی، ۱۳۹۷). جهان پیرامون ما سرشار از نشانه‌ها است و هر انسانی بتواند نشانه‌های بیشتری را در پیرامون زندگی خود رمزگشایی کند، بیشتر با دنیای خود آشنا خواهد شد و احتمالاً بهتر با آن ارتباط برقرار می‌کند. انسان‌ها از طریق «نظام علائم»، پیام‌های خود را تنظیم و با خود و دیگران ارتباط برقرار می‌کنند. یکی از رایج‌ترین این علائم «زبان» و در کنار آن انواع علائم «ریاضی، موسیقی، تصویر و نمادهای گرافیکی» است. نشانه‌شناسی به دنبال مطالعه علائم از ابعادی به شرح جدول ۱-۲۲ است (سجودی، ۱۳۸۳).

جدول ۱-۲۲. انواع ابعاد مطالعه علائم در نشانه‌شناسی

ردیف	انواع	توضیح
۱	نظام حاکم بر علائم	نظامی که چارچوبی مشخص برای ظهور علائم ایجاد می‌کند (مانند دستور زبان فارسی).
۲	معنای علائم	معنایی که برای هر علامت مشخص شده و با آن علامت در ذهن شکل می‌گیرد (مانند معنای انواع کلمات).
۳	ارتباط علائم	معنایی که از چپش چند علامت در ارتباط با هم ایجاد می‌شوند. مانند یک عبارت یا جمله تشکیل شده از چند کلمه که می‌تواند یک معنای خاص ایجاد کند.

انسان در زندگی خود با علائم، «پیام‌ها» و «معناها» را شکل می‌دهد. در زبان ارتباطات به این اقدام «رمزگذاری به وسیله علائم» گفته می‌شود. برخی رموزها بسیار ساده و قابل گشایش سریع هستند، مانند پیام‌هایی که در طول روز و در گفتمان‌های معمول روزانه مبادله می‌شود. اما به توجه به تخصصی شدن و در مواردی حرفه‌ای شدن رمزگذاری‌ها و حتی گاهی رمزگذاری‌های ناخودآگاه‌ها یا برگرفته از تغییرات محیطی، کارشناسان به دنبال رمزگشایی‌های تخصصی بر می‌آیند. روش نشانه‌شناسی با بررسی «نظام حاکم بر علائم»، «معنای علائم» و «ارتباط علائم» به دنبال شناخت رموزهای ایجاد شده در ابعاد مورد اشاره است. بنابراین برای ایجاد توانایی و تخصص لازم باید «فرایند رمزگذاری» و «کاربرد علامت‌ها» برای تولید «پیام» را در حوزه‌های خاص را شناخت. این مسئله باعث شده است که ما شاهد «نظام‌های نشانه‌ای» متعددی در ابعاد «زبان، ریاضی، موسیقی، تصویر، نمادهای گرافیکی و امثال آن» باشیم. هر «نشانه» را می‌توان به صورت مستقل در یک «نظام نشانه‌ای» یا در ارتباط چند «نظام نشانه‌ای» با هم تحلیل کرد. برای داشتن توانایی تحلیل یک نشانه در یک نظام نشانه‌ای باید با آن نظام و ابعاد مختلف آن آشنا بود. بدیهی است که هر چقدر این نظام‌های نشانه‌ای توسعه یافته و در ارتباط با هم باشد، پیچیدگی آن بیشتر خواهد شد. برای درک بیشتر مطالعه یک نشانه در یک نظام یا در ارتباط با چند نظام نشانه‌ای به جدول ۲-۲۲ توجه کنید.

جدول ۲۲-۲. انواع تحلیل نشانه در یک نظام یا چند نظام نشانه‌شناسی

ردیف	انواع	توضیح
۱	در یک نظام نشانه‌ای	مانند کاربرد یک کلمه در انواع جمله و معناهای خاص ایجاد کننده در یک دستور زبان
۲	در چند نظام نشانه‌ای	تحلیل «غذا» در یک برنامه تلویزیونی با تأکید بر نظام‌های متعدد نشانه‌ای همچون «فرهنگی، اقتصادی، سلامتی و امثال آن»

به‌همین دلیل شد که روش «نشانه‌شناسی» که از دهه ۱۹۵۰ میلادی در «زبان‌شناسی» و با رویکردی ساختارگرایانه ظهور کرد به مرور وارد سایر رشته‌ها شد. تأکید اولیه این روش با تعاریفی به‌شرح جدول ۲۲-۳ مطرح شد (محسنیان راد، ۱۳۸۵؛ عباس‌پور، ۱۳۹۰).

جدول ۲۲-۳. انواع تعریف نشانه‌شناسی

ردیف	انواع	توضیح
۱	فردیناند دو سوسور	دانش مطالعه حیات نشانه‌ها در درون چارچوب زندگی اجتماعی
۲	سندرس	مطالعه علمی نظام‌های نشانه‌ای
۳	کالینز	دانش مطالعه نشانه‌ها و نمادها به‌ویژه رابطه بین نشانه‌های نوشتاری یا گفتاری و ارجاعشان به جهان فیزیکی یا جهان ایده

جاذبیت و کاربرد «نشانه‌شناسی» باعث شده است تا این روش در رشته‌های تخصصی با تأکید بر تحلیل‌های تخصصی مختلفی چون «روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، هنر، پزشکی، معماری، جانورشناسی، گیاه‌شناسی، فیزیک، باستان‌شناسی، ارتباطات، ورزش، سیاسی، ریاضی و امثال آن» با رویکردهای تخصصی خود دنبال می‌شود و در مواردی به‌ویژه در قالب گروه‌های تیمی، به‌صورت بین‌رشته‌ای این کار دنبال می‌شود. یکی از رشته‌های نسبتاً جدید که رویکردهای نشانه‌شناسی در نظام‌های مختلف را برای شناخت و درک عمیق رفتار، دنبال می‌کند، رشته «علوم شناختی» است. امروزه در سطح جهان این روش تبدیل به یک رشته تخصصی دانشگاهی شده است. برخی از ویژگی‌های خاص و متمایزکننده روش «نشانه‌شناسی» را می‌توان در جدول ۲۲-۴ مرور کرد (تاجیک، ۱۳۸۹؛ سجودی، ۱۳۸۳).

جدول ۲۲-۴. ویژگی‌های خاص و متمایزکننده روش نشانه‌ای

ردیف	ویژگی‌ها
۱	شناخت و تفسیر واقعیت پنهان در نشانه‌ها
۲	تأکید بر علائم، رمزا و نمادها
۳	تأکید بر «دانش نشانه‌ها» یا ابعاد سازنده محتوا در «نظام نشانه‌ای»
۴	کاربرد تحلیل محتوا برای شناخت معناهای پنهان و ضمنی نشانه‌ها
۵	کاربرد تحلیل گفتمان برای شناخت نظام نشانه‌ای حاکم بر گفتمان و نقش بافت در ایجاد معنای نشانه
۶	بررسی چگونگی تولید معنای نشانه در محتوا با توجه به نظام ارتباط علائم یا معنای حاصل از چینش انواع علائم کنار هم
۷	بررسی چگونگی استفاده از علائم در انواع ارتباطات
۸	مطالعه با تأکید بر شناخت دال (دلالت‌کننده) و مدلول (معنای حاصل از دال)
۹	بررسی چگونگی ایجاد معنا از یک پیام داستانی
۱۰	رویکرد کیفی و تفسیر، به‌جای اندازه‌گیری

«نشانه‌شناسی» از روش‌های بسیار محبوب در رشته ارتباطات است که از ابعادی به شرح جدول ۲۲-۵ مورد توجه قرار می‌گیرد.

جدول ۲۲-۵. ملاحظات روش نشانه‌شناسی در رشته ارتباطات

ردیف	ملاحظات
۱	تأکید بر انواع ارتباطات، به‌ویژه محتوای رسانه‌ها به‌عنوان منبعی سرشار از انواع نشانه‌ها
۲	شناخت معنای نهفته در پیام‌های ارتباطی
۳	تحلیل محتواها با تأکید بر چند نظام نشانه‌ای مانند دستور زبان، زبان تصویر، زبان بدن و امثال آن
۴	وجود تنوع در انواع محتوای رسانه‌ای مانند تبلیغ دیواری، عکس روی جلد مجله یا یک برنامه رادیویی و تلویزیونی
۵	امکان مطالعه چگونگی ایجاد معانی و شناسایی رابطه نشانه‌ها در یک محتوای رسانه‌ای مکتوب، شنیداری یا دیداری از جمله «نشریه، فیلم، برنامه رادیویی یا تلویزیونی»

در واقع «نشانه‌ها» به‌عنوان علائم و رمزهایی بر اساس «قواعد نظام نشانه‌ای مانند دستور زبان یا زبان تصویر» در انتقال معنا مورد استفاده قرار می‌گیرند. برای این کار با جدا کردن «محتوا» از «قالب»، بر نظام نشانه‌ای سازنده محتوا تأکید می‌شود (دانشگاه صداوسیما، بی‌تا).

۲-۲۲. مراحل اجرای تحلیل نشانه‌شناسی

برای اجرای تحلیل نشانه‌شناسی می‌توان مراحل جدول ۲۲-۶ را موردتوجه قرار داد.

جدول ۲۲-۶. فرایند اجرای تحلیل نشانه‌شناسی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و انتخاب رویکرد نشانه‌شناسی
۲	نمونه‌گیری	اغلب نمونه‌گیری هدفمند یا معیار محور
۳	جمع‌آوری داده‌ها	با تأکید بر ملاحظات نشانه‌شناسی
۴	تجزیه و تحلیل داده‌ها	با تأکید بر روش‌های بینامتنی، هم‌زمانی و در زمانی، استعاره و کنایه، هم‌نشینی و جانشینی
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

۲-۲۳. طراحی پژوهش

تفاوت در رمزگشایی‌ها و تفسیر علائم متأثر از فرهنگ‌ها و دیگر عامل باعث ظهور رویکردهای متنوع نشانه‌شناسی شده است (همدانی، ۱۳۹۳). بنابراین پژوهشگر در مرحله طراحی پژوهش باید با توجه به شرایط حاکم بر مطالعه و جامعه مورد بررسی، رویکرد پژوهشی خود را مشخص کند. برخی از این رویکردهای مطالعاتی در نشانه‌شناسی در جدول ۲۲-۷ معرفی شده است.

جدول ۲۲-۷. انواع رویکردهای نشانه‌شناسی

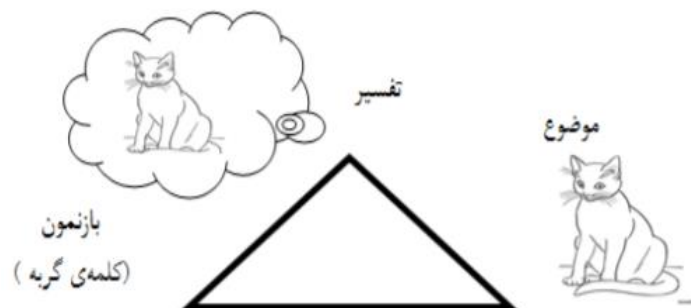
ردیف	انواع	توضیح
۱	زبان‌شناسی (تأکید بر مبنای شکل - گیری نشانه و قوانین حاکم بر آن)	الف) دوسوسور: الگوی دو وجهی «دال و مدلول» یعنی «دال همان تصور صوتی از یک نشانه زبانی» و «مدلول همان تصور مفهومی یا معنای ایجادشده توسط کلمه در ذهن» است. ب) پیرس: الگوی رابطه سه وجهی دلالتی شامل «بازنمون، موضوع و تفسیر» ^۱ با تأکید بر انواع نشانه‌ها شامل «تمثال، شاخص و نماد» است. «بازنمون» نشانه یا همان دال، «موضوع» یا ابژه، مرجع نشانه» و «تفسیر به همان معنای حاصل از نشانه یا مدلول» اشاره دارند. در این الگو انواع نشانه‌های «تمثال یا شمایل بر اساس تشابه فیزیکی با مرجع خود مانند عکس، تابلوی نقاشی، نقشه و نمودار»، «شاخص یا نمایه بر اساس نزدیکی مکانی، زمانی و علی با مرجع مانند صدای ترمز و برخورد به نشانه تصادف» و «نماد یا دارنده رابطه قراردادی یا اختیاری با مرجع مانند سهراهی در فیلم به‌عنوان نماد تردید و سرگردانی» قابل بررسی هستند. ج) بارت: شناسایی و فهرست معناها یا ساخت‌ها و تحلیل آن‌ها هنگام آشکار شدن در انواع محصولات چون «ادبیات، موسیقی، پوشاک، عکاسی، سینما، نقاشی، گرافیک و امثال آن»
۲	لاک، پیرس و موریس	مواردی چون ارتباطات غیرکلامی و اطوار پژوهی یا شیوه تعامل مکانی (فاصله پژوهی)
۳	سایبرنتیک	مبتنی بر نظریه اطلاع و با تأکید بر مطالعه نشانه‌های فرازبانی و فرهنگی در ابعادی چون هنر و سینما
۴	ترکیبی	مانند آثار امبرتو آکو که با ترکیب رویکردهای مختلف به‌جای تأکید بر تحلیل «قراردادهای نشانه‌ای» بر مطالعه «کاربردشناسی روایت» و «فرایند تفسیر و فلسفه زبان» تأکید داشت. از نظر او واقعیتی بنام نشانه وجود ندارد بلکه همه‌چیز «نقش نشانه» است که با ارتباط «بیانی به محتوایی» شکل می‌گیرد. در واقع نشانه‌ها نتیجه مشروط قواعد رمزها و همبستگی بین عناصر هستند و هر عنصر در ارتباطی تازه، نشانه‌ای تازه را ایجاد می‌کند. یعنی نقش نشانه‌ای حالت اقتضایی دارد و حاصل نوعی به‌هم‌پیوستگی صورت محتوایی و صورت بیانی است (سجودی، ۱۳۸۳).

یکی از دلایل رواج داشتن «رویکرد زبان‌شناسی» در نشانه‌شناسی، اهمیت «زبان» به‌عنوان یکی از ابزارهای «شناخت» و «انتقال اندیشه‌ها و دانش ذهنی» در انسان است. رویکرد زبان‌شناسی دارای الگوهای متفاوتی است که توسط دانشمندانی چون «فردیناند دوسوسور، چارلز سندرس پیرس و بارت»^۲ مطرح شده است.

در الگوی دو وجهی سوسور، دال و مدلول از هم جدا نیستند و معنای هر یک از آن‌ها وابسته به وجود دیگری است. رابطه بین دال و مدلول را «دلالت» می‌گویند و یک نشانه حاصل رابطه و مجموع این دو است. یعنی صورتی که به هیچ مفهومی (مدلول) دلالت نکند، صدایی گنگ و بی‌معنا خواهد بود و از سوی دیگر، مدلول بدون دال، یعنی مفهومی که هیچ صورت (دالی) برای دلالت آن وجود ندارد. از دیدگاه سوسور این دو وجه مانند دو روی یک کاغذ به هم پیوسته و هیچ‌کدام بر دیگری اولویت ندارد. بدون وجود دال و مدلول با هم، نشانه و معنایی نخواهد بود. پس می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که مدلول یک مفهوم ذهنی است و مصداق مادی در جهان خارج نیست. نشانه به‌عنوان حاصل «ترکیب دال و مدلول» در اصل، غیر مادی است؛ به این معنی که به یک «مفهوم» و نه یه یک شی خاص اشاره دارد. این مفهوم نیز در کنار مفاهیم دیگر ایجاد معنا می‌کند. برای مثال زمانی که ما درباره افکار خود صحبت می‌کنیم با اشیاء روبرو نیستیم بلکه تنها تصویری از آنها را در ذهن داریم (مرادی و رضائی شریف‌آبادی، ۱۳۹۷).

1. Representamen, Object & Interpretant
2. Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce &

در الگوی چارلز سندرس پیرس «نشانه» چیزی است که در برابر شیء یا موضوع عینی قرار می‌گیرد تا باعث ایجاد تفسیر آن شود. برای نمونه واژه «درخت» نشانه‌ای در برابر «درخت واقعی» است و باعث ایجاد یک مفهوم یا تفسیر آن در ذهن می‌شود. به همین دلیل پیرس «نشانه» را در سه شاخص «بازنمون یا صورت صوتی»، «موضوع یا صورت واقعی» و «تفسیر یا معنای صورت‌ها در ذهن» معرفی می‌کند. دال یا دلالت‌گر یکی از انواع نشانه‌های «تمثال، شاخص یا نماد» هستند و مدلول «مرجع» آنان است زیرا نشانه‌ها به مرجع خود اشاره دارند. برای مثال «کلمه گل سرخ به عنوان نشانه» به «گل سرخ واقعی» یا «مرجع» در جهان خارج اشاره دارد. درواقع نشانه‌ها برای این ابداع شده‌اند تا هنگام ارتباط ما را به مرجع موردنظر فرستنده پیام ارجاع دهند. بعضی اوقات «دال‌ها و مدلول‌ها» با استعاره و کنایه مانند «دندان‌گرد» به مثابه «خساست» هستند. در اینجا نشانه به جای دلالت به یک مدلول شناخته شده، به یک مدلول دور از ذهن اشاره می‌کند. پیرس تعامل بین «علامت»، «معنا» و «تفسیر» را «کلیت فرایند نشانه‌شناسی» می‌داند. بر اساس الگوی او «چراغ قرمز در چهارراه یک علامت»، «لزوم توقف خودرو، معنای آن» و «توقف راننده با مشاهده آن، تفسیر راننده از علامت» را نشان می‌دهد. معنا از تفسیر فرد تفسیرکننده حاصل می‌شود و لذا «نقش تفسیرکننده» بسیار مهم است (محمداپور، ۱۳۹۰). در نمونه دیگر «کلمه گربه» بازنمون، «گربه واقعی» موضوع و «مدلول یا تصور و مفهوم گربه در ذهن» تفسیر است (شکل ۲۲-۱). فرایند نشانه‌شناسی پیرس اشاره می‌کند که ممکن است نشانه بازنمون یا همان «کلمه گربه» تصور گربه خاص یا موجودی دوست‌داشتنی یا نفرت‌انگیز را در ذهن انسان پدید آورد و هنگام صحبت درباره آن با فرد دیگر، تفسیرهای جدیدی را برای او مطرح کند (مرادی، رضائی شریف‌آبادی، ۱۳۹۷).



شکل ۲۲-۱. الگوی سه‌وجهی پیرس درباره بازنمون (کلمه گربه)، موضوع (گربه واقعی) و تفسیر (مفهوم گربه در ذهن) رویکرد بارت به دنبال شناسایی و فهرست کردن معناها یا «ساخت‌ها» و تحلیل آن‌ها هنگام آشکار شدن در انواع محصولات چون «ادبیات، موسیقی، پوشاک، عکاسی، سینما، نقاشی، گرافیک و امثال آن» است. در این رویکرد هدف شناخت انواع زبان‌ها و قواعد معنا ساز آن خواهد بود. برای تشخیص و مستندسازی ساخت رسانه‌ای، نشانه‌شناس از طریق سه سؤال به شرح جدول ۲۲-۸ هدایت می‌شود (دانشگاه صداوسیما، بی‌تا).

جدول ۲۲-۸. سه سؤال برای تشخیص و مستندسازی ساخت رسانه‌ای

ردیف	سؤال
۱	یک پیام معین از نظر «محتوا، ژانر و امثال آن» چه معنایی دارد؟
۲	یک پیام معین چگونه معنای ارائه‌دهنده‌اش را بازنمایی می‌کند؟
۳	یک پیام معین چرا معنای مشخصی را ارائه می‌دهد؟

در این گونه زبان‌های درجه دوم، واحدهای آن تک‌هجا یا تک‌واژه نیستند، بلکه بخش بزرگ‌تری از گفتار را در ارجاع به نشانه‌ها شکل می‌دهند. بارت با استفاده از قواعد زبان‌شناسی به بررسی دیالکتیک‌های موجود بین «زبان/گفتار، دال/مدلول، نظام/همسازه و تطابق/تضامن» می‌پردازد.

۲۲-۴. ملاحظات نمونه‌گیری در روش نشانه‌شناسی

نمونه‌گیری در نشانه‌شناسی اغلب هدفمند و با تأکید بر نوع نشانه از ابعاد «فرهنگی، ایدئولوژیکی، زبانی و امثال آن یا از ابعاد «تمثال، شاخص و نماد» است. در نمونه‌گیری برای نشانه‌شناسی باید به دو اصل «نماینده‌گی و همگونی» به شرح جدول ۲۲-۹ توجه داشت.

جدول ۲۲-۹. اصول نمونه‌گیری در روش نشانه‌شناسی

ردیف	اصول	توضیح
۱	نماینده‌گی	انتخاب از یک طبقه با ویژگی متمایز کننده مانند «سن، جنس، طبقه اقتصادی و امثال آن»
۲	همگونی	الف) انتخاب محتواهای همگون از نظر معنا یا نوع روایت مورد تحلیل
		ب) انتخاب محتواهای همگون از نظر ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها
		ج) انتخاب محتواهای همگون از نظر دوره زمانی جمع‌آوری داده‌ها

۲۲-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده در روش تحلیل نشانه‌شناسی

روش جمع‌آوری داده‌ها به «محدوده» مورد مطالعه در پژوهش بستگی دارد و بر اساس آن می‌توان از ابزارهای «مشاهده، مصاحبه، برگه‌کدگذاری و برگه‌یادداشت» برای جمع‌آوری داده از انواع محتواهای «نوشتاری، صوتی، دیداری و تجسمی» استفاده کرد.

۲۲-۶. ملاحظات تحلیل یافته‌ها در نشانه‌شناسی

پس از جمع‌آوری داده‌ها و آماده‌سازی آن‌ها برای تحلیل، فرایند تحلیل نشانه‌شناسی را می‌توان در فرایندی رفت-وبرگشتی به شرح جدول ۲۲-۱۰ و بر اساس «رویکرد نشانه‌شناسی منتخب» انجام داد. برای نمونه اگر طرح پژوهش با «رویکرد سوسور» باشد، باید مطالعه نشانه‌ها را با الگوی دو وجهی «دال و مدلول» مورد توجه قرار داد. اما در صورت انتخاب «رویکرد پیرس» باید انواع نشانه‌ها را با الگوی سه وجهی «بازنمود، موضوع و تفسیر» تحلیل کرد. برای نمونه یک تحلیل نشانه‌شناسانه با الگوی سه وجهی پیرس را می‌توان طی مراحل به شرح جدول ۲۲-۱۰ انجام داد. از این فرایند می‌توان به تناسب در دیگر رویکردها و الگوها نیز استفاده کرد.

جدول ۲۲-۱۰. مراحل اجرای تحلیل نشانه‌شناسی با رویکرد سه وجهی پیرس

ردیف	مراحل	توضیح
۱	تجزیه نشانه‌های مهم	شناسایی «دال‌های مهم و مدلول یا معنای ایجادشده»، «نظام نشانه‌ای یا نظام حاکم در ایجاد معنا»، «رمزهای نشانه» و «موضوعات فرهنگی و ایدئولوژیکی اثرگذار بر معنا»
۲	ساختار جانشینی در محتوا	شناسایی انواع تقابل یا رابطه نشانه‌ها بر اساس اهمیت روان‌شناختی یا اجتماعی

۳	ساختار هم‌نشینی در محتوا	شناسایی رابطه افقی نشانه‌ها در کنار هم برای ایجاد معنا
۴	یکپارچه‌سازی و طبقه‌بندی	یکپارچه کردن معنا بر اساس روابط شناسایی شده و رعایت اصل همگونی
۵	تحلیل و تفسیر	ارائه معنای نهایی و آشکارسازی هویت نشانه

در اجرای این مراحل باید به دو مفهوم کلیدی «نشانه‌ها» و «روابط» توجه داشت. اهمیت «روابط» از خود نشانه‌ها بیشتر است؛ زیرا خلق معنا با برقراری روابط بین نشانه‌ها صورت می‌گیرد. برخی از انواع دیدگاه‌های تفسیری مهم برای تحلیل و شناسایی معانی پنهان نشانه‌ها در جدول ۲۲-۱۱ معرفی شده است.

جدول ۲۲-۱۱. انواع دیدگاه‌ها برای تحلیل و تفسیر در نشانه‌شناسی

ردیف	انواع	توضیح
۱	ساختارگراییانه	بر آشکارشدن معنای نشانه‌ها با قرار گرفتن در کنار دیگر نشانه‌ها، مانند معنای حاصل از روابط حروف و کلمات در زبان تأکید دارد. در این دیدگاه یک نشانه به‌تنهایی معنا ندارد و باید معنا و ارزش هر نشانه را در رابطه با دیگر نشانه‌ها شناسایی و تحلیل کرد.
۲	پارامتری	بر شناسایی عناصر فرامتنی، محیطی و فرایندهای اثرگذار بر معنی نشانه، مانند «موقعیت اجتماعی و فرهنگی، هدف تولید محتوا یا الگوی مصرف محتوای رسانه‌ای» تأکید دارد.
۳	روابط ساختاری با پارامتری	بر شناسایی روابط «عناصر ساختاری» و «عناصر پارامتری فرامتنی» برای درک معنای پنهان نشانه تأکید دارد.

اهمیت روابط نشانه‌ها در ایجاد معنا باعث شکل‌گیری فنون مختلف تحلیل روابط نشانه‌ها شده است. برخی از مهم‌ترین فنون تحلیل روابط نشانه‌ها در جدول ۲۲-۱۲ مرور می‌شود (دانشگاه صداوسیما، بی‌تا).

جدول ۲۲-۱۲. انواع فنون تحلیل روابط نشانه‌ها

ردیف	انواع	توضیح
۱	بینامتنی	استفاده از نشانه‌های شناخته‌شده قبلی در تحلیل معنای نشانه‌ها در محتوای جدید
۲	هم‌زمانی	تحلیل روابط عناصر محتوا در ایجاد معنای هر نشانه
۳	در زمانی	تحلیل تاریخی روابط نشانه‌ها یا نحوه تکامل روایت در ایجاد معنای هر نشانه
۴	استعاره	تحلیل رابطه دو نشانه از راه قیاس و به‌ویژه شباهت در ایجاد معنا برای نشانه مورد نظر
۵	کنایه	تحلیل رابطه دو نشانه بر اساس تداعی در ایجاد معنا برای نشانه هدف
۶	هم‌نشینی	تحلیل ایجاد معنای نهایی از کنار هم قرارگرفتن نشانه‌ها
۷	جانشینی	تحلیل درباره عوض شدن معنا با جایگزینی در کنار نشانه‌های دیگر
۸	تقابل‌های دوتایی	تحلیل روابط نشانه‌ها با تقابل دوگانه‌های همراه مانند «مرگ/زندگی، مرد/زن و امثال آن»

۲۲-۷. ارزیابی کیفیت پژوهش

برای ارزیابی کیفیت و روایی پژوهش نشانه‌شناسی می‌توان از دو الگو به شرح جدول ۲۲-۱۳ استفاده کرد.

جدول ۲۲-۱۳. انواع الگوهای ارزیابی کیفیت و روایی پژوهش نشانه‌شناسی

ردیف	انواع	توضیح
۱	ارزیابی فرارونده	ارزیابی «فرایندها، مفاهیم، ایده‌ها و معانی» با رویکردی فراتر از شکل ظاهری محتوا
۲	ارزیابی خبرگان	تأیید خبرگان از نظر مناسب و مرتبط بودن نتایج

روش پژوهش گروه‌سنجی یا جامعه‌سنجی

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش گروه‌سنجی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش گروه‌سنجی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در گروه‌سنجی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در گروه‌سنجی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در گروه‌سنجی

مقدمه

گروه‌سنجی یا جامعه‌سنجی به عنوان راهی برای مطالعه و اندازه‌گیری روابط از نظر جذب و دفع «متقابل» یا «یک‌طرفه» در یک گروه طبیعی است. در این فصل به معرفی روش جامعه‌سنجی پرداخته خواهد شد.

۲۳-۱. آشنایی با مفهوم گروه‌سنجی یا جامعه‌سنجی

روش «سوسیومتری یا جامعه‌سنجی یا گروه‌سنجی» بر الگویی برای اندازه‌گیری و ارزیابی پیوندهای ارتباطی مثبت و منفی بین اشخاص درون یک گروه اشاره دارد. درواقع این روش نوعی تحلیل روابط متقابل در یک گروه است. مورنو^۱ (۱۹۵۳) به عنوان پیشرو و مبدع این روش، گروه‌سنجی را یک روش پژوهش کمی برای اندازه‌گیری روابط اجتماعی می‌داند. او گروه‌سنجی را «مطالعه ارزیابانه درباره گروه‌های سازمانی و تعیین موقعیت هر فرد درون آن‌ها» تعریف می‌کند. از مهم‌ترین محورهای این روش می‌توان به مواردی به شرح ۲۳-۱ اشاره داشت (سیلسن^۲، ۲۰۰۹؛ مورنو، ۱۹۵۳).

جدول ۲۳-۱. مهم‌ترین محورهای روش پژوهش جامعه‌سنجی یا گروه‌سنجی

ردیف	محورها
۱	امکان ارزیابی «هر عضو گروه» درباره دیگر اعضای گروه با یک یا چند معیار مشخص
۲	امکان ارزیابی «دوره‌ای یا در مقاطع مختلف» یا «مقطعی در یک دوره زمانی خاص» همه افراد اجتماع از یکدیگر
۳	امکان مطالعه روابط در گروه‌های «کودکان، بزرگسالان، همکلاسان و همکاران»
۴	ارزیابی از درون ساختار
۵	امکان کشف و آشکارسازی ساختارهای ارتباطی پنهان درون گروه
۶	استفاده از گروه‌نما یا سوسیوگرام برای نمایش وضعیت ارتباطی بین افراد به شکل نقاط و خطوط تعیین‌کننده روابط بین آن‌ها
۷	ارزیابی موقعیت هر فرد یا عضو گروه انسانی، نسبت به دیگران بر اساس معیارهایی معین
۸	ارزیابی پویایی گروه با استفاده از تحلیل دگرگونی و حرکات گروهی

از مهم‌ترین موارد قابل کشف و آشکارسازی در ساختارهای پنهان درون گروه از طریق جامعه‌سنجی یا گروه‌سنجی می‌توان به مواردی به شرح ۲۳-۲ مرور کرد.

جدول ۲۳-۲. مهم‌ترین موارد قابل کشف و آشکارسازی در ساختارهای پنهان درون گروه با جامعه‌سنجی یا گروه‌سنجی

ردیف	موارد
۱	وابستگی‌های «درون‌گروهی و زیرگروه‌ها» و اثر آن‌ها در گرایش‌های پنهان نسبت به یکدیگر و باورهای خاص
۲	چگونگی ساختار گروه بر اساس روابط اعضا و توافقات ایدئولوژیک درون گروهی
۳	درجه پذیرش افراد در یک گروه و شناسایی ستاره‌های محبوب درون گروه
۴	شناسایی صفات شخصیتی مهم در جذب یا دفع افراد گروه نسبت به یکدیگر
۵	شناسایی روابط عاطفی از جمله «همدردی، همدلی، جذب، دفع، مخالفت و بی‌تفاوتی» موجود بین افراد یک گروه

جامعه‌سنجی یا گروه‌سنجی به‌عنوان یک روش مفید، مورد توجه «جامعه‌شناسان، روان‌شناسان، متخصصان مدیریت و پژوهشگران علوم اجتماعی» قرار دارد. این روش در انواع سازمان‌ها و گروه‌های «آموزشی، ورزشی، تجاری، دولتی، نظامی و درمانی» کاربردهایی به‌شرح جدول ۲۳-۳ دارد (آذری، ۱۳۶۶؛ کوثر و پجاک، ۲۰۰۷). استفاده از روش جامعه‌سنجی و اجرای آن در سطوح آموزش و پرورش و میان دانش‌آموزان نیز بسیار رایج است.

جدول ۲۳-۳. مهم‌ترین کاربردهای روش جامعه‌سنجی یا گروه‌سنجی در انواع سازمان‌ها و گروه‌ها

ردیف	موارد
۱	انتخاب افراد مناسب برای اعطای مسئولیت
۲	شناخت وضعیت روابط داخل گروه و اقدامات اصلاحی در صورت نیاز
۳	شناخت وضعیت انسجام و پویایی گروه و کمک به بهبود آن
۴	شناخت وضعیت ارتباطی دانش‌آموزان یا دانشجویان در کلاس برای بهبود یادگیری آنان
۵	شناخت وضعیت ارتباطی دانش‌آموزان یا دانشجویان در نقش‌پذیری و شرایط اجتماعی شدن
۶	شناسایی میزان موردپذیرش واقع‌شدن دانش‌آموزان یا دانشجویان از سوی سایر همکلاسی‌ها و پیش‌بینی چالش‌های احتمالی
۷	تحلیل شبکه‌های اجتماعی در پلتفرم‌های مختلف

۲۳-۲. فرایند اجرای پژوهش گروه‌سنجی

برای اجرای پژوهش گروه‌سنجی می‌توان مراحل جدول ۲۳-۴ را مورد توجه قرار داد.

جدول ۲۳-۴. فرایند اجرای گروه‌سنجی یا جامعه‌سنجی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش یا معیارهای لازم برای گروه‌سنجی
۲	نمونه‌گیری	با ملاحظات روش جامعه‌سنجی و تأکید بر انتخاب گروهی کوچک یا بزرگ بر اساس هدف پژوهش
۳	جمع‌آوری داده‌ها	با تأکید بر آزمون‌های گروه‌سنجی با تأکید بر پرسشنامه و مصاحبه
۴	تجزیه و تحلیل داده‌ها	با تأکید بر روش‌های تحلیل روابط در گروه‌سنجی
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

قبل از اجرای گروه‌سنجی، باید شرایط لازم برای انجام این آزمون به شرح جدول ۲۳-۵ وجود داشته باشد.

جدول ۲۳-۵. شرایط لازم برای اجرای آزمون گروه‌سنجی یا جامعه‌سنجی

ردیف	شرایط
۱	اطمینان از وجود فرصت کافی برای شناسایی و اظهارنظر افراد گروه درباره یکدیگر
۲	مشخص و قابل فهم بودن ملاک یا سؤال گروه سنجی برای انتخاب اعضا در زمینه مشخص
۳	استثنا قائل نشدن برای انتخاب شدن در گروه

۲۳-۳. طراحی پژوهش

هدف گروه سنجی آن است که میزان پذیرش یا عدم پذیرش هر عضو گروه نسبت به سایر افراد گروه و روابط هر فرد با دیگر اعضای گروه و «شبکه‌های عاطفی-اجتماعی» درون گروه‌ها شناسایی شود. بنابراین تعیین معیارهای اصلی به‌منظور شناخت این روابط در طراحی پژوهش مهم هستند. «ملاک گروه سنجی»، هدف انتخاب را در یک فعالیت

گروهی مشخص می‌کند. اهمیت تعیین معیارها از آن جهت است که معیار «جذب» یا «دفع» در میان اعضای گروه‌های مختلف می‌تواند متفاوت باشد. کمتر آزمونی است که مانند این روش با حداقل امکانات در زمانی کوتاه امکان جمع‌آوری داده‌های زیادی را فراهم کند. اما ملاحظات ضروری وجود دارد که در طراحی پژوهش باید به آن توجه داشت. از جمله اینکه قبل از اجرای آزمون جامعه‌سنجی، پژوهشگر باید با گروه موردبررسی آشنا باشد و فعالیت‌های اصلی آن را بشناسد. آشنایی با گروه و داده‌های جمع‌آوری‌شده، نتایج آزمون را به واقعیت نزدیک می‌کند. برای تعیین سازمان و موقعیت گروهی، طراحی پژوهش بر اساس امکان «شبکه ارتباطات بین افراد گروه» و «تعداد و نحوه انتخاب‌های اعضای گروه در مورد هر عضو» خواهد بود.

۲۳-۴. ملاحظات نمونه‌گیری

جامعه‌سنجی را گاهی کشف‌کننده شبکه‌های درون گروه معرفی می‌کنند. این روش می‌تواند به الگوهای رابطه در سطح جمعیت‌های کوچک مانند فرد و گروه کوچک و جمعیت‌های بزرگ مانند سازمان‌ها و همسایگان بپردازد. الگوهای نمونه‌گیری این روش اغلب کل‌شمار و شامل تمامی اعضای گروه است که باید نظر خود را نسبت به سایر اعضای گروه اعلام کنند. در شرایط خاص که تعداد نمونه زیاد است و امکان دسترسی به همه وجود دارد، می‌توان از روش‌های نمونه‌گیری به شرط اطمینان از معرف بودن و پوشش هدف پژوهش استفاده کرد.

۲۳-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

برای جمع‌آوری داده‌ها در گروه‌سنجی می‌توان از انواع روش‌ها به شرح جدول ۲۳-۶ استفاده کرد.

جدول ۲۳-۶. انواع روش‌های جمع‌آوری داده در گروه‌سنجی یا جامعه‌سنجی

ردیف	انواع	توضیح
۱	مشاهده	مطالعه رفتار گروه از نزدیک و چگونگی تعامل افراد و رابطه آن‌ها با گروه به دو صورت: الف) مشاهده مشارکتی یا شرکت پژوهشگر در فعالیت‌های گروه، ب) مشاهده بدون مشارکت یا مشاهده پنهانی
۲	مصاحبه	پرسش سؤالات به صورت رودررو از اعضای گروه
۳	پرسشنامه	ارائه مجموعه‌ای سؤال به اعضای گروه برای پاسخ‌دادن و بازگرداندن آن
۴	ترکیبی	ترکیبی از موارد قبل

برای جمع‌آوری داده‌ها در گروه‌سنجی اغلب از پرسشنامه یا مصاحبه با عنوان «آزمون جامعه‌سنجی» استفاده می‌شود (آذری، ۱۳۶۶). سؤالات پرسشنامه بر اساس معیارهای کلیدی مشخص شده در تعیین روابط طراحی می‌شوند. برای نمونه اغلب در پژوهش‌ها از سؤالاتی به شرح جدول ۲۳-۶ برای پرسش از اعضای گروه با پرسشنامه یا مصاحبه استفاده می‌شود. اغلب از پاسخ‌دهنده خواسته می‌شود تا در رابطه با هر سؤال سه نفر از اعضا را به ترتیب اولویت معرفی کنند.

جدول ۲۳-۶. معیارهای شناسایی شبکه‌های عاطفی و اجتماعی حاصل از روابط در گروه‌ها

ردیف	معیارها
۱	تمایل به کار در کنار کدام یک از اعضای گروه دارید؟ (سه نفر را به ترتیب اولویت معرفی کنید.)
۲	تمایل به کار در کنار کدام یک از اعضای گروه ندارید؟ (سه نفر را به ترتیب اولویت معرفی کنید.)
۳	برای رفع مشکلات کاری خود از چه فردی در گروه مشورت می‌گیرید؟ (سه نفر را به ترتیب اولویت معرفی کنید.)
۴	به نظر شما در گروه چه کسی قدرت رهبری بهتری دارد؟ (سه نفر را به ترتیب اولویت معرفی کنید.)
۵	به نظر شما چه کسانی شما را برای همکاری انتخاب می‌کنند؟ (سه نفر را به ترتیب اولویت معرفی کنید.)

این‌گونه معیارها و سؤالات برای مطالعه و اندازه‌گیری روابط از نظر «جذب و دفع» به صورت متقابل یا یک‌طرفه در یک گروه است. در این رویکرد بر «میزان محبوبیت» در گروه تأکید می‌شود. باید توجه داشت که بین معیار محبوبیت در گروه‌های مختلف می‌تواند تفاوت وجود داشته باشد. حتی برخی پژوهش‌ها از تفاوت معیار محبوبیت بین اعضای همکلاسی در مقاطع تحصیلی مختلف حکایت دارد. بر این اساس انتخاب معیارهای محبوبیت یا جامعه‌سنجی برای شناخت دقیق روابط در گروه بسیار مهم است (کوئیر و پجاک، ۲۰۰۷). در جمع‌آوری داده باید فضایی را فراهم کرد که اعضای گروه، صادقانه به سؤالات پاسخ دهند.

در «آزمون جامعه‌سنجی» از اعضای یک گروه معین مانند «دانش‌آموزان یک کلاس»، «کارگران یک کارخانه»، «بازیکنان یک تیم فوتبال» و امثال آن درباره میزان تمایل به همکاری با دیگر اعضا برای انجام کاری مشخص پرسیده می‌شود. در این آزمون همچنین ممکن است نظر خود را درباره احتمال انتخاب شدن توسط دیگران نیز مشخص کند. در یک نمونه از دانش‌آموزان ۱۰ تا ۱۴ ساله سؤالاتی در دو بخش به شرح جدول ۲۳-۷ پرسیده شد. در بخش اول گزینه‌های منتخب دانش‌آموزان پرسیده شد و در بخش دوم از دانش‌آموز خواسته شد تا اسم کسانی را به ترتیب بنویسند که او را برای این موارد انتخاب خواهند کرد.

جدول ۲۳-۷. آزمون «جامعه‌سنجی» و «ادراک جامعه سنجی» برای دانش‌آموزان ۱۰ تا ۱۴ ساله

ردیف	همکلاسی‌های موردعلاقه خود را به ترتیب «از نفر اول تا سوم» برای کارهای زیر معرفی کنید.	نفر اول	نفر دوم	نفر سوم
۱	برای بازی در زنگ تفریح			
۲	برای انجام یک کار گروهی			
ردیف	کدام همکلاسی‌ها شما را برای امور زیر انتخاب می‌کنند.	نفر اول	نفر دوم	نفر سوم
۱	برای بازی در زنگ تفریح			
۲	برای انجام یک کار گروهی			

در نمونه‌ای دیگر از معلمین ده کلاس «پایه اول مقطع متوسطه اول» به تعداد ۳۵۰ دانش‌آموز خواسته شد تا به سؤالات جدول ۲۳-۸ درباره دانش‌آموزان پاسخ دهند.

جدول ۲۳-۸. آزمون جامعه‌سنجی دانش‌آموزان پایه اول متوسطه اول از دیدگاه معلمان

ردیف	سه نفر از دانش‌آموزان را به ترتیب در محورهای زیر مشخص کنید.	نفر اول	نفر دوم	نفر سوم
۱	محبوب‌ترین افراد کلاس که سایر دانش‌آموزان تمایل به همکاری با آن‌ها دارند.			
۲	مطروذترین افراد کلاس که سایر دانش‌آموزان تمایلی به همکاری با آن‌ها ندارند.			
۳	دوستان کاملاً صمیمی که تمایل دارند با یکدیگر باشند.			
۴	گروه‌های فرعی کاملاً منسجم			

به دنبال آزمون بالا، دانش‌آموزان هم با آزمون‌های جامعه‌سنجی مورد آزمایش قرار گرفتند. ناظم مدرسه در جمع دانش‌آموزان به آن‌ها پیشنهاد می‌دهد که کلاس‌های سال بعد را با نظر آن‌ها تنظیم کند. برای این کار اعلام می‌کند که یک صفحه کاغذ بردارید و بدون اینکه به پاسخ‌های یکدیگر نگاه کنید و با اطمینان از محرمانه بودن و ماندن پاسخ‌ها به این سؤالات پاسخ دهید. ابتدا «نام، نام خانوادگی، کلاس و تاریخ امروز» را در بالای کاغذ بنویسید. حالا به این سؤالات که هر کدام را دو بار برایتان می‌خوانم پاسخ دهید. لازم نیست که شما سؤالات را بنویسید، فقط پاسخ‌ها را بنویسید. فهرست سؤالات ناظم از دانش‌آموزان در جدول ۲۳-۹ معرفی شده است (گنجی، ۱۳۶۸).

جدول ۲۳-۹. سؤالات ناظم از دانش‌آموزان ده کلاس مربوط به پایه اول متوسطه اول

ردیف	سؤالات
۱	در سال آینده تمایل دارید با کدام همکلاسی‌ها در یک کلاس باشید؟ (به ترتیب اولویت بنویسید)
۲	در سال آینده تمایل ندارید با کدام همکلاسی‌ها در یک کلاس باشید؟ (به ترتیب اولویت بنویسید)
۳	حدرس می‌زنید چه کسانی تمایل دارند با شما در سال آینده در یک کلاس باشند؟ به ترتیب اولویت بنویسید، اگر نمی‌توانید اسمی را بنویسید یکی از این دو پاسخ را بنویسید: الف) کسی من را انتخاب نمی‌کند، ب) نمی‌دانم.
۴	حدرس می‌زنید چه کسانی تمایل ندارند با شما در سال آینده در یک کلاس باشند؟ به ترتیب اولویت بنویسید، اگر نمی‌توانید اسمی را بنویسید یکی از این دو پاسخ را بنویسید: الف) کسی من را انتخاب نمی‌کند، ب) نمی‌دانم.

۲۳-۴. ملاحظات تحلیل یافته‌ها

برای تحلیل یافته‌ها در گروه‌سنجی از دو الگوی «ماتریس گروه» و «گروه‌نگار یا سوسیوگرام» استفاده می‌شود. پس از تهیه «ماتریس گروه»، برای نمایش گویاتر وضعیت هر فرد در گروه از «گروه‌نگار» استفاده می‌شود.

۲۳-۴-۱. الگوی ماتریس گروه: برای تهیه «ماتریس گروه» یا سوسیوگرام می‌توان از الگوی ماتریس دوبعدی به شرح جدول ۲۳-۱۰ استفاده کرد. این جدول امکان ثبت اعداد یا مرتبه‌های انتخاب‌شده هر عضو گروه نسبت به عضو دیگر گروه را فراهم می‌کند. اسامی اعضای گروه بر اساس حروف الفبا کدگذاری می‌شود و کدهای دیگری برای انتخاب شدن بر اساس اولویت اول تا سوم مشخص می‌شود. بدین ترتیب برای نمونه عضو الف از ردیف عمودی اگر عضو ب را در هر یک از سؤالات انتخاب کرده باشد، در جدول ثبت می‌شود. در ادامه با نگاه خانه‌های ستونی عضو ب می‌توان فراوانی انتخاب شدن او را به تفکیک هر سؤال و مجموع سؤالات دریافت. همچنین با نگاهی به ردیف‌های افقی عضو ب می‌توان تعداد انتخاب‌هایی را که انجام داده است، محاسبه کرد. به البته این جدول را می‌توان به کمک نرم‌افزارهای کامپیوتری هم تهیه کرد.

جدول ۲۳-۱۰. نمونه ماتریس گروه یا سوسیومتریس برای تحلیل یافته‌های گروه سنجی

پاسخ دهنده	الف	ب	ج	د	ه	تعداد انتخاب کردن‌ها
الف						
ب						
ج						
د						
ه						
تعداد انتخاب شدن یک عضو برای هر سؤال						
تعداد انتخاب شدن یک عضو برای هر سه سؤال						

بخش‌های سیاه شده جدول به تقاطع هر عضو با خودش اشاره دارد. از آنجایی که قرار نیست هر عضو در پاسخ‌ها خودش را انتخاب کند، این قسمت‌ها سیاه شده است. پس از ترسیم و تکمیل «ماتریس گروه» در یک الگو و بر اساس یافته‌های محاسبه شده در سه ردیف پایین جدول می‌توان تحلیل‌هایی به شرح جدول ۲۳-۱۱ داشت (گنجی، ۱۳۶۸).

جدول ۲۳-۱۱. شاخص‌هایی برای تحلیل یافته‌های حاصل از آزمون جامعه سنجی

ردیف	شاخص	توضیح
۱	پذیرش اجتماعی	تعداد انتخاب شدن یک عضو برای هر سؤال (معرف میزان اعتماد)
۲	گیرندگی اجتماعی	تعداد انتخاب شدن هر عضو برای سه سؤال (معرف میزان محبوبیت یا طردشدگی فرد)
۳	گسترش عاطفی	تعداد انتخاب کردن عضو از میان اعضای دیگر (معرف میزان اجتماعی بودن یا تمایل به انزوا در فرد)
۴	دوست صمیمی	انتخاب بیش از دو بار یا لااقل دو بار یک نفر در سه سؤال
۵	دوستی متقابل	انتخاب متقابل دو نفر در هر سه سؤال
۶	دوستی یک‌جانبه	انتخاب کردن یک نفر در سه سؤال و انتخاب نشدن از سوی آن فرد

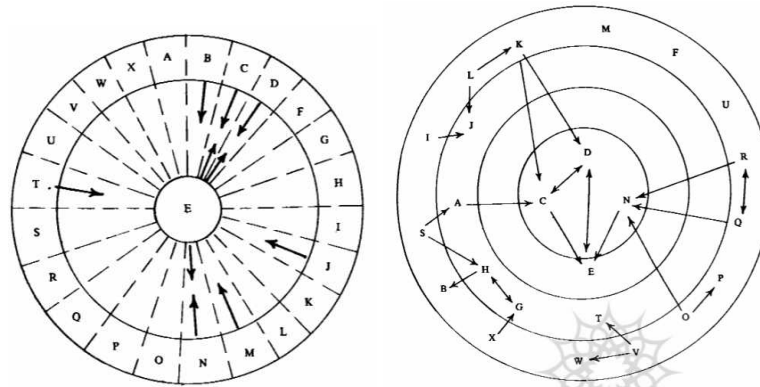
۲۳-۴-۲. رسم گروه‌نگار یا سوسیوگرام: گروه‌نگار یا سوسیوگرام، نموداری برای نمایش سازمان اجتماعی و موقعیت گروهی بر اساس یافته‌ها است. با ترسیم گروه‌نما، امکان نمایش تصویری روابط گروه برای دیدن نتایج در حالت ترکیبی و عینی‌تر روابط افراد گروه فراهم می‌شود. در گروه‌نما یا سوسیوگرام وضعیت افراد به عنوان «نقاط یا گره‌ها» با ترسیم «خطوط تعیین کننده روابط بین آن‌ها» به شکلی گرافیکی مشخص می‌شود (مورنو، ۱۹۵۳). به شکل‌های متنوعی می‌توان گروه‌نماها را ترسیم کرد. دو الگوی رایج ترسیم گروه‌نما به شکل‌های «دایره‌ای» یا «شبکه‌ای» است.

۲۳-۴-۲-۱. گروه‌نگار دایره‌ای: برای ترسیم گروه‌نگار در یک حالت کلی می‌توان از دو شکل به شرح جدول ۲۳-۱۲ استفاده کرد.

جدول ۲۳-۱۲. انواع الگوهای نمایش گروه‌نگار

ردیف	انواع	توضیح
۱	چهار دایره متحدالمرکز	تقسیم افراد گروه بر اساس یافته‌ها به چهار طبقه بر اساس نمره پذیرش اجتماعی (تقسیم بالاترین نمره به چهار و شناسایی حدود فاصله طبقات با دامنه نمره‌هایی که در آن قرار گیرند).
۲	فردی	برای نشان دادن رابطه یک آزمودنی با بقیه افراد گروه

در شکل ۲۳-۱ دو نمونه یکی برای «گروه‌نگار چهار دایره متحد‌المرکز» و دیگری برای «گروه‌نگار فردی» ارائه شده است.



شکل ۲۳-۱. سمت راست نمونه گروه‌نگار با دایره متحد‌المرکز و سمت چپ گروه‌نگار فردی

در این نمونه برای رسم «گروه‌نگار با چهار دایره متحد‌المرکز» بالاترین نمره پذیرش اجتماعی به‌دست آمده «۲۲» بود که بر چهار تقسیم شد تا حدود فاصله طبقات مشخص شود. حدود فاصله گرد شده برای چهار طبقه «۶ نمره» بود و بنابراین در حلقه اول محدوده «۱۸ تا ۲۳»، حلقه دوم محدوده «۱۲-۱۷»، حلقه سوم محدوده «۶-۱۱» و حلقه چهارم محدوده «۰-۵» در نظر گرفته شد. در این الگو افراد در حلقه اول یا مرکزی به‌عنوان «افراد محبوب» گروه شناخته می‌شوند. در استقرار افراد درون دایره‌ها باید سعی شود تا دوستان صمیمی پهلوی یکدیگر باشند تا گروه‌های فرعی و گاهی اوقات باندهای داخل گروه اصلی قابل‌شناسایی باشند. اگر انتخاب دوطرفه باشد، فلش نیز دوسره خواهد بود. همچنین می‌توان بر اساس سؤال‌ها یا معیارها رنگ فلش‌ها یا ضخامت آن‌ها را تغییر داد. برای ترسیم گروه‌نمای فردی، «فرد موردنظر» در داخل یک دایره و بقیه در اطراف آن قرار می‌گیرند و روابط به کمک فلش نشان داده خواهد شد. در تحلیل نمونه ارائه‌شده افرادی که با حروف «C, D و N» مشخص شده‌اند، افراد محبوب گروه هستند. در تحلیل‌های سازمانی می‌توان به گروه‌های «اصلی یا رسمی» و «فرعی یا غیررسمی» اشاره کرد و جهت‌گیری گروه‌های غیررسمی را در برابر گروه‌های اصلی یا رسمی شناسایی نمود.

در گروه‌نگار فردی ارائه‌شده «دانش‌آموز E» سه نفر را انتخاب کرده و خود توسط هفت دانش‌آموز دیگر انتخاب شده است. بنابراین می‌توان گفت که «محبوبیت یا گیرندگی اجتماعی او» بیشتر از «اعتماد یا گسترش عاطفی» اوست. رابطه او با دانش‌آموزان «C, D و N» متقابل و با دانش‌آموزان «B, J, M و T» یک‌جانبه است (گنجی، ۱۳۶۸). بر اساس نتایج به‌دست آمده برای «یک فرد» به شرح جدول ۲۳-۱۳ در گروه، تحلیل‌های خاصی می‌توان ارائه داد.

جدول ۲۳-۱۳. انواع موقعیت‌های خاص برای فرد در گروه‌سنجی

ردیف	انواع	توضیح
۱	ستاره گروه	عضو دارای بیشترین انتخاب از دید دیگران
۲	منفرد گروه	عضو انتخاب‌نشده از سوی اعضای گروه
۳	فراموش‌شده گروه	عضو با انتخاب کم از سوی اعضای گروه
۴	طردشده گروه	عضو دارای رأی منفی از اعضای گروه (تعداد آرای عدم تمایل دیگران برای همکاری با عضو)

در تحلیل‌های گروهی هم یکی از ویژگی‌های قابل تحلیل «شکل‌گیری دسته در گروه» است. در گروه سنجی، این حالت زمانی به وجود می‌آید که تعدادی از افراد همدیگر را انتخاب کنند و گروه خارج از دسته خود را کمتر انتخاب کرده باشند. اگر این اعضا افراد خارج از دسته را اصلاً انتخاب نکرده باشند به آن «شکاف یا جدایی گروه‌سنجی» گفته می‌شود.

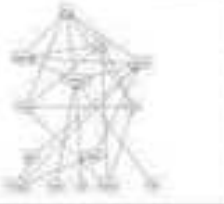
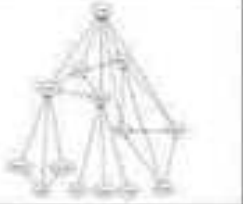
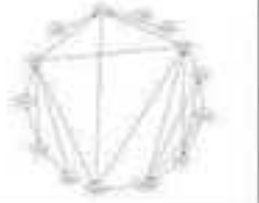
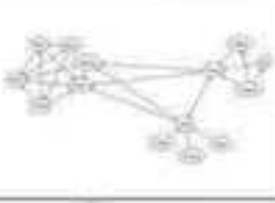
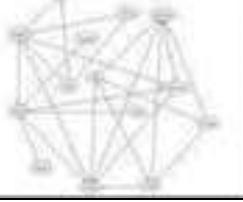
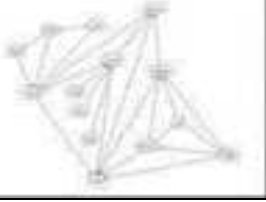
۲۳-۲-۴-۲. گروه‌نگار شبکه‌ای: گروه‌نگارها با یک مجموعه گره «به‌شکل‌های هندسی مانند دایره و مستطیل به‌عنوان معرف اعضا» و یک مجموعه «خطوط به‌عنوان نشانگر روابط بین اعضا» عمل می‌کنند که اثربخشی آن به «خوانایی و طراحی زیباشناسانه» آن بستگی دارد. برای این منظور پنج الگوی شبکه‌ای به شرح جدول ۲۳-۱۴ معرفی شده است (هوانگ، هانگ و ایدس، ۲۰۰۵).^۱

جدول ۲۳-۱۴. انواع الگوهای طراحی گروه‌نگار شبکه‌ای

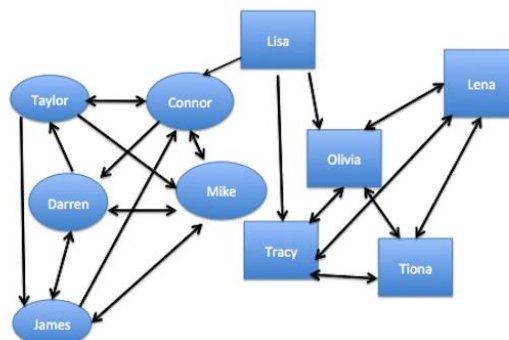
ردیف	انواع طراحی	توضیح
۱	شعاعی	استقرار گره‌ها به دور چند دایره با تأکید بر فاصله از مرکز به‌عنوان عامل سطح مرکزی بودن آن‌ها
۲	سلسله‌مراتبی	استقرار گره‌ها در یک نظام عمودی سلسله‌مراتبی
۳	دایره‌ای	استقرار همه گره‌ها روی یک دایره
۴	گروهی	استقرار گره‌ها در قالب دسته یا گروه‌های خاص
۵	آزاد	استقرار گره‌ها بدون هیچ هدف خاص

این الگوها نیز خود با توجه به میزان برخورد یا تقاطع خطوط به دو نوع «کم برخورد و پربرخورد» مانند جدول ۲۳-۱۵ تقسیم می‌شوند (هوانگ، هانگ و ایدس، ۲۰۰۵).

جدول ۲۳-۱۵. انواع الگوهای طراحی گروه‌نگار شبکه‌ای بر اساس حجم خطوط ارتباطی

ردیف	انواع طراحی	خطوط پربرخورد	خطوط کم برخورد
۱	شعاعی Radial Layout		
۲	سلسله‌مراتبی Hierarchical layout		
۳	دایره‌ای Circular layout		
۴	گروهی Group layout		
۵	آزاد Free layout		

شکل ۲۳-۲ یک نمونه گروه‌نگار یا سوسیوگرام شبکه‌ای را با تفکیک جنسیتی در نمایش گره‌ها (مردان در گره دایره‌ای شکل و زنان در گره مستطیل شکل) و خطوط نشان‌دهنده یک‌طرفه (پیکان‌های یک‌جهته) یا دوطرفه (پیکان‌های دوجته) است.



شکل ۲۳-۲. یک نمونه گروه‌نگار یا سوسیوگرام شبکه‌ای

همچنین می‌توان برای «هر یک از اعضای گروه»، یک گروه‌نگار مستقل به‌منظور نمایش موقعیت او در گروه رسم کرد.

۲۳-۵. بحث و نتیجه‌گیری

پس از تحلیل یافته‌ها می‌توان روی یافته‌ها بحث و نتیجه‌گیری انجام داده و پیشنهادهای کاربردی ارائه کرد. برای نمونه در پژوهشی که در بخش جمع‌آوری داده‌ها به آن اشاره شد و آزمون گروه سنجی روی معلمان و دانش‌آموزان صورت گرفت، نتایج نشان داد که معلمان، در تشخیص «شبکه‌های ارتباطی، شبکه‌های متحدکننده دانش‌آموزان یک کلاس و ویژگی‌های دانش‌آموزان» چالش دارند. بر اساس نتایج دانش‌آموزان «محبوب، مطرود و منزوی» همیشه افراد مورد تشخیص معلمان نبودند. قضاوت‌های معلمان نه تنها با نتایج آزمون‌های جامعه‌سنجی دانش‌آموزان بلکه با خودشان هم متفاوت بود. فقدان تطابق قضاوت‌های معلمان با نتایج آزمون‌های جامعه‌سنجی توسط پژوهشگر چنین استدلال شد که احتمالاً «معلمان بیشتر روابط ظاهری را می‌بینند اما آزمون‌های جامعه‌سنجی روابط عاطفی بسیار عمیق را آشکار می‌کنند». انحراف بین قضاوت‌های معلمان و نتایج آزمون‌های جامعه‌سنجی به موازات سن متوسط گروه‌های کودکان یا نوجوانان بیشتر بود. به عبارت دیگر، معلمان در شناختن روابط دانش‌آموزان دوره ابتدایی دشواری کمتری نسبت به شناختن روابط دانش‌آموزان دوره دبیرستان داشتند و این دشواری با سن متوسط گروه مورد مطالعه ارتباط مستقیم داشت.

این نمونه بخشی از بحث و نتیجه‌گیری یک پژوهش بود که نشان می‌دهند با اجرای یک پژوهش دقیق گروه سنجی می‌توان شناخت بیشتری به ابعاد مهم و مؤثر در کسب اهداف سازمانی و تصمیم‌گیری‌های مناسب دست پیدا کرد. بسیاری از معلمان، اساتید و برنامه‌ریزان آموزشی با استفاده از این روش به دنبال شناسایی دانش‌آموزان و دانشجویان منزوی و مطرود و کمک به آن‌ها برای رفع مشکلات احتمالی هستند. در سال‌های اخیر «تحلیل شبکه اجتماعی» یا «ترسیم نقشه اجتماعی» با مبنای جامعه‌سنجی مورد توجه و تأکید قرار گرفته است. نرم‌افزارهای متعددی همچون «گفی، پاجک، کی‌هابز یا این‌فلو» برای انجام این نوع پژوهش‌ها به بازار معرفی شده‌اند. «فیس‌بوک» یک سامانه خدمات شبکه اجتماعی و تارنمایی است که در سطحی بسیار بزرگ بر اساس جامعه‌سنجی عمل می‌کند.



روش پژوهش دلفی

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش دلفی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم و انواع روش پژوهش دلفی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در روش دلفی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در روش دلفی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش دلفی

مقدمه

روش دلفی یکی از روش‌های کسب دانش گروهی برای کمک به تصمیم‌گیری در طی چند دوره پیمایش نظرات صاحب‌نظران و تا رسیدن به مرحله بیشترین اجماع نظر در میان آنان است. این فصل به معرفی و چگونگی استفاده از روش دلفی پرداخته خواهد شد.

۲۴-۱. آشنایی با مفهوم روش دلفی

اغلب پیمایش‌ها به دنبال پاسخ به سؤال «چه است؟» هستند اما روش دلفی به دنبال پاسخ به سؤال «چه می‌تواند باشد» یا «چه باید باشد؟» است. روش دلفی، از جمله روش‌های پیمایش نظر است و برخی آن را یک فن و برخی از آن با اسامی «پیمایش دلفی، مطالعه دلفی، رأی‌گیری دلفی، دلفی مطالعه اجماع، روش دلفی و مطالعات دلفی» معرفی می‌کنند. این تنوع اسامی منجر به تعاریف متعددی به شرح جدول ۲۴-۱ شده است.

جدول ۲۴-۱. انواع تعریف از روش دلفی

ردیف	انواع
۱	رویکرد یا روشی نظام‌مند در پژوهش برای استخراج نظرات از یک گروه متخصص درباره یک موضوع یا یک سؤال
۲	رسیدن به اجماع گروهی با مجموعه راندهای پرسشنامه‌ای با حفظ گمنامی پاسخ‌دهندگان، و بازخورد نظرات به اعضای پانل
۳	درخواست قضاوت حرفه‌ای از متخصص همگن و مستقل در مورد یک موضوع ویژه در سطح بزرگ جغرافیایی با استفاده از پرسشنامه‌ها و تکرار تا زمان دستیابی به اجماع نظرات
۴	روش مطالعه چندمرحله‌ای گردآوری نظرات در موارد ذهنی بودن موضوع و استفاده از پاسخ‌های نوشتاری به جای گرد هم آوردن یک گروه متخصص

با توجه به اهمیت و کاربردها، دسته‌بندی‌های مختلفی از روش دلفی به شرح جدول ۲۴-۲ معرفی شده است.

جدول ۲۴-۲. انواع دسته‌بندی از روش دلفی

نظریه پرداز	ردیف	انواع	توضیح
وودنبرگ	۱	سنتی	با دو کاربرد «پیش‌بینی و برآورد» شاخص‌های ناشناخته بر اساس توافق صاحب‌نظران درباره پیشرفت-های آینده در زمینه علم و فن‌آوری
	۲	سیاسی	شناسایی توافقات در مهم‌ترین دیدگاه‌های مخالف در یک موضوع سیاسی روز در اجتماع
	۳	تصمیم‌گیری	شناسایی تصمیمات مشترک گروهی از افراد متفاوت در مورد مسئله‌ای خاص
اشتراوس و زیگلر	۱	عددی	مانند سنتی و با تأکید بر برآورد عددی تاریخ‌ها، مقادیر یا ارزش‌ها از جمله میزان جمعیت جهان در سال ۲۱۰۰ یا زمان استقرار انسان در مریخ
	۲	سیاست‌گذاری	رویکردی کیفی و کلامی به شناسایی توافقات در دیدگاه‌های سیاسی روز
	۳	تاریخی	بررسی دیدگاه بزرگان و فیلسوفان گذشته با تأکید بر کاربرد آن‌ها در جوامع امروزی
-	۱	کلاسیک	مبتنی بر فرایند چندمرحله‌ای و نظام‌مند با رویکردهای کمی، کیفی یا ترکیبی
	۲	فازی	مبتنی بر فرایند نظام‌مند کمی و محاسبه میانگین هندسی

هر یک از انواع دلفی کاربردی خاص دارد. از روش دلفی سنتی یا عددی، بیشتر در زمینه‌های علم و فناوری و پیش‌بینی پیشرفت‌های آینده استفاده می‌شود. دلفی سیاسی اغلب در حوزه ترمیم وضعیت آتی حزب‌ها، دولت‌ها و تعیین دیدگاه‌های سیاسی به‌ویژه شناسایی گروه‌های فشار به کار می‌رود. دلفی تصمیم‌گیری بیشتر در زمینه مسائل روز

و توسط رسانه‌های جمعی برای تأثیرگذاری کارایی دارد و در نهایت دلفی تاریخی در زمینه‌هایی مانند تاریخ سیاسی، فلسفه آموزش و پرورش کاربرد دارد. هرچند هدف اصلی دلفی، پیش‌بینی آینده است اما در زمینه‌های «تصمیم‌گیری و افزایش اثربخشی آن، قضاوت، تسهیل حل مسئله، نیازسنجی، هدف‌گذاری، کمک به برنامه‌ریزی، تعیین اولویت، پیش‌بینی آینده، خلاقیت، سازمان‌دهی ارتباطات گروهی، جمع‌آوری گروهی اطلاعات، آموزش گروه پاسخ‌دهنده، تعیین سیاست‌ها، تخصیص منابع و اجماع یا توافق گروهی» نیز به کار می‌رود (احمدی، نصیریانی، و ابادری، ۱۳۸۷؛ ایران پژوهان، بی‌تا؛ کندی، ۲۰۰۴؛ موهاپارتا، ۱۹۸۴).

روش دلفی کلاسیک، بیشترین کاربرد را دارد. راو و رایت^۱ (۱۹۹۹) آن را با چهار ویژگی «ناشناس بودن شرکت‌کنندگان»، «تکرار دوره‌های مطالعاتی»، «بازخوردهای کنترل شده شرکت‌کنندگان نسبت به هم» و «جمع‌آوری آماری» از دیگر روش‌ها متمایز می‌کند. برخی کارشناسان برای دلفی کلاسیک، ویژگی‌ها و اجزایی به شرح جدول ۲۴-۳ را ارائه می‌دهند.

جدول ۲۴-۳. مهم‌ترین ویژگی‌ها و اجزای روش دلفی کلاسیک

ردیف	ویژگی	توضیح
۱	متخصصین	نمونه‌ها یا پاسخ‌دهندگان باید از متخصصین یا خبرگان باشند.
۲	ناشناس بودن	ناشناس بودن شرکت‌کنندگان در دلفی برای بیان آزادانه نظرات، بدون فشارهای اجتماعی ناخواسته برای انطباق با دیگر شرکت‌کنندگان در گروه
۳	پرسشنامه	راندهای پیمایشی یا پرسشنامه‌ای که با پرسشنامه اولیه، پرسشنامه راندهای بعدی نیز شکل می‌یابد.
۴	تکرار	انجام دوره‌های متوالی و تکرار برای ایجاد فرصت اصلاح نظرات اعضا در هر دور و پیشرفت گروه در رسیدن به اجماع بیشتر (راندهای فرایندی، نظام‌مند و نوشتاری با هدف روشن تا اجماع نظرات)
۵	بازخورد کنترل‌شده	امکان آگاهی شرکت‌کنندگان از دیدگاه سایر شرکت‌کنندگان و ایجاد فرصت برای «تکمیل یا تغییر یا اصلاح» نظرات خود (فرصت بازنگری نظرات خود و ارزشیابی نظرات سایرین توسط متخصصین در مسیر اجماع و در شرایط گمنامی یا بدون ارتباط مستقیم آن‌ها با هم)
۶	تحلیل یافته‌ها	فرایند تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه‌ها
۷	اجماع	رسیدن به اتفاق نظر در مورد یک ایده و گاه تلاش برای مشخص ساختن تفاوت‌ها
۸	مدیریت زمان	دریافت اطلاعات از متخصصین و استفاده از فناوری الکترونیک با امکان «ذخیره‌سازی، پردازش و توانایی انتقال پرسرعت، حفظ گمنامی پاسخ‌دهندگان و پتانسیل بازخورد سریع» از طریق رایانه

در یک بررسی تنوع پژوهش‌های انجام‌شده به روش دلفی به شرح جدول ۲۴-۴ نشان داده شد. همان‌طور که دیده می‌شود، دامنه الگوهای مورد استفاده دلفی با رویکردهایی چون «شناسایی، پیش‌بینی و تعیین اعتبار» مورد استفاده قرار گرفته است. درحالی‌که یک دلفی به‌طور معمول به سه دور نیاز دارد اما در مطالعات مختلف از دوره‌های متفاوتی استفاده شده است. اندازه نمونه نیز از ۴ تا ۱۷۱ متخصص تنوع دارد. این نشان می‌دهد که باید الگوی نهایی در دلفی را با توجه به شرایط خاص مورد توجه قرار داد (اسکولموسکی، هارتمن و کران، ۲۰۰۷).^۲

1. Rowe and Wright

2. Skulmoski, Hartman, & Krahn

جدول ۲۴-۴. انواع الگوهای مورد استفاده در روش دلفی

ردیف	پژوهشگر و سال	دورها	تعداد نمونه
۱	Gustafson et al. (1973)	۲	۴
۲	Hartman & Baldwin (1995)	۱	۶۲
۳	Czinkota & Ronkainen (1997)	۳	۳۴
۴	Kuo & Yu (1999)	۱	۲۸
۵	Nambisan et al. (1999)	۳	۶
۶	Lam, Petri, & Smith (2000)	۳	۳
۷	Roberson, Collins, & Oreg (2005)	۲	۱۷۱
۸	Niederman et al. (1991)	۳	۱۱۴، ۱۲۶ و ۱۰۴ در سه دور
۹	Duncan (1995)	۲	۲۱
۱۰	Brancheau et al. (1996)	۳	۷۸، ۸۷ و ۷۶ در سه دور
۱۱	Scott (2000)	۳	۲۰
۱۲	Wynekoop & Walz (2000)	۳	۹
۱۳	Keil, Tiwana, & Bush (2002)	۳	۱۵، ۱۵ و ۱۰
۱۴	Brungs & Jamieson (2005)	۳	۱۱

۲-۲۴. فرایند اجرای روش دلفی

مصاحبه دلفی نوعی مصاحبه قوم‌نگارانه است. فرایند اجرای روش دلفی را می‌توان در جدول ۲۴-۵ مورد بررسی قرار داد.

جدول ۲۴-۵. فرایند اجرای روش دلفی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش و تعیین رویکرد کمی، کیفی یا ترکیبی
۲	نمونه‌گیری	انتخاب نمونه متخصص با توجه به رویکرد کمی، کیفی یا ترکیبی
۳	جمع‌آوری داده‌ها	با توجه به رویکرد انتخاب‌شده و با تأکید بر پرسشنامه و بازخورد کنترل‌شده
۴	تجزیه و تحلیل داده‌ها	در چند مرحله و تا رسیدن به اجماع شرکت‌کنندگان
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

۳-۲۴. طراحی پژوهش

برای طراحی پژوهش باید به وجود «مشکلی پیچیده و بزرگ» یا «چالش‌های ناشی از عدم توافق» یا لزوم «شناخت عمیق‌تر» در زمینه‌ای خاص اشاره داشت. طراحی پژوهش از رویکردی کلان‌نگر به رویکردی محدود هدایت می‌شود. بنابراین باید به کمک «تجربه»، «ادبیات پیشینه» و «مطالعات نمونه» نسبت به تدوین مسئله و پرسش اصلی پژوهش اقدام کرد. همچنین ضمن معرفی مسئله اصلی برای انجام این پژوهش باید به اهمیت و ضرورت اجرای آن با پشتیبانی مبنای نظری مناسب اشاره داشت. طراحی پژوهش باید با توجه به این نکته باشد که روش دلفی با «قضاوت جمعی از متخصصان» و «توافق آنان در نتایج» دنبال می‌شود. در طراحی پژوهش به روش دلفی از هر دو روش کمی و کیفی

می‌توان بهره گرفت. حتی روش دلفی را می‌توان به‌عنوان بخشی از یک پروژه پژوهشی طراحی کرد تا پس‌از آن با استفاده از خروجی‌های دلفی، از یک پژوهش پیمایشی برای تأیید نتایج آن استفاده کرد.

۲۴-۴. ملاحظات نمونه‌گیری در روش دلفی

انتخاب مشارکت‌کنندگان یا پاسخ‌دهندگان، یکی از مؤلفه‌های مهم پژوهش دلفی است؛ زیرا اساس این روش مبتنی بر نظرات کارشناسی مشارکت‌کنندگان خواهد بود. با توجه به اینکه دلفی را هم می‌توان به شکل کمی و هم کیفی اجرا کرد، ملاحظات نمونه‌گیری با توجه به انتخاب روش جمع‌آوری داده‌ها تعیین می‌شود. درمجموع چهار الزام کلیدی به شرح جدول ۲۴-۶ برای انتخاب نمونه در روش دلفی وجود دارد (آدلر و زیگلیو، ۱۹۹۶).^۱

جدول ۲۴-۶. الزامات کلیدی در انتخاب نمونه یا مشارکت‌کنندگان در روش دلفی

ردیف	اجزا	توضیح
۱	تخصص	لزوم متخصص بودن و برخورداری از دانش کافی پاسخ‌دهنده در رابطه با موضوع موردبررسی
۲	تمایل	امکان دسترسی به متخصصان ذی‌ربط و آمادگی آن‌ها برای پاسخگویی به سؤالات
۳	زمان کافی	داشتن زمان کافی برای شرکت در دوره‌های چندگانه پاسخگویی
۴	مهارت‌های ارتباطی	برخورداری از مهارت‌های ارتباطی مناسب

از آنجاکه نمونه باید «متخصص» باشد، بنابراین نمونه‌گیری از نوع غیرتصادفی هدفمند خواهد بود. در مواردی هم ممکن است برای شناسایی گروه اولیه متخصصان به روش نمونه‌گیری «گلوله برفی» نیاز باشد (اسکولموسکی، هارتمن و کران، ۲۰۰۷). در صورت عدم شناسایی متخصصین از نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده می‌شود. اگر متخصصین شناخته‌شده و زیاد باشند، از نمونه‌گیری تصادفی هم استفاده می‌شود. برخی پژوهشگران با استفاده از روش‌های آماری، به انتخاب تصادفی نمونه می‌پردازند. جهت تعمیم نتایج به یک جمعیت بزرگ‌تر، اندازه نمونه باید به‌اندازه کافی بزرگ باشد. تعداد افراد در گروه دلفی به قدرت آماری وابسته نیست. بلکه متناسب با پویایی گروه برای رسیدن به اجماع است. هیچ قانون صریحی در مورد تعداد مکفی نمونه وجود ندارد و تعداد آن‌ها بسته به شرایط به‌ویژه نوع جمع‌آوری داده «کمی یا کیفی» بودن متغیر است. اغلب تعداد شرکت‌کنندگان کمتر از ۵۰ و بیشتر ۱۵ تا ۲۰ نفر بوده است. البته در برخی مقالات تعداد ۱۰ تا بیشتر از ۲۰۰۰ نفر هم گزارش شده است. در گروه‌های همگون اغلب ۱۰ تا ۱۵ نفر کافی است. در دلفی اغلب از نمونه‌های همگن برای به‌دست آوردن طیف گسترده نظرات، پاسخ‌های باکیفیت و راه‌حل‌های قابل‌پذیرش استفاده می‌شود. این نمونه‌گیری موجب افزایش حجم نمونه، مشکلات جمع‌آوری داده‌ها و درنهایت، پیچیدگی رسیدن به اجماع، اجرای تحلیل و بازبینی نتایج می‌شود. هرچند که با حجم نمونه بزرگ‌تر تعداد قضاوت‌ها افزایش و ترکیب آن‌ها اعتماد را افزایش می‌دهد اما بعضی پژوهشگران بر کفایت ۳۰ نفر برای ارائه اطلاعات تأکید دارند و معتقدند با افزایش بیشتر اغلب پاسخ‌ها تکراری می‌شود و اطلاعات جدیدی اضافه نمی‌شود (احمدی، نصیریانی، و ابادری، ۱۳۸۷؛ ایران پژوهان، بی‌تا).

۲۴-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در روش دلفی

در جمع‌آوری داده‌ها به روش دلفی، دو نکته «ابزار جمع‌آوری داده‌ها» و «تعداد دورها یا راندها در جمع‌آوری داده‌ها» مورد توجه قرار می‌گیرد. برای هر دور باید ابتدا طراحی و برنامه‌ریزی داشت و سپس آن دور را اجرا کرد. تفاوت این روش با بقیه روش‌ها این است که طراحی دوره‌های بعدی بر اساس تحلیل یافته‌های دور قبل خواهد بود.

۲۴-۵-۱. ابزار جمع‌آوری داده‌ها: طراحی پرسشنامه در مرحله طراحی پژوهش صورت می‌گیرد و در مورد سؤال اصلی پیوستاری از سؤالات بسته یا باز استفاده می‌شود. در مواردی که هدف راهنمایی شرکت‌کنندگان نسبت به موضوعی خاص باشد سؤالات بسته و ساختاریافته بیشتر استفاده می‌شود. قبل از شروع راندهای پژوهش بهتر است با یک پیش‌آزمون از مناسب و واضح بودن کلمات و نداشتن ابهام در سؤالات برای پاسخ‌دهندگان اطمینان حاصل کرد.

۲۴-۵-۲. تعداد دوره‌های جمع‌آوری داده‌ها: جمع‌آوری داده‌ها در روش دلفی اغلب تا مرحله اجماع پاسخ‌دهندگان ادامه پیدا می‌کند. منظور از اجماع، رسیدن به اتفاق نظر در مورد یک ایده و گاه تلاش برای مشخص ساختن تفاوت‌ها است. اجماع به معنی یافتن پاسخ صحیح نیست، بلکه صرفاً توافق شرکت‌کنندگان در یک سطح خاص در موضوع است. البته دستیابی به توافق صد درصد امکان‌پذیر نیست، چراکه زمینه سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و علمی افراد متفاوت است. همچنین این روش جایگزینی برای مرور علمی گزارش‌ها یا مقالات منتشر شده نیست. اکثریت مقالات، جنس و نوع معیار مورد استفاده در تعریف و تعیین اجماع را بر اساس تفسیر نمونه‌ها می‌دانند و اساساً زمانی در مورد اجماع تصمیم‌گیری شده که درصد مشخصی از آرا درون سطح خاصی قرار داشته باشند. هرچند برخی استفاده از درصد را ناکافی دانسته و کاربرد شکل‌های معتبرتری را برای تعیین ثبات پاسخ‌ها طی راندها توصیه می‌کنند. سطح استاندارد برای اجماع وجود ندارد و بعضی مطالعات در نشان دادن اجماع ضعیف هستند. در نتایج مطالعات محدوده متفاوتی از سطح اجماع ۵۱ تا ۱۰۰ درصد گزارش شده است (احمدی، نصیریانی، و اباذری، ۱۳۸۷؛ ایران پژوهان، بی‌تا).

بهتر است که پاسخ‌دهندگان یکدیگر را نشناسند یا حداقل پاسخ‌هایشان برای بقیه گمنام باشد. گمنامی به هر پاسخ‌دهنده فرصت می‌دهد تا نظرات خود را بدون ملاحظات خاص بیان کند. در مواردی ممکن است افراد همدیگر را شناخته اما در هر صورت، به پاسخ‌های یکدیگر به‌طور مشخص دسترسی ندارند. به نظر می‌رسد احتمال گمنامی کامل نیست، چراکه پژوهشگر افراد پاسخ‌دهنده اصلی را می‌شناسد. بنابراین، گاه واژه شبه گمنامی در دلفی استفاده می‌شود. حفظ حقوق پاسخ‌دهنده به آن‌ها اجازه می‌دهد تا در آخرین فرم پژوهش نامشان را به‌عنوان همکار بنویسند. جمع‌آوری داده‌ها به روش دلفی دربرگیرنده مجموعه‌ای از دورها یا راندها است و دلفی کلاسیک اغلب شامل چهار راند است که به‌طور معمول به سه راند تعدیل می‌شود. فرایند جمع‌آوری داده‌ها به روش دلفی را می‌توان به شرح جدول ۲۴-۷ مرور کرد.

جدول ۲۴-۷. فرایند جمع‌آوری داده‌ها به روش دلفی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	راند اول	ارسال اولین پرسشنامه اغلب به صورت بدون ساختار یا بازپاسخ
۲	راند دوم	ارسال دومین پرسشنامه اغلب به صورت ساختاریافته و بسته به پاسخ مشابه در راند اول
۳	راند سوم	درخواست از شرکت کنندگان برای مرور مجدد پاسخ‌ها و ارائه دلایل در موارد عدم اجماع
۴	تصمیم و تصویب	انتشار نتایج نهایی و گرفتن تأیید نهایی متخصصین

در راند اول دلفی کلاسیک، پرسشنامه اول با شکل «باز پاسخ» ارسال می‌شود تا به عنوان راهبردی برای زایش ایده‌ها عمل کند. هر چند امکان استفاده از سؤالات بسته و تحلیل نتایج به روش‌های آماری هم وجود دارد اما بهتر است که از روش کیفی برای ذهن‌انگیزی و بهره‌مندی از ظرفیت‌های بیشتر استفاده شود. به این شکل می‌توان کلیه موضوعات مرتبط با عنوان تحت مطالعه را شناسایی کرد. بنابراین از هر متخصص درخواست می‌شود تا هر نوع ایده و نظر خود را آزادانه طرح کند و فهرست موضوعات مورد نظر خود را به طور مختصر و بدون نام بازگرداند. نیازی به توسعه کامل ایده‌ها نیست و تلاشی برای ارزیابی یا قضاوت نظرات صورت نمی‌گیرد. در این مرحله، تمام پاسخ‌های مرتبط تا حد امکان جمع‌آوری می‌شود تا بقیه مراحل بر اساس مرحله اول شکل بگیرد. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، «پاسخ‌ها سازمان‌دهی، نظرات مشابه ترکیب، اجرای گروه‌بندی و حذف موضوعات تکراری و حاشیه‌ای» صورت می‌گیرد. تحلیل پاسخ‌های راند اول بر اساس پارادایم تحقیق (کدهای کیفی و یا خلاصه‌های آماری) صورت می‌گیرد. نتیجه نهایی، مشخص شدن تم‌ها و شناسایی عناوینی است که محقق آن را تبدیل به پرسشنامه دارای ساختار یا بسته‌ای برای راند دوم می‌کند. هرچند سؤالات بازپاسخ روشی قوی در جمع‌آوری اطلاعات هستند، اما اگر اطلاعات پایه در زمینه موضوع وجود داشته باشد، از پرسشنامه «نیمه ساختاریافته یا دارای ساختار» بر اساس مطالعات قبلی استفاده می‌شود.

از راند دوم به بعد، اغلب از پرسشنامه ساختاریافته یا بسته استفاده می‌شود و از افراد مشابه در راند اول خواسته می‌شود تا هر عنوان را با استفاده از مقیاس لیکرت رتبه‌بندی و به عبارتی، کمیت‌پذیر کنند. در اینجا موارد «توافق و عدم توافق» مشخص می‌شود و فضایی برای شناسایی «ایده‌های جدید، تصحیح، تفسیر، حذف و توضیح قدرت و ضعف آن‌ها» به وجود می‌آید. در بعضی موارد، از شرکت کنندگان خواسته می‌شود تا استدلال و دلیل اولویت‌بندی آیت‌ها را بیان کنند. در این راند، انگیزه اعضای پانل برای شرکت بیشتر می‌شود چراکه از پاسخ‌های خود بازخورد می‌گیرند و مشتاق به تعیین کیفیت پاسخ‌های همکاران خود هستند. پس از جمع‌آوری پرسشنامه دوم، آنالیز و خلاصه آماری (از قبیل چارک و میانه) و یا تم‌ها و رتبه‌بندی تهیه می‌شود. نتیجه آن آغاز شکل‌گیری همگرایی نظرات بین شرکت کنندگان است.

در راند سوم از شرکت کنندگان درخواست می‌شود تا پاسخ‌ها را مجدد مرور کنند و در صورت نیاز در نظرات و قضاوت‌های خود تجدیدنظر و دلایل خود را در موارد عدم اجماع اعلام کنند. از آن‌ها خواسته می‌شود تا با در نظر گرفتن میانگین و میانه نمرات هر عنوان، اهمیت آن را درجه‌بندی کنند. در اینجا نیز رتبه‌بندی نظرات انجام شده، پیش‌بینی‌های جدیدی ارائه می‌کند و خلاصه آماری پاسخ‌ها تهیه می‌شود. به طور معمول، از این راند به بعد، اعضا پاسخ‌های خود و سایرین را دوباره ملاحظه می‌کنند و فرایند تا زمان عدم دستیابی به ایده جدید و شناسایی ضعف‌ها

و قوت‌های همه نظرات تکرار می‌شود. البته تعداد راندهای بعدی با توجه به زمان، هزینه و احتمال خستگی شرکت‌کنندگان در نظر گرفته می‌شود. در صورت لزوم، نامه‌های یادآوری در هر راند ارسال می‌شود و بازرسی مداوم در سرتاسر فرایند دلفی صورت خواهد گرفت.

در مواردی که با راند سوم نتوان به جمع‌بندی رسید، راند چهارم هم به‌عنوان آخرین راند انجام می‌شود. در این راند، فهرست آیتم‌های باقیمانده، رتبه‌بندی‌ها، نظرات اقلیت و موارد اجماع بین پانلیست‌ها توزیع می‌شود تا آخرین فرصت برای شرکت‌کنندگان به‌منظور تجدیدنظر در نظرات خود فراهم شود (احمدی، نصیریانی، و اباذری، ۱۳۸۷؛ ایران پژوهان، بی‌تا).

در روش دلفی متخصصین با دریافت اطلاعات از دیدگاه سایر متخصصان از راند دوم به‌بعد امکان تجدیدنظر در پاسخ‌های خود را دارند. در این روش از تأثیر منفی نفوذ شخصیت شرکت‌کنندگان در پاسخ بقیه ممانعت می‌شود. از نظر تعداد راندها، مقالات به ۲ تا ۱۰ راند اشاره می‌کنند اما دلفی کلاسیک چهار راند دارد که پژوهشگران اغلب برای دستیابی به اهداف پژوهش، آن را به دو تا سه راند کوتاه می‌کنند. در هر صورت، تصمیم‌گیری در مورد تعداد راندها تا حد زیادی عملی یا تجربی و وابسته به «زمان در دسترس و نوع سؤال آغازین» است. البته اغلب بعد از سه راند، احتمال افزایش خستگی و کاهش در ایجاد نتایج جدید و مفید وجود دارد. شیوه تکرار در طی راندها اغلب نوشتاری و «مداد و کاغذی»، از طریق پست معمولی و یا پست الکترونیک و دورنگار است (احمدی، نصیریانی، و اباذری، ۱۳۸۷؛ ایران پژوهان، بی‌تا).

۲۴-۶. ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش دلفی

بدیهی است که پس از هر دور به یک تحلیل مربوط به همان دور نیاز است. بر این است و در روش کلاسیک می‌توان به مراحل تحلیل یافته‌ها پس از هر دور جمع‌آوری داده‌ها به شرح جدول ۲۴-۸ اشاره کرد.

جدول ۲۴-۸. تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده در هر دور یا راند روش دلفی کلاسیک

ردیف	مراحل	توضیح
۱	راند اول	با توجه به داده‌های کیفی جمع‌آوری‌شده از روش تحلیل محتوا و کدگذاری داده‌های کیفی
۲	راند دوم	با توجه به داده‌های کمی جمع‌آوری‌شده از انواع روش‌های آماری اندازه‌های مرکزی (میانگین، میانه و نما) و شاخص پراکندگی (انحراف معیار و محدوده میان چارکی)
۳	راند سوم	با توجه به داده‌های کمی جمع‌آوری‌شده از انواع روش‌های آماری و به‌ویژه رتبه‌بندی و انطباق نظرات

برای تحلیل داده‌های کیفی جمع‌آوری‌شده در راند اول از تحلیل محتوا برای شناسایی تم‌های اصلی حاصل از نتایج پرسشنامه بدون ساختار و باز استفاده می‌شود. نتایج پرسشنامه باز، زمینه تهیه پرسشنامه‌های بسته یا ساختاریافته و اساس راندهای بعدی را فراهم می‌کند.

در تحلیل داده‌های کمی جمع‌آوری‌شده از دور دوم، استفاده از «میانه و نما» مطلوب‌تر است هرچند میانگین هم کاربرد دارد. در بعضی مقالات استفاده از میانه برای پرسشنامه‌های طراحی‌شده بر اساس مقیاس لیکرت توصیه می‌شود. استفاده از نما نیز برای گزارش داده‌های دلفی مناسب است زیرا فرایند دلفی تمایل به نمایش همگرایی یا تقارب دارد.

بنابراین، استفاده از نتایج اطراف یک نقطه یا دونقطه مناسب است و اصولاً شاید استفاده از میانگین و میانه گمراه‌کننده باشد.

در راند دوم استفاده از روش‌های کمی و رتبه‌بندی و درجه‌بندی با میانه و چارک‌ها شروع می‌شود. در راند سوم و راندهای بعدی، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی مورد استفاده قرار خواهند گرفت.

در شرایطی که «نمونه‌گیری» از جمعی صورت گرفته باشد، باید میانگین پاسخ‌های نمونه را برای تعمیم به جمعیت در نظر گرفت. در سؤال‌هایی که به قضاوت متخصص نیازمندند میانگین پاسخ افراد نامرغوب‌تر از میانگین تولیدشده به‌وسیله فرایندهای تصمیم‌گروهی است و روش دلفی این نامرغوبی را تحمل می‌کند.

قابلیت اعتماد با بازنگری پاسخ پژوهشگران در پیش‌آزمایش و آزمایش مجدد مورد تأکید قرار می‌گیرد. به دلیل انتظار پژوهشگران از پاسخ‌دهندگان، پاسخ‌ها مرور می‌شوند در این صورت قابلیت اعتماد آزمایش و آزمایش مجدد مطرح نیست. با استفاده از پژوهش و پیش‌آزمایش از اعتبار ساخت اطمینان حاصل می‌شود.

کنترل روایی و پایایی دلفی آسان نیست و این روش دلفی به دلیل نداشتن شواهدی از پایایی مورد انتقاد است. به این مفهوم که اگر اطلاعات یا سؤالات مشابه به پانلیست‌ها داده شود، دستیابی به نتایج یکسان حتمی نیست. درمجموع دلفی به‌عنوان یک روش یا ابزار حمایت‌کننده و توسعه‌دهنده مطالعات است و می‌تواند با سایر ابزار و روش‌ها کامل‌تر شود. بهتر است از سؤالات محدودتری استفاده شود تا متخصصین با توجه به محدودیت زمانی از شرکت در مطالعه امتناع نکنند و برای متخصصین زمان کافی برای تفکر عمیق در نظر گرفته شود. برای کاهش ریزش پانل، متخصصین علاقه‌مند انتخاب و از نظر تنوع تئوریک توجیه شوند، نامه‌های یادآوری ارسال و محرک مالی و معنوی استفاده شود. تعیین معیار رسیدن به اجماع، قبل از آغاز پروژه و اجماع بر اساس نظرات پانلیست‌ها مهم است. زیرا پذیرش اکثریت آرا جایگزینی برای نمایش یافته‌های قابل اطمینان و بدون فشار برای اجماع است. برای تعیین اعتبار یافته‌ها مصاحبه با چند پژوهشگر و متخصص صاحب‌نظر جدید مفید است. همچنین یک راند پیگیر یا ثانویه به افزایش اعتبار یافته‌ها کمک می‌کند (احمدی، نصیریانی، و اباذری، ۱۳۸۷؛ ایران پژوهان، بی‌تا).

۲۴-۷. روش دلفی فازی

روش سنتی یا کلاسیک دلفی، اغلب با چالش‌هایی چون «همگرایی پایین نظرات متخصصان، هزینه اجرای بالا و احتمال حذف نظرات برخی از افراد» مواجه بوده است. برای بهبود روش دلفی سنتی، مفهوم «یکپارچه‌سازی روش دلفی سنتی با تئوری فازی» مطرح شد. در این مسیر مقادیر بیشینه و کمینه نظرات متخصصان به‌عنوان نقاط مرزی اعداد مثلثی فازی در نظر گرفته شد و میانگین هندسی به‌عنوان درجه عضویت اعداد مثلثی فازی برای حذف اثر نقاط مرزی مورد استفاده قرار گرفت. در فرایند روش دلفی فازی جمع‌آوری نظرات متخصصان با استفاده از پرسشنامه‌ها به این شرح صورت می‌پذیرد که پرسشنامه طراحی شده با طیف لیکرت پنج نقطه‌ای استفاده می‌شود. پرسشنامه به دو بخش تقسیم می‌شود. بخش اول به تعیین عملکرد گزینه ایدئال در هر معیار و بخش دوم به تعیین عملکرد هر گزینه در هر معیار برای هر سناریو می‌پردازد. در ادامه خلق عدد فازی مثلثی tAj با محاسبه انواع نسبت پاسخ متخصصان صورت می‌گیرد. میانگین هندسی در عدد فازی مثلثی مربوط به هر سیستم برای اشاره به اجماع گروه متخصصان در

مورد عملکرد آن سیستم در هر معیار به کار می‌رود. پس از طراحی پرسشنامه و اعتبارسنجی آن، مورد مطالعه انتخاب شده و نمونه تصادفی از آن انتخاب می‌شود. بخشی از پاسخ‌دهندگان پرسشنامه را پر می‌کنند. سپس پاسخ‌ها تحلیل و سؤال‌های پژوهش بررسی می‌شوند. پس از طراحی پرسشنامه و اعتبارسنجی آن، گروه مناسب از خبرگان انتخاب و تحقیق انجام می‌شود. پاسخ‌ها تحلیل شده و تحقیق دیگری بر پایه پاسخ‌ها به تحقیق اولیه طراحی می‌شود. این فرایند تکراری می‌شود تا پاسخ‌دهندگان به درجه‌ای از اجماع برسند (ایران پژوهان، بی‌تا).

روش پژوهش گروه متمرکز

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش گروه متمرکز

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم و انواع روش پژوهش گروه متمرکز
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در گروه متمرکز
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در گروه متمرکز
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در گروه متمرکز

مقدمه

گروه متمرکز یک روش مصاحبه گروهی است. در این فصل تلاش می‌شود تا مفهوم روش پژوهش گروه متمرکز و چگونگی اجرای آن معرفی شود.

۲۵-۱. مفهوم روش پژوهش گروه متمرکز

گروه متمرکز با اسامی دیگری چون «گروه مرکز، گروه کانونی، مصاحبه گروهی و فاکوس گروپ» هم مطرح می‌شود که در این کتاب برای هماهنگی در گفتار، معادل «گروه متمرکز» انتخاب و به کار رفته است. از این روش هم می‌توان با رویکرد مستقل، هم مکمل و هم یک روش در مطالعه‌های چند روشی استفاده کرد. برخی منابع آن روشی صرفاً کیفی و برخی منابع آن را با قابلیت جمع‌آوری هر دو نوع داده کمی و کیفی معرفی کرده‌اند.

با روش گروه متمرکز می‌توان اطلاعات غنی و عمیقی در ارتباط با موضوعی خاص و از طریق «پویایی گروه» کسب کرد. در این شیوه گروه روی یک «بحث جمعی» متمرکز می‌شود تا مسئله خاصی را مورد بررسی قرار دهد. در مجموع در طول این روش مشارکت‌کننده‌ها تشویق می‌شوند تا با یکدیگر صحبت کرده، به تبادل نظر پرداخته و تجربه‌های یکدیگر را تفسیر کرده و نقطه نظرهای خود را بیان کنند. هدف گروه متمرکز، کاوش و بررسی در ملاحظه‌ها، آرزوها، عقاید و تجربه‌های افراد درگیر است (محمدپور، ۱۳۹۲).

گروه متمرکز یک جلسه مصاحبه گروهی با هدایت یک دبیر جلسه است که با هدف گردآوری داده در مورد عنوانی خاص انجام می‌شود. دبیر هدایت‌کننده با اسامی «مصاحبه‌گر، هماهنگ‌کننده و تسهیل‌کننده» نیز معرفی می‌شود که می‌تواند خود پژوهشگر یا فرد دیگری باشد. نقش این فرد هماهنگی و تسهیل روابط بین افراد گروه است. روش گروه متمرکز در اصل بحث‌ها و مصاحبه‌های گروهی تسهیل شده‌ای هستند که طی آن، مصاحبه‌گر مجموعه‌ای از سؤال‌ها را از یک گروه معین می‌پرسد؛ سپس اعضای گروه پاسخ‌هایی به سؤال داده و به این ترتیب بحث گروهی دنبال می‌شود. سؤالات باز در گروه موجب کسب اطلاعات وسیع، عمیق و غنی از شرکت‌کنندگان است، ضمن اینکه می‌توان پاسخ‌های غیرکلامی مثل وضعیت بدنی شرکت‌کنندگان را هم مورد توجه قرار داد. برخی منابع توصیه می‌کنند که در هر جلسه حداقل دو پژوهشگر باتجربه، یکی به عنوان مصاحبه‌گر و دیگری به عنوان یادداشت‌بردار، حضور یابند. انواع اهداف پژوهشی روش گروه متمرکز را می‌توان به شرح جدول ۲۵-۱ دسته‌بندی کرد (علیزاده، ۱۳۹۷).

جدول ۲۵-۱. انواع رویکردها در روش گروه متمرکز یا کانونی

ردیف	انواع	توضیح
۱	اکتشافی	برای پیدا کردن موضوع مهم از گروه هدف
۲	تجربی	برای شناخت تجربه واقعی گروه از موضوعی خاص مانند تجربه مصرف‌کننده‌ها و میزان رضایت
۳	بالینی	برای شناسایی و انگیزه گروه در اقدامی خاص
۴	توصیفی	برای شناسایی دیدگاه مشارکت‌کنندگان درباره موضوعی خاص

در این روش گروه کوچک و متمرکزی (اغلب بین ۶ تا ۱۲ نفر) در یک محیط مشخص دورهم جمع شده و ضمن مصاحبه می‌توانند به هم عکس‌العمل نشان دهند. در این روش امکان کسب اطلاعات کامل‌تر و بیشتری نسبت به پرسش جداگانه از افراد وجود دارد (جونز و گراتون، ۱۳۹۱).

تفاوت این روش با مصاحبه فردی در آن است که در مصاحبه با فرد نمی‌توان درک مشترک افراد را نسبت به موضوع فهمید، اما در مصاحبه گروهی می‌توان به این هدف رسید. مقایسه دیدگاه‌ها، پژوهشگر را قادر می‌سازد تا اطلاعات زیادی را در مدت‌زمان کوتاه کسب کند.

۲-۲۵. فرایند اجرای پژوهش گروه متمرکز

الگوهای متعددی به شرح جدول ۲-۲۵ از سوی کارشناسان برای اجرای روش گروه متمرکز معرفی شده است.

جدول ۲-۲۵. انواع الگوهای اجرایی روش گروه متمرکز

ردیف	انواع	توضیح
۱	سیمون (۱۹۹۹)	شامل ده گام «تعیین هدف، تثبیت خطوط جدول زمانی، شناسایی و دعوت از مشارکت‌کننده‌ها، تدوین سؤال‌ها، نگارش دست‌نویس، گزینش تسهیلگر، انتخاب محل، اجرا و ارائه نتایج به سطح عملی»
۲	دیک (۱۹۹۹)	شامل پنج گام «بررسی و آماده‌سازی، معرفی، اطلاعات زمینه‌ای، اطلاعات کلیدی و آزمون سؤال‌ها»
۳	کروگر و کاسی (۲۰۰۰)	شامل پنج گام «مقدمات، برنامه‌ریزی، سؤال کردن، هماهنگ کردن و تحلیل»
۴	استیوارت و شم‌داسانی (۱۹۹۰)	شامل هشت گام «تعریف مسئله و طرح سؤال‌های پژوهش، شناسایی چارچوب نمونه، شناسایی هماهنگ‌کننده، استخدام نمونه، تولید و پیش‌آزمون راهنمای مصاحبه، اجرا، تحلیل و تفسیر داده‌ها، تدوین گزارش»

با توجه به مشترکات انواع الگوهای پیشنهادی، در این کتاب و بر اساس الگوی فرایند اجرای پژوهش‌ها در گام‌های کلیدی به شرح جدول ۲-۳۰ موردتوجه قرار گرفت و به‌نوعی ظرفیت‌های پیشنهادی و کاربردی انواع الگوها در این الگو مورد استفاده واقع شد.

جدول ۲-۳۰. فرایند اجرای گروه متمرکز

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	انتخاب شرکت‌کننده‌ها به تعداد ۶ تا ۱۲ نفر به‌صورت تصادفی یا غیرتصادفی بر اساس سؤال پژوهش
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری پاسخ‌ها و گفت‌وگوها به‌صورت ضبط‌صوتی یا تصویری و در ادامه پیاده‌سازی آن‌ها
۴	تحلیل یافته‌ها	تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده و تفسیر آن‌ها
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

برای طراحی پژوهش باید ضمن مشخص کردن اهداف و سؤالات پژوهش، مکان و زمان مناسب و امکانات لازم برای برگزاری جلسه را مشخص کرد.

۲-۳۰. ملاحظات نمونه‌گیری

شناسایی و انتخاب شرکت‌کنندگان مناسب برای اجرای روش گروه‌های متمرکز امری بسیار مهم است. با توجه به هدف تحقیق باید مشخص کرد که به چند نفر مشارکت‌کننده نیاز است. برای این منظور باید بر اساس اهداف و

سؤالات پژوهش، ویژگی‌های لازم برای افراد موردنظر را فهرست کرد. با توجه به شناسایی تعداد افراد حائز شرایط برای دعوت به جلسه گروه متمرکز، می‌توان از روش‌های تصادفی (در صورت زیاد بودن) یا غیرتصادفی استفاده کرد. در این روش اغلب از روش غیرتصادفی هدفمند و با تأکید بر افراد دارای تجربه موردنظر استفاده می‌شود. پژوهشگر باید مطمئن باشد که افراد دعوت‌شده به گروه دارای تجربه یا صفتی مشترک در مورد موضوع موردنظر هستند. زمان و مکان انجام گروه متمرکز و مدت‌زمان برگزاری هر جلسه نیز باید متناسب با موضوع پژوهش و شرایط شرکت‌کنندگان باشد (خسروی سعیدی، ۱۳۸۹). در این روش گروه محدودی بین ۶ تا ۱۲ نفر از افراد مطلع دورهم جمع می‌شوند و از آن‌ها خواسته می‌شود تا نظر و تحلیل‌شان را در مورد موضوع موردنظر آزادانه به بحث و تبادل نظر بگذارند (موسوی عوری، ۱۳۹۵؛ علیزاده، ۱۳۹۷). در صورت امکان بهتر است اعضای گروه از قبل یکدیگر را ملاقات نکرده باشند. اگر پژوهشگر امکانات ملاقات حضوری و انتخاب نمونه‌ها را با جمع‌بندی از شرایط اثربخش حضور آن‌ها در جلسه داشته باشد، داده‌ها بهتری را می‌توان جمع‌آوری کرد. پژوهشگر باید از تجربه افراد دعوت‌شده و اشتراک صنفی آن‌ها در مورد موضوع بحث اطمینان داشته باشد. در کل شباهت افراد از نظر خصوصیات هم‌چون «جنس، سن، فرهنگ، مذهب و حتی سطح تحصیلات و سواد» توصیه می‌شود. با انتخاب شرکت‌کنندگان بر اساس شباهت سبک زندگی یا تجربه‌ها، دیدگاه‌ها و سایر خصوصیات، می‌توان بحث باز را آسان‌تر کرد.

۲۵-۴. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

برای برگزاری مناسب و جمع‌آوری مؤثر داده‌ها در جلسه گروه متمرکز نیاز به برنامه‌ریزی جلسه است تا از انحراف یا مواجهه با حجم انبوه و پراکنده داده بدون امکان بهره‌برداری مناسب پرهیز شود. این برنامه‌ریز باید با تأکید بر زمان، مکان و مدیریت جلسه به صورت کارآمد باشد. زمان جلسه بهتر است حداکثر بین ۱ تا ۲ ساعت باشد، پژوهشگر باید تعداد سؤالات قابل طرح در جلسه را با توجه به محدوده زمانی انتخاب کند. اغلب برای این محدوده زمانی بین ۴ تا ۵ سؤال کافی است. با توجه به انواع سؤال‌های قابل طرح در منابع مختلف، پژوهشگر یا تسهیلگر جلسه باید با انواع سؤالات به شرح جدول ۲۵-۴ آشنا باشد و به موقع از آن‌ها استفاده کند.

جدول ۲۵-۴. انواع سؤال‌های قابل طرح در جلسه گروه متمرکز برای جمع‌آوری داده‌ها

ردیف	انواع سؤال	توضیح
۱	مقدماتی	با رویکردی صمیمانه و گرم برای ورود به بحث
۲	جدی	سؤالات اصلی پژوهش
۳	باز	با امکان پاسخگویی همه مشارکت‌کنندگان
۴	انتقالی	برای جریان بخشیدن بحث بین همه افراد با رویکردهای احساسی یا انگیزاننده
۵	راهنمایی	برای حرکت دادن بحث به سمت مسائل عمیق‌تر و حساس‌تر و جلوگیری از طفره رفتن‌ها با «چرا»
۶	کلیدی یا اصلی	در راستای موضوع و هدف اصلی پژوهش
۷	آزمونی	برای بررسی و آزمودن محدودیت‌های یک مفهوم یا مسئله با کمک واژه‌ها یا ایده‌های اعضا
۸	هدایتی	برای بازگرداندن گروه به سؤال‌های اصلی مانند «داشتیم در مورد... بحث می‌کردیم»
۹	پایانی	هدایت بحث به پایان جلسه

سؤال‌ها باید در چارچوب دانش مصاحبه‌شوندگان باشد. با مشخص شدن سؤالات، پژوهشگر یا تسهیل‌کننده جلسه در سه گام جلسه را برگزاری و داده‌های لازم را جمع‌آوری می‌کند. در گام نخست، خوشامدگویی و شروع جلسه، در گام دوم طرح سؤال‌ها و گام سوم پایان جلسه و ارائه توضیح به مشارکت‌کنندگان درباره استفاده از داده‌ها و قدردانی از مشارکت آن‌ها انجام خواهد شد. به محض شروع جلسه، تسهیلگر باید خیلی کوتاه، خود، نقش خود و اهداف جلسه را توضیح دهد و سؤالات مقدماتی را مطرح کند. باید به هر نفر نیز فرصت داد تا در حد ۲ تا ۳ جمله نظر شخصی خود را بیان کند. در ادامه و با طرح سؤالات کلیدی یا اصلی، باید زمینه پاسخگویی افراد فراهم شود. می‌توان از روش‌های ذهن‌انگیزی یا طوفان مغزی برای بالا بردن مشارکت در بحث استفاده کرد. باید تا حد امکان از سؤالات باز و انعطاف‌پذیر استفاده کرد و از سؤال‌های با پاسخ «بله یا خیر» پرهیز کرد.

نقش دبیر جلسه یا تسهیلگر جلسه در اجرای جلسه بسیار مهم است. این فرد که می‌تواند خود پژوهشگر یا فرد دیگر با توانایی لازم در این عرصه باشد که از ظرفیت لازم در مدیریت جلسه برخوردار است. او باید از تفکر گروهی یا کنترل جلسه توسط اعضای قوی‌تر گروه و اثرگذاری بر سایر اعضا جلوگیری کند. همچنین باید فضای فراهم شود تا همه افراد گروه در بحث شرکت کنند و بحث فقط بین ۱ یا ۲ نفر صورت نگیرد. تسهیلگر نیاز به مهارت زیادی برای تسهیل فرایند گروه، گوش دادن و ژرفکاوی و تشویق شرکت‌کنندگان به تعامل و توصیف درکشان از عنوان موردنظر و حفظ پویایی گروه دارد. همچنین، این فرد باید در گروه قابل‌پذیرش و مورداحترام باشد. برخی منابع پیشنهاد می‌کنند که فرد دیگری که نقش یادداشت‌برداری را در طول جلسه ایفا نماید به بهبود فرایند اجرای جلسه کمک می‌کند. این فرد با در نظر گرفتن ارتباطات غیرکلامی مانند حالت صورت، لحن و تون صدا و حرکات دست‌ها می‌تواند جزئیات بیشتری را از جلسه ثبت کند. عبارت یا بیان هر فردی باید به ترتیبی که افراد صحبت می‌کنند، بر اساس شماره فرد، شماره صندلی یا نام فرد (نوشته شود). در رویکردی دیگر از روش شماره‌گذاری افراد به جای استفاده نام افراد شرکت‌کننده برای محرمانه ماندن اطلاعات استفاده می‌شود. لازم به توضیح است که این فرد باید یک مشاهده‌کننده غیر مشارکتی باشد تا به افراد اجازه دهد به عمق آنچه در گروه به دنبال آن هستند، دست یابند. محل نشستن فرد یادداشت‌کننده باید مجزا باشد.

پس از انتخاب دبیر جلسه یا تسهیلگر، انتخاب محل برگزاری جلسه نیز بسیار مهم است. اتاق، سالن یا مکان مناسب از ابعاد رسمی یا غیررسمی و سازمانی یا غیرسازمانی بودن به هدف، سؤالات و افراد انتخاب‌شده بستگی دارد. از ویژگی‌های مهم در هر شرایط «خشک‌نبودن، انگیزاننده بودن برای مشارکت در بحث، زمینه‌ساز سوگیری نداشتن، ظرفیت لازم برای تعداد شرکت‌کنندگان، فضای مناسب و راحت برای استقرار، موقعیت میزگردی و فاصله مناسب برای شنیدن صدای یکدیگر، و امکان دسترسی به آن برای مشارکت‌کنندگان و امثال آن» است. یک بحث گروهی در حدود ۹۰ تا ۱۲۰ دقیقه طول می‌کشد. به‌طور معمول مدت‌زمان جلسه بر اساس پیچیدگی مسئله موردپژوهش یا تعداد شرکت‌کنندگان پژوهش تعیین می‌شود. برای برگزاری جلسه به امکانات حداقلی چون «نوشت‌افزار، نقشه یا کاغذ سه‌پایه نقاشی، ماژیک، برچسب‌های نام و عنوان، مواد پذیرایی، دستگاه ضبط صدا یا تصویر و ساعت» نیاز خواهد بود. ضبط صدا و پیاده‌سازی کلمه به کلمه گفتگوها، به همراه یادداشت‌برداری و نوشتن یادداشت‌های عرصه، روش‌های معمول ثبت اطلاعات در گروه متمرکز است. داده‌ها اغلب با استفاده از دو روش ویدئو و ضبط صدا و سپس پیاده‌سازی

گفتگوها ثبت می‌شود. منافع این روش از معایب آن بیشتر است. روش ویدئویی روش مناسبی برای اطلاعات کلامی و غیرکلامی است. البته هرچقدر تعداد شرکت‌کنندگان بیشتر باشد، پیاده‌سازی مکالمات دشوار می‌شود و در صورتی که چند نفر به‌طور هم‌زمان صحبت کنند، تداخل صدا موجب دشواری ثبت، ضبط و پیاده کردن مکالمات خواهد شد. بنابراین در هنگام ثبت و ضبط باید به این نکات توجه داشت (موسوی عوری، ۱۳۹۵). مراقبت از اعتبار و صحت اطلاعات جمع‌آوری‌شده مهم است؛ یکی از راه‌ها این است که کلیه پاسخ‌ها را جمع‌آوری و ترجیحاً برای تأیید جمع، آن‌ها را روی تخته یا صفحه مقابل شرکت‌کنندگان نوشت.

۲۵-۵. ملاحظات تجزیه و تحلیل یافته‌ها

پس از آنکه کلیه نظرات جمع‌آوری شد، نوبت به ساماندهی و تحلیل آن‌ها می‌رسد. در این مرحله باید پاسخ‌ها را مجدداً خواند و از آن‌ها خلاصه‌ای تهیه کرد. این کار بهتر است در زمان کوتاهی بعد از جلسه انجام شود. سپس پاسخ‌های مربوط به هر سؤال بازنویسی شود تا بتوان گرایش مشترک و مشخصی که در بین پاسخ‌ها وجود دارد را شناسایی کرد. در نهایت باید به نظرات و ایده‌های غیرمنتظره و ارزشمند توجه داشت (موسوی عوری، ۱۳۹۵؛ علیزاده، ۱۳۹۷). از گام‌های اصلی در تحلیل و تفسیر داده‌های حاصل از جلسه گروه متمرکز روش کدگذاری داده است. این اقدام شامل «خلاصه کردن بحث‌های جلسه»، «تحلیل خلاصه‌ها» و «نوشتن گزارش نهایی» است. یافته‌ها باید در بستر بحث جلسه مورد تحلیل و تفسیر قرار گیرند. این یافته‌ها را می‌توان با یافته‌های دیگر منابع پژوهش از جمله پیمایش‌های کمی، مصاحبه‌ها و امثال آن مقایسه، مقابله یا ترکیب کرد.

روش پژوهش گروه اسمی

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش گروه اسمی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش گروه اسمی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در گروه اسمی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در گروه اسمی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در گروه اسمی

مقدمه

گروه اسمی ابزار تشخیص سودمند برای دستیابی به اتفاق نظر گروهی درباره موضوعی مشخص است. در این فصل به معرفی روش پژوهش گروه اسمی و چگونگی اجرای آن پرداخته خواهد شد.

۱-۲۶. روش پژوهش گروه اسمی

روش گروه اسمی که به آن فن گروه اسمی یا «NGT»^۱ هم گفته می‌شود، یک فرایند گروهی برای «انتخاب ایده‌ها» و «اجماع قضاوت‌ها برای ایده‌های برتر» به منظور افزایش «عقلانیت و خلاقیت» در مواجهه با شرایط وجود یک مشکل ساختاریافته است. این روش پژوهش رویکردی تکامل یافته‌تر از فن ذهن انگیزی یا طوفان مغزی دارد. مهم‌ترین تفاوت آن با روش دلفی در آن است که در این روش فرایند رسیدن به اجماع عمومی در حضور افراد در کنار یکدیگر صورت می‌گیرد. از جمله کاربردهای روش گروه اسمی می‌توان به مواردی به شرح جدول ۱-۲۶ اشاره کرد.

جدول ۱-۲۶. انواع کاربردهای روش پژوهش گروه اسمی

ردیف	کاربردها
۱	شناسایی عناصر مسئله به‌ویژه از ابعاد سیاسی، اجتماعی و فرهنگی
۲	شناسایی و رتبه‌بندی اهداف یا اولویت‌ها
۳	شناسایی کارشناسان مجرب یا ماهر و اثربخش در انواع شرایط تصمیم‌گیری در زمینه مربوطه
۴	مشارکت دادن کارکنان همه سطوح در فرایند تصمیم‌گیری به منظور ارتقای قابل‌پذیرش بودن تصمیم نهایی

مهم‌ترین محورهای مفهوم گروه اسمی را می‌توان به شرح جدول ۲-۲۶ مرور کرد.

جدول ۲-۲۶. مهم‌ترین محورهای تعریف گروه اسمی

ردیف	محورها
۱	یک فرایند گروهی با فعالیت اعضا به‌طور مستقل و در کنار یکدیگر
۲	یک تعامل گروهی برای رسیدن به یک تصمیم
۳	رتبه‌بندی در فرایندی از وزن دادن به هر یک از تصمیم‌ها یا ایده‌ها بر اساس اهمیت

روش گروه اسمی یک فرایند ساختاریافته است که به تجربه‌ها، مهارت‌ها یا احساسات افراد توجه می‌کند. در این روش یک سؤال برای گروه مطرح می‌شود و هر عضو تا در حد توان به صورت مکتوب به آن پاسخ می‌دهد. رهبر گروه یا دبیر جلسه از هر عضو می‌خواهد تا ایده‌ای از خود بیان کند یا ایده‌ای را از فهرست ارائه شده در مقابل آن‌ها را انتخاب نمایند. در این مرحله هیچ بحثی تا فهرست شدن تمامی ایده‌ها مجاز نیست. در ادامه به‌طور خلاصه درباره هر مورد به‌طور تعاملی در گروه بحث می‌شود. اعضای گروه به ترتیب اولویت‌های خود را درباره ایده‌های مطرح شده مشخص می‌کنند. این فرایند اولویت‌بندی ممکن است با بحث و گفتگو درباره موارد تکرار شود (دلپ، دیسن، موتی‌والا و سی‌شاردی، ۱۹۷۷).^۲

پیامد این فرایند جمع ریاضی حاصل از اولویت‌های هر عضو برای مشخص شدن اولویت نهایی مجموع گروه در پاسخ به سؤال مطرح شده خواهد بود. از فواید این روش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۳-۲۶ اشاره کرد.

1. Nominal Group Technique (NGT)
2. Deip, P., Thesen, A., Motiwalla, J., & Seshardi, N.

جدول ۲۶-۳. مهم ترین فواید روش گروه اسمی

ردیف	فواید
۱	رسیدن به شرایط همراهی و مشارکت در اجرای تصمیم نهایی در درون سازمانها
۲	ایجاد هشیاری و حساسیت در گروه نسبت به مسئله
۳	شناسایی وضعیت ضعف ایده‌ها و تصمیم‌ها در حضور جمع
۴	مواجهه با گستره وسیع از ایده‌ها
۵	برطرف شدن سوء تفاهم‌ها درباره هر ایده و روشن شدن آن در جمع
۶	زمینه ظهور خلاقیت در گروه برای مواجهه مناسب با مسئله

اما در هنگام توافق در مورد تصمیمات مهم و یا اولویت‌های اساسی، یک راه اطمینان از اتخاذ تصمیم عادلانه برای گروه، استفاده از روش گروه اسمی است. در مواردی چون نیاز به تعیین اولویت‌ها برای تخصیص منابع و سرمایه‌ها می‌توان از این روش استفاده کرد. مزیت این روش در آن است که افراد همه مسائل را قبل از ارزیابی بین یکدیگر به اشتراک گذاشته و درباره آن بحث می‌کنند. همچنین هر یک از افراد سازمان به صورت مساوی در ارزیابی شرکت می‌کنند (دلپ و همکاران، ۱۹۷۷).

۲-۲۶. مراحل اجرای روش پژوهش گروه اسمی

مراحل اجرای روش پژوهش گروه اسمی را می‌توان در گام‌هایی به شرح جدول ۲۶-۴ دنبال کرد.

جدول ۲۶-۴. فرایند اجرای پژوهش گروه اسمی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	تقسیم افراد موجود را به گروه‌های کوچک ۵ تا ۶ نفری
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری نظرات و تعیین آراء
۴	تحلیل یافته‌ها	تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده و تفسیر آن‌ها
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

۳-۲۶. طراحی پژوهش

برای نمونه با موضوع «بررسی موانع اصلی برای بهبود بهره‌وری در سازمان» در یک گروه می‌توان به فهرستی از موانع دست‌یافت. برای تعیین برخی اقدامات اداری لازم است تا هدف جلسه و ایجاد ساختار سؤال پیشنهادی اعضای گروه مشخص باشد. در این مرحله باید رهبر گروه یا دبیر جلسه را هم مشخص کرد. باید فردی انتخاب شود که تعصب نداشته باشد و نظر او به گروه و اعضا به طور خواسته یا ناخواسته تحمیل نشود.

۴-۲۶. ملاحظات نمونه‌گیری

با توجه به اینکه افراد حاضر در گروه باید در زمینه موردبررسی صاحب نظر باشند، بنابراین باید از روش غیرتصادفی هدفمند استفاده کرد. اگر شاخص‌های مطلوب در انتخاب افراد به نحوی باشد که نتوان به تعداد مناسب افرادی را شناسایی کرد، می‌توان از روش گلوله برفی بهره گرفت. تعداد نمونه یا اعضای گروه باید بین پنج تا نه نفر باشند. تعداد

کمتر از پنج نفر ممکن است شرایط لازم برای کیفیت و تنوع لازم برای ایده‌ها را فراهم نکند. از طرف دیگر تعداد بالاتر از نه نفر و گروه‌های بزرگ نیز اختلافات بین فردی بیشتر و در نتیجه فرایند طولانی‌تر و اغلب بدون بهبود کیفیت نتایج لازم را در بر خواهد داشت. اگر تعداد بیش از ده نفر برای جمع‌آوری انتخاب شود، بهتر است که آن‌ها را به گروه‌های کوچک‌تر تقسیم و در دوره‌های اولیه مستقلاً را برای آن‌ها برگزار و در نهایت آن‌ها را برای دور نهایی به منظور بحث و نتیجه‌گیری ترکیب کرد. ترکیب گروه‌ها بهتر است که از نظر دانش، تخصص و امور مشابه از هماهنگی و از نظر نوع ایده‌ها از تفاوت برخوردار باشد. وجود اختلاف نظر در گروه‌ها می‌تواند منجر به بروز خلاقیت شود. البته باید به اختلافات درون فردی و چالش‌های ارتباطی بین اعضای منتخب برای گروه نیز توجه داشت (دلپ و همکاران، ۱۹۷۷).

۲۶-۴. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

در این روش اعضا گروه دور یک میز جمع می‌شوند و موضوع تصمیم‌گیری به صورت کتبی به هریک از اعضا داده می‌شود و آن‌ها چگونگی حل مسئله را می‌نویسند. هریک از اعضا یک عقیده ثبت شده را به صورت نوشتاری به گروه ارائه می‌دهد. عقاید ثبت شده در گروه به بحث گذاشته می‌شود تا مفاهیم برای ارزیابی روشن‌تر و کامل‌تر شود. هر یک از اعضا به طور مستقل و مخفیانه عقاید را درجه‌بندی می‌کنند. تصمیم گروه آن تصمیمی خواهد بود که در مجموع بیشترین امتیاز را به دست آورده باشد. وقتی جلسه‌ای تشکیل می‌شود، اغلب پیش می‌آید که حرف افرادی که بلندتر حرف می‌زنند و یا رتبه بالاتری در سازمان دارند بیشتر شنیده می‌شود.

باید محدوده زمانی به نحوی انتخاب شود که موجبات خستگی اعضا را ایجاد نکند، به نظر می‌رسد زمان بین ۲ تا حداکثر ۴ ساعت برای این منظور مناسب باشد. همچنین بهتر است که از یک تابلو برگردان و ماژیک برای هر گروه مشابه شکل ۲۶-۱ استفاده کرد. تابلو برگردان^۱ دارای صفحات بزرگ و متصل به هم برای نوشتن است و این امکان ثبت و حفظ نوشته‌ها در هر گروه و حتی امکان مراجعه بعدی به آن را فراهم می‌کند.



شکل ۲۶-۱. تصاویری از تابلو برگردان و کاربرد آن در روش گروه اسمی

ترتیب صندلی نیز باید به همه اعضا اجازه دهد تا به راحتی روی ایده‌های ارائه شده در تابلوی برگردان تمرکز کنند. در این زمینه می‌توان از برخی ابزارهای نمایشی قوی‌تر مانند تخته‌های آموزشی هوشمند یا وایت‌برد هوشمند نیز استفاده کرد. کارت‌های فهرست^۲ یا کارت‌های کوچک مشابه شکل ۲۶-۲ برای آرای هر یک از اعضای هر گروه به تسهیل روند رأی‌گیری درباره گزینه‌ها و تصمیم‌ها کمک می‌کند (دلپ و همکاران، ۱۹۷۷).

1. Flipchart
2. Index Cards



شکل ۲۶-۲. کارت‌های فهرست یا برچسب‌های کوچک برای جمع‌آوری آرای اعضا

برای شروع جمع‌آوری داده‌ها باید یک گروه ۵ تا ۹ نفری منتخب را دور یک میز نشاند و در ادامه اقداماتی به شرح جدول ۲۶-۵ را دنبال کرد.

جدول ۲۶-۵. مراحل جمع‌آوری داده در روش گروه اسمی

ردیف	مراحل
۱	طرح سؤال کلیدی مانند «چگونه می‌توان افراد سازمان را به ورزش همگانی ترغیب کرد؟» با هدف جمع‌آوری ایده‌های اولیه
۲	دادن فرصت مناسب چند دقیقه‌ای به اعضا همراه با سکوت (بدون بحث) و در ادامه نوشتن ایده‌های ممکن روی کارت خودش
۳	جمع‌آوری کارت‌ها توسط دبیر جلسه و خواندن آن‌ها با صدای بلند و در صوت قابل فهم نبودن، درخواست برای ارائه توضیح
۴	نوشتن نظرات روی تابلوی برگردان و رأی‌گیری درباره آن‌ها
۵	هر عضو رأی خود را نسبت به ایده‌های فهرست شده روی تابلو بر روی کارت می‌نویسد.
۶	جمع‌آوری آرا توسط دبیر جلسه و قرار دادن هر رأی در مقابل ایده مربوطه روی آرا و اولویت‌بندی ایده‌ها
۷	دور دوم: در صورت برنده نشدن یک رأی مشخص، بار دیگر رأی‌گیری، جمع‌آوری و اولویت‌بندی تکرار می‌شود.
۸	دور سوم: در صورت برنده نشدن یک رأی مشخص، بار دیگر رأی‌گیری، جمع‌آوری و اولویت‌بندی تکرار می‌شود. با این تفاوت که رأی‌گیری بر روی فقط ایده‌های با اولویت بالا انجام می‌شود (مثلاً ۱۰ ایده برتر).
۹	در نهایت رأی یا تصمیم برتر از دیدگاه گروه مشخص می‌شود.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، فرایند جمع‌آوری داده‌ها می‌تواند در چند دور برگزار شود تا در نهایت به قابل‌پذیرش‌ترین تصمیم از دیدگاه جمع خبره دست‌یافت. تفاوت این روش در جمع‌آوری داده‌ها با روش‌های قبلی در این است که ضمن اینکه طرح در چند دور قابل انجام است، شرایط بحث‌های رودررو برای توافق گروهی در اموری چون برنامه‌ریزی سازمانی وجود دارد. «سؤال» در روش گروه اسمی مبنای تولید و ارائه ایده است؛ بنابراین سؤال باید برای اعضای گروه کاملاً روشن و قابل درک باشد. فرایند طرح سؤال کلیدی اولیه و تولید ایده می‌تواند در فرایندی به شرح جدول ۲۶-۶ صورت پذیرد (دلپ و همکاران، ۱۹۷۷).

جدول ۲۶-۶. فرایند طرح سؤال اولیه و تولید ایده در دور اول روش گروه اسمی

ردیف	مراحل
۱	نوشتن سؤال برای اعضای گروه بر روی تابلو برگردان
۲	خواندن سؤال با صدای بلند برای اعضای گروه

۳	تشریحی کوتاه از دیدگاه‌های مورد انتظار به نحوی که بر روی پاسخ‌های احتمالی آثار منفی یا محدودکننده نداشته باشد.
۴	پرهیز از توضیحات اضافی
۵	انگیزش دادن به اعضای گروه برای نوشتن ایده‌ها در قالب عبارت‌ها یا بیانه‌های کوتاه
۶	خواستن از گروه برای نوشتن با سکوت و با رویکردی مستقل و بدون ارتباط با سایر اعضا
۷	الگوپردازی از رفتار گروه در حین پاسخ
۸	دادن فرصت مناسب برای فکر کردن و بعد نوشتن
۹	مراقبت از عدم ایجاد هرگونه اختلال در فرایند فکر کردن و نوشتن اعضا

بعد از این مرحله برای اجرای فرایندهای بحث و گفتگو درباره هر یک از ایده‌ها می‌توان به نکاتی به شرح جدول

۷-۲۶ توجه کرد.

جدول ۷-۲۶. فرایند بحث گروهی روی ایده‌های مطرح شده در گروه اسمی

ردیف	مراحل
۱	تشریح اهداف این مرحله توسط دبیر جلسه از جمله «روشن شدن مفهوم ایده‌ها» و «تشریح دلایل موافقت یا مخالفت با هر ایده»
۲	بیان اینکه انتخاب نهایی بر مبنای رأی‌گیری خواهد بود و به اصرار بیش از حد در مجادله‌ها نیازی نیست.
۳	ایجاد شرایط و زمان کافی برای روشن شدن همه ایده‌ها
۴	پرهیز از ایجاد اجبار یا فشار برای تغییر نظر در هر یک از اعضای گروه
۵	دبیر جلسه ممکن است در موارد نزدیکی زیاد برخی ایده‌ها با هم، آن‌ها را ادغام کند.

برگزاری فرایند رأی‌گیری مقدماتی درباره ایده‌ها نیز می‌تواند با فرایندی به شرح جدول ۸-۲۶ باشد (دلپ و

همکاران، ۱۹۷۷).

جدول ۸-۲۶. فرایند رأی‌گیری از ایده‌ها در گروه اسمی

ردیف	مراحل
۱	دبیر جلسه از گروه می‌خواهد تا از فهرست ایده‌های تشریح شده روی تابلوی برگردان را اولویت‌بندی کنند.
۲	باید به ترتیب اولویت، پنج تا نه مورد را برای هر اولویت به‌طور جداگانه بر روی کارت به شکل ۳-۲۶ نوشت.
۳	موارد انتخاب شده توسط دبیر جلسه جدا و مرتب می‌شود.
۴	برای محرمانه بودن آرا می‌توان کارت‌ها را با هم ترکیب کرد.
۵	آرا را در تابلوی برگردان و در مقابل گروه ثبت کنید.

شکل ۳-۲۶ نحوه نوشتن اولویت‌ها یا رتبه اختصاص داده شده به هر ایده توسط اعضا را نشان می‌دهد. همان‌طور

که ملاحظه می‌شود در سمت چپ و بالا «شماره ایده منتخب» و در وسط «توضیح کوتاه یا عبارت ایده» و در پایین

«رتبه اختصاص داده شده»، نوشته می‌شود.

Number from original group list	15
	Brief description of item #15
	6

Number indicating
rank-order

شکل ۲۶-۳. نمونه برگه رأی یا کارت مخصوص ثبت آرای اعضای گروه اسمی

ارزیابی بدین صورت است که ابتدا هر ایده مطرح شده در میان سایر ایده‌ها به یک رتبه اغلب بر اساس مقیاسی بین ۱ تا ۹ دست پیدا می‌کند. مجموع این نظرات رتبه ایده را از نظر جمع مشخص خواهد کرد. برای بحث گروهی بر روی آرای به دست آمده نیز می‌توان از فرایندی به شرح جدول ۲۶-۹ استفاده کرد (دلپ و همکاران، ۱۹۷۷).

جدول ۲۶-۹. فرایند بحث گروهی روی نتایج آرای ایده‌ها در گروه اسمی

ردیف	مراحل
۱	تشریح و روشن سازی نقش این مرحله برای گروه توسط دبیر جلسه
۲	کوتاه نگاه داشتن مباحثات
۳	درخواست به فکر کردن با دقت برای هرگونه تغییر در رأی قبلی

برای رسیدن به رأی نهایی این گام‌ها ممکن است در چند دور تکرار شود. از ملاحظات این روش در هنگام جمع‌آوری داده‌ها آن است که دبیر جلسه باید مانع چیره شدن یک فرد در مباحثات شود. این امر باعث می‌شود تا افراد غیرفعال شرکت فعالانه‌تری در جلسات داشته باشند.

۲۶-۵. ملاحظات تحلیل داده‌ها: سبک جمع‌آوری داده‌ها در این روش به این نحو است که برای رسیدن به اولویت‌های برتر در هر دور تحلیل‌های جمعی بر روی گزینه‌ها یا تصمیم‌ها صورت می‌گیرد. درواقع نتیجه جمع‌آوری داده‌ها در این روش، اولویت‌بندی از راه‌حل‌ها و ارائه پیشنهادها مبتنی بر آن است.



روش پژوهش فراتحلیل

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش فراتحلیل

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش فراتحلیل
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در فراتحلیل
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری اطلاعات در فراتحلیل
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در فراتحلیل

مقدمه

یکی از پژوهش‌ها، بررسی نتایج پژوهش گذشته و جمع‌بندی از نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش‌های مختلف با رویکردی کمی است. فراتحلیل امکان بررسی چندین مطالعه و پژوهش مربوط به موضوعات خاص را فراهم می‌کند. در این فصل به معرفی این روش و چگونگی اجرای آن پرداخته خواهد شد.

۲۷-۱. آشنایی با مفهوم فراتحلیل

فراتحلیل یا متاآنالیز یا «MA» مجموعه‌ای از شیوه‌های نظام‌مند برای حل تضادهای آشکار در یافته‌های پژوهش‌ها پیرامون موضوعی خاص است. در این روش نتایج پژوهش‌های مختلف با رویکردی کمی به یک مقیاس کمی مشترک تبدیل می‌شود تا با روش‌های آماری بتوان به کشف روابط بین ویژگی‌ها و یافته‌های آن‌ها پرداخت. فراتحلیل روی موضوعات پژوهشی خاص به «ادغام کمی یافته‌های پژوهش‌های مختلف» می‌پردازد. هر یک از پژوهش‌های حاضر در این مطالعه دارای «تحلیل اختصاصی» مربوط به خود هستند و یافته‌های بین این پژوهش‌ها از طریق ایجاد یک مقیاس کمی مشترک بنام «اندازه اثر» مورد مقایسه قرار می‌گیرند. «اندازه اثر» امکان مقایسه‌های استاندارد کمی فراهم می‌کند. در این روش میانگین اختلاف بین گروه‌ها در قالب «نمره استاندارد» بر اساس «نسبت تفاوت بین میانگین به انحراف استاندارد» تعیین می‌شود. منطق محاسبه «اندازه اثر» این است که پژوهشگر نه تنها باید به اشتباه بودن «فرضیه-صفر» توجه کند بلکه میزان اشتباه بودن آن هم توجه داشته باشد. برای نمونه وقتی رئیس‌جمهور از فرمانده جنگی می‌خواهد تا تلفات جنگ احتمالی را تخمین بزند، او می‌تواند پاسخ آماری «صفر نبودن تلفات» را ارائه دهد. حال این سؤال پیش می‌آید که اگر تفاوت میزان تلفات صفر نیست، باید چه میزان تفاوت در تلفات را انتظار داشت؟ پژوهشگر با مشخص کردن «اندازه اثر» به حداقل تفاوت مورد توجه پژوهش اشاره می‌کند. این امر به «بهبود ظرفیت مطالعه» و «هدر نرفتن منابع برای اثرات بی‌اهمیت» کمک می‌کند. «اندازه اثر» بزرگتر یا همان تفاوت بیشتر بین میانگین صفر و میانگین قابل جایگزین به قدرت آزمون بیشتر در پژوهش اشاره دارد. به این ترتیب شرایط استفاده از روش‌های آماری برای ترکیب داده‌ها و دستیابی به برآوردی کلی فراهم می‌شود (شاچار^۱، ۲۰۰۸؛ نوریس و اورتگا، ۲۰۰۶). با سرجمع کردن و تحلیل حجم زیادی از داده‌ها، امکان اعتماد به نتایج به‌طور قابل توجهی بیشتر می‌شود. به این ترتیب می‌توان گفت که یافته‌های «فراتحلیل» اساسی‌تر از یافته‌های مطالعات پژوهشی منفرد هستند. فراتحلیل را می‌توان «تحلیل تحلیل‌ها» یا «پژوهش روی مجموعه پژوهش‌ها» تعریف کرد.

در حوزه فراتحلیل رویکردهای متفاوتی از کاربرد رویه‌ها، محاسبات و تفسیر نتایج وجود دارد. بنابراین پژوهشگر باید رویکرد مطالعاتی خود را در روش فراتحلیل را مشخص کند. از آنجائی که مطالعات فراتحلیلی با کتاب گلاس (۱۹۷۶) درباره روان‌درمانی آغاز شد، رویکرد او به عنوان رویکرد کلاسیک شناخته می‌شود. علاوه بر رویکرد کلاسیک یا گلاسی می‌توان به رویکردهای دیگری به شرح جدول ۲۷-۱ اشاره کرد.

جدول ۲۷-۱. انواع رویکردها در روش فراتحلیل

ردیف	انواع	توضیح
۱	کلاسیک	گزینش آزاد از پژوهش‌ها بر اساس کیفیت و نتایج غیرمشابه از متغیرهای وابسته مختلف
۲	رای‌شماری	انتخاب پژوهش‌های با نتایج مشابه از حیث اثرگذاری متغیر مستقل و نمونه‌گیری حداکثری
۳	اثر مطالعه	انتخاب گزینشی با تأکید بر مناسب بودن روش‌شناسی پژوهش و تأکید بر تقلیل پژوهش‌ها
۴	آزمون همسانی	برای تعیین احتمال خطای نمونه‌گیری در واریانس بین اندازه‌های اثر و انتخاب پژوهش‌ها بر اساس آن
۵	روان‌سنجی	اصلاح حجم اثر بر اساس خطاهای نمونه‌گیری، ابزارهای اندازه‌گیری و محدودیت دامنه بدون تأکید بر کیفیت

با توجه به رواج بیشتر رویکرد رایج کلاسیک یا گلاسی، فرایند اجرای روش فراتحلیل با این رویکرد معرفی می‌شود.

۲۷-۲. فرایند اجرای فراتحلیل با رویکرد کلاسیک

فرایند اجرای فراتحلیل را می‌توان به شرح جدول ۲۷-۲ مرور کرد.

جدول ۲۷-۲. فرایند اجرای فراتحلیل

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	نمونه‌گیری از بین پژوهش‌های موجود هماهنگ با ملاک‌های موردنظر (البته در شرایط امکان بررسی جامع تمام جامعه پژوهش‌ها در اولویت است).
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری داده‌های پژوهش از طریق کدگذاری ویژگی‌های موردبررسی
۴	تحلیل یافته‌ها	محاسبه اندازه‌های اثر برای ایجاد مقیاس مشترک و بررسی روابط بین ویژگی‌ها و نتایج موردبررسی با استفاده از روش‌های آماری
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

از ویژگی‌های این روش تأکید بر «تعیین معیارهای مناسب تحلیل» و «استفاده از یافته‌های پژوهش به‌عنوان واحد تحلیل» است. هر مورد از یافته‌ها می‌تواند امکان گزارش مقایسه‌های متعدد بین گروه‌ها و زیرگروه‌ها را در معیارهای مختلف فراهم کند. «اندازه‌های اثر» برای هر یک از این مقایسه‌ها محاسبه می‌شود. همچنین ممکن است میانگین اثرات از «متغیرهای مختلف وابسته» و حتی در شرایط استفاده از ابزارهای مختلف، مورد استفاده قرار گیرد. فراتحلیل کلاسیک یا گلاسی در مطالعات با معیارهایی برای تحلیل مجدد اغلب نتایج قدرتمندی را در پی داشته است (شاچار، ۲۰۰۸).

۲۷-۳. طراحی پژوهش

در این روش مسئله باید با تأکید بر وجود «شکاف، دوپهلو بودن، دقیق‌نبودن یا پراکنده بودن» نتایج پژوهش‌های مختلف روی یک موضوع مشخص باشد. در ادامه اهداف و سؤالات پژوهش بر اساس این‌گونه مسائل سامان‌دهی می‌شود.

درمجموع فراتحلیل اصطلاحی برای توصیف روش‌های آماری به‌منظور تحلیل یافته‌های چندین مطالعه انتشاریافته پیرامون یک پرسش پژوهشی خاص است (هوایت و کرامر، ۱۳۹۵، سهرابی‌فرد، ۱۳۸۵). بنا بر الگوی «گلاس، مک‌گرا

و اسمیت^۱ در سال ۱۹۸۱ سه گام اصلی به شرح جدول ۲۷-۳ در مرحله طراحی پژوهش معرفی می شود (شاچار، ۲۰۰۸).

جدول ۲۷-۳. گام های کلیدی برای طراحی پژوهش در روش فراتحلیل

ردیف	مراحل
۱	تعریف دامنه پژوهش با تأکید بر متغیرهای اصلی موردبررسی
۲	تعیین معیارهای اختصاصی برای بررسی پژوهش ها
۳	تعیین نوع «اندازه اثر» مورد استفاده در پژوهش (به دلیل وجود روش های متعدد برای محاسبه اندازه اثر)

در مواردی می توان مطالعات متعددی را یافت که دارای فرضیه ها یا متغیرهای مشابهی هستند. این مطالعات ممکن است از نظر محل جمع آوری داده ها یا نمونه های موردبررسی تفاوت داشته باشند. از بعد دیگر می توان مطالعاتی را یافت که نتایج همسو یا غیرهمسو نسبت به هم داشته باشند. از اهداف فراتحلیل «تعیین شدت همبستگی ها» با توجه به تأثیر ویژگی های متفاوت برای رسیدن به یک تحلیل کلی درباره آن ها است. بنابراین فراتحلیل زمانی قابل اجرا خواهد بود که به اندازه کافی مطالعه یا پژوهش قبلی بر روی موضوع یا متغیر موردبررسی وجود داشته باشد. برای این منظور باید تعریف دقیقی از متغیرها و انواع پژوهش های موردنظر ارائه شود. آشنایی با بانک های اطلاعاتی و چگونگی دسترسی به آن ها به پژوهشگر در این زمینه کمک می کند. فراتحلیل می تواند با حداقل اطلاعات (حجم نمونه و سطح معنی داری) انجام شود (هوایت و کرامر، ۱۳۹۵، سهرابی فرد، ۱۳۸۵).

با توجه به اینکه روش های آماری متفاوتی برای ترکیب داده ها وجود دارد، باید یکی از آن ها را انتخاب کرد. برخی از روش های رایج در محاسبه اندازه اثر در جدول ۲۷-۴ معرفی شده است.

جدول ۲۷-۴. انواع روش های رایج برای محاسبه «اندازه اثر»

ردیف	انواع	توضیح
۱	g	«میانگین گروه آزمایشی» ^۲ ، منهای «میانگین گروه کنترل» ^۳ ، تقسیم بر انحراف استاندارد دو گروه ادغام شده
۲	d	بیانگر تفاوت استاندارد شده بین میانگین های دو گروه مستقل
	r	بیانگر همبستگی بین دو متغیر مستقل طبقه بندی و نمره های انفرادی در متغیر وابسته (همبستگی گشتاوری پیرسون)

«فرمول g برای تعیین اندازه اثر» توسط «هجز و اولکین»^۴ در سال ۱۹۸۵ توسعه و به شکل ۲۷-۱ ارائه شد (شاچار،

۲۰۰۸).

$$g = \frac{Me - Mc}{\sigma_{pooled}}$$

شکل ۲۷-۱. فرمول g برای محاسبه اندازه اثر

«فرمول d برای برآورد تفاوت استاندارد شده بین میانگین های دو گروه مستقل «بدون سوگیری» و به شرح

شکل ۲۷-۲ انجام می شود (شاچار، ۲۰۰۸).

1. Glass, McGraw, and Smith
2. Mean of Experimental group (Me)
3. Mean of control group (Mc)
4. Hedges and Olkin

$$d \cong \left(1 - \frac{3}{4N-9}\right)g$$

شکل ۲۷-۲. فرمول d برای محاسبه اندازه اثر بدون خطای سوگیری در نمونه

دیگر روش برای محاسبه «اندازه اثر»، استفاده از «ضریب همبستگی پیرسون» بین دو متغیر است. در روش‌های آماری می‌توان آزمون‌های آماری مانند «تی استودنت و خی دو» را به ضریب همبستگی پیرسون تبدیل کرد.

۲۷-۴. ملاحظات نمونه‌گیری در روش فراتحلیل

برای نمونه‌گیری مناسب باید به ملاحظات به شرح جدول ۲۷-۵ توجه داشت.

جدول ۲۷-۵. ملاحظات نمونه‌گیری در روش فراتحلیل

ردیف	مراحل	توضیح
۱	ایجاد فهرست کلی	تهیه فهرستی از پژوهش‌های مختلف، مستقل و مرتبط با موضوع
۲	نمونه‌گیری	انتخاب همه موارد یا نمونه‌های مناسب از میان فهرست با توجه به «هماهنگی در ملاک‌ها»، «تناسب در ترکیب داده‌ها» و «قابل تعمیم‌بودن به جامعه»
۳	روش نمونه‌گیری	در صورت امکان و ترجیحاً از روش کل‌شمار و در صورت وجود نمونه‌های مکفی زیاد از روش نمونه‌گیری تصادفی و در صورت مطالعه خاص بر روی پراکندگی نتایج از روش غیرتصادفی هدفمند
۴	تعداد نمونه	وابسته به حجم جامعه و شرایط مطالعه و قابل انجام با حداقل دو مورد پژوهش

برای تهیه فهرستی از پژوهش‌های مختلف مرتبط، می‌توان جستجویی را بر اساس کلمات کلیدی و موضوعی در «پایگاه‌های معتبر داده» انجام داد. برای این منظور از کلمات کلیدی مناسب برای پیدا کردن پژوهش‌های مشابه استفاده می‌شود. در این مرحله باید تمامی مطالعات پژوهشی یا مداخله‌ای درباره موضوع پژوهش از جمله «مقالات، گزارش‌های پژوهشی، پایان‌نامه‌های تحصیلی و امثال آن» را از کلیه مجاری اطلاعاتی شناسایی و جمع‌آوری کرد. دلیل آن این است که فراتحلیل، بررسی جامع تمامی جامعه و نمونه‌های مطالعات مربوط است.

برای انتخاب پژوهش‌ها از میان تعداد زیادی پژوهش در حوزه مربوطه باید هر یک از آن‌ها را برای تعیین مرتبط بودن با موضوع و سؤالات پژوهش موردبررسی قرار داد. برای نمونه در یک پژوهش موارد با معیارهای چون «دوره زمانی پژوهش انجام‌شده و روش مطالعه از نظر استراتژی مانند تجربی یا شبه تجربی» انتخاب شدند. مطالعات با روش تجربی در محاسبه اندازه اثربخشی مؤثرتر هستند (الهی شیروان، قنسولی و حسینی فاطمی، ۱۳۹۲).

۲۷-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در فراتحلیل

در این گام به استخراج داده‌ها و کدگذاری آن‌ها پرداخته می‌شود. برای جمع‌آوری داده‌ها می‌توان از نرم‌افزارهای رایانه‌ای استفاده کرد برای نمونه «نرم‌افزار فراتحلیل جامع یا CMA» از انعطاف‌پذیری مناسبی در مدیریت داده‌های مختلف به‌صورت هم‌زمان برخوردار است و می‌توان خروجی آن را سفرشی‌سازی کرد.

از رایج‌ترین ابزارهای این روش استفاده از «برگه کدگذاری و دستورالعمل کدگذاری» با رویکرد «فراتحلیلی» است. در این برگه باید اطلاعات و نتایج پژوهش‌ها را به‌نحوی سامان‌دهی کرد تا نتایج پژوهش‌های مختلف در یک نظام

هماهنگ قابل تحلیل شوند. از جمله مهم ترین مؤلفه ها یا شاخص های لازم در پژوهش ها برای جمع آوری داده ها می توان به موارد ارائه شده در جدول ۲۷-۶ کرد (قاضی طباطبایی و ودادهیر، ۱۳۸۹).

شکل ۲۷-۶. انواع مؤلفه ها و شاخص های نمونه قابل انتخاب در پژوهش ها برای فراتحلیل

ردیف	نمونه	ردیف	نمونه
۱	مقیاس اندازه گیری متغیرها	۴	جهت اثر یا رابطه
۲	رویکرد یا مدل نظری حاکم	۵	حجم نمونه
۳	سطح معناداری	۶	جامعه مورد بررسی

در جدول ۲۷-۷ نمونه ای از «برگه کدگذاری یا کاربرگ فراتحلیل» ارائه شده است (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۵).

جدول ۲۷-۷. نمونه کاربرگ فراتحلیل

کد پژوهش	کد آزمودنی	ابزار	ویژگی های طرح پژوهش	اطلاعات مربوط به متغیرهای مورد آزمایش	متغیرهای کنترل، تعدیل کننده و وابسته	نتایج آماری	اندازه اثر

در پژوهش فراتحلیل، پژوهش های باکیفیت پایین با موارد باکیفیت بالا، تلخیص، ترکیب و تفسیر می شود؛ بنابراین روش های ارزشیابی کیفیت نتایج پژوهش به این مشکل کمک می کنند. در این مرحله پژوهشگر باید از اجرای صحیح مراحل پژوهش در هر نمونه اطمینان حاصل کند. پس از آن باید مشخص شود که از هر پژوهش چه میزان قابل استفاده در فراتحلیل است. در این مرحله و با بازنگری پژوهش ها بر مبنای کیفیت آن ها باید، برای آن ها وزن یا ضریبی تعیین شود. در این زمینه «پایایی با مقایسه یافته های پژوهشی» و «روایی با نظر اجماعی صاحب نظران» برای پژوهش ها باید مورد توجه قرار گیرد. در جمع آوری داده ها احتمال وجود «خطاها و تورش ها» و «مشکلات و نواقص» در پژوهش ها بررسی می شود. این خطاها می تواند ناشی از «ثبت داده ها، مشاهدات، تدوین و تهیه وسایل اندازه گیری، بررسی مناسبات بین متغیرها، تحلیل ها، ترکیب داده ها، تفسیر و موارد مشابه آن» باشد. در صورت وجود «تورش»^۱ می توان از دیدگاه چند کارشناس روش شناسی برای ارزشیابی «کیفیت نتایج و شواهد پژوهش های تحت بازنگری» استفاده کرد. به این منظور با مصاحبه یا پرسشنامه از چند داور یا ارزشیاب مطلع نظرخواهی می شود و بر اساس میزان اجماع یا توافق آرای آن ها «کیفیت و روایی» پژوهش محاسبه می شود (قاضی طباطبایی و ودادهیر، ۱۳۸۹).

۲۷-۶. ملاحظات تحلیل یافته ها در فراتحلیل

در این مرحله «اندازه اثر» برای هر یک موارد و به طور کلی همه موضوعات درباره پژوهش مورد بررسی محاسبه می شود. اندازه اثر موردی با فرمول « d » یا « d^2 » محاسبه می شود تا یک قالب استاندارد را برای مطالعه در یک مورد خاص بین پژوهش ها فراهم کند. اندازه اثر کلی یا « $d+$ » نیز پس از محاسبه همه اندازه های اثر موردی قابل محاسبه خواهد بود. این محاسبه ها با استفاده از انواع نرم افزارهای کامپیوتری از جمله «استاتس دایرکت» قابل انجام است (شاپار، ۲۰۰۸).

۱. تورش یا Bias هر نوع خطای سیستماتیک در «طراحی، اجرا و تحلیل» است که منجر به تخمین نادرست پیامد یا «انحراف از واقعیت» در مطالعه شود. این خطا جمعیت هدف را از جامعه نمونه برداری شده متفاوت می کند. «تورش» از عوامل تعیین کننده اعتبار درونی مطالعه است.

با این گام داده‌های جمع‌آوری شده به وسیله «اندازه اثر» با مقیاس کمی مشترکی ساماندهی می‌شوند تا بتوان آن‌ها را مقایسه یا ترکیب کرد. برای این منظور دو مدل آماری به شرح جدول ۲۷-۸ مورد توجه قرار دارد.

جدول ۲۷-۸. دو مدل آماری برای تعیین اندازه اثر و مقیاس مشترک داده‌ها

ردیف	انواع	توضیح
۱	اثرات ثابت	در شرایط ثابت بودن نتایج بین مطالعات در هر مورد خاص
۲	اثرات تصادفی	در شرایط تغییرپذیر بودن نتایج بین مطالعات در هر مورد خاص

درواقع «شاخص اندازه اثر» باعث خلاصه و یکدست شدن «نتایج و یافته‌های آماری نمونه‌های مورد بررسی» می‌شوند. این امر برای پژوهشگر امکان مقایسه و ترکیب نتایج آماری پژوهش‌ها را فراهم می‌کند. در جدول ۲۷-۹ نمونه یافته‌های مطالعات مربوط به «آموزش راهبردهای یادگیری زبان انگلیسی» در دو دسته «زبان انگلیسی به عنوان زبان دوم» و «زبان خارجی» بر اساس محاسبه «اندازه اثر» به روش «g» است. در این جدول «اندازه اثر» دو راهبرد با یکدیگر مقایسه می‌شوند. همان‌طور که دیده می‌شود، بر اساس مدل اثر ثابت و مدل اثرات تصادفی، در مطالعات آموزش راهبردهای یادگیری که در آن زبان انگلیسی نقش زبان خارجی دارد، اندازه اثربخشی به ترتیب ۰/۹۷ و ۱/۱۸ است. از سوی دیگر، اندازه اثربخشی مطالعات آموزش راهبردهای یادگیری که در آن زبان انگلیسی نقش زبان دوم را دارد تحت مدل‌های اثر ثابت و اثرات تصادفی به ترتیب ۰/۵۴ و ۰/۶۵ را نشان می‌دهد.

جدول ۲۷-۹. یک نمونه تنظیم یافته‌های پژوهش‌ها برای فراتحلیل

مدل	بافت	g هجز	خطای استاندارد	واریانس	حد پایین	حد بالا
ثابت	زبان خارجی	۰/۹۷	۰/۰۴	۰/۰۰۲	۰/۸۸۹	۱/۰۵۰
متغیر	زبان خارجی	۱/۱۸	۰/۱۳	۰/۰۱۸	۰/۹۲۰	۱/۴۴۶
ثابت	زبان دوم	۰/۵۴	۰/۰۳	۰/۰۰۱	۰/۴۸۰	۰/۶۱۳
متغیر	زبان دوم	۰/۶۵	۰/۰۹	۰/۰۱۰	۰/۴۶۵	۰/۸۵۰

پس از شناسایی «اندازه‌های اثر» می‌توان به ترکیب یافته‌ها و بررسی روابط در انواع خصوصیات با استفاده از انواع روش‌های آماری پرداخت. از جمله این روش‌های آماری می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲۷-۱۰ اشاره کرد. هر یک از این روش‌ها دارای مزایا و معایب خاص خود هستند که با توجه به شرایط پژوهش می‌توان روش مناسب را برگزید. برای نمونه روش تجمیع مقدار Z از انعطاف و کاربرد بیشتری برخوردار است (قاضی طباطبائی، ۱۳۸۹).

جدول ۲۷-۱۰. انواع روش‌های آماری قابل استفاده پس از تعیین اندازه اثر در فراتحلیل

ردیف	انواع آزمون	توضیح
۱	ترکیبی فیشر	مناسب تعداد پژوهش‌های کم به دلیل ضعیف بودن محاسبات
۲	جمع احتمالات	مناسب برای سطح معناداری (p) و تعداد پژوهش‌های کم
۳	واینر	یا جمع مقادیر t و مناسب برای پژوهش‌های با درجات آزادی نسبتاً بالاتر
۴	جمع کردن مقادیر Z	بیشترین کاربرد با توجه به محاسبات ساده
۵	جمع کردن مقادیر وزنی Z	مناسب برای شرایط وزن‌دهی در شرایط عادی
۶	میانگین p	با محاسبه متوسط مقادیر سطح معناداری و تعداد پژوهش‌ها به شکلی ساده
۷	میانگین Z	بدون نیاز به فرض برابری واریانس و افزایش توان آزمون با بالا رفتن تعداد پژوهش‌ها
۸	روش شمارش	برای تعداد پژوهش‌های زیاد و مبتنی بر ترکیب تعداد موارد هماهنگ یا ناهماهنگ با یک فرضیه و با روش آزمون‌های غیرپارامتری «علامت، خی دو و Z »
۹	روش بلوک‌بندی	محاسبه میانگین مجذور مجموع انحراف از میانگین هر یک از پژوهش‌ها و تعیین تأثیر هر یک از عوامل و متغیر بلوک‌بندی شده با تحلیل واریانس
۱۰	روش بیزین	استفاده از روش‌های ترکیبی برای شناسایی روابط علت و معلولی (روشی حساس به تعداد نمونه)

گام پایانی تفسیر نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها است. هرچند تفسیر یافته‌های آماری به عهده پژوهشگر است اما برخی کارشناسان معیارهایی را برای تفسیر «اندازه اثر» به صورت مقادیر «کوچک، متوسط و بزرگ» معرفی می‌کنند. این معیارها تنها در صورت فقدان دانش کافی برای انجام قضاوت آگاهانه باید مورد استفاده قرار گیرند. در این روش، «اندازه اثر» استاندارد به عنوان هدف در نظر گرفته می‌شود. بنابراین، تفسیر «اندازه اثر» مفهومی مقایسه‌ای و نسبی است که مبتنی بر زمینه مطالعه خواهد بود. از جمله «استانداردهای مقایسه‌ای» برای تفسیر «اندازه‌های اثر» می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲۷-۱۱ اشاره کرد.

جدول ۲۷-۱۱. انواع استانداردهای مقایسه‌ای برای تفسیر اندازه‌های اثر در روش فراتحلیل

ردیف	انواع
۱	شکاف بین گروه‌های مربوطه از جمله زن و مرد یا سیاه و سفید
۲	شاخص رشد از جمله رشد یک‌ساله
۳	مجموعه‌ای از اندازه‌های اثر مرتبط
۴	مقایسه اندازه اثر ناحیه تغییر طبیعی جمعیت، مانند دامنه میان چارکی

زمینه‌سازی برای تفسیر «اندازه اثر» بدین معنا است که تفسیر «اندازه اثر» به صورت بزرگ یا کوچک بستگی به زمینه پژوهش دارد. برای نمونه «اندازه اثر بسیار کوچک» در مورد متغیری مانند مرگ و میر، بسیار زیاد است؛ اما «اندازه اثر بسیار بزرگ‌تر» درباره متغیری مانند اضطراب، اهمیت مورد قبل را ندارد. همچنین «بزرگی غیرمعمول اندازه اثر» باعث ایجاد «پهنای بازه اطمینان» یا «عدم قطعیت» می‌شود که این امر می‌تواند تفسیر آن را تحت تأثیر قرار دهد. برای درک این موضوع به مثال ابتدای فصل و سؤال یک رئیس‌جمهور از فرمانده جنگی درباره تخمین تعداد تلفات جنگ احتمالی و پاسخ آماری فرمانده مبنی بر «صفر نبودن تلفات» فکر کنید. در این شرایط اندازه اثر باید در محدوده مشخصی امکان پاسخ منجر به تصمیم صحیح را فراهم کند. به بیان دیگر، «اندازه اثر بسیار بزرگ» می‌تواند ارزش عملی پیدا کند. علاوه بر این، تفسیر «اندازه اثر» باید با توجه به ابهامات نمونه‌برداری باشد. انحراف استاندارد «اندازه اثر» به

پژوهشگر در درک بهتر ماهیت و چگونگی عدم قطعیت کمک می‌کند. با این حال، «بازه‌های اطمینان» کاربرد بیشتری نسبت به «انحراف استاندارد» دارند؛ زیرا این بازه‌ها دامنه‌ای از مقادیر ضمنی دارند که دستیابی به اندازه اثر واقعی را بیشتر می‌کنند. به همین نحو برای تفسیر «اندازه اثر کلی» باید «اندازه‌های اثر موردی» به‌طور کلی محاسبه شوند و تحلیل کلی باید با استفاده از مبانی نظری مناسب باشد (الهی شیروان، قنسولی و حسینی فاطمی، ۱۳۹۲).

۲۷-۷. ملاحظات ارزیابی کیفیت پژوهش فراتحلیل

برای روایی پژوهش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲۷-۱۲ اشاره کرد (قاضی طباطبایی و ودادهیر، ۱۳۸۹).

جدول ۲۷-۱۲. مواردی برای تعیین روایی پژوهش فراتحلیل

ردیف	موارد
۱	اطمینان از مستقل بودن و عدم سوگیری پژوهشگر در پژوهش
۲	اطمینان از جامعیت کافی تعداد پژوهش‌ها با توجه به اهداف پژوهش فراتحلیل
۳	کنترل روایی فرایند کدگذاری موضوعات موردبررسی در پژوهش
۴	میزان پایداری یا سازگاری در محاسبه و ثبت سطوح معنی‌داری (p) و برآوردهای اندازه‌های اثر
۵	تعیین اعتبارهای «بیرونی، سازه‌ای» و مسئله مقوله‌بندی با تأکید بر کدگذاری موضوعات موردبررسی و جستجو برای شناسایی اثرات میانجی و آزمون همگنی



روش پژوهش فراترکیبی

هدف کلی: آشنایی با روش فراترکیبی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش فراترکیبی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در روش فراترکیبی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری اطلاعات در روش فراترکیبی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش فراترکیبی

مقدمه

یکی از مسیرهای اجرای پژوهش روش فراترکیبی^۱ است که مشابه فراتحلیل اما با این تفاوت که برای تلفیق پژوهش‌های کیفی به کار می‌رود. در این فصل به معرفی مبانی روش فراترکیبی و فرایند اجرای آن پرداخته خواهد شد.

۲۸-۱. آشنایی با مبانی روش فراترکیبی

«روش فراترکیب کیفی یا QMS»^۲ بر تلفیق نتایج تعدادی مطالعات کیفی مختلف اما مرتبط به هم تأکید دارد. این روش برخلاف فراتحلیل، رویکردی کیفی و تفسیری را در تجمیع نتایج یافته‌ها دنبال می‌کند (والش^۳، ۲۰۰۵). درواقع با روش «فراترکیب» ضمن کنار هم آوردن «داده‌های کیفی» از پژوهش‌های مختلف، زمینه ایجاد یک تفسیر جدید از پژوهش میدانی فراهم می‌شود. مهم‌ترین ویژگی‌های مطرح‌شده درباره روش فراترکیبی را می‌توان در جدول ۲۸-۱ مرور کرد (ژو، ۲۰۰۸)^۴.

جدول ۲۸-۱. مهم‌ترین ویژگی‌های روش فراترکیب

ردیف	کاربردها
۱	یک روش ارزشمند برای ترکیب یافته‌های انواع مطالعات کیفی
۲	رویکردی برای ادغام پژوهش‌ها به شکلی نظام‌مند، جامع و قابل فهم
۳	روشی برای تولید «نظریه‌ها، روایت‌های عالی، تعمیم‌ها و ترجمه‌های تفسیری» بر اساس ادغام یا مقایسه یافته‌های کیفی مطالعات
۴	ایجاد تفاسیر گسترده‌تر از همه مطالعات موجود در یک حوزه مشخص با توجه به تفسیر خاص موجود در هر مطالعه
۵	مطالعه مطالعات برای ترکیب یا ادغام یافته‌های مطالعات کیفی به منظور ایجاد نگاهی جدید و فراتر از یافته‌های هر مطالعه

ازجمله مهم‌ترین کاربردهای این روش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲۸-۲ اشاره کرد (اتکینز^۵ و همکاران، ۲۰۰۸).

جدول ۲۸-۲. مهم‌ترین کاربردهای روش فراترکیب

ردیف	کاربردها
۱	ساخت، پردازش یا توسعه نظریه به‌ویژه نظریه‌های میانی و چارچوب نظری
۲	روشن‌سازی نظریه با توصیف‌های نظری
۳	ارائه تفاسیر نظری جدید تفسیر مجدد معنا در طول مطالعات کیفی
۴	تهیه فرضیه‌هایی برای آزمون در آینده یا مقایسه با دیگر نتایج

در روش «فراترکیب» داده‌های اصلی پژوهش‌های منتخب، «ترکیب و تفسیر» می‌شود. در این روش، متن پژوهش‌های گذشته به‌عنوان داده‌هایی برای پژوهش آتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. به این نحو که با «کنار هم گذاشتن»، «شکستن» و «بررسی یافته‌ها» به کشف خصوصیات و اجزای اساسی یک پدیده و انتقال و تبدیل آن نتایج به یک محصول جدید اقدام می‌شود (ادیب حاج‌باقری، پرویزی و صلصالی، ۱۳۸۶).

1. Meta-synthesis
2. Qualitative Meta-Synthesis (QMS)
3. Walsh
4. Xu
5. Atkins

برخی روش «فراترکیب کیفی» را به مثابه چتری پوشش دهنده برای انواع روش‌هایی می‌دانند که در آن زمینه توسعه یک دانش جدید از طریق ترکیب یافته‌های پژوهشی کیفی حاصل می‌شود. سه نوع رو فراترکیب به شرح جدول ۲۸-۳ وجود دارد که دو نوع آن در ارتباط با نظریه است (ژو، ۲۰۰۸).

جدول ۲۸-۳. انواع روش فراترکیب

ردیف	انواع	توضیح
۱	نظریه‌ای	ساخت، اکتشاف و توصیف نظریه
۲	شناسایی شکاف دانش	شناسایی شکاف در دانش موجود و ایجاد بینشی در سطح بالاتر و فراتر از پژوهش‌های منفرد
۳	علمی کردن تجربه	ایجاد مبنای علمی برای شواهد و تجارب ثبت‌شده به صورت مستقل

هرچند «روش فراترکیب» با روش‌های «مرور نظام‌مند پیشینه پژوهش» و «مرور با ادغام پیشینه پژوهشی» از نظر مرور منظم پیشینه پژوهش شباهت‌هایی دارد اما تفاوت‌های مبنایی با آن‌ها دارد. برای نمونه «روش فراترکیب» به مطالعات مقدماتی مبتنی بر «گفتگو» و «تعامل» با یکدیگر و تلاش خلاقانه پژوهشگر نیاز دارد. همچنین روش کیفی فراترکیب بر یک رویکرد تفسیری به جای توصیف‌های ساده تأکید دارد. علاوه بر آن نتایج در این روش برآمده از مطالعات منفردی است که منجر به سطح بالای درک و بینش و یک روایت بزرگتر خواهد شد (ژو، ۲۰۰۸). باین حال روش اصلی در اجرای این روش به شرحی است که در ادامه معرفی خواهد شد.

۲۸-۲. آشنایی با فرایند اجرای روش فراترکیبی

فرایند اجرای فراترکیب را می‌توان به شرح جدول ۲۸-۴ مرور کرد (فرانس^۱ و همکاران، ۲۰۱۵).

جدول ۲۸-۴. فرایند اجرای فراترکیب

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	انتخاب جامعه یا فهرستی از پژوهش‌های مختلف و مرتبط در زمینه‌ای خاص و مطالعه کل‌شمار یا نمونه‌گیری از آن
۳	جمع‌آوری داده‌ها	بررسی نظام‌مند مطالعات و یادداشت‌برداری و کدگذاری داده‌ها
۴	تحلیل یافته‌ها	شناسایی «مفاهیم» و «تم‌ها یا مضمون‌های هر مطالعه» و تعیین ارتباط یا آثار متقابل آن‌ها با یکدیگر
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

۲۸-۳. ملاحظات طراحی پژوهش

در این روش مسئله باید با تأکید بر وجود «شکاف، دوپهلو بودن، دقیق نبودن یا پراکنده بودن» نتایج پژوهش‌های مختلف روی یک موضوع مشخص باشد. در ادامه اهداف و سؤالات پژوهش بر اساس این گونه مسائل سامان‌دهی می‌شود. باید موضوع منتخب دارای نتایج متعددی از پژوهش‌های مستقل و متفاوت باشد که در آن امکان اصلاح یا ایجاد تفسیر جدید وجود داشته باشد.

در طراحی پژوهش باید به وجود تعداد کافی از مطالعات حائز شرایط بر اساس معیارهای منتخب وجود داشته باشد. در این رابطه پژوهشگر در طراحی پژوهش باید به این سؤال پاسخ دهد که آیا ادبیات پیشینه موجود درباره موضوع مورد مطالعه به اندازه کافی وجود دارد؟ برای این منظور به یک جستجوی مؤثر در پیشینه پژوهش نیاز است (ژو،

۲۰۰۸). از دیدگاه کوپر^۱ (۱۹۹۸) داشتن جستجوی مؤثر در پیشینه پژوهش از مهم‌ترین ویژگی‌ها برای اعتبار انواع پژوهش‌های ادغام شونده است.

۲۸-۴. ملاحظات نمونه‌گیری

نمونه موردبررسی پژوهش به «قلمرو پژوهش» وابسته است و «قلمرو پژوهش» نیز بر اساس وجود تعداد مناسب از پژوهش‌های قابل بررسی تعیین می‌شود. از جمله معیارهای تعیین «قلمرو پژوهش» می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲۸-۵ اشاره کرد (ژو، ۲۰۰۸).

جدول ۲۸-۵. انواع معیارهای تعیین قلمرو در پژوهش فراترکیب

ردیف	انواع	توضیح
۱	زمانی	برای نمونه محدوده زمانی برای پژوهش‌های موردبررسی
۲	مکانی	برای نمونه موقعیت و جغرافیای مطالعات انجام شده
۳	شرکت‌کنندگان در مطالعه	برای نمونه پرستاران آسیایی
۴	زبان انتشار پژوهش‌ها	برای نمونه انگلیسی یا دیگر زبان‌ها
۵	دسترسی	در مواردی در مطالعات اولیه به عناوین پژوهشی اشاره می‌شود که دسترسی به آن ممکن نیست.

معیارهای مورد اشاره علاوه بر نمونه در اهداف و سؤالات پژوهش نیز مورد توجه قرار دارند. پژوهشگر باید با توجه به «نتایج جستجوی اولیه» بر مبنای این معیارها، راهبردهای جستجوی خود را مشخص کند. در صورت وجود تعداد زیاد پژوهش‌ها درباره موضوع موردبررسی در قلمرو پژوهشی مشخص شده، می‌توان دامنه زمانی موردبررسی را به پژوهش‌های جدیدتر محدود کرد. البته این اقدام باید بر اساس وزن‌دهی به ارزش و فایده این تصمیم باشد؛ زیرا در مواردی ممکن است که برخی پژوهش‌های مهم از این محدوده زمانی خارج شوند. به همین شکل محدود کردن مطالعات به محدوده جغرافیایی مشخص به هدف مطالعه و سؤالات بستگی دارد. محدود کردن قلمرو بر اساس زبان انتشار پژوهش‌ها نیز در چشم‌انداز و کیفیت مطالعه اثر خواهد داشت. در برخی مطالعات تلاش برای پوشش چند زبان موفق نیست، چون اغلب پژوهشگران نمی‌توانند به زبان‌های مختلف تسلط لازم را داشته باشند. بنابراین تصمیم برای محدود کردن جامعه و نمونه موردبررسی در روش فراترکیب باید با دقت زیادی صورت گیرد. به همین برخی کارشناسان اعتقاد دارند که در مطالعات اولیه تا حد امکان نباید هیچ قلمرو یا محدودیتی را ایجاد کرد. ضمن اینکه هیچ قانون مشخصی برای تعداد مطالعات یا پژوهش‌های کافی در روش فراترکیب وجود ندارد (ژو، ۲۰۰۸). با این حال ساندلوسکی و همکاران (۱۹۹۷) و پاترسون و همکاران (۲۰۰۱) به حداقل تعداد لازم «۱۰ تا ۱۲» پژوهش برای روش فراترکیب اشاره می‌کنند.

باید توجه داشت که اگر دسترسی به تعداد زیادی از مطالعات شناسایی شده، ممکن نبود، این امر می‌تواند نتایج پژوهش را با چالش مواجه کند. این چالش که در مبتدیان استفاده‌کننده از این روش بیشتر دیده می‌شود، می‌تواند باعث افت فاحش در کیفیت نتایج پژوهش شود (ژو، ۲۰۰۸).

همچنین در انتخاب نمونه باید به نوع منبع نیز توجه داشت تا پژوهشگر دچار خطا نشود. برای نمونه پژوهشگر می‌تواند از انواع منابعی چون «پژوهش‌های داوری شده»، «پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها»، «مقاله‌های چاپ‌شده»، «مقالات ارائه‌شده در همایش‌ها»، «گزارش‌های حکومتی یا نهادهای» و دیگر موارد مشابه استفاده کند. پژوهشگر در انتخاب نمونه از این منابع باید مراقب باشد تا دچار سوگیری نشود. همچنین کیفیت پژوهش‌های موردبررسی به اندازه کمیت آن دارای اهمیت است. وضعیت ایدئال وجود تعداد مناسبی پژوهش باکیفیت مناسب برای استفاده در روش فراترکیب است. اگر تعداد پژوهش‌ها کافی باشد اما کیفیت این پژوهش‌ها در حد مورد انتظار نباشد، اجرای روش فراترکیب با مشکل مواجه خواهد شد. از مهم‌ترین ملاحظات برای انتخاب نمونه مناسب در روش فراترکیب می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲۸-۶ اشاره کرد (ژو، ۲۰۰۸).

جدول ۲۸-۶. مهم‌ترین ملاحظات برای انتخاب نمونه مناسب در روش فراترکیب

ردیف	ملاحظات
۱	ارزیابی کیفیت مطالعات در دسترس
۲	اولویت دادن به کیفیت مطالعات نسبت به کمیت آن‌ها
۳	رعایت وجود حداقل ۱۰ تا ۱۲ مطالعه کیفی
۴	توجه به انتخاب نمونه در قلمروهای زمانی، مکانی، زبانی و موضوعی

در بررسی نظام‌مند مطالعات یا پژوهش‌ها باید به صورت انتخاب غیرتصادفی هدفمند درباره آن پژوهش‌هایی تصمیم‌گیری کرد که به سؤال پژوهش مرتبط باشند. این بررسی می‌تواند به صورت موارد محدود از هر پژوهش یا با جامعیت همه موارد در یک پژوهش باشد. انتخاب نمونه یا موارد موردبررسی به ماهیت کار و هدف پژوهش بستگی دارد.

۲۸-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

هرچند در تعریف روش فراترکیب بر ادغام یا ترکیب یافته‌های مطالعات کیفی اشاره شد اما در مواردی ممکن است پژوهشگر یافته‌هایی از بخش کمی در یک مطالعه با روش ترکیبی را نیز مورد مطالعه قرار دهد (ژو، ۲۰۰۸). برای جمع‌آوری داده‌ها در این روش باید پژوهش‌های منتخب را برای یک یا چند بار خواند. در این مرحله همراه با مطالعه با دقت باید از طریق «یادداشت‌برداری در خصوص مفاهیم یا تم‌ها» یا «کدگذاری مفاهیم» داده‌های پژوهش را جمع‌آوری کرد. ثبت «تم‌ها یا مضمون‌ها» باید با توجه به جزئیات هر پژوهش درباره موضوع موردبررسی باشد. در صورتی دو مطالعه کیفی با نمونه‌های یکسان وجود دارد، باید دو گزارش و نتایج آن را به طور مستقل جمع‌آوری کرد. منطق یافته‌های کیفی دو مطالعه بر اساس الگوی غیرتصادفی و هدفمند است که می‌تواند تحلیل‌های متفاوتی را در پی داشته باشد (ژو، ۲۰۰۸).

یکی از کارهای پیچیده و چالش‌برانگیز روش فراترکیب، مشکلات در یافته‌های مبتنی بر یافته‌های پژوهش‌های کیفی است. بنابراین استخراج و جمع‌آوری داده‌ها باید مبتنی بر اهداف مطالعه و از طریق بازبینی مطالعات باشد. از ملاحظات موردتوجه در این روش می‌توان به نکاتی به شرح جدول ۲۸-۷ توجه کرد (ژو، ۲۰۰۸).

جدول ۲۸-۷. مهم ترین ملاحظات برای جمع آوری داده ها در روش فراترکیب

ردیف	ملاحظات
۱	اجرای جستجوی مؤثر و مناسب روی پیشینه پژوهش با استفاده از پایگاه های داده مختلف و ترکیب الکترونیکی یا دستی داده ها
۲	مشاوره با یک کتابدار حرفه ای برای جستجوی بهترین اصطلاحات برای جستجو و راهبردهای جستجو
۳	به روز کردن پیشینه پژوهش در صورت امکان و قبل از تحلیل یافته ها
۴	استفاده از روش های مختلف برای دستیابی به نسخه های مطالعات انجام شده و توجه به هزینه ها و زمان لازم برای بازیابی آنها

۲۸-۶. ملاحظات تحلیل یافته ها

پس از جمع آوری داده ها، باید برای تحلیل آنها به تعیین روابط بین داده های جمع آوری شده پرداخت. برای این منظور می توان از گام هایی به شرح جدول ۲۸-۸ بهره گرفت.

جدول ۲۸-۸. فرایند تحلیل یافته ها در روش فراترکیب

ردیف	مراحل
۱	تهیه فهرستی از «استعاره ها، عبارت ها، ایده ها و یا مفاهیم» کلیدی
۲	بررسی ارتباط بین آنها
۳	کنار هم گذاشتن آنها برای شکل گیری یک فرض اولیه درباره چگونگی ارتباط آنها با یکدیگر (ارائه انواع ترکیب های موجود)
۴	ترجمان نتایج مطالعات به یکدیگر با تأکید بر اصلاحات تا رسیدن به معنای دقیق حاصل از ترکیب داده ها
۵	شناسایی مفاهیم و تم ها یا مضمون ها و ارتباط یا آثار متقابل آنها با توجه به مفاهیم و تم های محوری
۶	کنترل کیفیت یافته ها در مقایسه با دیگر موارد مشابه و اطمینان از پوشش مفاهیم در مطالعات مختلف
۷	با امکان ترکیب در سطح دوم همراه با تحلیل انواع آثار متقابل مفاهیم و تم ها برای ارائه تفسیرهای جدید یا درک مفهومی

روش «مثلث بندی» یا «استفاده از مراجع چندگانه برای نتیجه گیری درباره صحت موضوع» از بهترین راهبردها برای اطمینان از اعتبار یافته ها است. برای نمونه، می توان کدهای مستقل را توسط چند پژوهشگر حائز شرایط تحلیل کرد. نزدیکی تحلیل ها می تواند تأییدی بر اعتبار یافته ها باشد. البته وجود اختلاف نظر بین پژوهشگران، اجتناب ناپذیر است اما برای نزدیک شدن به روایی می توان از طریق بحث گروهی شرایط را به اجماع نزدیک کرد. درواقع، پژوهشگر اصلی تلاش می کند تا شرایط تولید مجدد یافته هایی معتبر را به طور مستقل توسط هر پژوهشگر واجد شرایط را فراهم کند. چنین کیفیتی از ویژگی های اساسی و شاخصه ای بر دقت در کار علمی است. برخی از مهم ترین ملاحظات در تحلیل یافته های فراترکیب در جدول ۲۸-۸ ارائه شده است (ژو، ۲۰۰۸).

جدول ۲۸-۸. مهم ترین ملاحظات تحلیل یافته ها در روش فراترکیب

ردیف	ملاحظات
۱	در صورت مواجهه با پژوهش های ترکیبی از مؤلفه های کیفی مرتبط با مطالعه خود استفاده کنید.
۲	استفاده از هر مطالعه با داده های غیر تکراری
۳	استفاده از اندازه گیری های چندگانه مانند روش مثلث بندی برای افزایش اعتبار یافته ها

۷-۲۸. ملاحظات بحث و نتیجه‌گیری

روش فراترکیب دارای یک نوآوری نسبی در پژوهش است. در این مرحله جمع‌بندی نهایی از تحلیل یافته‌ها و ارائه «نظریه جدید یا توصیف نظری» همراه با پیشنهادهای کاربردی برای آن ارائه خواهد شد. انتشار نتایج ترکیب‌ها اغلب با توجه به فرهنگ و زبان مخاطب به‌نحوی خواهد بود که قابل فهم و استفاده باشد.





روش اقدام پژوهی

هدف کلی: آشنایی با روش اقدام پژوهی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مبانی روش اقدام پژوهی
- آشنایی با ملاحظات نمونه گیری در اقدام پژوهی
- آشنایی با ملاحظات جمع آوری داده در اقدام پژوهی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته ها در اقدام پژوهی
- آشنایی با تفاوت های اقدام پژوهی با درس پژوهی

مقدمه

اقدام پژوهی دارای انعطاف بیشتری نسبت به روش های پژوهش معرفی شده با فرایندی خطی دارد. در این فصل به مفهوم اقدام پژوهی و مراحل اجرای آن پرداخته خواهد شد.

۲۹-۱. مفهوم اقدام پژوهی

پژوهش به عنوان جست و جوی نظام مند برای کشف مجهول یا حل مسئله، نیازمند طی مراحل طی اغلب خطی و از پیش تعیین شده چون «طراحی پژوهش، نمونه گیری، جمع آوری داده، تحلیل یافته ها و بحث و نتیجه گیری» است. روش اقدام پژوهی ضمن پیروی از این مراحل دارای انعطاف پذیری خاصی است. لوین^۱ (۱۹۴۷) با بیان دیدگاه ناقص بودن یک پژوهش «بدون برخورداری از فایده عملی»، زمینه ظهور روش «اقدام پژوهی» را فراهم کرد. به نظر او، هدف اصلی پژوهش تنها درک و تفسیر رویدادها نیست، بلکه تغییر و بهبود آن ها نیز هست. رونق اقدام پژوهی به ویژه از دهه هفتاد و با توجه روش های کیفی صورت گرفت. این روش با اسامی دیگری چون «پژوهش عملی، پژوهش مشارکتی، پژوهش عملی مشارکتی و پژوهش عملی مبتنی بر اجتماع» نیز خوانده می شود که در این کتاب از عنوان «اقدام پژوهی» استفاده خواهد شد.

اقدام پژوهی به معنی «پژوهش در عمل» و هر نوع فعالیت پژوهشی است که منجر به تبدیل وضع موجود به وضع مطلوب شود. محور اصلی در این نوع پژوهش «اقدام» است. شخص یا اشخاص، اقدام خود را در حین کار و فعالیت مورد پژوهش قرار می دهند. هدف از این کار بهسازی امور و اثربخش کردن آن ها است. هدف این روش مانند دیگر پژوهش های دانشگاهی، صرفاً پی بردن به روابط پدیده ها یا به اصطلاح متغیرها نیست، بلکه به بررسی موضوع هایی می پردازد که فرد یا افراد در محیط کار و شغل خود با آن درگیر هستند و می خواهند از راه پژوهش آن را حل کرده یا کاهش دهند. بنابراین هدف عمده این روش «تغییر در وضعیت موجود» است. این پژوهش راه حل های مناسب و زودبازده را برای مشکلات جستجو می کند و این پاسخی به انتقادهای مبتنی بر کاربردی نبودن اکثر پژوهش های مرسوم است (رخشانی، هاشم زهی، کیخا و جهان تیغ، ۱۳۹۱). تفاوت اقدام پژوهی با سایر انواع پژوهش ها را می توان به صورت عمده در فرآیند عمل لحاظ کرد. به این صورت که در اقدام پژوهی، محقق قدم به قدم، ضمن ایجاد تحول در محیط کار یا منطقه تحت پوشش خود، به اطلاعات و یافته هایی دست پیدا می کند. به عبارت دیگر اقدام پژوهی در سرانجام کار خود منجر به ایجاد تغییر در وضع موجود می شود (انجمن علمی معلمان ایران، ۱۳۹۱).

اقدام پژوهی بر «توصیف، تفسیر و تبیین» وقایع، هم زمان با ایجاد تغییر در وقایع به منظور بهتر کردن آن ها تأکید دارد. پژوهشگران باید به مشارکت کنندگان در پژوهش کمک کنند تا معضلات یا مسائل محلی را بررسی و حل یا ترمیم کند. اقدام پژوهی مشارکتی بر روی عمل و در ادامه شناخت و ترویج تغییر و تحول تأکید دارد. هدف اقدام پژوهی مشارکتی ترکیب دانش و تجربه نظری پژوهشگر با دانش عملی شرکت کنندگان با مبادله اطلاعات و به چالش کشیدن آن است. در اقدام پژوهی، پژوهشگر درصدد یافتن نتایج تعمیم پذیر نیست، بلکه هدف او رسیدن به شناخت عملی

درباره مسئله ویژه‌ای است که خود با آن سروکار دارد. از مهم‌ترین تفاوت‌های روش اقدام پژوهی با سایر روش‌های پژوهش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲۹-۱ اشاره کرد (انجمن علمی معلمان ایران، ۱۳۹۱).

جدول ۲۹-۱. انواع تفاوت بین اقدام پژوهی با سایر روش‌های پژوهش

ردیف	اقدام پژوهی	سایر پژوهش‌ها
۱	بر اساس شرایط و قرائن شغلی و محیط کار	تغییرات بر اساس فرضیه مبتنی بر حدس خردمندانه
۲	تأکید بر نمونه واقعی	تأکید بر نمونه انتخابی
۳	پژوهش توسط شخص شاغل و درگیر در کار و مسئله	تأکید بر پژوهشگران ناظر بر مسئله
۴	کاربرد یافته‌ها توسط فرد شاغل و درگیر با مسئله در عمل	ارائه یافته‌ها به عوامل اجرایی
۵	ارزیابی یافته‌ها توسط خود شاغل و درگیر با مسئله	ارزیابی یافته‌های پژوهشگر توسط دیگران
۶	مسئله خود اقدام پژوهی در محیط کار	مسئله ضرورتاً مسئله خود پژوهشگر نیست
۷	تأکید بر عمل و کاربرد فوری	ضرورتاً بر اجرا و کاربرد فوری آن تأکید ندارد.
۸	سادگی در اجرا نسبت به سایر پژوهش‌ها	برخورداری از پیچیدگی و مراحل پیشرفته‌تر
۹	باصرفه بودن ازلحاظ هزینه	اغلب دارای هزینه‌های بیشتر از اقدام پژوهی
۱۰	ضرورت نداشتن تعمیم‌پذیری	اغلب دارای رویکرد تعمیم‌پذیری
۱۱	رویکرد جزئی‌نگر	اغلب رویکرد کلی‌نگر
۱۲	گرفتن نتیجه در کوتاه‌ترین زمان	نیاز به زمان بیشتری نسبت به اقدام پژوهی

اقدام پژوهی در معنا قرابت نزدیکی با تحقیق در عملیات دارد، در صورتی که در ماهیت و اجرا نیز تفاوت اساسی با این روش به شرح جدول ۲۹-۲ دارد.

جدول ۲۹-۲. مهم‌ترین تفاوت‌های دو روش اقدام پژوهی با تحقیق در عملیات

ردیف	روش	توضیح
۱	اقدام پژوهی	فرایندی بازتابی برای حل مسئله توسط فرد یا گروه فعال در کار برای بهبود راهبردها یا اقدامات در کار
۲	تحقیق در عملیات	استفاده از مدل‌های ریاضی، آمار و الگوریتم‌ها برای دستیابی به راه‌حل مطلوب برای یک مسئله پیچیده

در مجموع روش اقدام پژوهی یک روش پژوهش با مزایای متعددی به شرح جدول ۲۹-۳ است.

جدول ۲۹-۳. مهم‌ترین مزایای استفاده از روش اقدام پژوهی

ردیف	مزایا
۱	از راه‌های مناسب برای حل مسئله
۲	پژوهش حین انجام کار
۳	زمینه‌سازی برای راه‌های نو و خلاقانه
۴	کمک به اصلاح وضع نامطلوب
۵	کمک به فرهنگ پژوهش عمومی
۶	جایگزینی راه‌حل‌های عملی و منطقی به جای راه‌حل‌های تئوری و آرمانی
۷	احساس لذت و رضایتمندی پژوهشگر از نتیجه کار و استفاده از آن
۸	بالا بردن ظرفیت اقدام پژوهی در توجه بیشتر به محیط اطراف و تفکر و اندیشه عمیق در کارها همراه با انتقادپذیری
۹	بالا بردن ظرفیت تعامل فکری با دوستان یا همکاران و ایجاد محیط صمیمی و مشارکتی برای تحقق اهداف

۲۹-۲. مراحل اجرای اقدام پژوهی

اقدام پژوهی به طور ساده دارای سه گام عمده «تشخیص، تغییر و ارزیابی» است. به این معنا که با تشخیص مسئله در اقدام شروع می شود و با تلاش برای تغییر وضع نامطلوب ادامه می یابد و سپس این تغییر ارزیابی علمی خواهد شد. اگر پاسخ مثبت بود کار را ادامه می دهد در غیر این صورت به راه های دیگری می اندیشد. بنابراین مراحل اقدام پژوهی مراحل کاملاً خطی یا پلکانی نیست، بلکه پژوهشگر در هر زمان صلاح بداند به تغییر راه حل و اجرای مجدد عملیات می پردازد. برای اجرای روش اقدام پژوهی مراحل به شرح جدول ۲۹-۴ دنبال می شود که در گام تشخیص «پنج مرحله نخست»، در گام تغییر «مرحله ششم» و در گام ارزیابی «مراحل هفتم تا نهم» اجرا می شود (قاسمی پویا، ۱۳۸۱).

جدول ۲۹-۴. مراحل اجرای اقدام پژوهی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طرح پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش بر اساس اقدام خاص در کار یا آموزش
۲	جامعه و نمونه گیری	انتخاب جامعه یا نمونه مورد بررسی از جامعه
۳	جمع آوری داده اولیه	گردآوری شواهد اولیه قبل از مداخله
۴	تجزیه و تحلیل داده ها	تشخیص راه حل های احتمالی برگرفته از شواهد اولیه
۵	انتخاب راه حل	انتخاب راه حل جدید موقت
۶	اجرای راه حل	اجرای راه حل انتخاب شده و نظارت بر آن
۷	جمع آوری داده ثانویه	گردآوری شواهد ثانویه حاصل از اجرای راه حل انتخاب شده (بعد از مداخله)
۸	ارزشیابی	ارزشیابی نتایج حاصل از جمع آوری داده ثانویه که در صورت حل نشدن مسئله مجدد سیکل شناسایی و اجرای راه حل های جدید شروع و تا حل مسئله ادامه می یابد.
۹	ارائه گزارش نهایی	تدوین گزارش مراحل پیشین همراه با ارائه بحث، نتیجه گیری و پیشنهادها

در فرایند اجرا مشاهده و ثبت اطلاعات حاصل از شواهد بسیار مهم است. در نهایت اقدام پژوه پس از اجرای طرح و یافتن راه حل مناسب برای مسئله، باید بحث و نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها خود را در گزارش نهایی ارائه کند.

۲۹-۲-۱. مرحله اول: طرح پژوهش در اقدام پژوهی

نخستین گام در هر اقدام پژوهی، تعیین موضوع یا زمینه پژوهش است. پژوهشگر باید «ارتباط موضوع با مشکلات موجود در زندگی و محیط پیرامونش» و «قابل بررسی بودن آن را» مشخص کند. موضوع باید جزئی نگرانه و قابل اجرا باشد. برای این منظور می توان در هر مرحله از کار موضوع و محور اصلی پژوهش را در مسیر مورد اشاره تغییر داد. موضوع شما نمی تواند بررسی وضعیت و یا بررسی ارتباط و یا بررسی علل یک مشکل باشد. به عنوان یک اقدام پژوه موضوع شما باید به دنبال بهبود و یا اصلاح وضعیت باشد. در عنوان باید مسئله اصلی پژوهش مورد توجه قرار گیرد برای نمونه اگر موضوع ما درباره نارضایتی فراگیران یا مشتریان و امثال آن است باید در عنوان نیز آورده شود. درعین حال عنوان باید روشن، محدود به محل کار و منطقه تحت پوشش و نشان دهنده تغییر در جهت بهبود باشد. واژه هایی همچون: تقویت، افزایش، کاهش، تغییر، اصلاح، ایجاد، حل، رفع، تبدیل، بهبود، توسعه و ... دلالت بر تبدیل وضع موجود به وضع مطلوب دارد و بهتر است عناوین اقدام پژوهی با این گونه کلمات و اصطلاحات آغاز شود. برای نوشتن بیان مسئله پژوهش در اقدام پژوهی می توان به محورهایی به شرح جدول ۲۹-۵ استناد کرد.

جدول ۲۹-۵. محورهای برای نگارش بیان مسئله در روش اقدام پژوهی

ردیف	محورها	توضیح
۱	تعریف موضوع	توضیحات کلی و شرح ابعاد موضوع اقدام پژوهی و ارتباط آن با کار اقدام پژوهی
۲	چگونگی تشخیص مسئله	چگونگی تشخیص مسئله به عنوان هسته اصلی کار اقدام پژوهی به شکل هایی چون «برخورد ناگهانی با مسئله»، «تجربه طولانی مدت مسئله و فکر چاره ناگهانی» و «گزارش دیگران مانند نتیجه نظارت ها»
۳	توصیف وضع موجود	معرفی وضعیت مورد نظر و ارائه تصویری واقعی و بدون ابهام با چالش های موجود
۴	اهمیت و ضرورت	ارائه آمارها و مستندات برای درک ضرورت و اهمیت موضوع
۵	انگیزه پژوهشگر	معرفی از ابعادی چون «احساس تعهد شغلی، تعهد الهی، وطن دوستی، تعصب، وجدان، ترحم، قصد خدمت به فرد، جامعه و بشریت یا امثال آن»
۶	هدف از پژوهش	کوتاه مدت و یا بلندمدت بودن

بهتر است عناوین اقدام پژوهی با واژه هایی همچون «تقویت، افزایش، کاهش، تغییر، اصلاح، ایجاد، حل، رفع، تبدیل، بهبود، توسعه و امثال آن» با دلالت بر تبدیل وضع موجود به وضع مطلوب آغاز شود. در اقدام پژوهی، نمونه گیری از نوع هدفمند و اغلب از نوع موارد خاص است. در این روش، «مورد» یا «عرصه» در حال مطالعه می تواند «متن، بخش، فرد، ابزار، برنامه، اتفاق، فرایند، مسئله، نظام آموزشی و امثال آن» باشد.

۲۹-۲-۲. جمع آوری داده پیرامون مسئله (داده اولیه)

منظور از داده ها و مدارک در این مرحله یا قبل از مداخله، مدارک یا شواهد نشان دهنده چگونگی وضع موجود یا نامطلوب است. وقتی داده های این مرحله یا داده اولیه با داده ثانویه یا اطلاعات و مدارک بعد از مداخله و پس از اقدام برای تغییر مقایسه شود، میزان موفقیت راه حل نشان داده می شود. بنابراین هرچقدر داده های کامل تر و دقیق تری جمع آوری شود، احتمال شناسایی راه حل مناسب تر نیز بیشتر می شود. نکته مهم دیگر وابستگی «اعتبار یافته ها» و «راه حل ها یا تغییرات پیشنهادی» به «دقت و صحت نوع داده های اولیه جمع آوری شده» است. برای جمع آوری داده ها می توان به نکاتی به شرح جدول ۲۹-۶ توجه داشت.

جدول ۲۹-۶. نکات مهم برای جمع آوری داده اولیه در روش اقدام پژوهی

ردیف	نکات	توضیح
۱	منابع و ابزار	تعیین «نوع منابع اطلاعاتی قابل مراجعه مانند سند یا فرد» و «نوع ابزار جمع آوری داده مانند یادداشت برداری، مصاحبه، مشاهده و پرسشنامه» قبل از شروع به جمع آوری داده
۲	معرف تغییرات بودن	توانایی داده های جمع آوری شده در نشان دادن تغییر ایجاد شده
۳	طبقه بندی داده ها	برای «پیدا کردن سریع» و «مراجعات آسان» به کمک نرم افزارهای رایانه ای
۴	ارزش داشتن	پرهیز از جمع آوری داده های بی ربط به کار یا اقدام
۵	ارزیابی داده ها	نقد و بررسی داده های جمع آوری شده به کمک همکاران و آگاهان در زمینه مورد پژوهش
۶	رعایت اخلاق	مانند اجازه برای مصاحبه و مشاهده و اطلاع رسانی در خصوص هدف پژوهش
۷	معیار سازی	تهیه شواهد منطقی و قابل قبول تدوین و ایجاد معیارها یا شاخص هایی برای داوری

اقدام پژوهی می تواند از همه انواع روش های جمع آوری داده ها و حداقل از سه روش از میان «مشاهده، مصاحبه، پرسشنامه و اسناد» برای جمع آوری داده ها استفاده کند. در مشاهده حواس پنج گانه با هم عمل می کنند. اینگونه مشاهدات باید هدفمند باشد. می توان با تهیه عکس، فیلم و یا یادداشت های مناسب از اوضاع، نسبت به ثبت مشاهدات

اقدام نمود. گاهی مشاهده‌گر، در پس ذهن خود، از تلفیق مشاهدات به «تقارن طلایی تفسیر» می‌رسد و اموری را حدس می‌زند که در ظاهر مشاهدات وجود خارجی ندارند. در مصاحبه نیز گفتگو باید با تدبیر، فکر، تعمق و دقت خاصی از ابتدا طراحی شود تا بتواند با کمترین زمان و با کمترین جملات، بازدهی لازم و کافی داشته باشد. مصاحبه‌ها باید هدف‌دار بوده و نتایج آن برای استفاده بعدی ثبت شود. پرسشنامه شامل سؤالات کتبی است که پژوهشگر برای یافتن راه‌حل مسئله از آن استفاده می‌کند. پرسشنامه شامل سؤالات کتبی است که پژوهشگر برای یافتن راه‌حل مسئله از آن استفاده می‌کند. پرسشنامه در اقدام‌پژوهی می‌تواند «باز، بسته یا ترکیبی از هر دو» باشد. سؤالات باید به گونه‌ای طراحی شود که با پرسیدن آن‌ها قبل و بعد از اقدام بتوان نتیجه آن را در تغییر وضعیت موجود و تبدیل آن به وضع مطلوب مشخص کرد. در مورد مدارک و اسناد نیز می‌توان به اسنادی چون «پرونده‌ها، عکس‌های قدیمی، نوارهای صوتی-تصویری، نمودارها، یادداشت‌ها، شاخص‌ها و امثال آن» اشاره کرد (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۵).

۲۹-۲-۳. تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از ایجاد تصویری روشن و گویا از وضعیت موجود با داده‌ها، باید داده‌ها را برای شناسایی راه‌حل‌ها و اقدام‌های مناسب تحلیل کرد. پس از این تجزیه و تحلیل می‌توان یک راه‌حل یا طرح موقت برای اصلاح عرضه کرد. البته ریشه مشکلاتی چون «اعتیاد، افت تحصیلی، بزهکاری، فساد اجتماعی، فقر فرهنگی و امثال آن» به عوامل متعدد و اغلب خارج از محیط کار بستگی دارد. مطالعه و تفکر پیرامون حل مسئله و پیدا کردن راه‌حل، مهم‌ترین بخش اقدام‌پژوهی در مرحله تجزیه و تحلیل داده‌ها است. همه تلاش‌ها و زحمات اقدام پژوه، بستگی به اعمال یک راه‌حل مؤثر دارد. بدون شناسایی راه‌حلی مناسب برای مسئله، اقدام‌پژوهی بی‌نتیجه خواهد بود. وجه تمایز اقدام‌پژوهی با سایر انواع پژوهش‌ها، در اجرای راه‌حل به منظور ایجاد تغییر در وضع موجود است. اگر داده‌ها به صورت منطقی، دقیق و متناسب با اهداف پژوهش جمع‌آوری شده باشد، می‌توان از آن راه‌حل‌هایی برای مسئله استخراج کرد. اگر جمع‌آوری داده‌ها به پیش‌بینی راه‌حل منجر نشود، باید همچنان ادامه یابد. راه‌حل‌های منتخب باید به گونه‌ای باشد که پژوهشگر احتمال نزدیک به یقین از ظرفیت آن برای حل مسئله داشته باشد. اگر چنین احتمالی را ندهد، باید همچنان به جمع‌آوری داده ادامه دهد. عموماً راه‌حل‌های ابتکاری، نتیجه دقت نظر و ذکاوت پژوهشگر است. پژوهشگر پس از تجزیه و تحلیل و تفسیر داده‌ها، فهرستی از راه‌حل‌ها را تهیه و در بخش پایانی گردآوری داده‌ها، گزارش می‌کند.

۲۹-۲-۴. انتخاب راه‌حل

در مرحله انتخاب راه‌حل، پژوهشگر از بین راه‌حل‌های فهرست شده در مرحله قبل، مواردی را انتخاب می‌کند. در این مرحله باید با دلایل و توجیه کافی، برخی راه‌حل‌ها را انتخاب و برخی را کنار گذاشت. برای نمونه ممکن است اقدام‌پژوه برای حل یک معضل کاری، پیشنهاد صحیح اصلاح قوانینی را داشته باشد، اما چون تغییر قوانین در حیطه عملکرد او نیست، آن را کنار می‌گذارد. در گزارش اقدام‌پژوهی باید دلایل اثربخشی یک راه‌حل با استناد به منابع مورد استفاده در جمع‌آوری داده‌ها و یا استدلال‌های پژوهشگر ارائه شود تا دیگر پژوهشگران با مطالعه این گزارش، با

دلایل انتخاب یا کنار گذاری یک راه حل به خوبی آشنا شوند. برای انتخاب راه حل مناسب باید به نکاتی به شرح جدول ۷-۲۹ توجه داشت.

جدول ۷-۲۹. نکات مهم برای انتخاب راه حل در روش اقدام پژوهی

ردیف	نکات	توضیح
۱	کفایت داده ها	جمع آوری و وجود داده های کافی برای راه حل منتخب
۲	آمادگی جایگزینی	در اقدام پژوهی شکست مفهوم ندارد، اگر راه حل موفق نبود راه دیگری جایگزین می شود.
۳	ارزیابی منطقی	شدنی بودن، تجربه دیگران و مشکلات احتمالی آن
۴	موارد پیش بینی نشده	باید منتظر موارد پیش بینی شونده بود و به محض تجربه باید آن ها را ثبت و گزارش کرد.
۵	طراحی برنامه اجرا	ارائه تصویری از چگونگی اجرای راه حل شامل «چه فعالیت هایی، توسط چه کسی، چه زمانی با چه وسایلی و چگونه» انجام شدن
۶	ارزیابی چالش ها	بررسی چالش های احتمالی اجرای راه حل از جمله در محیط کار و ارتباط با همکاران
۷	نظریه از همکاران	گرفتن نظر همکاران درباره چگونگی اجرای راه حل

۲۹-۲-۵. اجرای راه حل

پس از این که راه حل نهایی انتخاب شد باید آن را اجرا کرد. در این مرحله تلاش بر آن است تا راه حل بر اساس ویژگی ها و پیش بینی های تدوین شده اجرا شود. در حین اجرا نیز «مشاهده، اندیشه و عمل» سه رکن اساسی خواهد بود. یعنی از همان آغاز باید بر چگونگی پیشرفت کار، به طور لحظه به لحظه «نظارت و دقت» داشت. این کار سبب می شود ضمن مراعات پیش بینی های انجام شده در صورت لزوم، تغییراتی را در عمل به وجود آورد. مهم ترین نکات در اجرای راه حل در روش اقدام پژوهی در جدول ۸-۲۹ ارائه شده است.

جدول ۸-۲۹. نکات مهم برای اجرای راه حل در روش اقدام پژوهی

ردیف	نکات	توضیح
۱	نظارت و ثبت منظم	یادداشت پیشرفت ها یا کاستی های کار یا ارزیابی به کمک چک لیست
۲	مشورت	بیان چگونگی پیشرفت کار به گروه پژوهش، همکاران و سایر افراد منتقد و اجرای نظرات آن ها در صورت لزوم (پرهیز از تک محوری و داشتن آمادگی استقبال از راه های ابراز شده توسط دیگران)
۳	رفع سوء تفاهم ها	در مسیر اجرا مراقب هرگونه سوء تفاهم یا مانع اجرای راه حل بودن و آن ها را رفع کردن

۲۹-۲-۶. جمع آوری داده ثانویه

این مرحله به مشاهده عمل و جمع آوری داده پیرامون مسئله، بعد از مداخله اختصاص دارد. برای داوری درباره نتیجه اجرای راه حل نیاز به داده و شواهد است. این شواهد باید مبتنی بر داده های منظم و منطقی باشد. در این مرحله نیز مانند مرحله جمع آوری داده اولیه، به جمع آوری داده نیاز است و باید روش های جمع آوری داده و ابزار آن را مشخص کرد. این روش ها و ابزار می تواند مثل مرحله قبل یا متفاوت از آن باشد. باید مشخص کرد در این مرحله به چه نوع داده هایی نیاز است. این داده ها و شواهد باید شامل «معیارها و شاخص های» نشان دهنده «اصلاح حاصل از اجرای راه حل» باشند. همچنین این شواهد باید مورد تأیید افراد صاحب نظر و همکاران منتقد باشد. بنابراین لازم است تا پس

از اجرای راه حل یا طرح و حتی حین اجرای آن، اسناد و مدارکی برای اثبات ادعای مؤثر بودن آن جمع آوری کرد. این اسناد لازم نیست همیشه کمی و یا به عدد و رقم باشد. اظهارات همکاران، مراجعین، مردم، و یا یک نوشته، عکس و فیلم پیش و پس از اقدام، دیگران را قانع کند که اصلاح و تغییر مطلوب صورت گرفته است. مهم ترین نکات در جمع آوری داده ثانویه در روش اقدام پژوهی در جدول ۲۹-۹ ارائه شده است. در این مرحله باید هم زمان به معیارها یا شاخص های لازم برای ارزشیابی راه حل اجرا شده توجه داشت.

جدول ۲۹-۹. نکات مهم برای جمع آوری داده ثانویه در روش اقدام پژوهی

ردیف	نکات	توضیح
۱	جمع آوری معیارها	جمع آوری داده های مبتنی بر شاخص های نشان دهنده تغییرات در حین انجام کار
۲	تناسب معیار	متناسب بودن با اهداف و مسئله اصلی پژوهش یا اقدام مورد نیاز برای اصلاح یا تغییر
۳	معیار بر اساس داده	بیرون کشیدن شاخص های ارزشیابی از درون داده های جمع آوری شده
۴	ارزیابی معیار	«نشان دهنده تغییرات مطلوب به شکلی منطقی» و «قابل تشخیص بودن برای داوران و ناظران»

منظور از داده های جمع آوری شده قبل از مداخله، مدارک و شواهدی است که نشان می دهد، وضع موجود یا وضع نامطلوب چگونه است. وقتی با داده های جمع آوری شده بعد از مداخله یا پس از اقدام برای تغییر مقایسه شود، نشان می دهد که اقدام تا چه حد موفق بوده است. هرچقدر اطلاعات کامل تر و دقیق تری جمع آوری شود، راه حل مناسب تری برای آن می توان شناسایی کرد. از همه مهم تر آن که اعتبار یافته ها و تغییرات پیشنهادی به دقت و صحت نوع اطلاعات انتخاب شده بستگی دارد. پس از تجزیه و تحلیل این اطلاعات می توان درباره یک راه حل مناسب فکر کرد و یک طرح موقت برای عرضه ارائه کرد. در مرحله انتخاب راه حل، پژوهشگر از میان راه حل های فهرست شده، با دلیل و توجیه، بهترین را انتخاب می کند و آن را اجرا می کند. بعد از این مداخله مجدد داده ها جمع آوری می شود تا دید آیا اجرای راه حل منجر به تغییر و بهبود شده است. در غیر این صورت باید به راه های دیگر اندیشید.

۲۹-۲-۷. ارزشیابی

با داده های جمع آوری شده در مرحله پس از مداخله (ثانویه) و معیارهای شناسایی شده در آن، در مرحله ارزشیابی باید از خود پرسید که آیا داده ها «رخداد یا تغییر یا پیشرفتی» را نشان می دهند. اگر پاسخ به این سؤال مثبت بود باید سؤال بعدی وابسته به آن را طرح کرد، یعنی محورهای تغییر و دلایل احتمالی آنچه بوده است. با این پرسش ها می توان نتیجه اجرای راه حل را به کمک شواهد منطقی ارزیابی کرد. اگر نتیجه مثبت بود این اقدام به عنوان یک تغییر یا راه جدید ادامه خواهد یافت و در غیر این صورت باید به دنبال راه دیگری بود. مهم ترین نکات در ارزشیابی داده ثانویه یا داده های حاصل از اجرای راه حل در جدول ۲۹-۱۰ ارائه شده است.

جدول ۲۹-۱۰. نکات مهم برای جمع آوری داده ثانویه در روش اقدام پژوهی

ردیف	نکات	توضیح
۱	خودارزیابی	ارزیابی میزان تغییرات توسط خود اقدام پژوه
۲	ارزیابی شرکت کنندگان	استفاده از یادداشت ها و نظرات تأییدکننده تغییرات توسط شرکت کنندگان یا آزمودنی ها
۳	ارزیابی کارشناسان	ارزیابی افراد دارای صلاحیت، همکاران و افراد منتقد درباره تغییرات به وجود آمده

۲۹-۲-۸. گزارش نهایی

انتشار یافته‌ها آخرین مرحله اقدام پژوهی است. در این گزارش باید مراحل اجرایی، دستاوردها و حتی نتایج ارزیابی‌های به‌عمل آمده را به اطلاع دیگران رساند. در این گزارش باید مراحل «شروع، ادامه و پایان کار» را نشان داد. در این نوشتار باید «رخداد های انجام شده، نقش و نظر دیگران، چگونگی استفاده از آن‌ها و سرانجام کار» ثبت شود. پژوهشگر باید تجارب و هرگونه مشکلات در اجرای کار و چگونگی حل آن‌ها را به خواننده منتقل کند. شکل گزارش را می‌توان بر اساس مراحل پژوهش یا با نظمی قابل پیگیری و جذاب برای خواندن تنظیم کرد (قاسمی پویا، ۱۳۸۱؛ سیف‌الهی، ۱۳۸۷، امیرحسینی ۱۳۸۵). از انواع روش‌های اعتباریابی برای پژوهش اقدام پژوهی می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲۹-۱۱ اشاره کرد.

جدول ۲۹-۱۱. انواع روش‌های اعتباریابی در اقدام پژوهی

ردیف	انواع	توضیح
۱	خوداعتباریابی	خود پژوهشگر به‌عنوان فرد دخیل در امر پژوهش
۲	توسط همکاران	کسانی که در محیط کار اطلاعات ارائه داده‌اند و می‌توانند درباره راه‌حل نظر بدهند.
۳	توسط رده‌های بالا	توسط مدیران سازمان‌ها، رؤسای ادارات، متصدیان پست‌های بالا و مسئولان محیط کار
۴	آکادمیک	توسط افراد شاغل در مجامع علمی و دانشگاهی مانند استادان دانشگاه

۲۹-۳. زمینه‌های اقدام پژوهی در نظام‌های آموزشی

یکی از بهترین فرصت‌های استفاده از روش اقدام پژوهی، کاربرد آن در نظام‌ها آموزشی به‌منظور بهبود فرایندها و رفع انواع مشکلات در حوزه آموزش و پرورش در سطوح مختلف است. برخی از مهم‌ترین زمینه‌های استفاده از این روش در نظام‌های آموزشی را می‌توان به شرح جدول ۲۹-۱۲ معرفی کرد (صادقی، ۱۳۹۴).

جدول ۲۹-۱۲. مهم‌ترین زمینه‌های اقدام پژوهی در نظام‌های آموزشی

ردیف	زمینه‌ها
۱	چگونگی تدریس یک مفهوم علمی یا موضوع درسی
۲	کیفیت تولید و نحوه استفاده و به‌کارگیری وسیله‌های آموزشی جهت انتقال مفهوم یا موضوع خاص
۳	ناهنجاری‌های رفتاری
۴	بهبود شرایط اداری و فعالیت‌های اجرایی
۵	شیوه‌های ارزشیابی و امتحانات
۶	روش‌های اداره محیط‌های آموزشی

۲۹-۴. درس پژوهی و تفاوت آن با اقدام پژوهی

اغلب درس پژوهی به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از اقدام پژوهی معرفی می‌شود زیرا در معرفی آن به‌مانند اقدام پژوهی بر اموری چون «توسعه و پرورش حرفه‌ای، مشارکتی بودن، کار جمعی و تیمی، رویکرد چرخه‌ای یا گردش، نقش محوری معلم، آغاز با سؤال و مسئله‌ای واقعی، نیازمند تفکر نقادانه، اهمیت زمان و نتیجه، کاربرد یافته در عمل و نقش

آن در ترویج و گسترش علم» تأکید دارند. باین حال تفاوت‌هایی به شرح جدول ۲۹-۱۳ بین این دو روش مطرح می‌شود.

جدول ۲۹-۱۳. تفاوت‌های بین اقدام‌پژوهی و درس‌پژوهی

ردیف	اقدام‌پژوهی	درس‌پژوهی
۱	نظریه و عمل به‌عنوان نقطه حرکت	عمل به‌عنوان نقطه حرکت
۲	هدف: شناسایی مسئله، پژوهش در حین عمل و کاربرد یافته در عمل	هدف: پرورش حرفه‌ای و یادگیری معلم
۳	ماهیت، تفسیر داده‌ها و کسب نتیجه بهتر	ماهیت، بازاندیشی (تفکر)
۴	قابل اجرا در همه جا و هر سازمانی	قابل اجرا فقط در کلاس و مدرسه
۵	بیشتر سیستماتیک	بیشتر ارگانیک تا سیستماتیک
۶	گسترده	خیلی جزئی و محدود
۷	هم فردی و هم گروهی	گروهی یا تیمی بودن
۸	نداشتن راهنمای عمل خاص	وجود طرح درس و راهنما برای عمل خاص
۹	تأکید بر شناخت مسئله و بهسازی عمل در هر سازمانی	تأکید بر غنی‌سازی فرآیند آموزش و یادگیری
۱۰	صرفاً مبتنی بر برنامه درسی نبودن	مبتنی بر برنامه درسی

در حال حاضر در نظام آموزش و پرورش اقدام‌پژوهی دارای اهمیت است زیرا می‌تواند نقش مؤثری در حفظ ارزش‌های اخلاقی و بهبود درسی در دانش آموزان داشته باشد. گزارش‌های مستند شده معلمان که از آن تحت عنوان گزارش تخصصی یاد می‌شود، از نمونه‌های کامل و مستند شده تجربیات معلمان است که به قصد کسب نمره کامل در ارزشیابی ارائه می‌شود. گزارش تخصصی معلمان اغلب به همراه پیشنهاد ارزشیابی ارائه می‌شود و اغلب شامل یک مجموعه کامل است. این مجموعه شامل تجارب معلمان به همراه پیشنهادها است.

سناریو و تدریس گروهی یا «درس‌پژوهی» نیز کمک بسیار بزرگی به معلمان در راستای استفاده از تجربیات یکدیگر است. وقتی معلم به نوع و روش تدریس بهینه و قابل قبول فکر می‌کند و سعی دارد در کلاس خود به بهترین شکل ممکن به تدریس بپردازد این نکته مهم را باید رعایت کند که اجرای بهینه سناریو و الگوی تدریس منوط به شرکت در درس‌پژوهی و با همکاری سایر همکاران و فرهنگیان خواهد بود. شرکت در فعالیت‌های درس‌پژوهی نه تنها کمک بزرگی به معلمان هم‌پایه در استفاده از تجارب یکدیگر است بلکه به آن‌ها می‌آموزد که چگونه همدیگر را در بوته نقد قرار دهند و چگونه به شیوه‌ای علمی و دقیق به تدریس بپردازند. در درس‌پژوهی نکته مهم ایجاد همکاری و تعاون بین همکاران و استفاده مفید و مؤثر از آن‌هاست. درس‌پژوهی شرایطی متفاوت با اقدام‌پژوهی و گزارش تخصصی دارد. در واقع درس‌پژوهی به معلمان و دانش آموزان کمک می‌کند که چگونه درس را بهتر و دقیق‌تر بفهمند و به آن‌ها شیوه‌های تدریس برتر را می‌آموزد. در مقابل این موضوع اصلاً در گزارش تخصصی و اقدام‌پژوهی وجود نداشته و مسئله بسیار کمرنگی است. درس‌پژوهی الگویی است که به معلمان کمک می‌کند تا با استفاده از تجارب همدیگر بهترین شیوه‌های تدریس را بیاموزند. پایگاه‌های اطلاعاتی مربوط به تجارب معلمان در خصوص اقدام‌پژوهی و درس‌پژوهی، فرصت مناسبی برای گرفتن ایده‌های پژوهشی مناسب در این عرصه است.

۲۹-۵. فرایند اجرای درس پژوهی

درس پژوهی مدل ژاپنی تبدیل مدارس به سازمان‌های یادگیرنده است که در دهه گذشته مورد توجه پژوهشگران آموزشی جهان قرار گرفته است. این الگوی پژوهشی در کلاس درس بر «چرخه یادگیری گروهی، کیفی، مشارکتی و مداوم کارگزاران آموزشی» تأکید دارد و بر شامل مراحل پنج‌گانه «تبیین مسئله، طراحی، عمل، بازاندیشی و یادگیری» است. پژوهش مشارکتی معلمان در کلاس درس، فرصت‌های یادگیری جمعی و تبادل تجربه آموزشی را فراهم می‌کند. درس پژوهی از شیوه‌های پژوهش عملی در کلاس درس است. در این رویکرد معلمان با مشارکت هم و همکاری مدیران و معاونان در چارچوب کار گروهی و با بهره‌گیری از روش‌های پژوهشی به شناسایی مسائلی می‌پردازند که برای آن‌ها در کلاس درس پیش می‌آید. آن‌ها با هم‌اندیشی، همدلی و همکاری، راه‌های بهتر و سودمندتری برای تدریس و مدیریت کلاس و یادگیری بهتر و بیشتر دانش‌آموزان و پرورش توان اندیشه‌ورزی آنان پیدا می‌کنند. در این روش معلمان، یافته‌های پژوهشی گروه را در کلاس درس به آزمایش می‌گذارند و اثربخشی آن‌ها را با محک دانش و تجربه می‌سنجند و عملکرد خود را به‌منظور بارور کردن اندیشه و افزایش یادگیری دانش‌آموزان، پایش، بازنگری و بازسازی می‌کنند. از اهداف روش درس پژوهی می‌توان به مواردی به شرح جدول ۲۹-۱۴ اشاره کرد.

جدول ۲۹-۱۴. اهداف روش درس پژوهی

ردیف	اهداف
۱	پربار کردن فرایند آموزش و یادگیری با مشارکت معلمان، کارکنان و دانش‌آموزان
۲	همدلی، همفکری و همکاری معلمان و کارکنان در بهره‌گیری از روش‌های علمی و نظریه‌های یادگیری
۳	دانش‌افزایی و بهبود پیوسته توانایی‌های آموزشی و یادگیری معلمان و پرورش اندیشه‌ورزی دانش‌آموزان
۴	تحول نقش معلمان با گذر از نقش آموزگار به یادگیرندگانی پویا
۵	دگرگونی جایگاه مدرسه از جایی برای آموزش به موقعیتی برای پژوهش و یادگیری و فضایی که در آن کارکنان و دانش‌آموزان از هم و با هم آموختن را می‌آزمایند.
۶	توانمندسازی و توسعه دانش حرفه‌ای معلمان

در درس پژوهی معلمان مسئولیت ارتقای دانش و توانایی‌های خود و همکاران را بر عهده می‌گیرند و با به اشتراک گذاشتن تجربه‌ها و دانش خود و همکاری در مراحل اجرای مسیر موفقیت و رشد حرفه‌ای را با هم طی می‌کنند. درس پژوهی شامل مراحل به شرح جدول ۲۹-۱۵ است.

جدول ۲۹-۱۵. مراحل درس پژوهی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	زمینه‌یابی درس پژوهی یا اولویت‌بندی مسائل	مدیر قبل از آغاز سال تحصیلی با تشکیل شورای آموزگاران گروه پژوهشی به بررسی نتایج عملکرد دانش‌آموزان، نیازهای آموزشی معلمان، انتظارات و اهداف سازمانی دوره می‌پردازد.
۲	تشکیل گروه پژوهشی	بر اساس تحلیل داده‌ها و نتایج به‌دست‌آمده زیرگروه‌های پژوهشی در پایه‌های مختلف به ترتیب اولویت تشکیل می‌شود.
۳	تشخیص مسئله و تعیین هدف	فاصله میان وضع موجود و مطلوب یا موانع رسیدن به هدف و انتخاب مسئله‌ای که به‌سادگی قابل حل نباشد و دلایل انتخاب آن قانع‌کننده، روشن و دارای ارزش پژوهش باشد.
۴	طراحی آموزشی	یا تدوین طرح درس پژوهشی پس از جمع‌آوری اطلاعات با تأکید بر روش تدریس حل مسئله، روش‌های تدریس پژوهش محور، روش‌های همیار و تهیه پروژه

۵	تدریس و مشاهده اجرای طرح درس پژوهشی	پس از تکمیل طرح درس و تعیین تاریخ اجرا و اجراکننده، یکی از معلمان طرح درس پژوهشی را در کلاس خود با حضور دیگر اعضای گروه تدریس می‌کند و اعضای دیگر به مشاهده دقیق کلاس درس، فرایند تدریس و فعالیت‌های دانش‌آموزان می‌پردازند و از چگونگی آن یادداشت بر می‌دارند و یک نفر عکس و فیلم تهیه می‌کند. یادگیری دانش‌آموزان در کانون توجه است.
۶	بازاندیشی فرایند تدریس اول و اصلاح طرح درس پژوهشی	بلافاصله پس از تدریس، اعضای گروه تشکیل جلسه می‌دهند تا فرایند کار را بررسی کنند و آنرا بهبود دهند. نخست معلم تدریس کننده نظر انتقادی خود را درباره طرح درس پژوهشی و چگونگی اجرا بیان می‌کند و پس از او دیگر اعضا درباره طرح درس و چگونگی تدریس نظر می‌دهند. در این بررسی‌ها محور توجه به رفتار و عملکرد و واکنش و نظر دانش‌آموزان و میزان یادگیری آنان است.
۷	تجدیدنظر در طرح درس پژوهشی و اصلاح آن	پس از پایان بررسی‌ها، طرح درس پژوهشی برای اجرای مرحله بعد بازبینی و بازسازی می‌شود و برنامه‌ریزی برای اجرای دوباره طرح درس در کلاس دیگر و توسط معلم دیگر صورت می‌گیرد تا زمینه مشارکت معلمان دیگر فراهم شود.
۸	اجرای طرح درس پژوهشی ویرایش شده در کلاسی دیگر	اجرا توسط یکی دیگر از معلمان عضو گروه مانند اجرای قبل و با حضور و مشاهده همکاران دیگر همراه با یادداشت‌برداری و فیلم‌برداری. در این مرحله نیز می‌توان از حضور مهمانان و صاحب‌نظران استفاده کرد.
۹	بازاندیشی فرایند آموزش و اصلاح طرح درس پژوهشی	بار دیگر گروه به همراهی میهمانان در پایان تدریس در نشستی به بررسی فرایند تدریس مسائل دانش‌آموزان و چگونگی مدیریت کلاس می‌پردازد و طرح درس را دوباره ویرایش و شرایط یادگیری را بازنگری می‌کند. در این مرحله نیز معلم تدریس کننده آغازگر گفتگوهای بازتابی و انتقادی است و پس از او دیگر اعضا و میهمانان نقدهای خود را بیان می‌کنند. در این مرحله نیز نظر دانش‌آموزان مطرح می‌شود تا در بازسازی طرح موردتوجه قرار گیرد.
۱۰	ارزیابی پروژه درس پژوهی و بازتاب نتایج	پس از اجرای مراحل، کل فرایند درس پژوهی از آغاز تا پایان ارزیابی می‌شود. این کار به یادگیری بیشتر گروه و آموختن از دانش و تجربه‌ها و ساختن فرضیه‌ها و دانش حرفه‌ای کمک شایانی خواهد کرد.
۱۱	تهیه و انتشار گزارش	از راه‌های گوناگونی مانند گزارش نوشتاری با ساختار روایی و بر پایه زمان رویداد یا قالب مقاله و چاپ در مجلات و سایت‌ها

لازم است درس پژوهی با بررسی نیازها و بر پایه اطلاعات حاصل از عملکرد دانش‌آموزان و معلمان باشد. در این مسیر تأکید بر شناخت صحیح یا مبتنی بر پژوهش نتایج دانش‌آموزان و مشکلات یادگیری آن‌ها است. تغییر کتب درسی و پایه نیز می‌تواند دلیل مناسبی برای انتخاب پایه و درس باشد. در گروه درس پژوهی همه افراد از معلم باسابقه یک‌ساله تا معلمان مجرب نسبت به هم و تبادل دانش و تجربه متعهد هستند.

روش تعیین اعضای اصلی گروه بسیار مهم است. پس از آن‌که پایه‌ها و درس‌ها انتخاب شدند، گروه درس پژوهی با حضور مدیر یا معاون آموزشی و سه تا شش نفر از معلمان هم‌پایه تشکیل می‌شود. پیشنهاد می‌شود در مدارس که برای اولین بار درس پژوهی را اجرا می‌کنند، گروه با حضور ۳ تا ۴ نفر از معلمان هم‌پایه تشکیل شود. اینان اعضای اصلی گروه محسوب می‌شوند. در صورتی که تنها یک معلم در پایه‌ای که قرار است درس پژوهی در آن صورت گیرد در مدرسه حضور داشته باشد، می‌توان از معلم همان پایه از مدرسه دیگر دعوت به همکاری کرد. مدیر مدرسه برای مدیریت اثربخش گروه‌های درس پژوهی و حمایت از فعالیت‌های آنان و شرکت در جلسه‌ها ناچار است زمان زیادی را صرف کند. به همین دلیل تشکیل گروه‌های متعدد درس پژوهی به‌طور هم‌زمان در مدرسه توصیه نمی‌شود. مدیر مدرسه می‌تواند اداره برخی گروه‌ها را به معاون آموزشی خود واگذار کند اما نباید ارتباط خود با گروه‌ها را قطع کند. در آغاز کار، گروه‌ها به حمایت مدیر نیاز بیشتری دارند از این‌رو شایسته است مدیر مدرسه برای شناخت موانع سر

راه گروه و برطرف کردن آن‌ها و دلگرم ساختن همکاران، در نشست‌ها حضوری پویا داشته باشد. روشن است که حضور مدیر در جلسه‌ها و پشتیبانی از گروه، آنان را به اهمیت کار آگاه‌تر و دلگرم‌تر می‌کند و بر انگیزه آنان می‌افزاید. در دعوت افراد باید به توانایی‌ها و دانش آنان توجه داشت و بر اساس نیازهای گروه از کسانی دعوت کرد که حضورشان توانایی‌های گروه را افزایش دهد. حضور افراد در گروه باید باعلاقه و بدون اجبار باشد. بهتر است اجرای درس پژوهی با نظارت راهنمای درس پژوهی باشد یعنی فردی که بر مفاهیم و فرایند درس پژوهی مسلط باشد. هر گروه می‌تواند از صاحب‌نظران در زمینه‌های هدایت درس پژوهی به‌عنوان حامیان گروه دعوت کند. ازجمله این افراد می‌توان به «درس پژوهان برگزیده کشوری، استانی یا جشنواره تدریس و امثال آن» اشاره کرد. مشارکت در درس پژوهی کاری تزیینی و فرمایشی نیست بلکه ضرورتی مبتنی بر تقسیم‌کار میان اعضای گروه است. اعضای گروه باید در مورد هنجارها و قواعد کلی اداره گروه توافق کنند. مهم‌ترین نقش‌ها و وظایف اعضای گروه را می‌توان در جدول ۲۹-۱۶ مرور کرد.

جدول ۲۹-۱۶. مهم‌ترین نقش‌ها و وظایف اعضای گروه

ردیف	اعضا	وظایف و نقش‌ها
۱	مدیر گروه	وظیفه رهبری گروه و مدیریت فرایند درس پژوهی با حضوری همگام با دیگر اعضا در همه مراحل (اغلب مدیر مدرسه یا معاون آموزشی)
۲	دبیر گروه	وظیفه برنامه‌ریزی برگزاری جلسات با هماهنگی مدیر، حضور و غیاب اعضا، تهیه ملزومات جلسه‌ها و پیگیری مصوبات و تهیه و نگهداری صورت‌جلسه‌ها (اغلب معاون آموزشی یا یکی از اعضا)
۳	معلمان	وظیفه تهیه طرح درس و تدریس با همکاری اعضای دیگر گروه با نظارت بر کار دانش‌آموزان و تدریس معلمان و نوشتن گزارش پژوهشی با کمک دیگر اعضا
۴	میهمانان	کسانی که به دلایل مختلف برای حضور در گروه دعوت می‌شوند مانند اولیا، معلمان علاقه‌مند و ... برای بهره‌مندی گروه از نظرهای آنان
۵	اعضای صاحب‌نظر	افراد برخوردار از نوعی مهارت یا دانش موردنیاز گروه برای اجرای درس پژوهی مانند کارشناسان روش‌های تدریس یا فرایند درس پژوهی
۶	مستندساز گروه	یک نفر از فعالیت‌های گروه، فیلم و عکس تهیه می‌کند تا در بررسی‌ها از آن‌ها استفاده شود و شهادتی برای رشد گروه باشد (با شکلی ساده و به کمک یک تلفن همراه)

هر گروه برای اجرای اثربخش وظایف خود به توانمندی‌های زیادی از جمله «توانایی انجام کار گروهی»، «آشنایی با مهارت‌های پژوهشی و درس پژوهی»، «نوشتن طرح درس بر پایه روش‌های نوین تدریس»، «توانمندی در مشاهده فعال و ثبت مشاهدات» و «مهارت ارزیابی از فعالیت‌ها» نیاز دارد. درس پژوهی می‌تواند برای حل چهار گونه مسئله به شرح جدول ۲۹-۱۷ برنامه‌ریزی و اجرا شود.

جدول ۲۹-۱۷. انواع مسائل مورد توجه در درس پژوهی

ردیف	مسئله	توضیح
۱	یادگیری بیشتر و عمیق تر دانش آموزان	اعضای گروه بر اساس داده‌هایی که از نتایج عملکرد دانش آموزان به دست آورده‌اند و تجزیه و تحلیل فصل‌های کتاب درسی، مفاهیمی که درک آن‌ها برای دانش آموزان دشوار است را روشن و سپس مهم‌ترین آن‌ها را برای اجرای درس پژوهی انتخاب می‌کنند.
۲	رشد حرفه‌ای اعضا	نیاز برخی معلمان عضو گروه به دانش و مهارت درباره موضوع و مفهوم درسی و چگونگی تدریس آن
۳	طراحی اجرای بهتر مفاهیم و برنامه‌های درسی جدید	چالش تغییرات برنامه‌ها و کتاب‌های درسی و چگونگی رویارویی با آن‌ها
۴	طرح‌های ابتکاری	ابتکار و طرح نو برای اجرا مانند اجرای یک روش تدریس جدید یا اجرای شیوه جدیدی از مدیریت کلاس یا روش‌های ارزیابی دانش آموزان و برای ویرایش و صیقل آن‌ها

برای حل مسئله‌ای که گروه انتخاب کرده است طرح درس پژوهشی تهیه می‌شود. این طرح درس مانند طرح درس‌های معمولی نیست. در درس پژوهی، طرح درس بایستی پنج ویژگی مهم شامل «برآمده از مشارکت و کار گروهی»، «در جهت یادگیری بیشتر و رفع نیازهای دانش آموزان»، «بر پایه پژوهش و تجربه‌های موفق معلمان»، «مبتنی بر تقویت مهارت‌های تفکر پیشرفته دانش آموزان»، «متمرکز بر مفاهیم محدود درسی» و «با جزئیات» باشد. وظیفه گروه آن است که داده‌های لازم برای تهیه طرح درس پژوهشی را فراهم آورد. این طرح درس باید در دستور کار گروه باشد و پژوهش‌ها و دانش عملی گروه در زمینه مفاهیم مرتبط با مسئله و چگونگی تدریس آن‌ها را به‌خوبی نشان دهد. هدف از گردآوری اطلاعات طراحی آموزشی در چارچوب یافته‌های علمی و پژوهشی برای پرهیز از آزمون و خطاهای بی‌مورد است. برای این منظور اطلاعات در زمینه‌های «مسئله و موضوع درسی»، «روش تدریس متناسب با موضوع درسی انتخاب شده و مدیریت فرایند یادگیری دانش آموزان»، «روش‌های ارزشیابی برای موضوع انتخاب شده»، «ابزارها و فناوری‌های مورد نیاز»، «مطالعه پیرامون روش‌های پرورش مهارت‌های دانش آموزان از طریق تدریس، فعالیت‌های کلاسی و نوع تکالیف» و «ویژگی‌های دانش آموزان» جمع‌آوری می‌شود. گروه با توافق یکدیگر کارها را میان خود تقسیم می‌کنند که از جمله می‌توان به کارهایی چون «تدریس، تهیه ملزومات، دعوت از صاحب‌نظران و امثال آن» اشاره کرد. مطالعه کتاب‌ها، منابع پژوهش‌ها و کسب تجربه و اطلاعات از صاحب‌نظران بر عهده تمامی اعضای گروه است.

پس از جمع‌آوری اطلاعات باید طرح درس به‌گونه‌ای ساده، اثربخش و خلاقانه طراحی شود. این طرح باید قابل تکرار برای بارهای بعد و کسانی باشد که در جریان کار قرار دارند. طرح درسی بدون پشتوانه پژوهشی اغلب به هدف نمی‌رسد. طرح درس پژوهشی هنگامی با ارزش است که موجب تقویت مهارت‌های اندیشه‌ورزی دانش آموزان شود. طرح درس پژوهشی نقشه راه گروه است، بنابراین باید با دقت و ذکر جزئیات کامل تهیه شود. طرح درس پژوهشی برای یک جلسه درسی تهیه و زمان تدریس با توجه به موضوع درس و محتوای آموزشی تنظیم شود. برای تدوین طرح درس بر اساس رویکردهای آموزش و یادگیری از الگوهای مختلفی استفاده می‌شود. اگرچه عناصر مشترک در بیش‌تر طرح درس‌ها یکسان است اما تفاوت‌هایی در سطح جزئیات وجود دارد. همان‌گونه که برای طرح درس پژوهشی برنامه‌ریزی صورت می‌گیرد، برای مشاهده فرایند تدریس و فعالیت‌های دانش آموزان نیز باید برنامه‌ریزی

شود. خوب است برگه‌ای برای ثبت مشاهدات طراحی شود تا اعضا بدانند چه چیزی را بایستی مشاهده و ثبت کنند. بنابراین کاربرگ‌هایی برای ثبت مشاهدات از تدریس معلم، رفتارها و عملکرد دانش‌آموزان تهیه شود.

در اجرای طرح درس پژوهشی باید شرایط کلاس واقعی و تدریس بدون دستکاری و کم‌وزیاد کردن دانش‌آموزان باشد. قبل از اجرا باید به تعداد اعضای گروه طرح درس پژوهشی را تهیه کرد و در اختیار آن‌ها گذاشت تا کار نظارت بر تدریس عینی‌تر شود. قبل از اجرای طرح درس پژوهشی معلم باید هدف گروه و علت حضور اعضا را با دانش‌آموزان در میان بگذارد. این موضوع سبب می‌شود که دانش‌آموزان آمادگی حضور دیگران را داشته باشند. باید از قبل درباره محل استقرار اعضای گروه در کلاس تصمیم گرفت. هنگام تدریس هیچ‌یک از اعضا نباید در فرایند تدریس دخالت کنند. وظیفه اعضا مشاهده و ثبت رویدادها است. یادگیری دانش‌آموزان باید محور برنامه‌ریزی‌ها و توجه گروه باشد از این‌رو ارزیابی از آموخته‌های دانش‌آموزان و آگاهی یافتن از نظر و سلیقه‌های آنان اهمیت بسیار دارد. ارزیابی در هنگام تدریس و پس‌از آن، بیشتر از راه گفتگوی مستقیم با دانش‌آموزان صورت می‌پذیرد.

پس از اجرای طرح درس پژوهشی جلسه ارزیابی با حضور اعضا و اعلام نظر اولیه معلم تدریس کننده و در ادامه سایر اعضا برگزار می‌شود. بازخوردها و نقدهای اعضای گروه بامتن و ارائه بازخورد به طرح و معلم تدریس کننده است. هدف از نقد و دادن بازخورد کمک به یادگیری و رشد حرفه‌ای است. کاستی‌های مطرح‌شده به‌عنوان کشف فرصت‌هایی برای آموختن و رشد گروه خواهد بود. بررسی‌ها باید بر پایه یادداشت‌های اعضا و کاربرگ‌های مشاهده کلاس درس یا فیلم تدریس باشد. در بازسازی شرایط یادگیری و طرح درس، باید به خواسته‌های دانش‌آموزان و نظرهای آنان توجه کرد. بر اساس این نظرات طرح درس پژوهشی بازنگری و اصلاح و توسط معلم دیگری از اعضا اجرا می‌شود. هنگام برنامه‌ریزی باید تلاش شود که تدریس به‌گونه‌ای موفقیت‌آمیز و بدون نیازی به تدریس سوم باشد. برای تدریس بار دوم و در حضور میهمانان، گروه باید همه تلاش خود را به کار گیرد تا تدریسی موفق ارائه دهد. حضور میهمانان به گروه کمک می‌کند تا با دیدگاه‌های دیگران آشنا شوند و کار خود را بهبود دهند. اگر در مرتبه دوم به نتیجه نرسید می‌توان فرایند را ادامه داد.

در ارزیابی کل فرایند و نهایی کار لازم است در نشستی هرکدام از اعضای گروه به چیزهایی که از مشارکت با دیگران آموخته‌اند بپردازد و آن‌ها را با دیگر اعضا در میان بگذارد و احساسات و عواطف و برداشت‌ها و آموخته‌های خود از کار با گروه و پروژه درس پژوهی را شرح دهد. مدیر گروه با فراهم آوردن فضایی صمیمی می‌تواند با پرسیدن پرسش‌هایی درباره «ایده‌های حاصل»، «موارد تأمل برانگیز کار» و «تصمیم اجرایی کننده آموخته‌ها» از همکاران بخواهد تا نظرها و احساسات خود را برای گروه شرح دهند. در این نشست محدودیت‌ها و مشکلات اجرایی پیش رو مورد بررسی قرار می‌گیرد. مسائلی مانند این‌که در سال آینده برنامه را از چه زمانی باید آغاز کرد؟ چه پیش‌نیازها و تجهیزاتی برای اجرا در سال بعد نیاز است؟ و در ادامه پیشنهادهایی برای برطرف کردن آن‌ها مطرح می‌شود. در این نشست گروه به بررسی قوت‌ها و ضعف‌های پروژه درس پژوهی می‌پردازد و لازم است بی‌پرده و با نهایت احترام مسائل طرح شوند. تهیه گزارش، عکس و فیلم از این جلسه مانند بقیه مراحل ضروری است. دعوت از حامیان که گروه را تا پایان همراهی کرده‌اند مفید است. توجه داشته باشید که در این بازنگری، پروژه درس پژوهی مانند یک کل

ارزیابی می‌شود و تمرکز بر روی اجزا صورت نمی‌گیرد. دستاوردهای این نشست مقدمه‌ای برای برنامه‌ریزی درس-پژوهی‌های آینده است.

در پایان کار نوشتن گزارش پژوهش نیز بسیار مهم است و می‌توان در انواع قالب‌ها با توجه به نیاز آن‌ها را نوشت و منتشر کرد (مدیریت آموزش و پرورش ناحیه ۴ شیراز، بی‌تا).

پژوهش در عملیات یا تحقیق در عملیات

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش در عملیات

اهداف یادگیری

- آشنایی با مبانی روش پژوهش در عملیات
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری پژوهش در عملیات
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده‌های پژوهش در عملیات
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌های پژوهش در عملیات

مقدمه

از «پژوهش در عملیات» به عنوان تجزیه و تحلیل ریاضی و علمی یک فرایند یا عملیات به منظور تصمیم‌گیری یاد می‌شود. در این فصل به معرفی روش پژوهش در عملیات و چگونگی اجرای آن پرداخته می‌شود.

۳۰-۱. مفهوم پژوهش در عملیات

در سال ۱۹۴۱ و در خلال جنگ جهانی دوم، ارتش انگلستان از گروهی از دانشمندان خواست تا درباره مسائل تاکتیکی، استراتژیک و مؤثرترین روش استفاده از منابع محدود نظامی پژوهش کنند. از جمله مسائل مورد پژوهش، مطالعه کارایی بمب‌افکن‌های جدید و رادارهای اختراع شده بود. این گروه علمی به عنوان اولین شکل رسمی از «پژوهش در عملیات» معرفی شده است. نام «پژوهش در عملیات» نیز به مناسبت پرداختن این گروه به پژوهش در مورد عملیات نظامی بود. اگر آغازگر این روش انگلستان بود ولی خیلی زود رهبری این رشته در حال رشد از آن ایالات متحده آمریکا شد و نخستین روش ریاضی مورد استفاده و مورد پذیرش عموم در این روش، به عنوان روش سیمپلکس نام گرفت که در سال ۱۹۴۷ توسط ریاضیدان آمریکایی جورج دانتزیک به وجود آمد.

عبارت «پژوهش در عملیات» ترجمه Operations Research (OR) است که در منابع مختلف به اسامی «تحقیق عملیات»، «تحقیق در عملیات» نیز ترجمه شده است. مفهوم دیگری هم بنام پژوهش عملیاتی معادل Operational Research وجود دارد. وجود چند عبارت به ظاهر متفاوت ممکن است ابهاماتی برای خواننده ایجاد کند. در جامعه علمی و دانشگاهی ایران بیشتر دو عبارت «تحقیق در عملیات» و «پژوهش عملیاتی» استفاده می‌شود. طوری که در رشته‌های «مهندسی صنایع و ریاضی» به عنوان درس یا حتی گرایش «تحقیق در عملیات» و در رشته‌های مربوط به مدیریت اغلب با عنوان «پژوهش عملیاتی» دیده می‌شود. دو عبارت تحقیق در عملیات و پژوهش عملیاتی به صورت مترادف به کار می‌روند. واژه عملیاتی در عبارت «پژوهش عملیاتی» همان نقش صفتی است که واژه‌های «تاریخی، پیمایشی و تطبیقی» در پژوهش‌های «تاریخی، پیمایشی و تطبیقی» بر عهده دارند و آن را به عنوان یک نوع روش پژوهش معرفی می‌کند. البته در مواردی «تحلیل سیستم، علوم مدیریت و تصمیم‌گیری» با تحقیق در عملیات مقایسه می‌شوند و این باعث می‌شود برخی آن را چیزی بیش از یک روش پژوهش بدانند. برخی کارشناسان اعتقاد دارند که عبارت «پژوهش در عملیات» یا همان «تحقیق در عملیات» مناسب‌تر از عبارت «پژوهش عملیاتی» است (امیدوار، ۱۳۸۴).

از اواسط دهه پنجاه به بعد تعاریف متعددی از «پژوهش در عملیات» توسط انجمن‌های تخصصی «پژوهش در عملیات» و «نویسندگان» ارائه شده است اما هنوز تعریف واحدی از آن وجود ندارد. اما شاید ساده‌ترین و قابل فهم‌ترین تعریف مربوط به دالنباخ و جرج (۱۹۷۸) باشد که آن را «مجموعه‌ای از فن‌ها و ابزارهای ریاضی به همراه نگرشی سیستمی برای حل مسائل تصمیم‌گیری عملی در حوزه‌های مختلف» معرفی می‌کنند. در مجموع این روش می‌تواند به عنوان رویکردی علمی برای تصمیم‌گیری تعریف شود که رویکرد آن پشتیبانی از حل مسائل واقعی در حوزه‌های کاربردی متنوع با استفاده از «مدل‌سازی ریاضی و کامپیوتری» است (امیدوار، ۱۳۸۴؛ لاس و روزن‌وین^۱، ۱۹۹۷). هدف «پژوهش

در عملیات» را می‌توان در حل مسائل «عملیاتی»، «عملیات سیستم‌های شامل انسان، ماشین، مواد، انرژی، اطلاعات و پول» و «تصمیم‌گیری» خلاصه کرد. «عملیات» مجموعه‌ای از چند عمل یا وظیفه مستقل در ارتباط با امور مختلف است که در ساختاری منسجم با هم، عملی در راستای اهداف بزرگ‌تر انجام می‌دهند (ساعتی^۱، ۱۹۸۸).

۳۰-۲. گستره پژوهش در عملیات (OR)

تحقیق در عملیات (OR) دانشی برای استفاده از روش‌های تحلیلی توسعه‌یافته برای کمک به تصمیم‌گیری بهتر است. تحقیق در عملیات با استفاده از روش‌هایی نظیر «مدل‌سازی ریاضی» به مدیران در تحلیل شرایط پیچیده و اتخاذ تصمیم بهتر کمک می‌کند. این روش بر «مجموعه داده‌های پیچیده، در نظر گرفتن محدودیت‌ها و شرایط موجود، پیش‌بینی دقیق نتایج و ارزیابی ریسک و به‌کارگیری پیشرفته‌ترین روش‌ها و ابزارهای تصمیم‌گیری» تأکید دارد.

تحقیق در عملیات شاخه‌ای میان‌رشته‌ای از ریاضیات است که برای یافتن نقطه بهینه در مسائل بهینه‌سازی، از گرایش‌هایی مانند «برنامه‌ریزی ریاضی، آمار و طراحی الگوریتم‌ها» استفاده می‌کند. یافتن نقطه بهینه بر اساس نوع مسئله مفاهیم مختلف دارد و در تصمیم‌سازی‌ها استفاده می‌شود. مسائل تحقیق در عملیات بر بهینه‌سازی (مانند سود بیشتر، سرعت خط تولید بالاتر یا پهنای باند بیشتر) یا کمینه‌سازی (مانند هزینه کمتر یا کاهش ریسک) با استفاده از یک یا چند قید، تمرکز دارند. ایده اصلی تحقیق در عملیات یافتن بهترین پاسخ برای مسائل پیچیده‌ای است که با زبان ریاضی مدل‌سازی شده‌اند و باعث بهبود یا بهینه‌سازی عملکرد یک سامانه می‌شوند.

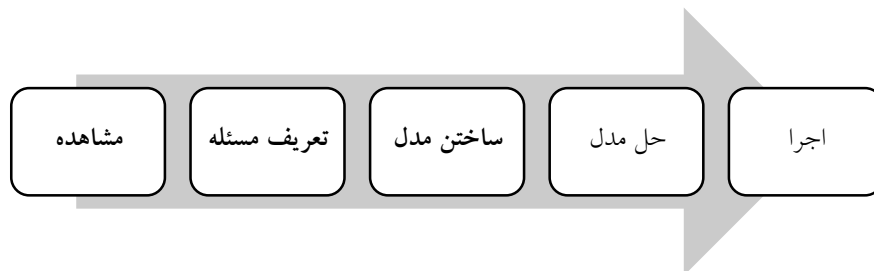
تحقیق در عملیات معمولاً در قالب عناوینی چون «علم مدیریت، روش‌های مقداری، تحلیل مقداری و علم تصمیم‌گیری» رویکردی علمی برای حل مسائل مدیریتی و کمک به مدیران، جهت تصمیم‌گیری بهتر فراهم می‌کند. این روش بر مجموعه‌ای از فنون ریاضی تأکید دارد که یا در حوزه علم مدیریت توسعه‌یافته‌اند یا از سایر رشته‌های علوم همانند ریاضی، تجربی، آمار و مهندسی اقتباس شده‌اند. تحقیق در عملیات از زیرشاخه‌های ریاضیات کاربردی است و جنبه‌های کاربردی آن در مهندسی صنایع نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. ریاضیات کاربردی به متخصصان امکان می‌دهد تا جنبه‌های نظری تحقیق در عملیات را بررسی کرده و آن را گسترش دهند و توانایی ایجاد و توسعه تحقیق در عملیات را فراهم کنند. باید به خاطر داشت که تحقیق در عملیات چیزی بیش از مجموعه‌ای از فنون ریاضی است. این علم نیز همانند سایر علوم با مسائل و مشکلات به طریق منطقی برخورد می‌کند. نگاه این روش به مسائل مدیریتی یک نگاه نظام‌مند و منطقی با استفاده از روش‌های تحلیلی توسعه‌یافته، برای کمک به تصمیم‌گیری بهتر در انواع سازمان‌ها است. تحقیق در عملیات با روش‌هایی مانند «مدل‌سازی ریاضی» به تحلیل شرایط پیچیده و دستیابی مدیران اجرایی به تصمیم‌های مناسب‌تر و بهبود سیستم کمک می‌کند (آذر، ۱۳۹۲).

ابزارهای اصلی استفاده‌شده توسط تحقیق در عملیات شامل «مدل‌سازی ریاضی، بهینه‌سازی، آمار، نظریه گراف، نظریه بازی‌ها، نظریه صف، آنالیز تصمیم‌گیری و شبیه‌سازی» است. به دلیل ماهیت محاسباتی با علوم کامپیوتر پیوند دارد و تحلیل‌گر اغلب از نرم‌افزارها یا کدهای اختصاصی مربوط به آن استفاده می‌کند. نرم‌افزارهای تجاری تحقیق در

عملیات اغلب با عنوان ابزارهای حل مسئله شناخته می‌شوند و قابلیت استفاده در نرم‌افزارها و کدهای خود نوشته را دارا هستند.

۳-۳۰. مراحل اجرای «پژوهش در عملیات»

فرایند اجرای «پژوهش در عملیات» با مراحل مختلفی گزارش شده است که یکی از رایج‌ترین آن‌ها در شکل ۱-۳۰ معرفی شده است.



شکل ۱-۳۰. فرایند اجرای «پژوهش در عملیات»

مراحل معرفی شده را می‌توان با جزئیات در جدول ۱-۳۰ مرور کرد.

جدول ۱-۳۰. فرایند اجرای روش «پژوهش در عملیات»

ردیف	مراحل	توضیح
۱	مشاهده	هر سیستم به‌طور مداوم در معرض مسائل و مشکلاتی است که مانع رسیدن آن به اهداف خود می‌شوند. مدیر باید با مشاهده عوامل موجود و روابط بین آن‌ها آسیب‌شناسی کرده و به تعریف مسئله دست یابد.
۲	بیان مسئله	در صورت ایجاد مسئله در سازمان، باید آن را با دقت و تمرکز بر همه جوانب تعریف کرد. تعریف نادرست مسئله می‌تواند موجب ساده‌انگاری و نرسیدن به راه‌حل مناسب آن باشد.
۳	ساختن مدل	مدل در این روش، بیان خلاصه و روشن از یک مسئله در دنیای واقعی و سازمانی است. مدل می‌تواند در قالب یک‌شکل یا نمودار باشد. اما اغلب در OR مدل شامل مجموعه‌ای از روابط ریاضی بیان‌کننده توابع هدف و محدودیت‌های موجود است.
۴	حل مدل	مسئله فرموله شده در قالب یک مدل OR باید با استفاده از الگوریتم‌ها و فنون پژوهش در عملیات حل شود و جواب بهینه به‌دست آید. اغلب برای حل مسائل OR از نرم‌افزار استفاده می‌شود.
۵	اجرا	جواب حاصل از حل مدل، اطلاعاتی را برای کمک به تصمیم‌گیری بهتر مدیر ارائه می‌کند. البته مدیر باید نتایج حاصل از حل مدل را با تفکر و تعمق مدیریتی و ترکیب آن با نظر مشاوران مورد استفاده قرار دهد.

۴-۳۰. مدل‌سازی در «پژوهش در عملیات»

مدل‌های «پژوهش در عملیات» در حالت کلی به‌صورت ارائه‌شده در شکل ۲-۳۰ هستند.

$$\begin{aligned} \max z &= f(x_1, \dots, x_n) \\ s. t. \quad g_i(x_1, \dots, x_n) &\leq b_i \quad \forall i = 1..m \\ x_i &\geq 0 \end{aligned}$$

شکل ۲-۳۰. حالت کلی برای ارائه مدل‌های «پژوهش در عملیات»

در این شکل $f(x)$ «تابع هدف مسئله» و مفهومی است که می‌خواهیم بیشترین یا کمترین مقدار آن را به‌دست آوریم. در مسائل واقعی «حداکثرسازی سود، حداقل‌سازی زیان، کوتاه کردن زمان انجام کار، کاهش ضایعات، افزایش کیفیت و امثال آن» از مفاهیمی هستند که در قالب توابع هدف در مدل‌های «پژوهش در عملیات» نشان داده می‌شوند. معادله

$G_i(x) \leq b_i$ نیز بیانگر قیودی است که مسئله با آن مواجه می‌باشد و تابع هدف باید به گونه‌ای حداکثرسازی شود که قیود هم برقرار باشند. قیود ناشی از محدودیت‌های منابعی چون «نیروی انسانی، منابع مالی، فیزیکی و امثال آن» است. برای درک بهتر از مسائل «پژوهش در عملیات» و «فرایند مدل‌سازی» به یک نمونه توجه کنید. برفرض اینکه یک تولیدکننده میز و صندلی برای تولید محصولاتش از «نیروی انسانی، چوب و چرم» استفاده می‌کند؛ سود هر میز ۵۰۰ واحد و سود هر صندلی ۲۰۰ واحد است. منابع مورد استفاده برای تولید هر میز و صندلی و میزان کل منابع در دسترس به شرح جدول ۲-۳۰ خواهد بود.

جدول ۲-۳۰. منابع نمونه برای مدل‌سازی «پژوهش در عملیات»

ردیف	منابع لازم	میز	صندلی	منابع در دسترس
۱	نیروی انسانی	۵ نفر ساعت	۳ نفر ساعت	۲۰۰ نفر ساعت
۲	چوب	۲ مترمربع	۱ مترمربع	۵۰۰ مترمربع
۳	چرم	۱ مترمربع	۰,۵ مترمربع	۳۰۰ مترمربع
۴	سود	۵۰۰	۱۰۰	

این تولیدکننده با توجه به محدودیت منابع موجود با این مسئله مواجه است که با تولید چند عدد میز و چند عدد صندلی می‌تواند حداکثرسازی سود را انجام دهد. این مسئله یک نمونه ساده از برنامه‌ریزی تولید است که در تمام کارخانه‌ها و کارگاه‌های تولیدی مصداق دارد. تعیین ترکیب تولید بهینه موضوعی نیازمند مدل‌سازی است و در مسائل با ابعاد واقعی به صورت ذهنی قابل حل نیست. مدل‌سازی مسئله مورد اشاره دارای گام‌هایی به شرح جدول ۳-۳۰ است.

جدول ۳-۳۰. گام‌های مدل‌سازی برای نمونه کارگاه تولید میز و صندلی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	تعریف متغیر تصمیم	تعریف X_1 برابر با تعداد میز تولید شده و X_2 را برابر با تعداد صندلی تولید شده
۲	تعریف تابع هدف	از آنجاکه هدف مسئله ماکزیم کردن سود است لذا تابع سود در این مسئله برابر با $Z = 500X_1 + 100X_2$ است که باید حداکثرسازی شود.
۳	تعریف قیود	ارائه تعریف به ازای هر منبع با توجه به محدودیت منابع در دسترس است. برای منبع نیروی انسانی قید $X_1 + 3X_2 \leq 200$ تعریف می‌شود که نشان می‌دهد کل نیروی انسانی استفاده شده برای تولید میز و صندلی نباید بیشتر از ۲۰۰ باشد. به طور مشابه قیود مربوط به چوب و چرم نیز تعریف می‌شود.
۴	تعیین محدودیت-های علامتی	یعنی متغیرهای تصمیم چه نوع اعدادی با چه علامتی هستند. متغیرهایی با اعداد حقیقی، صحیح یا صفر و یک در انواع کاربردها تعریف می‌شوند.
۵	ارائه مدل ریاضی	مدل ریاضی این مسئله به این شکل می‌شود: $\begin{aligned} \max z &= 500X_1 + 100X_2 \\ 5X_1 + 3X_2 &\leq 200 \\ 2X_1 + X_2 &\leq 500 \\ X_1 + 0.5X_2 &\leq 300 \\ X_1 &\geq 0, X_2 &\geq 0 \end{aligned}$

مدل ارائه شده در جدول فوق، یک نمونه ساده از مدل برنامه‌ریزی خطی LP و قابل حل با الگوریتم سیمپلکس است. هرچند مسئله مورد اشاره دارای ۲ متغیر و ۳ قید و به راحتی و به صورت دستی با الگوریتم سیمپلکس قابل حل است؛ اما مسائل واقعی بسیار بزرگ‌تر و گاهی دارای چند هزار قید و متغیر هستند که لازم می‌شود با نرم‌افزارهای

تخصصی به حل مدل‌های ریاضی آن‌ها پرداخته شود. برخی از مهم‌ترین نرم‌افزارهای حل مسائل برنامه‌ریزی ریاضی در جدول ۳۰-۴ معرفی شده است.

جدول ۳۰-۴. برخی از مهم‌ترین نرم‌افزارهای حل مسائل برنامه‌ریزی ریاضی

ردیف	نرم‌افزار	توضیح
۱	WINQSB	نرم‌افزاری ساده و قابل استفاده برای دانشجویان که امکان اجرای انواع مدل‌های «پژوهش در عملیات» را در کاربردهای مختلف با روش ساده و بدون نیاز به برنامه‌نویسی فراهم می‌کند.
۲	LINGO و LINDO	دو نرم‌افزار دارای زبان کد نویسی برای معرفی مدل ریاضی که مدل‌های ریاضی را با solver های حل برنامه‌ریزی ریاضی حل می‌کنند. رابط کاربری آن‌ها امکان نوشتن مدل‌های برنامه‌ریزی ریاضی به فرم بسته با تشکیل ماتریس ضرایب تابع هدف و قیود توسط خود نرم‌افزار را فراهم می‌کند.
۳	GAMS	نرم‌افزاری قدرتمند و دارای رابط کاربری قوی برای تعریف مدل است که امکان استفاده از انواع solver های ریاضی را فراهم می‌کند. این نرم‌افزار دارای زبان کدنویسی مخصوصی است که نوشتن مدل‌های با ابعاد بزرگ را به فرم بسته امکان‌پذیر می‌کند.
۴	AIMMS	از قوی‌ترین نرم‌افزارهای مربوط به «پژوهش در عملیات» که امکان ایجاد فرم‌های کاربری برای ورود اطلاعات، اجرای مدل‌ها و نمایش نتایج را فراهم می‌کند.

۳۰-۵. انواع مسائل برنامه‌ریزی ریاضی

با توجه به اینکه مدل‌های ریاضی شامل چه نوع متغیرهایی هستند مدل‌های با متغیرهای حقیقی، صحیح یا صفر و یک یا مدل‌های مختلط قابل تعریف است. همچنین تابع هدف و قیود ممکن است خطی یا غیرخطی باشند که انواع مدل‌های برنامه‌ریزی خطی و برنامه‌ریزی غیرخطی را شکل می‌دهند.

۳۰-۶. کاربردهای مدل‌سازی ریاضی

ازجمله کاربردهای مدل‌سازی ریاضی می‌توان به مواردی به شرح جدول ۳۰-۵ اشاره کرد.

جدول ۳۰-۵. انواع کاربردهای مدل‌سازی ریاضی برای پژوهش در عملیات

ردیف	انواع	توضیح
۱	برنامه‌ریزی تولید	مدل‌های برنامه‌ریزی تولید به منظور تعیین ترکیب بهینه تولید با توجه به محدودیت منابع در دسترس تعریف می‌شوند به گونه‌ای که سود حاصل از تولید محصولات حداکثر شود.
۲	برنامه‌ریزی حمل و نقل	بهینه‌سازی حمل و نقل کالاها از مبادی عرضه‌کننده مانند کارخانه به محل‌های تقاضا مانند فروشگاه‌ها به‌ویژه زمان محدود بودن عرضه و تقاضا است. بنابراین انتخاب نوع ناوگان حمل و نقل (کامیون، وانت و امثال آن) با توجه به میزان تقاضای از مبدأ تا مقصد با رویکرد حداقل سازی هزینه حمل مورد توجه قرار می‌گیرد.
۳	زمان‌بندی بهینه	بهینه‌سازی زمان‌بندی در اموری مانند «حرکت قطارها، هواپیماها، مترو» و «زمان‌بندی امتحانات در دانشگاه» و «زمان‌بندی نوبت‌های کاری بر اساس تراکم مراجعین در ساعات مختلف» است. در این مسائل برنامه زمانی فعالیت‌ها با تأکید بر انجام کارها در کمترین زمان ممکن بدون اتلاف وقت و بدون تداخل خواهد بود.
۴	تخصیص بهینه منابع	بهینه‌سازی تخصیص منابعی مانند «بودجه، نیروی انسانی، تجهیزات و امثال آن» از سازمان به واحدها یا شعب خود با حداکثرسازی ارزش کلی کسب‌شده از آن‌ها است.
۵	برنامه‌ریزی کلاسی	تعیین بهینه مؤلفه‌های «دانشجو، کلاس، استاد و درس» با یک دسته از قیود به منظور بهینه‌سازی برنامه‌های کلاسی در نظام‌های آموزشی است. برای نمونه ممانعت از مواردی که یک استاد هم‌زمان در دو کلاس یا یک دانشجو هم‌زمان در دو کلاس درس نداشته باشد و یا در یک کلاس هم‌زمان دو درس تعریف نشده باشد و ظرفیت کلاس با تعداد

		دانشجویان درس مطابقت داشته باشد. این‌ها قیود لازم‌الاجرا و قیودی مانند کاهش زمان بین تشکیل کلاس‌ها و استفاده بهینه از ظرفیت کلاس‌ها برای خالی نبودن، قیود بهینه‌ساز هستند.
۶	برش بهینه	در بسیاری از برش‌های صنعتی، برای بهینه‌سازی برش ورق‌های فولادی یا پارچه در ابعاد مختلف به دنبال مدلی هستیم که نشان دهد تا ورق‌ها یا پارچه‌ها چگونه چیده و برش داده شوند تا ضایعات برش حداقل باشد.
۷	سنجش کارایی واحدهای صف	از مدل‌های برنامه‌ریزی خطی با عنوان مدل‌های تحلیل پوششی داده‌ها برای ارزیابی عملکرد و سنجش کارایی واحدهای صف سازمان‌ها مانند واحدهای استانی یا شعب استفاده می‌شود. کارایی به صورت خروجی به ورودی تعریف می‌شود و واحد کارتر، با ورودی‌های کمتر، خروجی‌های بیشتری تولید می‌کند. از این روش برای سنجش کارایی و رتبه‌بندی واحدهای صفی مانند شعب بانک، بیمه، واحد دانشگاهی و مدارس استفاده می‌شود.
۸	بهینه‌سازی مسائل با ساختار شبکه‌ای	مدل‌سازی ریاضی می‌تواند برای حل بسیاری از مسائل دارای ساختار شبکه‌ای به کار رود. مسائلی مانند «تعیین کوتاه‌ترین مسیر، تعیین بیشترین جریان قابل عبور از شبکه توزیع آب یا گاز، بهینه‌سازی ترافیک در خیابان‌ها و امثال آن» از این دست بهینه‌سازی مسائل شبکه‌ای هستند.
۹	تعیین جیره غذایی بهینه	مدل‌سازی ریاضی برای تعیین جیره غذایی دام با حداقل نیاز روزانه دام به «پروتئین‌ها، ویتامین‌ها، چربی‌ها و دیگر مواد مغذی» در دامداری‌ها و ترکیب جیره غذایی با کمترین هزینه
۱۰	تعیین الگوی مناسب کشت	اینکه در چه استانی چه نوع محصولی و به چه میزان کاشته شود تا بر اساس محدودیت‌های منابع موجود و شرایط آب‌وهوایی، بیشترین محصول ممکن به دست آید.

موارد مورد اشاره بخش کوچکی از کاربردهای متنوع مدل‌سازی ریاضی است. درواقع هر جا که بخواهیم تصمیمی بهینه از بین گزینه‌های مختلف و در برخی مواقع بی‌شمار اتخاذ کنیم، می‌توان از مدل‌سازی ریاضی کمک گرفت (مهرگان، ۱۳۹۲).



روش پژوهش داده کاوی

هدف کلی: آشنایی با روش کشف دانش و داده کاوی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش داده کاوی
- آشنایی با ملاحظات نمونه گیری در روش داده کاوی
- آشنایی با ملاحظات جمع آوری داده ها در روش داده کاوی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته های داده کاوی

مقدمه

داده‌کاوی به کشف الگوها یا مدل‌های مخفی موجود در بانک‌های اطلاعاتی یا پایگاه داده‌ها اشاره دارد. در این فصل به معرفی روش داده‌کاوی و فرایند اجرای آن پرداخته خواهد شد.

۳۱-۱. آشنایی با مفهوم داده‌کاوی

فلسفه داده‌کاوی این است که آینده بسیار به گذشته شبیه است. داده‌کاوی به شناخت امور مختلف از جمله رفتار کسب‌وکار خود در گذشته و پیش‌بینی آینده با تقریب بالا بر اساس آن کمک می‌کند. این روش فضای حاکم بر امور موردبررسی را شفاف و زمینه تصمیم‌گیری واقع‌بینانه‌ای را فراهم خواهد کرد. «داده‌کاوی» ترجمه عبارت «Data Mining» و به معنای «کاویدن از معادن داده» یا استخراج اطلاعات گران‌بها از حجم عظیم معادن داده است. کلمه Mining در معنای ضمنی خود یعنی «استخراج از معدن» به کار می‌رود و درواقع عبارت Data Mining نشان می‌دهد که حجم انبوه اطلاعات مانند یک معدن عمل می‌کند و از ظاهر آن مشخص نیست چه عناصر گران‌بهایی در عمق این معدن وجود دارد. تنها با کندوکاو و استخراج این معدن است که می‌توان به آن عناصر گران‌بها دست پیدا کرد. برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های روش داده‌کاوی در جدول ۳۱-۱ معرفی شده است (نشریه دایکه، ۱۳۹۷).

جدول ۳۱-۱. مهم‌ترین ویژگی‌های روش داده‌کاوی

ردیف	ویژگی‌ها
۱	شاخه توسعه یافته و پیچیده از علم آمار و دارای سازوکارهایی فراتر از علم آمار
۲	تأکید بر تحلیل و مدل‌سازی از حجم انبوه داده‌ها
۳	تأکید بر دستیابی به اطلاعات پنهان و ارزشمند موجود در داده‌ها به کمک هوش مصنوعی و شیوه‌های خودکار
۴	کشف خودکار الگوهای ناشناخته در درون داده‌ها
۵	حل مسئله به کمک داده‌های موجود
۶	فرایند گروه‌گروه کردن مجموعه‌ای از افراد، اشیاء یا موضوعات در طبقه‌هایی با ویژگی‌های مشابه
۷	استفاده از حداکثری از بانک‌های اطلاعات و پایگاه داده برای تولید دانش

کارشناسان اعتقاد دارند در نتیجه افزایش داده‌ها و بالارفتن حجم آن‌ها در پایگاه‌های داده، داده‌های گردآوری شده در مخازن داده به گورهای داده مبدل شده‌اند. این امر باعث افزایش شکاف میان «داده و اطلاعات» شده است و در نتیجه به توسعه نظام‌مند ابزارهای داده‌کاوی برای تبدیل «گورهای داده» به «شمش‌های طلایی از داده‌ها» نیاز است. با پیشرفت سریع «فناوری اطلاعات» و رشد انفجاری تولید «داده» همراه با ظرفیت‌های گردآوری و ذخیره‌سازی آن‌ها، پایگاه داده‌های بسیار بزرگی برای تراکنش‌های تجاری شکل گرفته‌اند. همه‌روزه حجم عظیمی از داده‌های علمی در زمینه‌های گوناگون تولید می‌شوند. داده‌کاوی با روش‌ها و نرم‌افزارهایی به خودکارسازی تحلیل‌ها و اکتشاف مجموعه داده‌های بزرگ و پیچیده در راستای حل مسائل می‌پردازد. پژوهش‌ها در زمینه داده‌کاوی در گستره وسیعی از موضوعات شامل «آمار، علوم کامپیوتر، یادگیری ماشین، مدیریت پایگاه داده و بصری‌سازی داده‌ها» نبال می‌شود.

داده‌کاوی به تبدیل داده‌ها به اطلاعات و دانش کمک می‌کند. بشر از اطلاعات و دانش برای گستره وسیعی از کاربردها، از تحلیل بازار گرفته تا تشخیص بیماری‌ها، کشف کلاهبرداری و پیش‌بینی قیمت سهام استفاده می‌کند. این کاربردها را می‌توان در محورهای به شرح جدول ۳۱-۲ دسته‌بندی کرد.

جدول ۳۱-۲. محورهای کاربردی داده‌کاوی

ردیف	محورها
۱	پیش‌بینی خودکار گرایش‌ها و رفتارهای انسانی با استفاده از داده‌های ژنوم انسانی و دیگر رفتارها
۲	تحلیل تراکنش‌های کسب‌وکار برای اتخاذ تصمیم‌های اثربخش‌تر در حال و آینده
۳	تحلیل داده‌های شخصی و پزشکی برای گروه‌بندی و طبقه‌بندی بر اساس اهداف خاص
۴	تحلیل داده‌های علمی برای رسیدن به نتایج و الگوهای جدید یا نوآورانه در امور خاص
۵	تحلیل انواع تصاویر و ویدئوهای نظارتی برای اتخاذ تصمیم‌های بهره‌ورانه در حوزه مربوطه
۶	تحلیل داده‌های مربوط به رقابت‌های ورزشی مانند اطلاعات بازی و بازیکنان برای کسب نتیجه
۷	تحلیل داده‌های برگرفته از گزارش‌ها و اسناد متنی برای کشف واقعیت‌های پنهان
۸	تحلیل داده‌ها در فضای وب با هدف جذب مخاطب بیشتر و افزایش اثرگذاری بر آنها

۳۱-۲. فرایند اجرای داده‌کاوی

فرایند اجرای داده‌کاوی به‌عنوان یک روش پژوهش را می‌توان در قالب فرایندی به شرح جدول ۳۱-۳ مرور کرد.

جدول ۳۱-۳. فرایند اجرای روش داده‌کاوی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش بر اساس بروز نقص یا مشکل در کار یا فرایندهای کاری
۲	نمونه‌گیری	انتخاب پایگاه‌های داده مرتبط با موضوع
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری داده‌ها از پایگاه‌های داده‌های منتخب
۴	تحلیل یافته‌ها	کاوش درون داده‌های جمع‌آوری‌شده و رسیدن به الگوهای منطقی و مناسب برای رفع مسئله
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از تحلیل یافته‌ها و ارائه پیشنهاد

۳۱-۳. طراحی پژوهش

در فرایند اجرای داده‌کاوی، گام نخست مواجهه با مشکل یا مسئله است. وقتی در فرایند اجرای کار، مسئله به‌خوبی شناسایی شد؛ بر اساس آن اهداف و سؤالات تنظیم می‌شوند. در ادامه پژوهشگر باید مشخص کند که با چه نوع داده‌های مرتبطی می‌توان با مکانیزم‌های الگوسازی از داده‌ها به رفع مسئله یا بهبود فرایند کمک کرد. طراحی اثربخش پژوهش به تسهیل فرایند اجرا در گام‌های بعدی کمک مؤثری خواهد کرد.

۳۱-۴. ملاحظات نمونه‌گیری

مبنای کار در روش داده‌کاوی، استفاده از داده‌های حجیم یا انواع بانک‌های اطلاعاتی یا پایگاه داده است. بنابراین در این گام باید به شناسایی انواع پایگاه داده موجود و مرتبط با موضوع بررسی پرداخت. در این روش و در گام نخست،

شناسایی و بررسی امکان دسترسی به انواع پایگاه داده اثربخش در طراحی مدل برای رفع مسئله ایجادشده در فرایند کاری موردتوجه قرار خواهد گرفت.

۳۱-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده

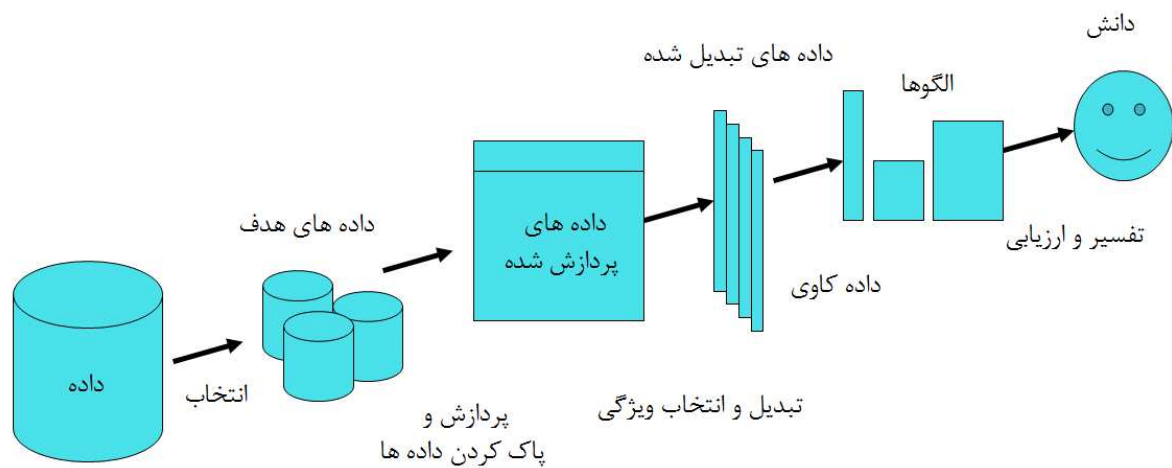
در این مرحله به جمع‌آوری داده‌ها از انواع بانک‌های اطلاعاتی یا پایگاه داده مشخص شده در مرحله نمونه‌گیری پرداخته خواهد شد. در این مرحله داده‌های در یک قالب کلی ساماندهی خواهند شد.

۳۱-۶. ملاحظات تحلیل یافته‌ها

این مرحله مهم از روش داده‌کاوی همان گام «کشف دانش از داده» یا «استخراج اطلاعات و دانش» از داده‌های جمع‌آوری شده است. فرایند تحلیل یافته‌ها را می‌توان در چند گام اساسی «پاک‌سازی داده‌های خام، یکپارچه‌سازی داده، انتخاب داده، تبدیل داده، کاوش داده، ارزیابی مدل و ارائه دانش»^۱ به شرح جدول ۳۱-۴ مرور کرد.

جدول ۳۱-۴. مراحل تحلیل یافته‌ها یا فرایند بازگشتی در روش داده‌کاوی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	پاک‌سازی داده	حذف داده‌های اضافی یا نامربوط (نویز یا نوفه) و داشتن تدبیری برای داده‌های باارزش ازدست‌رفته ^۲
۲	یکپارچه‌سازی داده	یکپارچه کردن داده‌های منابع گوناگون در یک «انبار داده» برای امکان انتخاب هدفمند از میان آن‌ها
۳	انتخاب داده	انتخاب داده‌های مرتبط از انبار داده‌ها برای تحلیل
۴	تبدیل داده	استانداردسازی داده‌های منتخب یا تبدیل داده‌های منتخب به شکلی قابل تحلیل
۵	کاوش داده	استخراج مدل‌های مهم و مبتنی بر روابط منطقی از درون داده‌های استانداردشده
۶	ارزیابی مدل	از جنبه‌های گوناگونی چون «دقت، صحت، قابلیت تعمیم و دیگر موارد»
۷	ارائه دانش	ارائه دانش کشف‌شده به شیوه قابل درک به کاربر از جمله بصری‌سازی با انواع نمودارها



شکل ۳۱-۱. فرایند تولید دانش از داده در فرایند داده‌کاوی

1. Data Cleaning, Data Integration, Data Selection, Data Transformation, Data Mining, Pattern Evaluation and Knowledge Representation
2. Missing Values

در گام کاوش داده‌ها برای ساخت الگو یا مدل، از «سیستم‌های پایگاه داده، آمار، مصورسازی، الگوریتم، یادگیری ماشین و امثال آن» استفاده می‌شود. با این ابزارها می‌توان انواع رویکردهای ایجاد الگو یا مدل را در دو شکل کلی «توصیفی» و «پیش‌بینانه» شناسایی کرد. چهار روش رایج در ایجاد مدل یا الگو به اسامی «طبقه‌بندی، خوشه‌بندی، رگرسیون و کاوش قواعد وابستگی»^۱ در ذیل دو دسته اصلی «توصیفی و پیش‌بینانه» در جدول ۳۱-۵ معرفی شده است (غضنفری، علیزاده و تیمورپور، ۱۳۸۷).

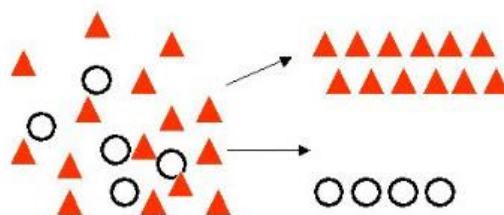
جدول ۳۱-۵. انواع رویکردهای ساخت مدل یا الگو در روش داده کاوی

ردیف	انواع	روش‌ها
۱	توصیفی	الف) طبقه‌بندی: خلاصه‌سازی و تأکید بر توصیف فشرده از داده‌ها در قالب انواع طبقه‌ها با ویژگی‌های مشترک
		ب) خوشه‌بندی: تقسیم داده‌ها با رویکرد مقداری و عددی در گروه‌های مشابه
۲	پیش‌بینانه	الف) رگرسیون یا پیش‌بینی: امکان پیش‌بینی تغییرات یک متغیر از روی متغیر دیگر
		ب) کاوش قواعد وابستگی: یا مدل‌سازی وابستگی و ایجاد مدلی برای توصیف وابستگی‌های معنی‌دار بین متغیرها

بااینکه نتیجه داده کاوی بسیار دقیق است اما برای تجزیه و تحلیل و تفسیر نتایج به تحلیل گران حرفه‌ای و متخصصان ماهر نیاز است. داده کاوی به الگوهای مشخص و روابط آن‌ها کمک می‌کند، اما برای کاربر اهمیت و ارزش این الگوها را بیان نمی‌کند. تصمیماتی از این قبیل بر عهده خود کاربر است. همچنین داده کاوی رابطه اتفاقی بین رفتارها یا متغیرها را تشخیص نمی‌دهد.

۳۱-۶-۱. ساخت مدل با رویکرد طبقه‌بندی

بخش اعظمی از دانش به صورت طبقه‌بندی قابل مدل‌سازی هستند. برای نمونه یک پزشک پس از معاینه یک مراجعه‌کننده، با مشاهده شرایط وی و انجام برخی اندازه‌گیری‌ها، او را در یکی از طبقه‌های سالم یا بیمار قرار می‌دهد.



شکل ۳۱-۲. نظام طبقه‌بندی برای مدل‌سازی

همین فرایند، با استفاده از کامپیوتر و الگوریتم‌های محاسباتی قابل پیاده‌سازی و شبیه‌سازی است. برای نمونه وقتی شما در فضای مجازی و در پلتفرم‌های خاصی به موضوعات یا محتواهای خاصی گرایش نشان می‌دهید، بسیاری از شبکه‌های اجتماعی شما را در گروه خاصی طبقه‌بندی کرده و تلاش می‌کنند تا موضوعات یا محتوای موردعلاقه شما را در معرض انتخاب شما قرار دهند. برای نمونه با جستجوی کتاب یا فیلم‌های خاصی در فیسبوک یا اینستاگرام، در صفحه اولیه گزینه‌های انتخابی پیشنهادی بر اساس علائق شما و دیگر افراد مشابه در طبقه شما تنظیم شده است. امروزه اغلب سازمان‌ها و نظام‌های شبکه‌ای تلاش می‌کنند تا مشتریان را طبقه‌بندی و برای هر طبقه، پیشنهادهای خاص و

مربوط به آن طبقه داشته باشند. یعنی اگر آمازون به شما یک کتاب رمان را برای خرید پیشنهاد کند، پس شما را در طبقه افراد «رمان‌خوان» یا علاقه‌مند به رمان»، طبقه‌بندی کرده است.

۳۱-۶-۲. ساخت مدل با رویکرد خوشه‌بندی

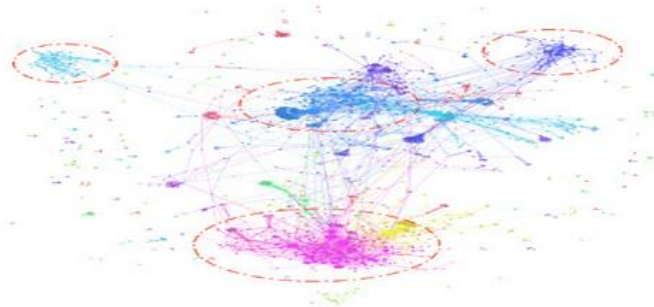
خوشه‌بندی ارتباط نزدیکی با طبقه‌بندی دارد. در روش «خوشه‌بندی، دسته‌بندی یا گروه‌بندی» نسبت به ایجاد دسته‌ها یا گروه‌ها بر اساس مقدار داده و نزدیکی آن با سایر داده‌ها در محدوده‌ای مشخص اقدام می‌شود. با این شکل داده‌ها دیگر به صورت مقادیر پیوسته نخواهند بود بلکه به شکل «گسسته» و در قالب «گروه‌های عددی» نمایش داده خواهند شد. به این ترتیب می‌توان با شناسایی «میانگین، میانه یا مرزهای عددی در هر گروه» به شرح جدول ۳۱-۶ با رویکرد «هموارسازی محلی» به ایجاد الگوی خاص پرداخت.

جدول ۳۱-۶. انواع روش‌های تحلیل الگوهای خوشه‌بندی بر اساس هموارسازی محلی در داده‌کاوی

ردیف	انواع	توضیح
۱	میانگین	تأکید بر نمایش هر گروه با میانگین آن گروه
۲	ایجاد مرز	تعیین مقدار حداقل و حداکثر هر گروه به عنوان مرزهای آن گروه و نمایش گروه با مقادیر مرزی
۳	میانه	تأکید بر نمایش هر گروه با میانه آن گروه

وقتی داده‌ها در چند گروه یا خوشه تقسیم‌بندی می‌شوند، داده‌هایی که در هیچ‌کدام از خوشه‌ها نیستند را می‌توان داده‌های پرت فرض کرد.

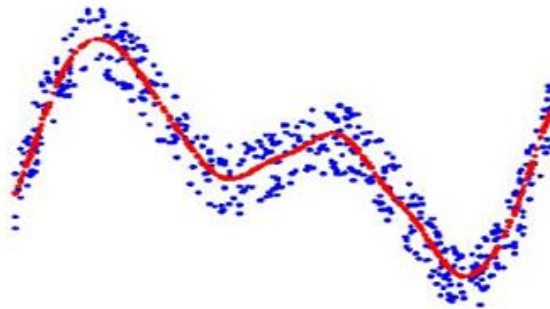
برای نمونه با فرمول ساده «شاخص توده بدنی یا BMI» و با تقسیم «وزن به کیلوگرم» بر «قد به توان دو بر اساس واحد متر» می‌توان افراد یک شهر را در سه گروه کلی «لاغر با نمرات کمتر از ۲۰»، «متناسب با نمرات ۲۰ تا ۲۵» و «چاق با نمرات بیشتر از ۲۵» خوشه‌بندی کرد. برای این منظور می‌توان الگوریتم محاسبه شاخص توده بدنی را به کامپیوتر داد و با استفاده از بانک‌های اطلاعاتی مشخص‌کننده قد و وزن در جامعه موردبررسی هر یک از افراد جامعه را در یک خوشه یا گروه مشخص قرار داد. برای این منظور با «الگوریتم خوشه‌بندی» در کامپیوتر و استفاده از بانک اطلاعاتی دارای داده‌های «وزن و قد» افراد می‌توان آن‌ها را در سه «خوشه یا گروه چاق، متناسب یا لاغر» قرار داد. افرادی که در یک خوشه قرار می‌گیرند، بیشترین شباهت را به یکدیگر دارند و درعین حال، میان اعضای دو خوشه، کمترین شباهت (بیشترین اختلاف) ممکن وجود دارد. برای انجام این عملیات، که نوعی از یادگیری غیر نظارت‌شده است، الگوریتم‌های متعددی ارائه شده‌اند، که تعدادی از آن‌ها، مبتنی بر روش‌های الهام گرفته‌شده از طبیعت مانند شبکه‌های عصبی مصنوعی مانند شکل ۳۱-۴ هستند.



شکل ۳۱-۳. نظام خوشه‌بندی برای مدل‌سازی

۳۱-۶-۳. ساخت مدل با الگوی پیش‌بینی یا رگرسیون

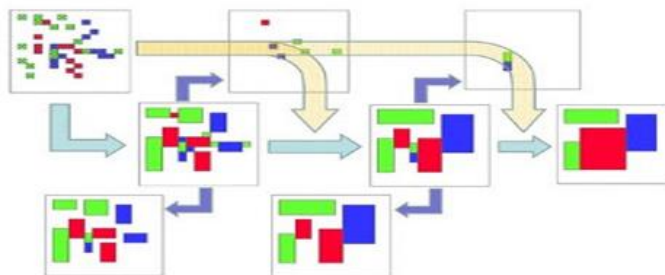
داده را می‌توان با انطباق رگرسیونی در یک ویژگی خاص هموار کرد. رگرسیون خطی بر «بهترین خط» قابل تطبیق برای دو متغیر تأکید دارد؛ به نحوی که مقدار یکی بتواند برای پیش‌بینی دیگری به کار رود. رگرسیون چندمتغیره خطی نیز توسعه‌یافته رگرسیون خطی و دارای بیش از دو متغیر با امکان تطبیق داده‌ها در یک سطح چندبعدی است. در رگرسیون برخلاف طبقه‌بندی و خوشه‌بندی، هدف از حل مسئله رسیدن به یک رابطه ریاضی، برای توصیف یک پدیده مانند «رابطه میان ساعت مراجعه به یک سایت، محل سکونت، سن، سرویس ایمیل مورد استفاده و مقدار سفارش انجام‌شده توسط یک کاربر» است.



شکل ۳۱-۴. الگوی پیش‌بینی یا رگرسیون برای مدل‌سازی

۳۱-۶-۴. کاوش قواعد وابستگی برای مدل‌سازی

کاوش قواعد وابستگی نیز نوع دیگری از مسائل مطرح‌شده در داده‌کاوی هستند، که کاربردهای فراوانی را در هوش تجاری و طراحی سیستم‌های پیشنهادگر دارند. برای نمونه اگر یک فروشنده باتجربه، بگوید که اگر فردی نان و پنیر را در سبد سفارش خود داشته باشد، حتماً شیر را نیز انتخاب خواهد کرد، یک قاعده مهم را بیان کرده است که بر مبنای آن، می‌توان تصمیم‌های زیادی گرفت. مثلاً می‌توان در چیدمان فروشگاه، تاحدامکان «نان، پنیر و شیر» در مجاورت یکدیگر باشند (تیک ۴، بی‌تا).



شکل ۳۱-۵. نظام کاوش قواعد وابستگی برای مدل‌سازی

۳۱-۷. ابزارهای داده‌کاوی

نرم‌افزارهای متعددی برای انجام پروژه‌های داده‌کاوی روانه بازار شده است که برخی از آن‌ها را می‌توان در جدول ۳۱-۷ مرور کرد.



جدول ۳۱-۷. انواع نرم‌افزارهای مورد استفاده برای پروژه‌های داده‌کاوی

ردیف	انواع	توضیح
۱	Carrot2	پلتفرمی برای خوشه‌بندی متن و نتایج جستجو
۲	Chemicalize.org	یک کاوشگر ساختمان شیمیایی و موتور جستجوی وب
۳	ELKI	یک پروژه تحقیقاتی دانشگاهی با تحلیل خوشه‌ای پیشرفته و روش‌های تشخیص داده‌های خارج از محدوده که به زبان جاوا نوشته شده است.
۴	GATE	یک پردازشگر زبان بومی و ابزار مهندسی زبان
۵	IBM SPSS Modeler	نرم‌افزار داده‌کاوی تولیدشده توسط IBM
۶	Oracle Data Mining	نرم‌افزار داده‌کاوی تولیدشده توسط شرکت اوراکل
۷	Microsoft Analysis Services	نرم‌افزار داده‌کاوی تولیدشده توسط مایکروسافت

۳۱-۸. یک نمونه اجرای فرایند داده‌کاوی در کسب‌وکار

بر اساس این رویکرد، فرایند حل مسئله با کمک داده‌کاوی در یک کسب‌وکار را می‌توان طی شش مرحله به شرح جدول ۳۱-۸ مرور کرد.

جدول ۳۱-۸. فرایند اجرای داده‌کاوی در کسب‌وکار

ردیف	مراحل	توضیح
۱	درک کسب‌وکار	بروز مشکل یا نقص در کسب‌وکار و طرح آن با متخصص داده‌کاوی
۲	بررسی و درک داده‌ها	متخصص داده‌کاوی، به بررسی داده‌های ثبت شده در کسب‌وکار کارفرما می‌پردازد تا با توجه به حجم و کیفیت داده‌ها برای مواجهه با مسئله اقدام کند.
۳	آماده‌سازی داده‌ها	با اقداماتی چون «یکی کردن انبارهای متفاوت داده در کسب‌وکار کارفرما»، «شناسایی و حذف داده‌های پرت و اشتباه» و «تغییر فرمت داده‌ها متناسب با مسئله»
۴	مدل‌سازی	مدل‌سازی داده‌های آماده‌سازی شده با توجه به متدهای متفاوت و انتخاب بهترین مدل‌ها توسط متخصص
۵	ارزیابی مدل	ارزیابی مدل از نظر کارفرما و اطمینان از مؤثر بودن مدل و اگر مدل کمکی به حل مسئله نکند کل فرایند از مرحله یک تکرار می‌شود.
۶	توسعه مدل نهایی	در صورت رضایت‌بخش بودن ارزیابی، راه‌حلی برای توسعه مدل نهایی برای حل مسئله ارائه می‌شود.

اغلب برای سادگی تعامل کارفرما با مدل نهایی، یک نرم‌افزار رایانه‌ای نوشته می‌شود که کار شبیه‌سازی رفتار کسب‌وکار کارفرما را بر عهده دارد. با این شکل کارفرما می‌تواند با وارد کردن برخی پارامترهای کنونی از کسب‌وکار خود، رفتار کارخانه و یا سودآوری کسب‌وکار خود را در آینده پیش‌بینی کند.

روش پژوهش

تحلیل تماتیک (مضمون)

هدف کلی: آشنایی با روش تحلیل تماتیک

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش تحلیل تماتیک
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در تحلیل تماتیک
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در تحلیل تماتیک
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در تحلیل تماتیک

مقدمه

تحلیل مضمون یا تماتیک، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است که کاربرد گسترده‌ای دارد. این مسیر اجرای پژوهش کیفی فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. در این فصل به معرفی روش تحلیل تماتیک و چگونگی اجرای آن پرداخته خواهد شد.

۳۲-۱. مفهوم تحلیل تماتیک

«تحلیل مضمون یا تحلیل تماتیک یا TA»^۱، روشی برای «شناخت، تحلیل و تعیین الگوها» در داده‌های کیفی موجود است. از مهم‌ترین ویژگی‌های این روش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۳۲-۱ اشاره کرد (محمدپور، ۱۳۹۲؛ گست و مک‌کویین، ۲۰۱۲؛ کلارک و براون^۲، ۲۰۰۶).

جدول ۳۲-۱. مهم‌ترین ویژگی‌های روش تحلیل مضمون یا تحلیل تماتیک

ردیف	ویژگی‌ها
۱	روشی رایج، منعطف، قابل یادگیری سریع و دارای فرایندی پایه و قابل استفاده در اکثر روش‌های کیفی
۲	خواندن با دقت متن‌های برآمده از داده‌ها و درک مناسب از اطلاعات ظاهراً نامرتبط
۳	تحلیل اطلاعات با مشاهده نظام‌مند انواع داده‌های مرتبط یا توضیح مفصل جنبه خاصی در داده‌ها یا توصیفی از مجموعه داده‌ها
۴	«بررسی جزئیات» و «ثبت الگوها یا مضمون‌ها» از درون داده‌های جمع‌آوری شده با تأکید بر معنای ظاهری و پنهانی تم
۵	مورد استفاده برای بیان واقعیت، بیان رابطه علی (تیین) و ایجاد معرفت از مفاهیم و معانی روزمره
۶	تأکید بر استخراج متن و الگوسازی معنایی بر اساس پارادایم تفسیری
۷	پاسخگویی به این سؤال است که «داده‌ها چه می‌گویند؟» و «چه الگویی در داده‌ها با حمایت تم‌ها وجود دارد؟»
۸	کدگذاری برای توسعه تم‌ها از درون داده‌های خام و با سازمان‌دهی بخش‌های مهم داده‌ها و رمزگشایی روابط اولیه در میان آن‌ها
۹	مناسب برای برجسته‌سازی شباهت‌ها و تفاوت‌ها در مجموعه داده‌ها
۱۰	تأکید بر غوطه‌وری و بازنگری در داده‌ها برای شکل‌دهی تم‌های اصلی و فرعی و درنهایت یک مدل نظری از مجموع تم‌ها

اگر روش تحلیل تماتیک به دنبال ایجاد «مدل‌های نظری» از تم‌ها باشد به روش «گراندد تئوری» و اگر با تأکید بر جمع‌آوری داده‌های مبتنی بر تجارب ذهنی پاسخ دهنده باشد به پدیدارشناسی نزدیک می‌شود (چارمز^۳، ۲۰۰۶؛ گست^۴، ۲۰۱۲؛ براون و کلارک، ۲۰۰۶؛ گست و مک‌کویین، ۲۰۱۲). در اغلب موارد تحلیل تماتیک از هر دو رویکرد استفاده می‌کند.

«تم یا مضمون»^۵ اصلی‌ترین مفهوم کلیدی در این روش را می‌توان از ابعاد مختلفی به شرح جدول ۳۲-۲ معرفی کرد (گست، ۲۰۱۲).

1. Thematic Analysis
2. Victoria Clarke & Virginia Braun
3. Charmaz
4. Gust
5. Theme

جدول ۳۲-۲. مفهوم تم یا مضمون

ردیف	انواع تعاریف
۱	دیدگاه مبتنی بر استدلال منطقی پژوهشگر درباره موضوعی خاص
۲	الگو یا معنای حاصل از داده‌های جمع‌آوری شده در یک پژوهش
۳	«عبارات یا جملاتی برای شناسایی معنای داده‌ها» یا «توضیحی برآمده از تحلیل کدگذاری‌ها»

نظر به اهمیت تحلیل یافته‌ها در پژوهش تحلیل تماتیک و اقدامات رفت‌وبرگشتی در طول داده‌ها برای شناسایی تم‌ها، داده‌های جمع‌آوری شده موردبازنگری و کدگذاری تا رسیدن به تم‌های اصلی صورت می‌گیرد. مهم‌ترین خروجی در مرحله تحلیل داده‌ها شناسایی «تم‌ها یا مضمون‌های اصلی» است. یعنی «تم‌ها» هستند. همه داده‌های جمع‌آوری شده به شکل «متن» یکدست شده و با اختصاص کدها برای مفاهیم مشترک، زمینه ایجاد «تم» فراهم می‌شود. برای نمونه «امنیت» می‌تواند یک کد و «احساس خطا از امنیت» می‌تواند یک «تم» حاصل از یک جنبه از داده‌های جمع‌آوری شده مربوط به این کد باشد (سالدانا، ۲۰۰۹). «تم‌ها» را می‌توان از ابعاد مختلف به شرح جدول ۳۲-۳ دسته‌بندی کرد (خنیفیر و مسلمی، ۱۳۹۵: ۵۵).

جدول ۳۲-۳. انواع تم یا مضمون

ردیف	انواع تم	توضیح
۱	ماهیتی	الف) رابطه‌ای یا نشان‌دهنده روابط، ب) تفسیری یا تفسیرکننده، ج) توصیفی یا توصیف‌کننده
۲	زمان شناخت	الف) اولیه یا شناخت در مراحل اولیه پژوهش، ب) نهایی یا معرفی شده در گزارش نهایی
۳	تثبیت موقعیت	الف) تثبیت شده یا مشخص بودن جایگاه و ارتباط آن با سایر تم‌ها، ب) تثبیت نشده
۴	نقش تحلیلی	الف) کلیدی یا بیان‌کننده نکته مهم، ب) یکپارچه کننده یا محور تجمیع سایر تم‌ها، ج) کلان یا دربرگیرنده مجموعه‌ای از تم‌ها
۵	منبع ایجاد	الف) نظریه محور یا برآمده از نظریه‌های پژوهش، ب) داده‌محور یا برآمده از داده‌های پژوهش
۶	قابلیت مشاهده در متن	الف) پنهان یا قابل مشاهده مستقیم نبودن، ب) مشهود یا قابلیت مشاهده مستقیم
۷	جایگاه تم در متن	الف) پایه یا مبین نکته مهم در متن؛ ب) سازمان‌دهنده یا واسط تم‌های پایه، ج) محوری یا قرارگرفتن در کانون مجموعه تم‌ها
۸	سلسله مراتب تم‌ها	الف) اصلی یا قراردادن در سطوح بالاتر سلسله مراتب؛ ب) فرعی یا در سطوح پایین تر بودن

۳۲-۲. انواع الگوهای اجرای روش تحلیل تماتیک یا تحلیل مضمون

تحلیل‌های کیفی به مجموعه‌ای از قوانین ثابت و مشخص پایبند نیستند و از مجموعه‌ای از خطوط راهنما استفاده می‌کنند. این امر باعث انعطاف‌پذیری بیشتر اینگونه روش‌هاست. به‌طور کلی هیچ‌راه منحصر به فردی برای شروع مطالعه در تحلیل تماتیک وجود ندارد و هر پژوهشگری با توجه به ماهیت و سؤالات پژوهش و تصمیمات و ابزارهایی که به کار می‌برد، می‌تواند از روش خاص خود در تحلیل مضمون استفاده کند. بعضی از مراحل تحلیل مضمون، مشابه سایر روش‌های کیفی است. همچنین این مراحل لزوماً منحصر به روش تحلیل مضمون نیستند و در روش‌های دیگر نیز می‌توان آن‌ها را یافت. از انواع الگوهای روش تحلیل تماتیک می‌توان به الگوهای «پاژ»، «استربرگ»، «میلز و

هابرمن»، «لوفلند و همکاران»، «کینگ و هاروکز»، «گست و مک‌کویین» و «براون و کلارک»^۱ به شرح جدول ۳۲-۴ اشاره کرد (محمدپور، ۱۳۹۲).

جدول ۳۲-۴. انواع الگوهای اجرای تحلیل تماتیک با مضمون

ردیف	انواع تحلیل	توضیح
۱	پاژ	نسخه طبیعت‌گرا با کاربرد ویژه در مطالعات میدانی
۲	استربرگ	طرحی پنج مرحله‌ای، شامل «مدیریت، ساماندهی و ترسیم داده‌ها و سپس توسعه تحلیل و سنخ‌شناسی»
۳	میلز و هابرمن	نزدیک به زبان کمی با سه مرحله «تقلیل، نمایش و استنباط» داده‌ها
۴	لوفلند و همکاران	از بسیاری جهات با مدل میلز و هابرمن اشتراک دارد و شامل هفت مرحله
۵	کینگ و هاروکز	فرایند سه مرحله‌ای «کدگذاری توصیفی، کدگذاری تفسیری و یکپارچه‌سازی» برای تم‌های فراگیر
۶	گست و مک‌کویین	شامل نه مرحله «تعیین مسئله، جمع‌آوری داده، متنی کردن داده‌ها، کدیابی اولیه، کدیابی اصلی، ایجاد تم‌ها، ارائه مدل ذهنی، تحلیل جامع و تهیه گزارش نهایی»
۷	براون و کلارک	فرایند شش مرحله‌ای «آشنایی، کدگذاری، جستجو برای تم‌ها، بازنگری تم‌ها، تعریف و نام‌گذاری تم‌ها، نوشتن گزارش»

در الگوی کینگ و هاروکز مرحله نخست «کدگذاری توصیفی یا تحلیل متن با مطالعه مکرر داده‌ها» است. مرحله دوم بر «کدگذاری توصیفی یا تفسیر متن با کدها» تأکید می‌شود. گام پایانی آن یا «یکپارچه‌سازی» به مرتب کردن کدها در قالب تم‌ها اشاره دارد. در الگوی نه‌مرحله‌ای «گست و مک‌کویین» با جزئیات بیشتری به مراحل اجرای تحلیل تماتیک پرداخته می‌شود. در میان الگوهای مورد اشاره، الگوی «براون و کلارک، ۲۰۰۶» با معرفی شش مرحله «آشنایی، کدگذاری، جستجو برای تم‌ها، بازنگری تم‌ها، تعریف و نام‌گذاری تم‌ها، نوشتن گزارش»^۲ از رواج بیشتری در پژوهش‌ها برخوردار است. در ادامه فرایند اجرای روش تحلیل تماتیک با تأکید بر فرایندهای تشریح شده در این الگو تشریح می‌شود.

۳-۳۲. فرایند اجرای روش تحلیل تماتیک

الگوی کلی فرایند اجرای پژوهش تحلیل تماتیک را می‌توان در مراحل به شرح جدول ۳۲-۵ مرور کرد.

جدول ۳۲-۵. فرایند اجرای تحلیل تماتیک

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	شناسایی مسئله، بیان مسئله از ابعاد مختلف و بیان هدف و سؤالات پژوهش بر اساس مسئله
۲	نمونه‌گیری	تعیین قلمرو پژوهش، جامعه و ویژگی‌های مورد مطالعه، نمونه‌گیری از افراد، رفتارها یا وقایع (به تناسب)
۳	جمع‌آوری داده‌ها	تعیین نحوه مشارکت پژوهشگر، روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات و جمع‌آوری داده‌ها از منابع
۴	تحلیل داده‌ها	آشنا شدن با داده‌ها، ایجاد کدهای اولیه، جستجو و شناخت مضامین، ترسیم شبکه مضامین، تحلیل شبکه مضامین، ادغام و یکپارچه کردن مجدد متن
۵	بحث و نتیجه‌گیری	نوشتن یافته‌ها و تجزیه و تحلیل، نتیجه‌گیری‌ها و مفاهیم

1. Braun & Clarke

2. "Familiarization", "Coding", "Searching for Themes", "Reviewing Themes", "Definition and Naming Themes" and "Writing the Report"

۳۲-۴. طراحی پژوهش

مسئله پژوهش برای استفاده از روش تحلیل تماتیک می‌تواند بر مبنای مواردی به شرح جدول ۳۲-۶ باشد.

جدول ۳۲-۶. ازجمله مهم‌ترین مسئله‌ها برای پژوهش به روش تحلیل تماتیک

ردیف	موارد
۱	نامشخص و نامعلوم بودن نظر افراد درباره موضوعی خاص
۲	نیاز به ارائه تفصیلی و جزئی‌تر از مضمونی خاص یا گروهی از مضامین در درون داده‌ها
۳	بررسی سؤالی خاص و بدون پاسخ مشخص درباره موضوعی خاص
۴	نامشخص بودن یک موضوع در حوزه علاقه پژوهشگر در درون داده‌ها
۵	تفاوت معنای مشهود و پنهان در تم‌ها

سؤالات پژوهش می‌توانند خیلی کلان، اکتشافی یا محدود و توصیفی باشند. به‌رغم اینکه پروژه‌های پژوهشی با سؤالات پژوهش هدایت می‌شوند اما این سؤالات ممکن است طی اجرای پروژه اصلاح شوند (براون و کلارک، ۲۰۰۶).

۳۲-۵. ملاحظات نمونه‌گیری در روش تحلیل تماتیک

دستورالعمل دقیق و مشخصی برای تعداد نمونه کافی در روش تحلیل تماتیک وجود ندارد اما می‌توان ملاحظات به شرح جدول ۳۲-۷ را موردتوجه قرار داد (فوگارد و پاتز^۱، ۲۰۱۵؛ بویاتزیس، ۱۹۹۸).

جدول ۳۲-۷. انواع ملاحظات نمونه‌گیری در روش تحلیل تماتیک

ردیف	ملاحظات
۱	وجود دامنه‌ای بین شش تا بیش از ۴۰۰ نمونه در انواع پژوهش‌های انجام‌شده
۲	تأکید کمتر روی تعداد نمونه موردنیاز در ابتدای کار و تأکید بیشتر در شناسایی تعداد مناسب در فرایند اجرای پژوهش
۳	تأکید برخی منابع بر ادامه استفاده از نمونه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری
۴	در صورت برقرار بودن حجم مشخص از نمونه و امکان هدف مطالعه استفاده از روش‌های تصادفی
۵	تأکید برخی منابع بر استفاده از تعداد استفاده‌شده در مطالعات مشابه
۶	پالایش و حذف نمونه‌های به‌ظاهر مرتبط ولی دور از هدف اصلی پژوهش

درمجموع یک الگوی پیشنهادی برای انتخاب نمونه توسط براون و کلارک در سال ۲۰۱۳ و به شرح جدول ۳۲-۸ ارائه‌شده است (کلارک، براون و هایفیلد^۲، ۲۰۰۸).

جدول ۳۲-۸. الگوی پیشنهادی براون و کلارک (۲۰۱۳) برای انتخاب نمونه در پژوهش تحلیل تماتیک

ردیف	نوع داده	پروژه‌های کوچک	پروژه متوسط مانند پایان‌نامه	پروژه بزرگ مانند رساله دکتری
۱	مصاحبه	۵ تا ۱۰ نفر	۶ تا ۱۵ نفر	۱۵ تا ۲۰ نفر برای یکی از چند منبع جمع‌آوری داده بودن و بیشتر از ۳۰ نفر در صورت تنها منبع بودن
۲	مصاحبه گروهی	۱ تا ۳ نفر	۳ تا ۶ نفر	۳ تا ۶ نفر برای یکی از چند منبع جمع‌آوری داده بودن و بیشتر از ۱۰ نفر در صورت تنها منبع بودن
۳	پیمایش کیفی	۲۰ تا ۳۰ نفر	۳۰ تا ۱۰۰ نفر	بیشتر از ۵۰ نفر برای یکی از چند منبع جمع‌آوری داده بودن و بیشتر از ۲۰۰ نفر در صورت تنها منبع بودن
۴	تکمیل داستان	۲۰ تا ۴۰ نفر	۴۰ تا ۱۰۰ نفر	بیشتر از ۱۰۰ نفر برای یکی از چند منبع جمع‌آوری داده بودن و بیشتر از ۴۰۰ نفر در صورت تنها منبع بودن
۵	منابع دست‌دوم مانند محتوای رسانه	۱ تا ۱۰۰ نمونه	۱ تا ۲۰۰ نمونه	از ۳ تا بیشتر از ۴۰۰ نمونه

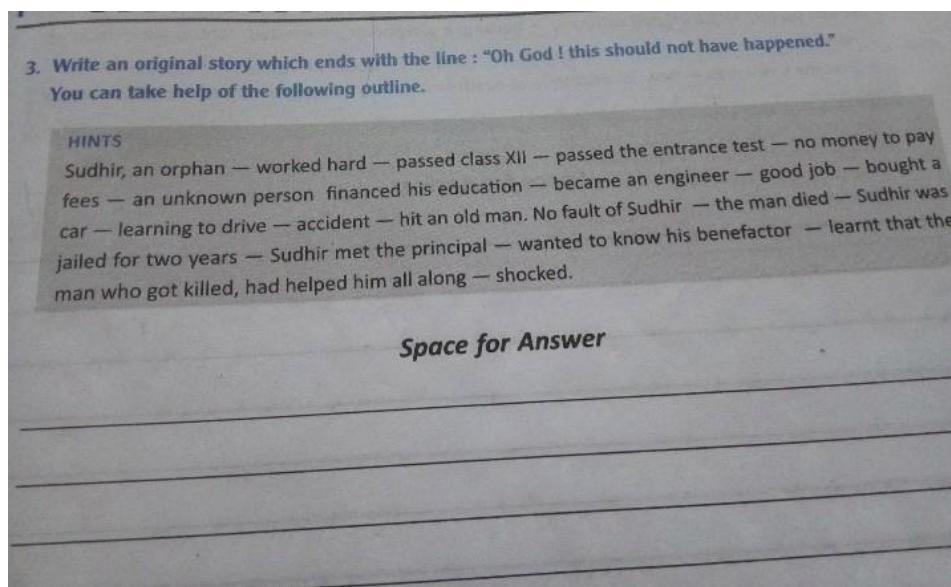
۳۲-۶. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

از مهم‌ترین ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در روش تحلیل مضمون یا تحلیل تماتیک می‌توان به مواردی به شرح جدول ۳۲-۹ اشاره کرد.

جدول ۳۲-۹. انواع ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در روش تحلیل تماتیک

ردیف	ملاحظات
۱	انواع ابزار مانند «مصاحبه فردی، مصاحبه گروهی، پرسشنامه کیفی، تکمیل داستان، مشاهده، برگه‌گذاری» یا ترکیبی از آنها
۲	انواع محتوا برای جمع‌آوری داده‌ها شامل «برنامه تلویزیونی، مصاحبه، سخنرانی یا یک سند»
۳	لزوم پیاده‌سازی و یکدست‌سازی داده‌های جمع‌آوری‌شده از ابزارهای مختلف به شکل نهایی متن نوشتاری
۴	تعیین چارچوب، پروتکل و معیاری مشخص برای تبدیل انواع داده‌ها به متن نوشتاری

تکمیل داستان روشی برای جمع‌آوری داده‌های کیفی است که در آن شرکت‌کنندگان با تکمیل داستانی که به‌طور معمول توسط پژوهشگر آغاز شده است، نظرات خود را درباره یک موضوع بیان می‌کنند (کلارک، براون، فریث و مولر، ۲۰۱۹). به یک نمونه از الگوی جمع‌آوری داده به روش تکمیل داستان در شکل ۳۲-۱ توجه کنید.



شکل ۳۲-۱. نمونه‌ای از برگه جمع‌آوری داده به روش تکمیل داستان

در تعیین چارچوب، پروتکل یا معیاری مشخص در تبدیل داده‌ها به متون نوشتاری باید ملاحظات خاصی را مدنظر قرار داد. برای نمونه وقتی مصاحبه‌های شفاهی پیاده‌سازی می‌شود می‌توان به نکاتی چون «در این قسمت مصاحبه‌شونده صدایش پایین آمد» اشاره کرد. این توضیح می‌تواند بیانگر نشانه‌ای از یک تغییر در سخن باشد. بنابراین در این مرحله تبدیل رویدادهای غیرکلامی در سخنرانی‌ها یا گفتگوها به متن نوشتاری قابل تشخیص، برای درک عمیق‌تر از معنای داده‌ها بسیار مهم است. برخی منابع به زمان حدود ۱۵ دقیقه وقت برای نگارش یک گفتگوی ۵ دقیقه‌ای اشاره دارند. در این مرحله داده‌ها در سطح مناسبی از جزئیات رونویسی و صحت آن‌ها بررسی می‌شود.

ازجمله سؤالات کلیدی برای جمع‌آوری داده‌ها هنگام مرور محتوا، می‌توان به چند نمونه به شرح جدول ۳۲-۱۰ در یک پژوهش خاص اشاره کرد. این نمونه سؤالات اغلب به کدگذاری و تحلیل داده‌ها کمک می‌کنند.

جدول ۳۲-۱۰. نمونه سؤالاتی برای جمع‌آوری داده‌ها در پژوهشی خاص

ردیف	سؤالات
۱	مردم چه کاری انجام می‌دهند و به دنبال انجام چه چیزی هستند؟
۲	با چه دقتی این کار را انجام می‌دهند و از چه ابزار خاص یا راهبردهایی استفاده می‌کنند؟
۳	اعضا درباره این امر چگونه صحبت می‌کنند و چه برداشتی از روند اجرا دارند؟
۴	مردم چه پیش‌فرض‌هایی را دارند؟
۵	چه چیز خاص و مرتبط با موضوع را به عنوان پژوهشگر می‌بینم؟

دامنه وسیعی از داده‌ها وجود دارد؛ برای نمونه متون مختلف می‌توانند دامنه‌ای از یک کلمه تا مجموعه چندین صفحه پاسخ به یک سؤال پژوهشگر باشد. میزان داده‌های جمع‌آوری‌شده در راهبردهای تحلیل داده‌ها اثر دارد. در اغلب پژوهش‌های مشابه به مصاحبه عمیق در زمان‌های دوساعته و جمع‌آوری در حدود ۴۰ صفحه مطلب اشاره می‌شود.

۳۲-۷. ملاحظات تحلیل داده‌ها

الگوی شش مرحله‌ای براون و کلارک (۲۰۰۶) به شرح جدول ۳۲-۱۱ بیشتر بر گام‌های لازم پس از جمع‌آوری داده‌ها تأکید دارد.

جدول ۳۲-۱۱. فرایند تحلیل داده‌ها در روش تحلیل تماتیک با الگوی براون و کلارک

ردیف	مراحل	توضیح
۱	آشنایی با داده‌ها	غوطه‌وری در داده‌ها و بازخوانی مکرر آن‌ها همراه با جستجوی معانی به منظور آشنایی کامل با محتوا
۲	کدگذاری	فرایندی نظام‌مند برای شناسایی و برچسب‌گذاری بر روی ویژگی‌های مرتبط در داده‌ها
۳	جستجو برای تم‌ها	تمرکز روی تحلیل کدها در سطحی کلان‌تر و مرتب کردن کدهای مختلف در قالب تم‌ها
۴	بازنگری تم‌ها	بررسی مناسب بودن تم‌های تولیدشده از ابعاد مختلف و پالایش تم‌ها
۵	تعریف و نام‌گذاری تم‌ها	ارائه تعاریفی برای هر تم به شکل کوتاه و اثربخش و در ادامه انتخاب یک نام برای هر تم
۶	نوشتن گزارش	ادغام روایت‌های تحلیلی و ارائه یک نتیجه واضح و متقاعدکننده

۳۲-۷-۱. آشنایی با داده‌ها: پس از جمع‌آوری داده‌ها برای آشنایی کامل با آن‌ها باید حداقل یک بار قبل از کدگذاری، کل داده‌ها را با دقت مطالعه کرد. در این مرحله بر «مرور چندباره داده‌ها» همراه با دانش عمیق در حوزه مربوطه توصیه شده است. این اقدام باید با غوطه‌وری در داده‌ها یعنی «خواندن و بازخوانی متون»، «گوش دادن به مصاحبه‌ها» و «یادداشت-برداری از هرگونه مشاهده قابل تحلیل» باشد تا شرایط برای ارائه تحلیلی فراتر از معنای معمول مورد مشاهده فراهم شود. در این مسیر باید در صورت شناسایی ابعاد جدید، آن‌ها را در قالب یادداشت‌هایی ثبت کرد. این گام به «شناسایی برخی ایده‌ها و الگوها» و «کدگذاری» در مرحله بعد کمک می‌کند (کلارک، براون و هایفیلد، ۲۰۰۸).

۳۲-۷-۲. کدگذاری: در این مرحله به‌شکلی نظام‌مند نسبت به شناسایی و برچسب‌گذاری بر روی ویژگی‌های مرتبط در داده‌ها و مبتنی بر سؤالات پژوهش اقدام می‌شود. این مرحله نخستین گام برای فرایند شناسایی الگوهای درون داده‌ها با ساماندهی داده‌ها در گروه‌های مشابه است (کلارک، براون و هایفیلد، ۲۰۰۸). پژوهشگر در مرحله قبل ضمن آشنایی با داده‌ها در این مرحله بهتر می‌تواند موضوعات تکراری در داده‌ها را تشخیص دهد. ضمن اینکه یادداشت‌های مرحله قبل به این هدف کمک خواهد کرد (گست و مک‌کویین، ۲۰۱۲). کدگذاری با تحلیل قیاسی یا مقایسه‌های کلی شروع و طی آن کدها در طول فرایند پژوهش شناسایی می‌شوند. این فرایند به‌شکل چرخه‌ای یا اقدام رفت‌وبرگشتی در داده‌ها و تا ایجاد حس اطمینان پژوهشگر از انتخاب مناسب کدها ادامه خواهد داشت. در این مرحله از کدها برای تقسیم داده‌های متنی به قسمت‌های فهمیدنی و قابل استفاده مانند «بند، عبارت، کلمه یا دیگر معیارها برای تحلیل خاص» استفاده می‌شود. در مرحله کدگذاری، چارچوب و حدود مرز کاملاً مشخصی برای کدها تعیین می‌شود؛ تا جاییکه کدها غیر قابل تغییر و غیر تکراری باشند. به‌طور خلاصه پژوهشگر درحین مرور متن و شناسایی «ایده‌ها و الگوها»، آن‌ها را بر اساس محورهای معرفی شده در جدول ۳۲-۱۲ کدگذاری می‌کند (ویاتزیس، ۱۹۹۸).

جدول ۳۲-۱۲. انواع محورهای کدبایی برای ایده‌ها و الگوهای درون متن

ردیف	انواع	توضیح
۱	نظریه محور	کدگذاری بر اساس نظریه خاص، عناصر یا فرضیه‌های آن
۲	پژوهش قبلی	استفاده از دانش یا پژوهش‌های قبلی برای کدگذاری
۳	استنتاجی	مبتنی بر تجربه پژوهشگر و استنتاج او از داده‌های جمع‌آوری شده

در رویکرد استنتاجی، فرایند کدیابی اولیه با کاهش، شکستن و ترکیب داده‌ها در ذیل عناوین مشخص برای ایجاد «تم یا طبقه‌ای مشخص» و استنتاج درباره معنی کدها انجام می‌شود. در رویکردهای «نظریه‌محور» یا «پژوهش‌های قبلی» باید کدها مبتنی بر نظریه‌های هدایت‌کننده اهداف و سؤالات باشند. کدگذاری را می‌توان، دستی یا با نرم‌افزارهای رایانه‌ای انجام داد. هم‌چنین، می‌توان با نوشتن یادداشت بر روی متن یا حواشی آن و یا با استفاده از مدادهای رنگی و ماژیک، داده‌های موردنظر را برجسته کرد. هم‌چنین، می‌توان از یادداشت‌های فهرست‌بندی شده و فیش‌های پژوهشی استفاده کرد.

۳۲-۷-۳. جستجو برای تم‌ها: این مرحله با تحلیل کدها و با تأکید بر گروه‌های شکل‌گرفته از کدها، تلاش می‌شود تا با ایجاد یک طرح قابل قبول معنایی «تم‌ها» معرفی شوند. یعنی پژوهشگر باید به معنایی فراتر از معنای سطحی داده‌ها دست یابد. طبقه‌ها یا تم‌ها از داده‌ها و بر اساس «تکرار ایده‌ها، اصطلاحات مکنون، استعاره‌ها، مقایسه‌ها، تغییر موضوع، شباهت‌ها و تفاوت‌ها» در متن فراهم می‌شوند برای این منظور از «جزئیات نگاشته شده در مراحل قبل درباره چگونگی و چرایی ترکیب کدها و ساماندهی در مسیر پاسخ به سؤالات و ایجاد تم‌ها» استفاده می‌شود. هر چه قدر این کار ناقص یا ناکامل باشد، امکان بازگشت از مراحل بعد به این مرحله وجود خواهد داشت. بنابراین بهتر است برای اطمینان از اعتبار کار، نسبت به امر کنترل توسط همکار و اطمینان از مناسب بودن تم‌های برآمده از داده‌ها و دلایل آن بهره برد (براون و کلارک، ۲۰۰۶). برای کدگذاری و حتی شناسایی تم‌ها می‌توان از روش‌های قیاسی و استقرایی به شرح جدول ۳۲-۱۳ استفاده کرد (بویاتزیس^۱، ۱۹۹۸؛ براون و کلارک، ۲۰۰۶).

جدول ۳۲-۱۳. تحلیل داده‌ها با روش‌های قیاسی و استقرایی

ردیف	روش‌ها	توضیح
۱	قیاسی	الف) شناسایی تم‌ها بر اساس نظریه منتخب پژوهشگر در بررسی موضوع ب) انتخاب کد بر اساس نظریه‌ای مشخص و کدگذاری با علائم، شاخص‌ها و شواهد حمایت‌کننده از نظریه
۲	استقرایی	الف) شناسایی تم‌ها بر اساس داده‌ها یا کدها و پیش‌فرض‌های اختصاص‌یافته به هر کد ب) تحلیل داده‌های متنی و پراکنده و تبدیل آن به داده‌هایی غنی و تفصیلی

فراوانی استفاده از روش استقرا برای شناسایی تم‌ها بیشتر است. شناسایی تم‌ها با روش‌های مورد اشاره به ملاحظات متعددی به شرح جدول ۳۲-۱۴ نیاز دارد (بویاتزیس، ۱۹۹۸).

جدول ۳۲-۱۴. ملاحظات شناسایی تم‌ها در تحلیل یافته‌ها به روش‌های قیاسی و استقرایی

ردیف	ملاحظات
۱	شناسایی تم بر اساس فراوانی پدیده یا با توجه به فضای درون هر آیتیم از داده‌ها یا در طول مجموعه داده‌ها
۲	فراوانی چندباره پدیده در طول مجموعه داده‌ها مهم است اما فراوانی بالاتر ضرورتاً به معنای اهمیت بیشتر آن نیست.
۳	اهمیت نقش قضاوت پژوهشگر در درک و شناسایی تم‌ها
۴	ضرورت ایجاد درک دقیق یا تصویری بزرگ توسط هر تم و با تأکید بر مفاهیم تم‌های با معنای روشن یا پنهان
۵	تأکید تم با معنای روشن، ارائه معنای روشن و سطحی داده‌ها با معرفی و توصیف بدون توجه به عمق و پیچیدگی آن‌ها
۶	تأکید تم با معنای پنهان، ارائه معنای موجود در زیر چتر «ایده‌ها، الگوها و پیش‌فرض‌ها»
۷	نیاز تم با معنای پنهان به تفسیر بیشتر داده‌ها و تمرکز روی سؤال یا حوزه مورد بررسی در مجموعه داده‌ها

«تم‌های ایجادشده» باید به اندازه کافی توسط «نظریه‌ها» یا «ادبیات پیشینه» پشتیبانی شوند. این پشتیبانی با بررسی چگونگی شکل‌گیری روابط بین «کدها و تم‌ها» و «انواع تم‌ها» قابل‌شناسایی خواهد بود. در این مرحله جستجو با تحلیل و ترکیب کدها برای شناسایی تم‌های اصلی با ملاحظات به شرح جدول ۳۲-۱۵ صورت می‌گیرد.

جدول ۳۲-۱۵. ملاحظات شناسایی تم‌های اصلی در فرایند جستجوی مضامین

ردیف	ملاحظات
۱	تأکید بر یکپارچه‌سازی یا تحلیل و ترکیب کدها برای ایجاد تم و مرتب کردن کدها بر اساس هر تم
۲	استفاده از «شکل، نمودار، جدول، نقشه ذهنی» و «نوشتن نام هر کد با توضیحی خلاصه بر روی کاغذ جداگانه» و «قرار دادن آن در ستون تم مربوط»
۳	اگر برای برخی کدها «تم» شناسایی نشد برای آن‌ها از عناوین «تثبیت نشده یا موقت» استفاده می‌شود.
۴	نهایت رسیدن به «نقشه کلی تم‌ها»

با شکل‌گیری «نقشه کلی مناسب مضمونی» می‌توان به مرحله بعد رفت؛ در غیر این صورت و فقدان همخوانی داده‌ها، پژوهشگر باید مرحله کدگذاری را تا رسیدن به یک «نقشه مضمون رضایت‌بخش» ادامه دهد.

۳۲-۷-۴. **بازنگری تم‌ها:** در این مرحله فرایند تولید تم متوقف و بر روی تم‌های ایجادشده از ابعادی به شرح جدول ۳۲-۱۶ بررسی صورت می‌گیرد.

جدول ۳۲-۱۶. محورهای بررسی و بازنگری تم‌های ایجادشده

ردیف	محورها
۱	تناسب کافی تم با داده‌های کدگذاری شده
۲	تناسب کافی تم با مجموعه کل داده‌ها
۳	اطمینان از روشن و واضح بودن تم‌ها
۴	اطمینان از وجود ماهیتی متمایزکننده در هر تم
۵	اطمینان از وجود مفهوم محوری سازمان‌یافته برای هر تم

ممکن است این بازنگری و بررسی منجر به «تغییر»، «حذف» در برخی تم‌ها شود و یا حتی لازم شود تا مرحله قبل تکرار شود (کلارک، براون و هایفیلد، ۲۰۰۸). با بررسی اعتبار هر یک از تم‌ها و چگونگی ارتباط آن‌ها با مجموعه داده‌ها باید به نقشه تماتیک بالقوه با انعکاس دقیق و روشن از معناهای موجود در داده‌ها و بازتاب تجارب شرکت‌کنندگان رسید. برای این منظور خواندن و بازخوانی مجدد داده‌ها امری مهم و حیاتی است. اگر نقشه بالقوه نقش خود را ایفا کرد می‌توان به مرحله بعد رفت اما اگر این نقشه نتیجه لازم را نداشت باید مراحل «بازنگری و بازتعریف» را بر روی کدهای موجود تکرار شود. این مرحله تا جایی ادامه دارد که به نقشه تماتیک یا مضمونی راضی‌کننده‌ای دست‌یافت. در پایان این مرحله، پژوهشگر دارای ایده‌ای حاصل از تم‌ها و چگونگی قرارگیری آن‌ها در کنار هم برای بیان یک روایت درباره مجموعه‌ای از داده‌ها خواهد بود.

۳۲-۷-۵. **تعریف و نام‌گذاری تم‌ها:** در این مرحله تعاریفی برای هر تم به‌شکلی خلاصه و اثربخش ارائه می‌شود و در ادامه «یک نام» برای هر تم با تأکید بر «اطمینان از روشن‌بودن مفهوم» و «نمایانگر مسیری هدایت‌کننده بودن» انتخاب می‌شود (کلارک، براون و هایفیلد، ۲۰۰۸). این امر به شناخت و تشریح بهتر تم‌ها کمک خواهد کرد. این اقدام

به «ادغام و یکپارچه سازی متن» نیز معروف است و اجرای آن با اقداماتی به شرح جدول ۱۷-۳۲ مورد تأکید قرار می گیرد.

جدول ۱۷-۳۲. اقدامات کلیدی برای تعریف و نام گذاری تم ها

ردیف	فرایند
۱	بازبینی مجدد تعریف «تم ها» و داده های داخل آن و تحلیل با دیدی عمیق تر
۲	روشن کردن ماهیت تم و چگونگی پوشش جنبه خاص داده ها
۳	تعریف روشن و واضح مضامین شناخته شده
۴	اختصاص نام مختصر و موجز به هر مضمون با ظرفیت القاء موضوعیت پوشش دهنده آن به ذهن مخاطب

۳۲-۷-۶. نوشتن گزارش: این مرحله بر ادغام روایت های تحلیلی با ارائه یک نتیجه واضح و متقاعدکننده تأکید دارد. بنابراین باید با ایجاد یک چارچوب سازمان یافته از تم ها، زمینه استخراج «نتایج» از دل آن ها فراهم شود. در گزارش نهایی باید شواهد مناسبی درباره تم ها فراهم شود. نتیجه گیری ها و مفاهیم پژوهش باید با تأکید بر نظریه های مرتبط و استنتاج ها با تبیین تم ها ارائه شود. نوشتن گزارش نهایی با توجه به تم ها یا مضمون هایی که منجر به ارائه پاسخ های معنادار به سؤالات پژوهش شده اند. باید درباره ارتباط ایجاد شده بین هر تم با دیگر تیم ها و ارائه پاسخ مشخص به سؤال پژوهش بحث کرد. هدف اصلی نوشتن گزارش نهایی تحلیل تماتیک، رهنمون کردن خواننده به نتیجه حاصل شده با استدلال و اسناد شاهد کافی و مناسب است (گست و مک کوین، ۲۰۱۲).

۳۲-۹. ارزیابی کیفیت پژوهش

می توان از انواع معیارهای ارزیابی پژوهش های کیفی برای آن استفاده کرد. چون این روش منعطف است، پژوهشگر باید کار انجام شده را به شکلی شفاف و آشکار ارائه دهد. از مهم ترین روش های ارزیابی پژوهش تحلیل مضمون می توان به مواردی به شرح جدول ۱۸-۳۲ اشاره کرد. از مهم ترین این محورها می توان به «اعتبار، انتقال، اطمینان و تأیید»^۱ اشاره کرد.

جدول ۱۸-۳۲. انواع روش ارزیابی پژوهش تحلیل تماتیک

ردیف	انواع	توضیح
۱	قابلیت اعتبار	همگونی جمع آوری داده ها از منابع مختلف برای مطالعه پدیده خاص
۲	قابلیت انتقال	تطبیق یافته های به دست آمده با نظرات اندیشمندان و پیشینه های معتبر پژوهشی
۳	قابلیت اطمینان	تأکید بر طراحی پژوهش با تمام جزئیات پیش از ورود به میدان پژوهش
۴	قابلیت تأیید	ارائه نتایج تحلیل به پاسخ دهندگان و درخواست اعلام نظر آن ها از نظر میزان تأیید یا مثلث بندی و میزان تأیید تعدادی تحلیل گران خبره و مستقل



روش تحلیل روایه یا روایت

هدف کلی: آشنایی با روش تحلیل روایی یا روایتی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش تحلیل روایی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در تحلیل روایی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در تحلیل روایی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در تحلیل روایی

مقدمه

روش پژوهش تحلیل روایی یا روایتی یکی از روش‌های پژوهش کیفی است. در این فصل به مفهوم، مراحل اجرا و ملاحظات روش پژوهش روایی پرداخته خواهد شد.

۳۳-۱. مفهوم پژوهش روایتی^۱

«روایت‌ها» داستان‌های زندگی مردم است. مردمی که تجربیات متفاوتی از جهان پیرامون خود دارند و براساس آن به داستان‌گویی در مورد زندگی خود می‌پردازند. پژوهش روایی مطالعه چگونگی تجربیات متفاوت انسان‌ها از جهان پیرامونشان است. پژوهشگران روایی به مردم اجازه می‌دهند تا داستان‌هایی از «زندگی خود» تعریف کنند. سپس این داستان‌ها را جمع‌آوری می‌کنند و روایت‌های مربوط به تجربه آن‌ها را می‌نویسند. «روایت» هم «پدیده» و هم «روش پژوهش» است. وجه پدیده آن «داستان» و وجه روش پژوهش آن با عنوان «روایت» مطرح می‌شود. درمجموع زندگی مردم ماهیتی داستانی دارد و خودشان هم در مورد آن داستان‌گویی می‌کنند. اما پژوهشگر روایی، به دنبال تشریح زندگی‌ها با جمع‌آوری داستان‌های مربوط به آن‌ها و نگارش روایت‌های مربوط به تجربه‌های خاص هستند (نوریان، ۱۳۹۶).

اصطلاح روایی از فعل «روایت کردن» یا «بیان کردن داستان با جزئیات» می‌آید. پژوهش روایتی یک راهبرد پژوهشی است که پژوهشگر به کمک آن «زندگی افراد» را مطالعه می‌کند و از یک یا چند نفر می‌خواهد که داستان‌های زندگی خود را بیان کنند. سپس، این اطلاعات توسط پژوهشگر به صورت «روایت زمانی» بازگویی یا بازسازی می‌شوند. در پایان روایت موردنظر، پژوهشگر دیدگاه‌های زندگی شرکت‌کننده را با دیدگاه‌های خود در قالب روایت جمعی (مشترک) تلفیق می‌کند (مرادی، ۱۳۹۶). پژوهش روایتی با بررسی جنبه‌های خاص و برای فهم عمیق تجربه زندگی روایت‌شده انسان‌ها در بافت اجتماعی و فرهنگی صورت می‌گیرد. تحلیل روایت، بر معنابخشی به تجربیات افراد از طریق بیان داستان‌ها توسط خود آن‌ها تأکید دارد (آقابابایی و همتی، ۱۳۹۵).

واژه روایت‌شناسی^۲ توسط تودروف^۳ بلغاری-فرانسوی در سال ۱۹۶۹ ابداع و به پژوهش علمی تبدیل شد. روایت‌شناسی با ساختارگرایی در زمینه نقد ادبی آغاز شد؛ به نحوی که عناصر ادبی با جایگاهشان در شبکه روابط موجود توجیه می‌شوند. در این روش به جای توجه به «چیستی» به «چگونگی بیان روایت» پرداخته می‌شود. هر روایت دارای دو سطح «روبنا و زیربنا» به شرح جدول ۳۳-۱ است (نوغانی و عباچی، ۱۳۹۶).

جدول ۳۳-۱. انواع سطوح در هر روایت

ردیف	انواع	توضیح
۱	زیربنا	اطلاعات اولیه و اساسی مربوط به شخصیت‌ها و رخداد‌های اصلی داستان
۲	روبنا	چیدن اطلاعات اولیه و خام در کنار هم و به‌شکلی هنرمندانه و ساختن یک روایت یا داستان

1. Narrative Research
2. Narratology
3. Todorov

روش روایتی، روشی بین‌رشته‌ای و از رویکردهای تفسیری در علوم اجتماعی برای بررسی کیفی و کسب داده‌های غنی از بین داستان‌ها است. درمجموع یک روایت، «بازگویی یک داستان و مجموعه‌ای از رویدادها» در یک «توالی زمانی» است. انسان‌ها اغلب برای تشریح و بیان دانسته‌ها یا آشکار کردن واقعیات، آن‌ها را به صورت یک داستان مطرح می‌کنند. مهم‌ترین تفاوت‌های بین داستان و روایت را می‌توان در جدول ۲-۳۳ مرور کرد (نوغانی و عباچی، ۱۳۹۶).

جدول ۲-۳۳. مهم‌ترین تفاوت‌های بین داستان و روایت

ردیف	تفاوت‌ها
۱	داستان‌ها به عنوان محصول نهایی روش روایتی و برای شناخت
۲	داستان موضوعی در ادبیات و هنر اما روایت رویکردی پژوهشی
۳	روایت، بازگویی یک داستان با رویکردی نظام‌مند و معتبر

برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های روش پژوهش روایتی را می‌توان در جدول ۳-۳۳ مرور کرد (نوغانی و عباچی، ۱۳۹۶؛ لاولر^۱، ۲۰۰۲).

جدول ۳-۳۳. مهم‌ترین ویژگی‌های روش پژوهش روایتی

ردیف	ویژگی‌ها
۱	انسان‌ها جهان را در قالب روایت می‌فهمند و آن را در قالب روایت بیان می‌کنند.
۲	تأکید بر طبقه‌بندی درونی متون و بررسی ساختار با استخراج گرامر (ساختارگرایی) و فرایند تفسیری (پساساختارگرایی)
۳	تأکید ساختارگرایان بر بازنمایی جهان با کلام یا تصویر درباره شخصیت‌هایی در زمان و مکان مشخص در قالب روایت
۴	تأکید پسامختارگراها در نقش روایت‌ها بر نظم بخشیدن به جهان انسان
۵	تأکید پارادایم «برساختی/تفسیری» بر لزوم واقعی و برآمده از زبان و تجربه‌های کنشگران اجتماعی بودن روایت در قالبی علمی
۶	تأکید بر تجارب فردی در فرایند زمانی «گذشته، حال و احتمال وقوع در آینده» به صورت حکایت
۷	تأکید بر نقش روایت در انتقال دانش پیچیده و تلویحی و کمک به پیشبرد ارزش‌ها و باورهای معین در ساخت هویت فردی
۸	تأکید بر مطالعه راه‌های تجربه انسان از جهان یا داستان‌های انسان درباره زندگی خود و دیگران
۹	تأکید بر ویژگی ساختاریافتگی، استفاده از ساختارهای پیشین و تکراری، دارای خط سیر، دارای گوینده و مستلزم فاصله زمانی و مکانی رخدادها از گوینده و مخاطب
۱۰	تأکید بر همکاری پژوهشگر با شرکت‌کنندگان و ابعاد زمانی، همدلی، آزادی، اعتماد و شرایط تعامل اجتماعی در جمع‌آوری داده
۱۱	روشی میان‌رشته‌ای مرکب از حوزه‌های نظریه سواد، تاریخ شفاهی، رمان، روان‌شناسی، فولکلور و فلسفه
۱۲	تأکید بر داستان زندگی افراد و نگاهی تاریخی به زندگی با فرض اینکه مردم واقعیت‌هایشان را بر اساس روایت‌ها می‌سازند.

«روایت یک تجربه» ابزار مناسبی برای سهیم کردن تجربه فرد با دیگران به عنوان یک نتیجه و فرایند است؛ به گونه‌ای که مخاطبان تجربه و راوی، بتوانند این تجارب را بازسازی کنند و به فهم مشترکی برسند. انسان جهان را از طریق روایت‌ها سازمان‌دهی می‌کند. برای نمونه می‌توان به یک استاد دانشگاه اشاره کرد که تجربه‌های موفق خود در طول بیست سال تدریس را روایت و از آن یک الگوی مفهومی و عملی استخراج کند. در پژوهش‌های روایی، افراد تجاربشان را در داستان‌هایی بیان می‌کنند. این داستان‌ها تحت تأثیر «گذشته، موقعیت و ارزش‌های فرد» قرار دارد.

۳۳-۲. مراحل اجرای پژوهش روایتی

تفاوت اصلی آن با سایر روش‌های کیفی، تمرکز بر مصاحبه عمیق یا داستان‌گویی آزاد است. این روش به دنبال کشف تمایزها در تفسیر نتایج است و مهم‌ترین سؤال آن این است که «روایت این داستان چیست و چه فرقی با سایر روایت‌ها دارد؟». الگوهای مختلفی برای اجرای پژوهش روایتی مطرح شده است که در این کتاب الگویی به شرح جدول ۳۳-۴ مورد توجه قرار گرفته است.

جدول ۳۳-۴. فرایند اجرای پژوهش روایتی

ردیف	محورها	توضیح
۱	طراحی پژوهش	شناسایی مسئله، بیان مسئله از ابعاد مختلف و بیان هدف و سؤالات پژوهش بر اساس مسئله
۲	نمونه‌گیری	تعیین فرد، یا افراد و یا اسناد معتبر برای شناسایی یک پدیده یا تجربه
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری متون میدانی مستند از داستان اشخاص در کلمات خودشان مانند مصاحبه، نامه و خاطره
۴	تحلیل داده‌ها	تحلیل داستان شرکت‌کنندگان و بازگویی آن در چارچوبی مشخص و معناسازی آن‌ها با شناسایی تم‌ها یا مقولات از اطلاعات داستان (مانند زمان، محل، طرح و صحنه)
۵	بحث و نتیجه‌گیری	نوشتن یافته‌ها و تجزیه و تحلیل، نتیجه‌گیری‌ها و مفاهیم

۳۳-۳. طراحی پژوهش

در این مرحله باید مشخص کرد که «کدام تجربه‌های کسب‌شده یک فرد یا پدیده» به عنوان یک مسئله نیاز است تا بازنمایی و روایت شود. بر این اساس مسئله پژوهش بر اساس چالش‌های موجود در روند تجارب و رویدادهای انسانی شناسایی و معرفی می‌شود و در ادامه اهداف و سؤالات پژوهش بر اساس آن مسئله تدوین خواهد شد. پژوهشگر با هدف کشف معنای تجربه فرد از طریق بیان داستان، پژوهش خود را طراحی می‌کند. برای ایجاد چارچوب اولیه به منظور طراحی روش پژوهش می‌توان از دیدگاه‌هایی چون «برساخت‌گرایی یا پراگماتیستی» به شرح جدول ۳۳-۵ استفاده کرد.

جدول ۳۳-۵. انواع دیدگاه‌های اصلی در طراحی پژوهش روایتی

ردیف	انواع	توضیح
۱	ساخت‌گرایی	نظریه مبتنی بر ساخت دانش از طریق کنش متقابل با دیگران و در اینجا شکل‌گیری پدیده‌ها از دل روایت‌ها
۲	پراگماتیستی	مطالعه تجربه در قالب داستان

از دیدگاه ساخت‌گرایی، پژوهشگر طراحی پژوهش را به نحوی انجام می‌دهد که بتواند از دل روایت‌ها به کشف پدیده‌هایی در زمینه‌های خاص بپردازد. در رویکرد پراگماتیستی، پژوهشگر تجربه افراد مختلف را برای مطالعه به شکل داستان درآورده و آن را تحلیل می‌کند. در طراحی پژوهش همچنین باید «نوع نگاه به سوژه» در روایت مورد توجه قرار گیرد (پورعزت، شامی زنجانی و رئیسی فر، ۱۳۹۷).

۳۳-۴. ملاحظات نمونه‌گیری در تحلیل روایت

در این مرحله باید فرد یا افراد یا اسناد معتبر برای شناسایی پدیده یا تجربه انتخاب شوند. نمونه‌ها را می‌توان از میان فرد یا محتوای اسناد یا ترکیبی از موارد مختلف انتخاب کرد. نمونه‌های اسنادی می‌تواند شامل مواردی چون «انواع داستان، نمایش تلویزیونی، موسیقی، نقاشی، تبلیغات، مقاله، زندگی‌نامه، صورت‌حساب، بازی کامپیوتری، وب‌پایزود اینترنتی^۱، اخبار، اسناد تاریخی، آلبوم‌های خانوادگی، عکس‌ها، تصاویر، تفاهم‌نامه‌ها، قراردادهای، نامه‌ها، پیام‌ها و انواع اسناد اطلاعاتی» دربردارنده یک روایت در رابطه با موضوع باشد (نوغانی و عباچی، ۱۳۹۶).

پژوهشگر در تحلیل روایت به دنبال نفوذ در مغز روایت‌ها و شکستن پوسته و لایه‌های محافظ آن برای دستیابی به مرکز روایت و جوهره آن است. او با مطالعه روایات مختلف یک «فرد، ایل، نژاد، جامعه، تیم یا نسل» و تمرکز بر روی آن برای جمع‌آوری داده اقدام می‌کند. از آنجایی که تحلیل روایت، رویکرد تعمیمی ندارد و مانند بسیاری از روش‌های کیفی به دنبال کسب درک عمیق از پدیده موردبررسی است، انتخاب نمونه به صورت غیرتصادفی و هدفمند بر اساس شناخت، تعمیدی و قضاوتی است. حتی وقتی پژوهشگر درصدد بررسی روایت حاصل از تجربه یک فرد است، به نمونه‌گیری منحصر به همان فرد و بررسی ابعاد مختلف او برای درک تجربه‌ها و بازنمایی مجدد آن نیاز است. بنابراین نمونه‌گیری در این روش، به پژوهشگر بستگی دارد و گاه از یک روایت و گاهی از خوشه‌ای روایت، برای جمع‌آوری داده شکل می‌گیرد (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۵).

۳۳-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

در پژوهش روایتی، پژوهشگر در جستجوی «داستان جامعه پژوهش و ثبت» آن است. بنابراین داده‌ها در این روش همان «روایت‌های ثبت‌شده» خواهد بود که با روش‌های مختلفی جمع‌آوری می‌شود. ابزار اصلی جمع‌آوری داده در این روش «مصاحبه عمیق و ساختارنیافته» است ولی در مواردی از کدگذاری اسناد مختلف یا ترکیبی از هر دو نیز استفاده می‌شود. داده‌ها می‌توانند از «یادداشت‌های میدانی، محتوای مجلات، متون مصاحبه، مشاهدات فرد و مشاهدات دیگران، قصه‌گویی‌ها، نامه‌نوشتن‌ها، نوشتن زندگینامه توسط خود فرد، اسناد برنامه‌ها، خبرنامه‌ها، قوانین، مقررات، عکس‌ها و فیلم‌ها» استخراج شوند (موئن^۲، ۲۰۰۶).

مرحله تحلیل و نتیجه‌گیری از داده‌ها وابسته به میزان دقت و صحت داده‌های جمع‌آوری شده است. از تمایزهای این روش با دیگر روش‌های کیفی، «توجه به نمونه‌های خاص و بافت‌های متنوع» برای جمع‌آوری داده است. رخدادهای داستان برای «روایت شدن» یا اتفاق افتاده و در اسنادی ثبت‌شده یا در ذهن و آماده بازگویی است. بنابراین رابطه زمانی «روایت» با «رخدادهای داستان» را می‌توان در چهار وضعیت زمانی به شرح جدول ۳۳-۶ دنبال کرد.

۱. قسمت‌های اصلی یک مجموعه تلویزیونی که برای پخش و مشاهده آنلاین آماده می‌شود.

جدول ۳۳-۶. انواع وضعیت زمانی برای جمع‌آوری داده‌های روایت

ردیف	انواع	توضیح
۱	گذشته‌نگر	بازگو شدن روایت پس از اتفاق افتادن
۲	پیشگیرانه	یا بازدارنده و در متون کتاب‌های پیامبران عهد عتیق
۳	هم‌زمان	هم‌زمان با رخدادها یا داستان مانند گزارش مستقیم فوتبال
۴	درونی‌ای	همراه با کنش‌های تغییردهنده روایت

منظور از گفتمان روایی، «روایت بیان‌شده» توسط «راوی» یا «نقل‌قول‌های راوی از گفته‌های کنشگران» است، بنابراین روایت در «زنجیره و تناوب گفتمان‌های راوی و کنشگران» شکل می‌گیرد. برای این منظور پژوهشگر باید رویکردهای جمع‌آوری داده‌های خود را از ابعادی به شرح جدول ۳۳-۷ مشخص کند.

جدول ۳۳-۷. انواع رویکردهای جمع‌آوری داده توسط پژوهشگر در پژوهش روایتی

ردیف	انواع	توضیح
۱	مضمونی	شناسایی مضامین اصلی داستان
۲	ساختاری	شناسایی چگونگی بیان داستان و اسکلت‌بندی آن توسط راوی
۳	مکالمه‌ای	شناسایی زمینه‌های خاص داستان مانند شرایط فرهنگی، تاریخی یا اثر مصاحبه
۴	دیداری	شناسایی و جمع‌آوری داده‌های دیداری چون زبان بدن، تصویر، عکس، نقاشی و دیگر موارد منتقل‌کننده داستان

۳۳-۵-۱. جمع‌آوری داده با مصاحبه: در این روش تأکید بر «مصاحبه عمیق و ساختارنیافته» یا «مصاحبه روایتی» است. در مصاحبه روایتی از فرد مطلع خواسته می‌شود، سرگذشت موضوعی را که خود در آن شرکت داشته، فی‌البداهه روایت کند (هرمان، ۱۹۹۵). مصاحبه‌کننده فرد مطلع را و می‌دارد تا موضوع موردنظر را در قالب داستان به هم‌پیوسته‌ای از رویدادها از ابتدا تا به انتها بازگو کند. اگر در مصاحبه روایتی از روایتگر خواسته شود داستان خود را در محور یک واقعه سازمان‌دهی کند، به آن مصاحبه واقعه‌مدار یا اپیزودیک گفته می‌شود (حریری، ۱۳۸۵). در مصاحبه باید به انواع خطاهای عمدی یا غیرعمدی مصاحبه‌شونده از جمله مواردی به شرح جدول ۳۳-۸ توجه داشت (رسولی، بی‌تا).

جدول ۳۳-۸. انواع خطاهای عمدی یا غیرعمدی در مصاحبه روایتی

ردیف	انواع
۱	جهت‌دار، نمایشی، اغراق‌آمیزبودن یا ضعف اطلاعات
۲	زمینه‌های روانی مانند «دلیل‌تراشی، اثر هاله‌ای، اضطراب، ایدئال‌گرایی و امثال آن» در ارائه پاسخ‌های غیرواقعی
۳	اثر جواب‌های کلیشه‌ای
۴	احتمال ضعف و خطا در یادآوری حوادث و رویدادها

بنابراین باید در فرایند مصاحبه مراقب بود که مصاحبه‌شونده از موضوع اصلی دور نشود و در راستای هدف پژوهش و با توجه به فرایند زمانی، تجربه‌های خود را در گذشته، حال و با احتمال وقوع آن‌ها در آینده، روایت کند. همچنین باید به مصاحبه‌شونده کمک کرد تا تجربه خود را با توجه به «زمینه»، «موقعیت‌های زمانی و مکانی» و «بافت اجتماعی» بیان نماید (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۵). برای این منظور، ایجاد یک فضای دوستانه و صمیمی توأم با آزادی و اعتماد بین پژوهشگر و پاسخ‌دهنده برای جمع‌آوری داده ضرورت دارد.

۳۳-۵-۲. جمع‌آوری داده‌ها از اسناد: از جمله این منابع دست‌دوم، محتوای انواع رسانه‌ها در ارتباط با موضوع هستند. برای نمونه پژوهشگر ممکن است علاوه بر مصاحبه از اسناد و مدارک مرتبط با تجربه زندگی فردی و اجتماعی فرد نیز استفاده کند.

۳۳-۵-۳. یک‌دست کردن داده‌ها به شکل متنی: در صورتی که پژوهشگر با چند نفر در خصوص تجربه‌های کسب‌شده در یک امر خاص مصاحبه کند، یا حتی داده‌هایی را از منبع مختلف جمع‌آوری می‌کند باید برای تحلیل آن‌ها را به یک سند نوشتاری یک‌دست و در قالب یک داستان اولیه تبدیل کند.

۳۳-۶. روش تحلیل داده‌ها در پژوهش روایتی

داده‌های جمع‌آوری شده می‌تواند از جنبه‌های مختلفی چون «زبان‌شناسی، انسان‌شناسی، روان‌شناسی و امثال آن» تحلیل شود. در فرایند تجزیه و تحلیل داده‌های روایتی باید مراحل را به صورت رفت و برگشتی به شرح جدول ۳۳-۹ دنبال کرد.

جدول ۳۳-۹. مراحل تجزیه و تحلیل داده‌های روایتی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	مرور متن	با دقت خواندن متن حتی برای چندبار به منظور مسلط شدن بر آن
۲	کدگذاری	تقسیم‌بندی متن با توجه به جنبه زمانی تجربه‌ها و «قاعده حذف/انتخاب، تعمیم، ساختن و قاعده صفر»
۳	نمایان کردن زمینه	رفتن به عمق داستان و شناسایی مشرب فکری، اعتقادی و گرایشی راوی از پس کلمات و نوع روایت
۴	تحلیل داده‌ها	شناسایی مقوله‌های بازنمایی شده و نمایان کردن اطلاعات با تصویر نمودن عناصر موجود در تجربه‌ها

در این مرحله باید متن را با دقت و برای چندبار خواند و به خوبی یا انواع عناصر موجود در متن به شرح جدول ۳۳-۱۰ آشنا شد.

جدول ۳۳-۱۰. انواع عناصر روایت

ردیف	عناصر	توضیح
۱	موضوع	چیزی از پیش موجود و اشاره‌کننده متن روایتی به آن با انواع مفاهیم اجتماعی، سیاسی، اخلاقی، عشقی و امثال آن
۲	درونمایه	حاصل ذهن و جهت‌گیری نویسنده متن درباره موضوع
۳	شخصیت	شخص یا شیء برآمده از متن و ایجاد هویت برای آن از طریق رویدادها
۴	صحنه	موقعیت مکانی و زمانی وقوع حوادث داستان
۵	لحن	حالت بیان روایتگر یا نویسنده نسبت به موضوع مانند «جدی، طنز، رسمی، صمیمی و تغییر سرعت بیان»
۶	فضا	روح حاکم بر داستان و برگرفته از درونمایه با ترکیب عناصر داستانی مانند «سرد، امیدبخش، خشن و امثال آن»
۷	زبان	روش سخن گفتن راوی بر اساس قواعد دستوری و آرایه‌های زبانی مانند «استعاره، توصیف، محاوره و امثال آن»
۸	سبک	چگونگی کاربرد زبان در روایت توسط نویسنده مانند تصویرسازی با ترکیب عناصر
۹	تکنیک	شکل روایت از جمله چگونگی شروع داستان، تغییر زاویه دید، زمان داستان و امثال آن
۱۰	دیدگاه	نویسنده به‌عنوان راوی یا دادن این نقش به شخصیت‌های داستان یا با شرح مبادلات

پس از غرقه شدن پژوهشگر در داده‌های جمع‌آوری شده و مرور دقیق متن و ادامه مراحل، باید اقداماتی به شرح جدول ۳۳-۱۱ را به منظور ساماندهی داده‌ها برای تحلیل انجام داد.

جدول ۳۳-۱۱. محورهای ساماندهی داده‌ها برای تحلیل

ردیف	محورها	توضیح
۱	قاعده حذف/ انتخاب	حذف گزاره‌های غیرمهم و غیردلال‌گر در تحلیل دیگر گزاره‌های متن و انتخاب گزاره‌های مهم
۲	تعمیم	استفاده از گزاره‌های غیرمرتبط برای ساختن گزاره‌ای با مفهومی کلی‌تر
۳	ساختن	در نظرگرفتن گزاره‌ها در توالی مشترک و با یکدیگر و ساختن گزاره‌های دلال‌کننده بر حقیقت کل
۴	قاعده صفر	غیرقابل حذف بودن گزاره‌ها و پذیرش مستقیم آن‌ها در سطح کلان

در تحلیل فراتر از خلاصه یا بخشی از یک متن داستان، به آشکارسازی معنی و مقصود متن اشاره می‌شود و در آن معانی ضمنی متن برای درک سایر متون و اثر مجموعه‌های اجتماعی و فرهنگی بر زندگی مردم آشکار می‌شود. در مواردی تحلیل روایتی بر روابط داخلی موجود و شناسایی مضمون‌هایی در متن داستانی و در مواردی بر محیط اجتماعی و فرهنگی شکل‌دهنده وقایع داستان تأکید صورت می‌گیرد. در پارادایم تفسیری، شناخت تجربه زنده کنشگران می‌تواند به ایجاد یک چارچوب نظری بینجامد. کاترین کولر ریزمن^۱ (۲۰۰۸)، سه سطح را در تحلیل داده‌های روایتی به شرح جدول ۳۳-۱۲ معرفی می‌کند.

جدول ۳۳-۱۲. سه سطح تحلیل داده‌ها در پژوهش روایتی

ردیف	سطوح
۱	داستان‌های بیان‌شده توسط شرکت‌کنندگان
۲	تفسیرهای پژوهشگران یا روایتی از روایت
۳	بازساخت‌های خوانندگان

در بخش نتیجه‌گیری باید به سازه‌های تحلیلی روایت‌ها با ارائه نتیجه معقول و زنجیروار اشاره کرد. ارزش‌گذاری عملی روی ادعاهای مطرح‌شده بر اساس قضاوت‌های استدلالی خردورزانه یا منطقی است. هدف فرایند ارزش‌گذاری متقاعد کردن خوانندگان مبنی بر آن است که این ادعاها مطالب تأییدشده و قابل استفاده به عنوان یک اساس برای شناخت فعالیت در حوزه انسانی هستند. کیفیت پژوهش و موردتوجه بودن ادعاهای علمی به شواهد معتبر و منطقی - بودن استدلال پژوهشگر بستگی دارد. برای اعتبار نتیجه می‌توان از نظر خبرگان در خصوص پژوهش استفاده کرد. در گام پایانی بازنویسی و نگارش داستان در یک توالی زمانی (اول، وسط، آخر) یا به صورت پلاتی دارای یک شخصیت اصلی با تجربیاتی از تضاد و مبارزه انجام می‌شود.

۳۳-۷. روش پژوهش روایتی در بررسی مسیر شغلی

برخی کارشناسان استفاده از روایت را برای بررسی مسیر شغلی پیشنهاد می‌کنند. روایت عناصر مسیر شغلی در قالب یک رمان، امکان فهم عمیق‌تر از تجربه شخصی فرد از مسیر شغلی‌اش را فراهم خواهد کرد. داستان مسیر شغلی به فرد کمک می‌کند بفهمد کیست و در زمینه‌های متغیر شغلی چگونه باید عمل کند. نگاه بر ساخت گرایانه به مسیر شغلی، سعی می‌کند تا با استفاده از روایت، به تجربه ذهنی فرد از مسیر شغلی‌اش، در قالب یک داستان، دست پیدا کند. پرسش‌های پژوهشی این نوع پژوهش اغلب شامل مواردی به شرح جدول ۳۳-۱۳ هستند.

1. Catherine Kohler Riessman

جدول ۳۳-۱۳. پرسش‌های رایج در استفاده از پژوهش روایتی در مطالعه مسیر شغلی

ردیف	پرسش‌ها
۱	ساختار داستان مسیر شغلی افراد چگونه است؟
۲	افراد چگونه به مسیر شغلی خویش، در قالب داستان مسیر شغلی، معنی می‌بخشند؟
۳	گونه‌های داستان‌های مسیر شغلی افراد کدام‌اند؟

در مسیر مطالعات مسیر شغلی می‌توان از سه پارادایم به شرح جدول ۳۳-۱۴ سخن گفت.

جدول ۳۳-۱۴. انواع پارادایم برای مطالعه مسیر شغلی با استفاده از پژوهش روایتی

ردیف	انواع	توضیح
۱	خصیصه‌های فردی	متناسب‌سازی ویژگی‌های شخصیتی ثابت افراد با الزامات شغلی
۲	رشد	رشد در طول مسیر شغلی بدون توجه به خصیصه‌های ثابت
۳	روایت	داستان‌های منحصر به فرد از مسیر شغلی افراد در خصوص کارها

بر اساس نگاه روایتی و داستان به مسیر شغلی، مسیر شغلی پدیده‌ای فردی و اجتماعی است که شامل یک زبان مشترک است که قرار است آن ویژگی هرمنوتیکی غیرقابل تقلیل مسیر شغلی را آشکار کند و این زبان مشترک همان روایت یا داستان است. روایت یکی از بهترین استعاره‌ها برای ارائه توصیفی از پدیده موردبررسی و تعیین مرزهای آن است که می‌تواند امکان ارتباط بین پژوهشگران آن حوزه را فراهم کند (پورعزت، شامی زنجانی و رئیسی‌فر، ۱۳۹۷).



روش دیالکتیک

هدف کلی: آشنایی با روش دیالکتیک

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش تحلیل دیالکتیک
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در روش دیالکتیک
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در روش دیالکتیک
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش دیالکتیک

مقدمه

یکی از مسیرهای اجرای پژوهش کیفی روش دیالکتیک است که در این فصل با مبانی و نحوه اجرای این روش آشنا خواهید شد.

۳۴-۱. آشنایی با مفهوم روش پژوهش دیالکتیک

«دیالکتیک» بر معنای لغوی «مباحثه و مناظره» تأکید دارد. این کلمه در طول تاریخ بر اساس روش خاصی از «بحث-ومناظره» و نخستین بار با اتخاذ روشی خاص توسط «سقراط حکیم» برای گفتگو با طرف مقابل شکل گرفت. هدف روش سقراط «رفع اشتباه و رسیدن به حقیقت» بود. الگوی اجرایی روش سقراط که امروزه بنام «روش دیالکتیکی یا سقراطی» مطرح می‌شود، شامل چند گام کلیدی به شرح جدول ۳۴-۱ بود.

جدول ۳۴-۱. مراحل اجرای دیالکتیک به روش سقراطی

ردیف	مراحل
۱	ارائه مقدمات ساده و شناخته‌شده
۲	طرح پرسش از طرف مقابل و گرفتن تأیید درباره مقدمات طرح‌شده
۳	ادامه سؤالات و قرار دادن طرف مقابل در دوراهی «انکار مقدمات پذیرفته‌شده در شروع بحث» یا «دست کشیدن از ادعاهای خود و اعتراف به درست بودن ادعای طرف مقابل»

در ادامه افلاطون، کلمه «دیالکتیک» برای روش اختصاصی خود و با هدف «دستیابی به معرفت حقیقی» معرفی کرد. به عقیده او، باید از راه «عقل همراه با عشق»، نفس انسانی را به درک «کلیات و یا مثل» به‌عنوان حقایق عالم، راهنمایی کرد. او این روش خود را «دیالکتیک» نامید و آثارش را با الگوی «بحث و گفتگو» یا دیالکتیکی نوشت. در این رویکرد دیالکتیک، روشی برای کشف چیزهایی است که ما پیش از گرفتار شدن به بند تن، نسبت به آن آگاهی داشتیم ولی فراموش کردیم. بر اساس دیدگاه «سقراط و افلاطون»، هیچ معلومات بیرونی، فی‌نفسه وجود ندارد.

فیلسوف دیگری بنام «هراکلیتوس» معتقد بود که عالم همواره در حال تغییر و حرکت است و هیچ چیز پابرجا نیست. دانشمندی آلمانی بنام «هگل» با استفاده از دیدگاه «هراکلیتوس» نظریه و روش خاصی را برای کشف حقایق با عنوان «دیالکتیک» مطرح کرد. هگل «تضاد و تناقض» را به‌عنوان شرط تکامل فکر و طبیعت دانست و اظهار داشت که پیوسته ضدی از ضد دیگری تولید می‌شود. روش دیالکتیکی هگل با تلفیق انتقادی «عقل‌گرایی و تجربه‌گرایی» همراه بود. تا پیش از این دیدگاه، دو جنبه «عقل‌گرایی و تجربه‌گرایی» برای درک جهان با اصطلاحات دوقطبی «ذهنیت و عینیت» یا «تفکر و واقعیت» بر پایه قرارگیری دانش در یکی از دو قطب توصیف می‌شد. طرح هگل برای عبور از یک‌طرفه بودن این فلسفه‌ها و رسیدن به دیدگاهی مبنی بر استفاده از هر دو قطب بدون حذف طرف دیگر بود.

بالاخره در مکاتب «مارکسیسم و لنینیسم»، واژه دیالکتیک با معنای «حرکت و تحول» در تمام جنبه‌های مادی، اجتماعی، اقتصادی، اخلاقی و طبیعی مورد استفاده قرار گرفت. «مارکس و انگلس» نظرات مادی خود را براساس منطق «هگل» تشریح و تبیین کردند و زمینه شکل‌گیری «ماتریالیسم دیالکتیک» را فراهم کردند. «ماده‌باوری دیالکتیکی یا ماتریالیسم دیالکتیکی» بر معرفت‌شناسی یا نظریه شناخت یا دانش و فلسفه تجربه‌گرایی تأکید دارد. یعنی شناخت با واقعیت‌های عینی و درک ذات با مفاهیم انتزاعی صورت پذیرد. «ماده‌گرایی دیالکتیکی» در برابر مفهوم شناخت نظری

است. مارکس دیالکتیک را تنها با رویدادهای تاریخ و جامعه همساز می‌دید و انگلس دامنه دیالکتیک را به حوزه طبیعت گسترش داد.

با این مرور تاریخی می‌توان نتیجه گرفت که «فلسفه دیالکتیک» بر مطالعه «طبیعت و جامعه در حال دگرگونی» تأکید دارد. به این ترتیب «روش دیالکتیک» هم به عنوان «روش پژوهش»، هم به عنوان «روش تدریس» و هم به عنوان «روش زندگی» و هم به عنوان «روش درمانی» مورد بحث قرار می‌گیرد (قائدی، ۱۳۹۴). برای نمونه در رویکرد درمانی می‌توان به «رفتار درمانی دیالکتیکی» اشاره کرد که هدف آن، کاهش رنج افراد درگیر در مشکلات هیجانی نظیر افسردگی و اضطراب است. این رویکرد، «اصل تغییر در درمان شناختی- رفتاری» را با «اصل پذیرش در فنون فلسفه شرقی» ترکیب می‌کند و بر پایه چهار مؤلفه «ذهن آگاهی و تحمل پریشانی به عنوان مؤلفه‌های پذیرش» و «تنظیم هیجانی و کارآمدی بین فردی به عنوان مؤلفه‌های تغییر» اقدام می‌نماید (طاهری داغیان، قاسمی مطلق و مهدیان، ۱۳۹۸). بنابراین با این روش می‌توان برخی موضوعات و مسائل انسانی را بررسی و آشکار کرد. به علاوه، می‌توان به عنوان یک رویکرد، آن را در روش‌های مختلف مورد استفاده قرار داد. «دیالکتیک»، به عنوان یک رویکرد، در همه روش‌های فلسفی مانند «هرمنوتیک، پدیدارشناسی، مطالعات تطبیقی، تحلیل‌ها، انتقادی و انواع قیاس‌ها» قابل استفاده است و به همین دلیل برخی آن را به عنوان «بنیاد» همه روش‌های پژوهش فلسفی معرفی می‌کنند. ماهیت این روش مبتنی بر دو مفهوم «پرسش» و «استدلال» در گفتگو است. موضوع آن به کاوشگری فلسفی انسان و همه رخدادهای انسانی برای اتصال فرد به منبع عظیم آگاهی اختصاص دارد. از ویژگی‌های این روش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۳۴-۲ اشاره کرد (قائدی، ۱۳۹۴).

جدول ۳۴-۲. انواع گستره معنایی مفهوم دیالکتیک

ردیف	انواع مفهوم
۱	تحلیل قوانین عمومی حاکم بر گسترش و تکامل طبیعت، جامعه و تفکر
۲	تحلیل هگل با تأکید بر فرایندهای ایجادکننده تغییرات بر اساس تضادها
۳	تحلیل حرکت یک کل یا مجموعه تحت تأثیر تقابل عناصر از جمله ناهمخوانی، تفاوت، مخالفت، ضدیت و تناقض
۴	تحلیل سقراطی یا رسیدن به بصیرت حقیقی از طریق درون ذهنی فرد
۵	تحلیل افلاطونی با تأکید بر عقل همراه با عشق برای درک «کلیات و یا مثل» به عنوان حقایق عالم
۶	تحلیل دیالکتیک مارکسیسمی با تأکید بر «حرکت و تحول» در تمام جنبه‌های مادی، اجتماعی، اقتصادی، اخلاقی و طبیعی

برای تبیین نهادی شدن و نهادزدایی، تحلیل دیالکتیکی بسیار مؤثر است. رویکرد دیالکتیک یک نگاه کلی به زندگی اجتماعی است که تصور می‌شود ریشه در تحلیل مارکسیستی دارد و انشعابی از آن است. در رویکرد دیالکتیکی «بنسن»^۱ بر «فرایندی» تأکید می‌شود که جهان اجتماعی و حتی امور اجتماعی به ظاهر ثابت و پایدار در معرض تغییر هستند (بنسن، ۱۹۷۷). در مدل دیالکتیکی «شکل‌گیری نهادها»، نهادها به طور مستمر از طریق تعاملات اجتماعی تولید و بازتولید می‌شوند (ساخت اجتماعی)؛ این ملزومات نهادی تولیدشونده، مجموعه به هم پیوسته و مرتبطی را تشکیل می‌دهند (کلیت)، که عدم سازگاری بین آن‌ها و درون آن‌ها، منبع اصلی و مستمر تنش و تضاد است (تناقض)؛ تجربه مستمر تناقض در زندگی اجتماعی موجب شکل‌گیری مجدد آگاهی نهادی می‌شود که در بعضی مواقع به تغییر ترتیبات

نهادی موجود می‌انجامد (عمل). آگاهی نهادی شکل گرفته ناشی از پیامدهای ناخواسته ترتیبات نهادی موجود است که تناقض‌های نهادی را نمایان می‌کند (تسلیمی، میرزایی اهرنجانی، محسنی و قلی‌پور، ۱۳۸۲).

۳-۳۴. فرایند اجرای روش پژوهش دیالکتیک

مراحل اجرای یک روش پژوهش دیالکتیک را می‌توان در جدول ۳-۳۴ مرور کرد.

جدول ۳-۳۴. فرایند اجرای پژوهش دیالکتیک

ردیف	محورها	توضیح
۱	طراحی پژوهش	شناسایی مسئله، بیان مسئله از ابعاد مختلف و بیان هدف و سؤالات پژوهش بر اساس مسئله
۲	نمونه‌گیری	انتخاب نمونه مناسب با توجه به مسئله انتخاب‌شده و سؤالات آن
۳	جمع‌آوری داده‌ها	استفاده از روش‌های مصاحبه، مشاهده و کدگذاری
۴	تحلیل داده‌ها	تحلیل داده‌ها بر اساس یک یا چند مورد از رویکردهای تحلیلی دیالکتیک
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از یافته‌ها و ارائه پیشنهادها

۳-۳۴. طراحی پژوهش

گام نخست پژوهش یافتن موضوع برای دیالکتیک و شروع بحث است. موضوع می‌تواند در حوزه تعلیم و تربیت مانند فلسفه تعلیم و تربیت، برنامه درسی و امثال آن باشد. یا موضوع می‌تواند در حوزه‌های مدیریت، اقتصاد، فرهنگ و دیگر موارد اجتماعی قابل بحث باشد. موضوع باید بحث‌برانگیز باشد، موافق و مخالف زیاد داشته باشد. این مرحله، همان مرحله تز است.

در این مرحله باید موضوع به صورت نظرات موافق و مخالف به عنوان مسئله اصلی پژوهش سازمان‌دهی شود. یعنی اگر موضوع خاصی در حوزه آموزش و پرورش وجود دارد، باید دیدگاه‌های موافقان و مخالفان شناسایی و فهرست‌بندی شوند. در این حالت بیان مسئله صورت می‌گیرد و در ادامه باید اهداف و سؤالات پژوهش را بر مبنای آن تدوین کرد. از دیگر گام‌های مهم در طراحی پژوهش دیالکتیکی، انتخاب «نوع دیالکتیک» است. یعنی باید درباره استفاده از شیوه دیالکتیکی تصمیم گرفت. برای استفاده از هر نوع شیوه دیالکتیکی باید با بنیاد فلسفی آن آشنا بود. یعنی مشخص شود که پژوهشگر به دنبال استفاده از کدام یک از شیوه‌های زیر خواهد بود.

- کشف حقیقت یا رویکرد سقراط و افلاطون
- آشکار کردن ضعف‌ها یا رویکرد آدرنو
- رویکرد پوپر

۴-۳۴. ملاحظات نمونه‌گیری در روش دیالکتیک

مرحله مهم نمونه‌گیری در این روش به «انتخاب طرف یا طرفین گفتگو» اختصاص دارد. در این مرحله باید افراد مناسب برای شرکت در گفتگو به صورتی غیر تصادفی و هدفمند انتخاب شوند. برخی از انواع دیالکتیک با توجه به نوع مخاطب معرفی می‌شوند. در جدول ۴-۳۴ انواع روش دیالکتیک با توجه به مخاطب معرفی شده است.

جدول ۳۴-۴. انواع روش دیالکتیک با توجه به مخاطب

ردیف	انواع دیالکتیک	توضیح
۱	رودرروی دونفره	یا دیالکتیک ناب
۲	گروهی	گروه‌های ۳ تا ۵ نفره
۳	غیرحضوری	مثلاً از طریق نوشتار یا تلفن و..
۴	با خود ^۱	واکاوی درونی

برای انتخاب افراد مناسب برای شرکت در گفتگو، باید پرسش‌هایی به شرح جدول ۳۴-۵ را موردتوجه قرار داد (قاعدی، ۱۳۹۴).

جدول ۳۴-۵. انواع پرسش‌ها برای انتخاب افراد مناسب در روش دیالکتیک

ردیف	پرسش‌ها
۱	چه کسی یا کسانی را انتخاب کنیم؟
۲	آنان را با چه شرایطی انتخاب کنیم؟
۳	شرایط گفتگو چیست؟
۴	مراحل گفتگو چیست؟
۵	دفعات گفتگو چگونه است؟
۶	محل گفتگو کجاست؟

۳۴-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

در این روش برای جمع‌آوری داده‌ها به چارچوب خاصی نیاز است. درواقع «بحث و گفتگو» به قاعده خاص خود نیاز دارد باید قواعدی موردتوافق طرفین بحث وجود داشته باشد. قبل از شروع بحث و اقدام به جمع‌آوری داده‌ها باید از آمادگی و علاقه طرف مقابل به شرکت در گفتگو همراه با پذیرش قواعد گفتگو اطمینان حاصل کرد. گفتگوی دیالکتیکی، بیان برخی عقاید یا به کرسی نشاندن حرف‌های خود یا ارائه دانستنی‌ها و مغلوب کردن فرد به سبب نداشتن معلومات نیست. دو عنصر اساسی دیالکتیک، پرسش و پاسخ به آن در قالب استدلال است. پرسش بعدی، تردید به آن استدلال و طرح پرسشی دیگر است و این فرایند، همین‌طور ادامه پیدا می‌کند تا به کل‌های شامل‌تر و جامع‌تر رسید.

۳۴-۶. ملاحظات تحلیل داده‌ها

هدف، مصاحبه گرفتن نیست. هدف ارتقای گام‌به‌گام در هر محله از گفتگو با پاسخ‌ها و استدلال‌های مطرح شده است. یعنی باید به مفاهیم عمیق‌تری رسید. در این جلسات، با ثبت و ضبط گزارش، فرایند ارتقاء میزان فکر دنبال می‌شود. لذا باید به کمک روش تحلیل موضوعی و محتوایی با استدلال منطقی میزان پیشرفت را سنجید و مراحل ارتقاء را نشان داد.



روش تبارشناسی

هدف کلی: آشنایی با روش تبارشناسی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش تبارشناسی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در تبارشناسی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در تبارشناسی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در تبارشناسی

مقدمه

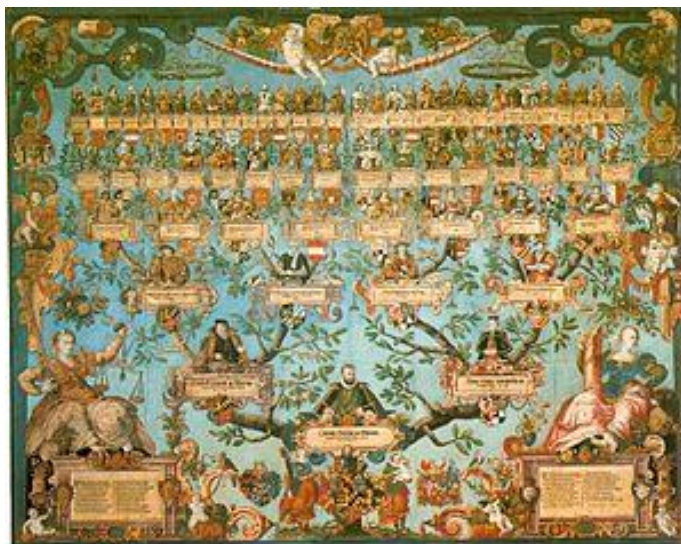
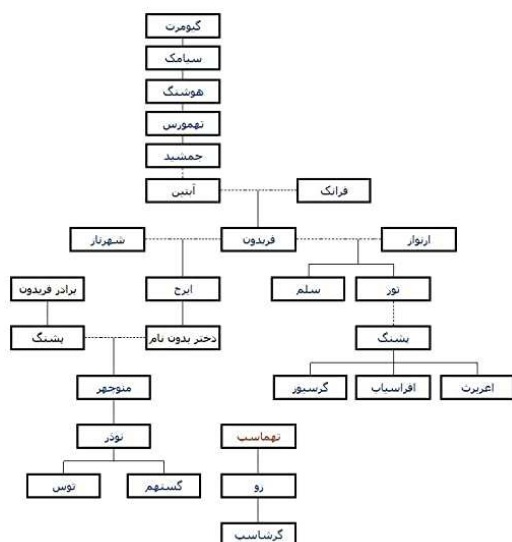
تبارشناسی یکی از روش‌هایی است که به مسئله فرهنگی زمان حال با تأکید بر چرایی آن اشاره دارد. در این فصل به معرفی روش پژوهش تبارشناسی پرداخته خواهد شد.

۳۵-۱. مفهوم روش پژوهش تبارشناسی

تبارشناسی معادل «Genealogy» در فارسی با اسامی دیگری چون «نسب‌شناسی»، «شجره‌نامه‌شناسی»، «نسل‌شناسی» و در مواردی «دیرینه‌شناسی» ترجمه شده است. این مفهوم بر بررسی تغییر مفاهیم در طول تاریخ تأکید دارد. نکته کلیدی در رابطه با خود مفهوم «تبارشناسی» نیز می‌توان این اصل کلیدی در این روش را شناسایی کرد. بنابراین ابعاد مختلف «روش پژوهش تبارشناسی»^۱ از دو بعد «تبارشناسی با رویکرد تاریخ خانوادگی» و «تبارشناسی با رویکرد فلسفی و جامعه‌شناختی» موردتوجه قرار خواهد کرد.

۳۵-۲. تبارشناسی با رویکرد تاریخ خانوادگی

رویکرد اولیه و تاریخی «تبارشناسی» شناسایی «تاریخ خانواده یا دودمان‌ها» و تهیه یک «شجره‌نامه»^۲ و ترسیم درخت خانوادگی بود. تبارشناسان برای رسیدن به این نتیجه از روش‌های «مصاحبه شفاهی»، «اسناد تاریخی»، «تحلیل ژنتیکی»، «بیوگرافی‌ها» و دیگر اسناد برای جمع‌آوری داده درباره خانواده و روابط خویشاوندی و شجره‌نامه‌های مرتبط استفاده می‌کنند. در این رویکرد مطالعه روی اجداد و فرزندان فرد از ابعاد مختلفی موردتوجه قرار می‌گیرد. نتیجه این بررسی اغلب منجر به ارائه یک نمودار مانند نمونه‌های ارائه‌شده در شکل ۳۵-۱ یا روایت‌های نوشتاری می‌شود.



شکل ۳۵-۱. نمونه‌هایی از درخت خانوادگی در تبارشناسی

1. Genealogy research method
2. Pedigree

«تبارشناسان حرفه‌ای» با سفارش افراد یا سازمان‌ها برای تهیه «شجره‌نامه یا تبارنامه‌ها» با روش‌های دقیق و فنی اقدام می‌کنند. در ادامه این رویکردهای پژوهشی به تناسب و حسب نیازها با ابعادی چون «دوره زندگی»، «سبک زندگی»، «بیوگرافی‌ها» و «انگیزه‌ها» مورد توجه و تأکید قرار گرفت. برخی از «تبارشناسان» با این رویکرد، بر روی «گروه خاصی مانند قوم لر» یا «یک نام خانوادگی خاص»، «یک مکان» یا «یک شخص خاص و مشهور» به صورت تخصصی کار می‌کنند. از سال ۲۰۰۰ «استاندارد اثبات تبارشناسانه» توسط «هیئت صدور گواهینامه تبارشناسان» تهیه شد تا از رعایت استانداردهای لازم توسط تبارشناسان اطمینان حاصل شود. این استانداردها بر اموری چون توانایی تفسیر مستندات و به‌ویژه قدرت تشخیص در مواجهه با اسناد متناقض تأکید دارد.

پژوهش تبارشناسی در این رویکرد می‌تواند از یک فرایند پیچیده شامل استفاده از سوابق تاریخی تا تحلیل ژنتیکی را در بر می‌گیرد. مهم‌ترین مراحل اجرای پژوهش با این رویکرد را می‌توان به شرح جدول ۱-۳۵ دنبال کرد.

جدول ۱-۳۵. مراحل اجرای روش تبارشناسی با رویکرد تاریخ خانوادگی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	شناسایی مسئله از جمله لزوم ریشه‌شناسی خانوادگی یک فرد یا یک قوم و طرح اهداف و سؤالات
۲	نمونه‌گیری	انتخاب نمونه انسانی مناسب و اسناد مناسب برای جمع‌آوری داده با توجه به شرایط هر قوم یا فرد
۳	جمع‌آوری داده‌ها	استفاده از انواع روش‌های مصاحبه، مشاهده و کدگذاری و بررسی اعتبار داده‌های جمع‌آوری شده و در نهایت یک‌دست‌سازی یا متنی‌سازی داده‌ها
۴	تحلیل داده‌ها	ترکیب داده‌ها و تحلیل آن‌ها برای رسیدن به یک سابقه خانوادگی منسجم
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی یافته‌ها و ارائه نمودار درختی سابقه خانوادگی یا شجره‌نامه

زمینه‌های تاریخی، اجتماعی و خانوادگی برای دستیابی به شناسایی صحیح افراد و روابط ضروری است. ارجاع‌دهی به منبع نیز بسیار مهم است. نتیجه‌گیری‌های معتبر مبتنی بر «کیفیت منابع»، «سوابق اولیه ایدئال»، «اطلاعات موجود در آن منابع»، «اطلاعات ایدئال دست‌اول» خواهد بود. در بسیاری از موارد، تبارشناس باید ماهرانه و غیرمستقیم شواهد را جمع‌آوری کند تا پرونده‌ای برای هویت و خویشاوندی مورد بررسی ایجاد کند. پس از جمع‌آوری شواهد، داستان‌ها و مستندات پشتیبانی‌کننده باید اعتبار آن‌ها را ارزیابی کرد. در این رابطه باید مستندات را از باب «اجداد و دیگر وابستگی‌ها»، «روابط خویشاوندی»، «رویدادهای زندگی» و امثال آن مورد بررسی قرار گیرد. سپس باید داده‌ها را ترکیب و تحلیل کرد تا یک «سابقه خانوادگی منسجم» مبتنی بر تبارشناسی ایجاد شود. امروزه نمودار درختی تاریخ خانوادگی با نرم‌افزارهای کامپیوتری ترسیم می‌شود. نرم‌افزارهای «تبارشناسی» برای جمع‌آوری، ذخیره، تنظیم و نمایش داده‌های تبارشناسی خانوادگی مورد استفاده قرار می‌گیرد. برخی از این نرم‌افزارها با ذخیره اطلاعات اولیه درباره افراد از جمله «تاریخ تولد، وضعیت تأهل، سال مرگ، شغل، محل زندگی و دیگر اطلاعات بیوگرافی» امکان بررسی روابط و ترسیم نمودار خویشاندی و دیگر گزارش‌های نمونه را فراهم می‌کنند (اسمیت^۱، ۲۰۱۶).

۳-۳۵. تبارشناسی با رویکرد فلسفی و جامعه‌شناختی

«تبارشناسی در فلسفه» روشی تاریخی است که در آن «درک رایج از باورهای متفاوت فلسفی و اجتماعی موجود» با در نظر گرفتن هدف، گستره یا کلیت گفتمان در یک بازه زمانی مورد بررسی قرار می‌گیرد. این رویکرد بر «ردیابی تبار» از منظر مفهومی و زمینه شکل‌گیری و تغییرات معنایی آن در بستر تاریخ، تأکید دارد. به عبارت دیگر با روش مطالعه نظام‌مند درباره مسائل فرهنگی یا گفتمان‌های روز و چرایی بروز آن‌ها در روندی تاریخی بررسی می‌شود. گفتمان پدیده‌ای چندوجهی و چندمعنایی است. کثرت وجوه و کثرت معانی این پدیده موجب پیچیدگی و ابهام در دریافت صحیح معانی، تعاریف و کاربردهای آن شده است. همه گفتمان‌ها منشأ تاریخی دارند (گنجی، امیرمظاهری و لیبی، ۱۳۹۸). بنابراین با مطالعه تاریخی از ابتدای شروع تا نقطه حاضر می‌توان بسیاری از مشکلات مورد اشاره را رفع کرد. در این روش پژوهشگر به دنبال «چرایی وضعیت موجود فرهنگی یا گفتمان‌های موجود» در روند تاریخی است. یعنی می‌خواهد بداند که چرا از میان انواع حالات ممکن، شرایط فرهنگی یا گفتمانی به وضعیت موجود رسیده است. تبارشناسی به لحاظ معرفت‌شناسی، برخاسته از فلسفه رخداد و اندیشه «نیچه» است. در این رویکرد «حقیقت» امری است که نمی‌توان آن را از پروسه شکل‌گیری آن جدا فرض کرد و درک آن مستلزم درک روابطی است که منجر به تولد آن حقیقت شده است (گنجی، امیرمظاهری و لیبی، ۱۳۹۸). از دیدگاه فوکو بر مبنای تبارشناسی، هر پدیده از جمله فرهنگ، حاصل تغییراتی در طول تاریخ است، بنابراین شناخت هر پدیده به بررسی این تغییرات در طول تاریخ نیاز دارد. در «تبارشناسی» نقطه موجود شناسایی و گذشته آن تا رسیدن به این نقطه بررسی می‌شود اما در «دیرینه‌شناسی»^۱ و «باستان‌شناسی»^۲ اتفاقات و پدیده‌ها در گذشته بررسی می‌شوند. سه مفهوم «تبارشناسی»، «دیرینه‌شناسی» و «باستان‌شناسی» در جدول ۲-۳۵ ارائه شده است (مسعودی، ۱۳۸۶).

جدول ۲-۳۵. مفاهیم تبارشناسی، دیرینه‌شناسی و باستان‌شناسی در ارتباط با هم

ردیف	انواع	توضیح
۱	تبارشناسی	«چرایی وضعیت موجود فرهنگ یا گفتمان» در روند تاریخی
۲	دیرینه‌شناسی	تأکید بر گذشته فرهنگ و گفتمان با مطالعه آثار گذشتگان به سبک باستان‌شناسان و با حفاری در تاریخ اندیشه و استخراج «اقدامات و افکار گذشتگان» و در ادامه «تحلیل قواعد مخفی و ناآگاهانه شکل‌دهنده آنان»
۳	باستان‌شناسی	مطالعه لایه‌های مختلف زمین برای بررسی تغییرات زندگی جانداران در ادوار گوناگون

در واقع دیرینه‌شناسی مقدمه «تبارشناسی» است اما فقط به دوران گذشته محدود می‌شود اما «تبارشناسی» وقایع را در دوره‌های مختلف تاریخی تا رسیدن به نقطه موجود دنبال می‌کند.

الگوهای اجرای متفاوتی برای روش تبارشناسی در فلسفه و جامعه‌شناسی وجود دارد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها، مراحل ده‌گانه فوکو است. در این روش مرحله اول به «شناسایی مسئله»، مرحله دوم به «بررسی سوابق موضوع»، مرحله سوم به «شناسایی درجه صفر»، مرحله چهارم به «کشف گفتمان‌ها»، مرحله پنجم به «تحلیل گسست»، مرحله ششم به «تحلیل تبار»، مرحله هفتم به «تحلیل تصادف»، مرحله هشتم به «تحلیل قدرت»، مرحله نهم به «تحلیل مقاومت»

1. Paleontology
2. Archeology

و مرحله دهم به «تحلیل نهایی یا نقد حال» اختصاص دارد (گنجی، امیرمظاهری و لبیبی، ۱۳۹۸). این مراحل در ادامه و در فرایندهای اجرایی مورد اشاره تشریح خواهند شد.

مهم‌ترین وجه تمایز پژوهش تبارشناسی با دیگر پژوهش‌های کیفی، رهایی آن از هرگونه «ماهیت ثابت، قوانین بنیادی، غایات متافیزیکی و روند مطالعه» است. این در حالی است که هر یک از دیگر روش‌های کیفی به یک یا چند عنوان از موارد مورد اشاره، ارتباط دارند. هدف تبارشناسی «ثبت و ضبط خصلت یکتا و بی‌نظیر وقایع» خارج از هرگونه غایت یکدست و یکنواخت است.

۳۵-۴. فرایند اجرای پژوهش تبارشناسی

فرایند اجرای پژوهش تبارشناسی را می‌توان در مراحل به شرح جدول ۳۵-۳ مرور کرد.

جدول ۳۵-۳. فرایند اجرای پژوهش تبارشناسی

ردیف	انواع	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله با تأکید بر چالش فرهنگ یا خصیصه گفتمانی و تدوین اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	نمونه‌گیری از انواع منابع انسانی یا اسنادی برای جمع‌آوری داده
۳	جمع‌آوری داده‌ها	جمع‌آوری داده‌ها با انواع ابزارهای «مصاحبه، مشاهده، اسناد و منابع دست‌اول»
۴	تجزیه و تحلیل داده‌ها	تعیین محدوده تاریخی، مشخص کردن گفتمان‌ها، تعیین عناصر گفتمانی، تعیین عوامل عدم تعادل، یافتن گفتمان جدید و تحلیل و معرفی عوامل بی‌تعادلی در گفتمان جدید
۵	بحث و نتیجه‌گیری	ارائه نتیجه و جمع‌بندی کلی همراه با پیشنهاد

۳۵-۵. ملاحظات طراحی پژوهش

مسئله و موضوع تبارشناس باید درباره «زمان حال و با خصیصه گفتمانی» باشد که برای آن به تاریخ و تغییرات آن مراجعه شود. درواقع مسئله باید طوری انتخاب شود که در آن فهم یک پدیده تاریخی با تأکید بر «مبدأ» و ارائه تصویری دقیق از آن باشد. یعنی باید با شرح پدیده در زمان حال، سپس به گذشته و ابتدای آن رفت. در رویکردهای تبارشناسی فوکو بر گزاره‌هایی به شرح جدول ۳۵-۴ تأکید می‌شود.

جدول ۳۵-۴. انواع گزاره‌های تبارشناسی فوکو

ردیف	انواع	توضیح
۱	عدم تعادل متن و حاشیه	متأثر از خصلت ذاتی متن و فشار حاشیه
۲	تولد گفتمان جدید	تولد گفتمان جدید ناشی از فشار حاشیه‌ها بر متن و تنازع گفتمانی
۳	همراهی قدرت و دانش	بررسی رابطه قدرت با دانش در شرایط خاص با توجه به تغییر دائمی آن

در یک نمونه با «روشنفکری دینی» در ایران به‌عنوان یک چالش و مسئله مورد توجه یک پژوهشگر قرار می‌گیرد. در بررسی اولیه روشن می‌شود که این مفهوم از دهه چهل ظهور یافته و تا امروز دچار تغییرات متعددی در دوره‌های مختلف شده است. تبارشناسی هویت فرهنگی «روشنفکری دینی» به تاریخ این پدیده می‌پردازد، نه از این جهت که تاریخ تحولات آن را مشخص می‌سازد، بلکه از این حیث که این هویت فرهنگی، در حال حاضر با ارائه تفسیری خاص از نسبت بین دین و در موردی سنت، سبک زندگی خاصی را بر اساس خودفهمی موقعیتی ترویج می‌کند که

گاهی در تعارض با سبک زندگی دین‌دارانه مبتنی بر مرجعیت است. تبارشناس درصدد تبیین سیر تاریخی روشنفکری دینی نیست، بلکه درصدد دستیابی به گزاره‌ها و احکامی برای سیاست‌گذاری‌های فعلی مبتنی بر آن با مطالعات تاریخی است (خنیف‌ر و مسلمی، ۱۳۹۵).

۳۵-۶. ملاحظات نمونه‌گیری در پژوهش تبارشناسی

برای محدود کردن قلمرو موردمطالعه، موضوع انتخاب و در همان مسیر بازگشت به گذشته ابتدایی آن صورت می‌گیرد. در این مسیر تأکید بر موضوع در یک عصر تاریخی و کنش‌های کلامی مهم در آن است. نمونه‌گیری در این روش هدفمند خواهد بود و قالب‌هایی چون «گفتار، نوشتار و قضایای گفتمانی» از جمله «خطابه‌های شفاهی، مکتوب و آرشیوهای دوره‌ای» را پوشش می‌دهد. همچنین نمونه‌گیری می‌تواند از میان شخصیت‌های انسانی برای جمع‌آوری داده‌های دست‌اول از طریق مصاحبه باشد.

۳۵-۷. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش تبارشناسی

در این روش برای جمع‌آوری داده‌ها محور خود پژوهشگر است که از ابتدا تا انتهای مسیر باید در داده‌ها، اطلاعات و تحلیل‌ها غوطه‌ور باشد. از ملاحظات جمع‌آوری در این روش می‌توان به موارد جدول ۳۵-۵ اشاره کرد.

جدول ۳۵-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در روش تبارشناسی

ردیف	ملاحظات
۱	شناسایی نقطه صفر یا آغازین پدیده و کنکاش آن تا رسیدن به وضع موجود یا نقطه فعلی
۲	متکی نبودن به یک ابزار خاص و بهره‌مندی از انواع ابزارها از جمله «مصاحبه، مشاهده، اسناد و منابع دست‌اول» برای بررسی در طول تاریخ موضوع
۳	بازسازی دائمی وقایع و گاهی تبدیل آن به داستان، برای پرده برداشتن از چیزهای مغفول مانده یا دیده نشده در تحولات موضوع
۴	بازنگری پیوسته اسناد و نمایش چگونگی تبدیل یک دانش عمیق به دانشی عمیق‌تر
۵	تبدیل همه انواع داده‌های جمع‌آوری‌شده به یک متن یکدست برای تحلیل

۳۵-۸. ملاحظات تحلیل داده‌ها در پژوهش تبارشناسی

مراحل تحلیل داده‌ها در روش تبارشناسی را می‌توان به شرح جدول ۳۵-۶ مرور کرد.

جدول ۳۵-۶. مراحل تحلیل داده در پژوهش تبارشناسی

ردیف	انواع	توضیح
۱	شناخت گفتمان‌ها	شناسایی موضوعات، تبارها یا «گفتمان‌های غالب یا غیرغالب» در متن رجوع چندباره به منابع و متون و تحلیل همه مباحث گفتمانی پیرامون موضوع
۲	شناخت عناصر گفتمان	تعیین عناصر گفتمانی مرتبط با موضوع با تحلیل چندباره داده‌های به‌دست‌آمده
۳	شناسایی عوامل عدم تعادل	مراجعه به متن و شناسایی علل عدم تعادل‌های گفتمانی و به‌ویژه گفتمان غالب
۴	شناسایی گفتمان جدید	شناسایی گفتمان تولد یافته یا مولود جدید یا همان گفتمان تحت بررسی
۵	تحلیل نهایی	تحلیل و معرفی عناصر عامل بی‌تعادلی در گفتمان جدید

الگوهای تحلیل در تبارشناسی را می‌توان به دو دسته به شرح جدول ۳۵-۶ تقسیم کرد.

جدول ۳۵-۶. انواع الگوهای تحلیل در تبارشناسی

ردیف	انواع	توضیح
۱	تحلیل در سطح	تحلیل وقایع در سطح و به دنبال معنای عمیق و نهفته در ورای گفتمان نبودن
۲	فاصله‌گیری	فاصله گرفتن از پدیده مورد مطالعه و نگاهی کلی و از بالا به پدیده داشتن

برای شناخت گفتمان و عناصر آن می‌توان بر اساس چهار عنصر ساختار گفتمانی یعنی «ابژه، مفاهیم، وجه بیانی و استراتژی» اقدام کرد. در هر چهار مورد، مسئله تبارشناسانه، شناخت شرایط ظهور و پیدایی عناصر و قواعد ایجادکننده ساختار است (گنجی، امیرمظاهری و لبیبی، ۱۳۹۸).



روش مطالعه موردی

هدف کلی: آشنایی با روش مطالعه موردی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش مطالعه موردی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در مطالعه موردی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در مطالعه موردی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در مطالعه موردی

مقدمه

یکی از روش‌ها برای بررسی عمیق یک فرد، گروه یا یک رویداد است. در این فصل به معرفی روش مطالعه موردی پرداخته خواهد شد.

۳۶-۱. مفهوم روش مطالعه موردی

«مطالعه موردی»^۱ به ترجمه‌های دیگری چون «نمونه پژوهی، مورد پژوهی، قضیه پژوهی و تکنگاری» هم دیده می‌شود اما در این کتاب از ترجمه رایج و پذیرفته‌شده «مطالعه موردی» استفاده می‌شود. «روش مطالعه موردی» به بررسی عمیق یک «فرد، خانواده، گروه، رویداد، سازمان و جامعه خاص» با رویکردی توصیفی یا تبیینی تأکید دارد. بنابراین رویکرد این روش به درک عمیق «مورد» از جمله «رفتار یک فرد، یک حادثه، یک تصمیم، یک سازمان و امثال آن» از ابعاد مختلف توجه می‌کند. برخی اعتقاد دارند که روش پژوهش مطالعه موردی مناسب زمانی است که مورد مطالعه را نتوان به راحتی از زمینه‌اش تشخیص داد. این روش نوعی مشاهده مفصل و گام‌به‌گام در ابعاد مختلف و در ادامه تفسیر مشاهدات با دیدگاه عمیق و کل‌گراست. مطالعه موردی را می‌توان به روش‌های «کیفی، کمی یا ترکیبی» انجام داد. اغلب تأکید بیشتر بر استفاده از الگوهای پژوهش کیفی و بعد ترکیبی با هدف جمع‌آوری داده‌ها از ابعاد مختلف به منظور عمیق‌تر شدن مطالعه است. در این روش یک «مورد» خاص انتخاب و از جنبه‌های متعددی بررسی می‌شود. وقتی یک نظام مانند «نظام آموزشی» به عنوان «مورد» در نظر گرفته می‌شود باید این نظام به عنوان یک واحد تحلیل با «حدومرزی مشخص و متشکل از عناصر و عوامل متعدد و مرتبط به هم» معرفی شود. برای نمونه در نظام آموزش-وپرورش می‌توان مورد را با توجه به عناصری چون «دانش‌آموز، معلم، مدیر، برنامه درسی و امثال آن» بررسی کرد یا هر یک از عناصر مورد را اشاره را به عنوان یک «مورد» مطالعه و مشخصه‌های آن را از جنبه‌های متعدد و به طور عمقی مورد بررسی قرار داد. هدف کلی در هر مطالعه موردی مشاهده تفصیلی ابعاد مورد مطالعه و تفسیر مشاهده‌ها از دید کل‌گرا است (بازرگان و مرادی، ۱۳۷۴). از مهم‌ترین ویژگی‌های روش مطالعه موردی می‌توان به مواردی به شرح جدول ۳۶-۱ اشاره کرد.

جدول ۳۶-۱. انواع ویژگی‌های روش مطالعه موردی

ردیف	انواع	توضیح
۱	تمرکز	تمرکز بر وضعیت، رویداد، برنامه یا پدیده خاص
۲	توصیف	ارائه توصیف مفصل از موضوع مورد مطالعه
۳	اکتشاف	کشف روابط متقابل جدید، چشم‌اندازهای تازه، معانی جدید و بینش نو
۴	استقراء	ارائه اصول و تعمیم‌ها با بررسی داده‌ها بدون ارزشیابی فرضیه‌های از پیش موجود

برخی اعتقاد دارند که مطالعه موردی بیش از آنکه یک روش پژوهش باشد، یک راهبرد پژوهشی با امکان استفاده از انواع روش‌های کیفی، کمی یا ترکیبی است. یکی از رویکردهای این روش «نظریه‌سازی یا ایجاد فرضیه» از طریق بررسی باز و کاربرد روش استقرائی خواهد بود (دانایی فرد و الوانی، ۱۳۸۳). بسیاری از کارشناسان اعتقاد دارند که

استفاده از این روش برای درک عمیق موضوعات از اولویت بالاتری نسبت از بسیاری از دیگر روش‌ها دارد که تنها اطلاعاتی سطحی را تولید می‌کنند (استیک^۱، ۱۹۷۸).

۲-۳۶. مراحل اجرای پژوهش مطالعه موردی

روش مطالعه موردی شامل مراحل به شرح جدول ۲-۳۶ است.

جدول ۲-۳۶. مراحل اجرای پژوهش مطالعه موردی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله در رابطه با یک مورد خاص و در ادامه تعیین اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	تمرکز روی موارد خاص به صورت هدفمند از میان «فرد، خانواده، گروه، رویداد، سازمان و جامعه خاص»
۳	جمع‌آوری داده	جمع‌آوری انواع داده‌های کیفی، کمی یا ترکیبی مربوط به مورد خاص
۴	تحلیل داده	تمرکز پژوهشگر بر یافته‌های مربوط به مورد، تحلیل دوایر اطراف محاط بر مورد و تأثیر آن‌ها
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی کلی از نتایج و ارائه پیشنهاد

۳-۳۶. طراحی پژوهش

در بیان مسئله، پژوهشگر از زمینه و محیط «بروز مسئله» آغاز می‌کند. در این مرحله باید مشخص شود که پژوهش از نوع «تک‌موردی» یا «چندموردی یا میان‌موردی» است. در اغلب موارد پژوهش از نوع «تک‌موردی» در شرایط خاص و منحصر به فرد درباره یک مورد خاص خواهد بود. طرح پژوهش تک‌موردی خود به دونوع «کلی و مبسوط» به شرح جدول ۳-۳۶ تقسیم می‌شود.

جدول ۳-۳۶. انواع طرح پژوهش تک‌موردی

ردیف	انواع	توضیح
۱	کلی	بدون توجه به اجزاء و مناسب شرایط بدون واحد فرعی معقول و مناسب
۲	مبسوط	تأکید بر اجزاء و واحدهای فرعی

اگر قدرت انتخاب منابع وجود داشته باشد، پژوهش چندموردی بر تک‌موردی ارجحیت دارد؛ زیرا شواهد و مدارک بیشتری را دربر دارد. انجام پژوهش چند موردی، مستلزم دسترسی به منابع وسیع و صرف زمان زیاد است و اغلب نیازمند گروه پژوهشگران است. البته این روش نوعی تکرار پژوهش از زوایای مختلف است. در یک دسته‌بندی بر اساس هدف، انواع مطالعه موردی به شرح جدول ۴-۳۶ معرفی شده است که پژوهشگر باید رویکرد خود را در هر یک از این سه دسته در مرحله طراحی پژوهش مشخص کند (پارمحمیدیان و همکاران، ۱۳۸۹).

جدول ۴-۳۶. انواع روش مطالعه موردی بر اساس هدف

ردیف	انواع	توضیح
۱	نظریه‌پردازی	مطالعه مورد برای طراحی نظریه با استفاده روش محوری گراند تئوری و تلفیقی از روش‌های کمی
۲	آزمون و نقد نظریه	آزمون نظریه برای تعیین اعتبار و پایایی با تلفیقی از روش‌های کیفی و کمی
۳	حل مسئله	مطالعه با هدف حل یک مشکل یا مسئله

۳۶-۴. ملاحظات نمونه گیری

در این روش اغلب با مشخص شدن «مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش» مورد انتخابی هم مشخص می‌شود. در غیر این صورت باید «موردی» را انتخاب کرد که در دسترس باشد و از آن‌چنان ویژگی‌هایی برخوردار باشد که مطالعه آن از نظر اطلاعات پژوهشی آشکارکننده باشد. بدیهی است که اگر مطالعه «چندموردی یا میان‌موردی» باشد کار نمونه‌گیری پیچیدگی بیشتری پیدا می‌کند (بازرگان و مرادی، ۱۳۷۴). مطالعه موردی رویکردی است که هر واحد اجتماعی را به‌عنوان یک کل می‌نگرد و واحد مطالعه ممکن است «فرد، خانواده، گروه، رویداد، سازمان و جامعه خاص» باشد. در این حالت هدف مطالعه موردی، توصیف و تبیین جامع همه اجزای منفرد خواهد بود (ازکیا و دربان آستانه، ۱۳۸۲).

تعریف «مورد یا واحد تحلیل» و انتخاب آن از موارد بسیار مهم در روش مطالعه موردی است. مورد مطالعه باید پدیده‌ای از یک نوع و تعریف‌شده در چارچوب و زمینه‌ای محدود باشد. مورد مطالعه در واقع «واحد تحلیل مطالعه» است. در مطالعه موردی بالینی، «مورد» می‌تواند «یک نشانگان بالینی نادر»، «یک واکنش دارویی» یا «یک روش درمانی جدید» باشد. اما در حوزه پیراپزشکی و غیربالینی، مورد ممکن است «یک فرایند» یا «موضوع و برنامه‌ای مشخص» باشد که به‌صورت تجربی، نظری یا هر دو صورت است که در آن پژوهشگر به بررسی وقایع معاصر در زندگی واقعی با استفاده از منابع چندگانه‌ای از شواهد می‌پردازد (یارمحمدیان، آقارحیمی، حیاتی آب‌باریک و محمدی‌بخش، ۱۳۸۹).

وابسته به این‌که از روش «تک‌موردی» یا «چندموردی» استفاده شود و اینکه از چند منبع «دست‌اول مانند منابع انسانی برای مصاحبه» یا «منابع دست‌دوم مانند اسناد موجود» استفاده می‌شود، می‌توان ملاحظات مختلفی را مدنظر قرار داد. با توجه به اینکه روش مطالعه موردی بر استفاده از چند روش پژوهش مانند «پیمایش، تحلیل محتوا، تحلیل مضمون و امثال آن» استفاده می‌کند باید ملاحظات نمونه‌گیری را با توجه به هر روش موردتوجه قرار داد. اغلب انتخاب نمونه‌ها در این روش به‌صورت غیرتصادفی هدفمند صورت می‌گیرد. برای کفایت تعداد نمونه نیز اغلب از روش «اشباع نظری» یا «اشباع ذهنی پژوهشگر» یا رسیدن به «حدکفایت مستندات» در ذهن پژوهشگر استفاده می‌شود.

۳۶-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

داده‌ها را در مطالعات موردی می‌توان با انواع روش‌ها به شرح جدول ۳۶-۵ جمع‌آوری کرد.

جدول ۳۶-۵. انواع روش‌های جمع‌آوری داده‌ها در مطالعه موردی

ردیف	انواع	توضیح
۱	مصاحبه	استفاده از مصاحبه‌های فردی و گروهی پیرامون مورد مطالعه
۲	کدگذاری	اسناد شخصی، نامه‌ها، یادداشت‌های روزانه و یادداشت‌های سازمانی
۳	مشاهده	محیط مورد مطالعه
۵	پرسشنامه	پیمایش نظرات با پرسشنامه‌های کمی و کیفی
۶	ترکیبی	ترکیبی از موارد قبلی

درواقع روش موردی تمام جوانب یک پدیده را می‌سنجد و لذا اغلب از روش ترکیبی از ابزارها برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده می‌شود. در کاربرد روش پیمایشی در مطالعه موردی، از پاسخگویان درخواست می‌شود تا پرسشنامه‌هایی را پر کنند. در مواردی از مصاحبه عمیق هم استفاده می‌شود. در مشاهده مشارکتی پژوهشگر به میان مشاهده‌شوندگان

رفته و در «رفتار تحت مشاهده» مشارکت می‌کند و هم‌زمان به جمع‌آوری داده‌ها در محل پژوهش می‌پردازد. در مواردی هم از مصنوعات انسانی یا وسایل و ابزارها استفاده می‌شود. در فرایند «مشاهده مورد»، پژوهشگر به تدوین یادداشت‌های میدانی می‌پردازد. در انجام این امر با ثبت مشاهده مستقیم، استفاده از پایگاه‌های داده موجود، یا انجام مصاحبه، داده‌ها جمع‌آوری می‌شوند. در ادامه و قبل از تحلیل، داده‌ها باید یکدست، متنی‌سازی یا به یک متن واحد تبدیل شوند. برای این منظور می‌توان از سامان‌دهی داده‌ها از طریق «جدول، ماتریس‌ها و نمودار» هم اقدام کرد (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۵).

۳۶-۶. ملاحظات تحلیل داده‌ها در پژوهش مطالعه موردی

در این روش نیز تحلیل داده‌ها با دو رویکرد اصلی «توصیف و تبیین» داده‌های جمع‌آوری شده انجام می‌شود. هرچند دستورالعمل‌های یکسان برای تحلیل انواع داده‌های جمع‌آوری شده از زوایای مختلف برای این روش وجود ندارد و با توجه به رویکردهای منتخب مطالعه بر اساس هدف ازجمله «نظریه‌سازی»، «آزمون و نقد نظریه» یا «حل مسئله» می‌توان روش تحلیل داده خاصی را انتخاب کرد. با این حال فرایند تحلیل داده‌ها در یک الگوی کلی را می‌توان در گام‌هایی اصلی به شرح جدول ۳۶-۶ دنبال کرد (بازگان و مرادی، ۱۳۷۴).

جدول ۳۶-۶. مراحل تحلیل داده‌ها در مطالعه موردی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طبقه‌بندی	طبقه‌بندی داده‌ها بر اساس معیارهایی مانند سیر زمانی جمع‌آوری داده‌ها، سیر زمانی تدوین مدارک، تسلسل منطقی مطالب، مکان مشاهده یا ملاقات افراد جهت مصاحبه و امثال آن
۲	توصیف	توصیف و بسط داده‌های طبقه‌بندی شده در مرحله قبل و تفسیر داده‌ها بر اساس سؤالات پژوهش
۳	تحلیل نهایی	بر اساس رویکردهایی چون «تطبیق»، «تبیین» و «مقایسه»

از مهم جمله راهبردهای تحلیل نهایی در مطالعات موردی می‌توان به مواردی به شرح جدول ۳۶-۷ اشاره کرد.

جدول ۳۶-۷. راهبردهای تحلیل داده‌ها در مطالعه موردی

ردیف	راهبردها	توضیح
۱	تطبیق	مقایسه یک الگوی مبتنی بر تجربه با یک یا چند الگوی پیش‌بینی شده
۲	تبیین	تبیین درباره «مورد» بر اساس صدور پاره‌ای احکام درباره علت یا علل وقوع پدیده موردبررسی
۳	مقایسه	مقایسه مجموعه‌ای از داده‌ها در نقاط زمانی گوناگون از روند پیش‌بینی شده با یک روند جایگزین دیگر

در جریان تحلیل داده‌ها پژوهشگر بر «مورد» متمرکز شده و عوامل گوناگون اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی اثرگذار بر مورد نمایان می‌شود. به عبارت دیگر «مورد» در هسته اصلی یک دایره درونی قرار می‌گیرد و دوائر اطراف آن زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی احاطه‌کننده مورد است.

۳۶-۷. بحث و نتیجه‌گیری

در این مرحله بیان نتایج به دست آمده و بحث درباره همسانی یا مغایرت در یافته‌ها در مقایسه پیشنهادی تحقیق صورت می‌گیرد و در ادامه پیشنهادهای کاربردی ارائه خواهد شد.

۸-۳۶. ارزیابی کیفیت پژوهش

اعتبار درونی یا میزان تطابق یافته‌ها با واقعیت به‌دست آمده را می‌توان از طریق «همگونی یافته‌های حاصل از منابع» یا دیگر روش‌ها بررسی کرد (بازگان، مرادی، ۱۳۷۴).

روش‌سازی

هدف کلی: آشنایی با روش‌سازی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش‌سازی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در روش‌سازی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در روش‌سازی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش‌سازی

مقدمه

واسازی یکی از روش‌های کیفی فلسفی با تأکید بر نظریه و رهیافتی عملی در خصوص خوانش متن است. در این فصل به معرفی روش واسازی پرداخته خواهد شد.

۳۷-۱. مفهوم روش پژوهش واسازی^۱

«دریدا»^۲ به عنوان معرف اصلی این روش یک متفکر متن‌گرا است. از دید او هیچ چیز بیرون از متن نیست. او اعتقاد دارد که به آنچه به واسطه متون به ما رسیده یا آنچه در حکم متن در پیرامون ما است باید توجه نشان داد. او بیش از طبیعت، به فرهنگ و تاریخ علاقه‌مند است. از نظر دریدا، نمی‌توان بدون وساطت فرهنگ و تاریخ به طبیعت نگریست. بنابراین مسائل فلسفی نمی‌توانند مستقل از متن فرهنگ و تاریخ باشند. شیوه نو دریدا یا روش واسازی، در مواجهه با متون، یا «خواندن و تفسیر متون» پدید آمد. این شیوه، نحوه مواجهه با جهان و تفسیر آن را نیز تعیین می‌کند. از نظر او جهان یک متن است و به این شکل تصویری گسترده از متن ایجاد می‌کند. متن بافته‌ای از نشانه‌ها یا ردهاست و هر چیزی در جهان نشانه یا رد است. فهم و تجربه متن نیاز به دانش تفسیری دارد. از نظر او تجربه هر چیزی در جهان باید از طریق فرایندی شبیه خواندن به دست آید. بنابراین، در قلمرو تجربه چیزی همچون طبیعت محض وجود ندارد. تجربه بشری طبیعت زمانی رخ می‌دهد که طبیعت معنایی داشته باشد و این معنا نه با دیدن یا لمس کردن، بلکه با خواندن به دست می‌آید. آنچه در تقلیل تجربه به مشاهده روی می‌دهد، تقلیل وجه فرهنگی انسان است. «دریدا» متون کلاسیک و مدرن را با دقت و حوصله فراوان می‌خواند، عناصر و مفاهیم کلیدی و غیرکلیدی آن‌ها را بررسی می‌کند و به جای این‌که به آنچه نویسنده قصد داشته بگوید توجه کند، به آنچه واقعاً می‌گوید توجه می‌کند. او بدین ترتیب نشان می‌دهد که این متون در بیان قصد نویسنده چندان کامیاب نیستند (مصلح و پارساخانه‌ا، ۱۳۹۰). همواره و به‌ویژه در دوران مدرن، بر دقت گفتمان فلسفی و پرهیز از زبانی مبهم و دوپهلوی تأکید شده است و با تکیه بر معنای دقیق و تحت‌اللفظی کلمات، میان زبان فلسفی و زبان ادبی و شاعرانه مرز مشخصی کشیده شده است. در دوره معاصر، پس از شکل‌گیری فلسفه‌های تحلیلی و اصرار فراوان آن‌ها بر استفاده از زبانی منطقی و پیراسته از آرایه‌های ادبی، این مرز در جهان انگلیسی‌زبان مشخص‌تر از همیشه شده است (فتح‌زاده، ۱۳۹۰). روش واسازی رویکردی نقادانه و توسعه‌یافته از روش هرمنوتیک و با تأکید بر بررسی انواع متون پژوهشی است (براون و هگز، ۲۰۰۵)^۳. جهان علوم انسانی جهان گفتمان‌ها و متن‌ها است و زبان و متن در این علوم اهمیت بالایی دارد. دریدا ضمن رد نظریات دو سوسور زبان‌شناس، علاوه بر این‌که رابطه مستقیم میان دال و مدلول را نفی می‌کند و معنا را در زنجیره‌ای از دال‌ها و بدون موقعیتی مفید و ثابت در نظر می‌گیرد، اساس واقعیت را منحصر در زبان یا متن می‌داند و اعتقاد دارد که «حقیقت در زبان است و واقعیتی خارج از متن وجود ندارد (دریدا، ۱۹۹۷).

1. Deconstruction Research Method

2. Derrida

3. Brown and Hegg

هرچند ترجمه‌های متفاوتی از این واژه همچون «ساختارشکنی، شالوده‌شکنی، بن‌فکنی و وارونه‌سازی» دیده می‌شود، اما در این کتاب عنوان «واسازی» به‌عنوان ترجمه مناسب و رایج در اغلب متون مرجع انتخاب شد. «ژاک دریدا» اعتقاد داشت که در تاریخ «دوگانگی‌ها یا دوقطبی‌هایی» مانند «علت و معلول»، «زن و مرد»، «آسمان و زمین»، «مکتوب و شفاهی» و امثال آن اساس تفکر بشر را در فلسفه‌های مختلف شکل داده‌اند. او این دوگانه‌ها را روشی برای مشاهده تمایزها قلمداد می‌کند و تأکید دارد که این ساختار باید شکسته شود و بشر به مقامی در اندیشه برسد که از این دوگانگی‌ها آزاد شود. روش او کشف تقابل‌ها و شناسایی اولویت یا وزن بیشتر یکی از دو قطب و کم‌توجهی به قطب دیگر است. به عبارت دیگر باید با واسازی این اولویت‌بندی‌ها را بر هم ریخت و ناپایداری تقابل‌ها را آشکار کرد. در نگاه دریدا در دوگانه‌های موجود در متن، همواره یکی از طرفین به گونه‌ای نامطلوب، مسخ‌شده یا منفی فرض شده است. روش واسازی دارای ویژگی‌هایی به شرح جدول ۳۷-۱ است (سرافراز و امین، ۱۳۹۸).

جدول ۳۷-۱. انواع ویژگی‌های روش واسازی

ردیف	ویژگی‌ها
۱	روشی برای «تحلیل انتقادی» و قابل استفاده در متون «ادبی، هنری و معماری»
۲	تأکید بر اینکه فقدان معنای ثابت و پایدار برای متون و لزوم کنارگذاشتن تمامی انگاره‌های فلسفی و امثال آن در مواجهه با متون
۳	قابلیت تفاوت معنای نشانه‌ها در موقعیت‌های مختلف و تأکید بر تفاوت‌ها و نشان دادن شکاف‌ها و تناقضات مفهومی
۴	تحلیل معنی‌زدایی از متن و آشکارسازی ظرفیت درونی متن یا ایجاد معنا بر اساس متن زمینه یا مکمل
۵	تأکید بر شالوده‌شکنی ناشی از پرسش و جستجوی نهادها و بنیادهای متون
۶	تأکید بر نقد متافیزیک و شکستن ساختارها و حجاب‌ها برای شناسایی خاستگاه و نقش مرکز مقتدر، مسلط و متعالی در ساختار
۷	تأکید بر دیدن ظاهر متون و غور در آن برای دستیابی به دنیای رنگارنگ و متنوع از پدیده‌های پنهان
۸	هم به معنای از هم گشودن و باز کردن و شکستن و هم به معنای بازسازی و انجام دوباره
۹	بی‌اثر شدن مفروضات همیشگی، اصول ثابت و معنای غالب در متن برای آشکار شدن وجوه دیگر آن
۱۰	شیوه‌هایی از خوانش متن با فرض مراکز اقتدار و در پی مرکز‌زدایی و افشای دگرگونی قدرت و ایدئولوژی درون متن

درواقع «واسازی» نظریه درباره «معنای متون» است و درباره هیچ چیزی که نشانه‌ای در یک متن باشد، نمی‌توان گفت که «این است» یا «آن است». معنای هر نشانه، واژه یا عنصر، فقط در یک متن یا ساختار معلوم می‌شود. تمایز اصلی روش واسازی با سایر روش‌ها را می‌توان در سه بعد به شرح جدول ۳۷-۲ نشان داد.

جدول ۳۷-۲. انواع ابعاد تفاوت روش واسازی با سایر روش‌ها

ردیف	انواع
۱	درک عمیق از حوزه مورد مطالعه به جای توصیف یا بررسی کمی و حتی کیفی معمول
۲	نفی حقیقت و تقدیس تردید در شرایط پیش روی مورد پژوهش
۳	جرئت و جسارت نقادی (گاهی آن را به نقد لجام‌گسیخته متهم می‌کنند).

واسازی را نباید عمل تخریب ساختار معنی کرد، بلکه معنای آن تجزیه و تحلیل ساختارهای رسوب کرده مربوط به عنصر کلامی و سازنده اندیشه در زبان، فرهنگ و هنر است (خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۵). با مطالعه صرف و بدون توجه به حیات عملی نمی‌توان واسازی را آموخت. درواقع واسازی خنثی نیست و مداخله می‌کند. واسازی به نظریه‌پردازی صرف اکتفا نمی‌کند و مداخله عملی درواقعیت به دیگران واگذار نمی‌کند. واسازی از همان لحظه آغاز و در ذات خود عملی در نسبت با واقعیت بیرونی است (مصلح و پارساخانقاه، ۱۳۹۰).

۳۷-۲. مراحل اجرای روش واسازی

برای اجرای روش واسازی مراحل به شرح جدول ۳۷-۳ دنبال می شود.

جدول ۳۷-۳. مراحل اجرای پژوهش واسازی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه گیری	با تأکید بر نمونه گیری غیرتصادفی هدفمند
۳	جمع آوری داده ها	با استفاده از روش های اسنادی و در صورت لزوم مصاحبه
۴	تجزیه و تحلیل داده ها	رویکرد عمیق، بررسی جزء به جزء، شناسایی تفاوت ها و نمایش آن ها
۵	بحث و نتیجه گیری	جمع بندی کلی از تحلیل داده ها و ارائه پیشنهاد

۳۷-۳. طراحی پژوهش

مسئله بر اساس وجود نقدها و چالش هایی درباره متون یا اندیشه ها ایجاد می شود و بر اساس آن اهداف و سؤالات پژوهش تدوین خواهد شد. در انتخاب موضوع باید متن یا عرصه ای انتخاب شود که از قابلیت بررسی به شیوه تفکر انتقادی برخوردار باشد. از مهم ترین ملاحظات بیان مسئله می توان به مواردی به شرح جدول ۳۷-۴ اشاره کرد.

جدول ۳۷-۴. انواع ملاحظات بیان مسئله در طراحی پژوهش واسازی

ردیف	ملاحظات
۱	پژوهشگر هنگام تفکر در خصوص موضوع، خود را در چارچوب های متداول استدلال دوقطبی، محصور نکند.
۲	تبیین نحوه مواجهه با متن و تفسیر آن
۳	در نظر گرفتن بیان مسئله به عنوان «مانیفست یا بیانیه پژوهش» با تأکید بر مفاهیم کلیدی متون کلاسیک و مدرن موضوع
۴	تأکید بر «آنچه نویسنده واقعاً می گوید» به جای «قصد نویسنده برای گفتن»
۵	تأکید بر شکار «پس ذهنی» از «لابه لای کلمات» و «جهان متن»
۶	تأکید بر تجربه گرایی و خشی کردن عقل مداری یا حاکمیت عقل

اغلب متون در بیان قصد نویسنده کامیابی کامل ندارند و نمی توان با یک خوانش سستی آن را فهمید. بنابراین باید درصدد تبیین نحوه خوانش متن با رفتن به پس ذهن نویسنده بود. اهداف در واسازی، کاملاً کیفی و تحلیلی بیان می شوند و سؤالات نیز بر اساس نوع متن و رویکرد پژوهش مثلاً «تبیینی یا تفسیری» نوشته می شوند. تدوین اهداف ناظر بر این مسئله است که «معنا در ذات متن نیست» و «واژگان حامل معنا و یا بارور معنا نیستند» بلکه واژگان تنها به واژگان دیگر اشاره دارند. برای نمونه به هدف و سؤال زیر توجه کنید.

- هدف فرعی نمونه: بررسی و تحلیل عمیق میزان انسجام متن در پردازش ادعای خویش
- سؤال: متن بررسی شده از لحاظ «شکاف میان آنچه می گوید و آنچه ناگفته می گذارد» چه وضعیتی دارد؟

۳۷-۴. ملاحظات نمونه گیری

این پژوهش رویکردی ژرفانگر و استراتژی نفوذ به جهان متن بر اساس انتخاب قلمرو خاص یا جامعه‌ای مشخص دارد. انتخاب قلمرو با توجه به فرهنگ و تاریخ صورت می‌گیرد. نظر به اینکه این روش رویکردی انتقادی دارد و نوعی فلسفه است، روش نمونه‌گیری آن غیرتصادفی هدفمند و از موارد ویژه و شناخته‌شده خواهد بود.

۳۷-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده

برای این روش «پژوهشگر» به‌مثابه یک ویرانگر ساختمان و معمار دوباره آن است. مهم‌ترین منبع اطلاعات شامل «متن» خواهد بود. متن انتخابی یا آماده برای بررسی باید متناسب با «روحیات، اطلاعات، قدرت تحلیلی، تسلط، فهم و عمق ادراک» پژوهشگر باشد. این متن مستقیم وارد تحلیل می‌شود و بر نتیجه اثر می‌گذارد. ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها می‌تواند تحلیل نوشتاری از متن، اسناد، مدارک و متون کامپیوتری باشد. گاهی هم مصاحبه، تهیه متن و تفسیر و اسازی روی متون با شیوه‌های دستی و الکترونیکی انجام می‌شود. باید سعی کرد که تا حد امکان منابع دست‌اول برای تحلیل استفاده شود. در جمع‌آوری داده‌ها تأکید بر شناسایی دوگانگی‌ها و تقابل‌های اصلی و کلیدی در متن است. برای نمونه در نقد و تحلیل کتابی با عنوان سواد رسانه‌ای با رویکرد و اسازی، انواع دوگانگی و تقابل‌ها به شرح جدول ۳۷-۵ شناسایی شد (سرافراز و امین، ۱۳۹۸).

جدول ۳۷-۵. انواع دوگانگی و تقابل شناسایی شده در نقد کتاب سواد رسانه‌ای

ردیف	انواع
۱	امکان حیات با/بدون رسانه‌ها
۲	مصرف/تولید
۳	پیام/تفسیر
۴	مخاطب ایرانی/جهانی
۵	مهارت پسینی/دانش پیشینی
۶	رسانه‌های داخلی/رسانه‌های خارجی
۷	مخاطب منفعل/فعال

در این شرایط داده‌های موجود در متن کتاب بر اساس این محورها جمع‌آوری و ساماندهی می‌شوند.

۳۷-۶. ملاحظات تحلیل داده‌ها

در تحلیل داده‌ها به بررسی جزء به جزء عناصر مفهومی یا دوگانگی‌ها و تقابل‌های شناسایی شده در متن و موضوعات پیرامون آن‌ها پرداخته خواهد شد. در این تحلیل شکاف‌ها و تناقضات مفهومی تفسیر می‌شوند و اولویت‌ها یا وزن‌های ارائه‌شده به هر یک از طرفین تقابل به چالش کشیده می‌شوند. یکی از دستاوردهای این اقدام می‌تواند متزلزل شدن باورهای موهوم در باب آن موضوع باشد. در این مرحله پژوهشگر ضمن رویکرد عمیق به یادداشت‌ها و متون احصاء شده با نگاه انتقادی به بررسی جزء به جزء عناصر مفهومی متن یا چارچوب ایجادشده در آن می‌پردازد. برای نمونه در

تحلیل داده‌های نمونه مورد اشاره در جمع‌آوری داده‌ها می‌توان به تحلیل ارائه‌شده از دوگانه «مخاطب منفعل/فعال» پرداخت. مهم‌ترین محورهای این تحلیل در جدول ۵-۳۷ معرفی شده است (سرافراز، امین، ۱۳۹۸).

جدول ۵-۳۷. محورهای مهم تحلیل دوگانه مخاطب فعال/منفعل در نقد کتاب سواد رسانه‌ای

ردیف	محورها
۱	فصل «مخاطبان» در کتاب با چارچوب مفهومی مخاطب‌شناسی در تلاش بر معرفی شیوه‌های «شناخت، مصرف یا مقاومت» در برابر محتوای رسانه‌ای از دو منظر تولیدکننده محتوا و مخاطب
۲	معرفی دو نوع مخاطب فعال و منفعل از منظر کتاب
۳	تلاش برای جابه‌جایی موقت مواضع مخاطب فعال و منفعل
۴	بازتفسیر متن بر اساس یافته‌های حاصل از جابه‌جایی مواضع مخاطب فعال و منفعل

روش فمنیسم

هدف کلی: آشنایی با روش فمنیسم

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش فمنیسم
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در فمنیسم
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در فمنیسم
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در فمنیسم

مقدمه

رویکرد روش پژوهش فمینیسم بر مبنای نقد به بی‌عدالتی‌های جنسیتی است. در این فصل به معرفی روش پژوهش فمینیسم از ابعاد مختلف پرداخته خواهد شد.

۳۸-۱. مفهوم روش پژوهش فمینیسم

کلمه فمینیسم در زبان فارسی به اسامی «طرفداری از حقوق زن»، «جنبش آزادی زن»، «زن باوری»، «زن آزادخواهی» و امثال آن ترجمه شده است که در این کتاب با توجه به فقدان یک معادل کامل و بی‌نقص با همان عنوان «فمینیسم» مطرح می‌شود.

تفاوت بین زنان و مردان را می‌توان به الگوهای فرهنگی و از منظر جامعه‌شناسی نسبت داد. از دیدگاه گروهی از زنان، تفاوت‌های جنسیتی زنان و مردان، برای حفظ سلطه مردان بر دنیای زنان ساخته شده است. بر این اساس فمینیست‌ها بر این باورند که سؤال‌ها، نظریه‌ها، مفاهیم بنیادین، روش‌شناسی‌ها و امور مشابه با بی‌عدالتی جنسیتی بدون توجه به طبیعت و زندگی اجتماعی زنان هستند (محمدپور، ۱۳۹۲). در «نظریه فمینیستی» تأکید بر تحلیل جنسیت درباره حقوق زنان و برابری زن و مرد از جنبه‌های «سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و حقوقی» وجود دارد. برخی این رویکرد را افراطی دانسته و آن را موردنقد قرار می‌دهند. برخی بر این باورند که فمینیسم، نهضتی اجتماعی با هدف کسب پایگاه مساوی مردان برای زنان است (ساروجانی، ۱۳۷۰). در دیدگاه کلی، فمینیسم گفتمانی فلسفی و سیاسی است که پشتیبانی از زنان، رسیدن به حقوق برابر زنان و مردان و مبارزه با تبعیض‌های جنسیتی در تمام اشکال را در نظر دارد و با ورود در حوزه‌های مختلفی چون «حقوق، سیاست، تاریخ و فلسفه» شاخه‌های گوناگونی یافته است (خالقی و پورعزت، ۱۳۹۴).

این نوع پژوهش هم توسط زنان و هم مردان و اغلب با یکی از رویکردهای «لیبرال، مارکسیست و رادیکال» به شرح جدول ۳۸-۱ انجام می‌شود.

جدول ۳۸-۱. انواع رویکردهای پژوهش فمینیسم

ردیف	رویکرد	توضیح
۱	لیبرال فمینیست	تأکید بر اصول آزادی‌خواهانه برابر درباره زنان و مردان و برخورداری زنان از حقوق مشابه مردان
۲	فمینیسم مارکسیست	تأکید بر ظلم به زنان و سرکوب آن‌ها متأثر از طبقات اجتماعی و نظام سرمایه‌داری
۳	رادیکال فمینیسم	تأکید بر ضرورت از بین بردن تمایزات جنسیتی و براندازی نظام مردسالاری

از مشخصه‌های پژوهش فمینیستی کاهش کنترل مصاحبه و بحث‌های آزاد درباره زنان، برای زنان و تا حد ممکن با زنان است (استانلی و وایز، ۱۹۹۳). ساندرا هاردینگ^۲ (۱۹۹۱) برای این روش ویژگی‌هایی به شرح جدول ۳۸-۲ معرفی می‌کند.

1. Stanely & Wise
2. Sandra Harding

جدول ۳۸-۲. انواع ویژگی‌های پژوهش فمینیسم

ردیف	انواع	توضیح
۱	تأکید بر تجربه زنان	طرح مسئله از دید زنان و طرح فرضیه‌ها بر بستر تجربه زنان مانند تجربه مادری
۲	تأکید بر خواسته زنان	فراتر از شناخت و به دنبال بهبود وضعیت فعلی زنان
۳	تناسب با زنان	هر روش پژوهش مناسب برای زنان

فمینیست‌ها با مطالعه تجربه زنان به روش کیفی و با تحلیل داده‌ها در پی نظریه‌پردازی درباره مسائل زنان هستند. از تفاوت‌های این روش با سایر روش‌ها تأکید آن بر روی مطالعه با محوریت جنسیت زنانه است.

۳۸-۲. فرایند اجرای پژوهش فمینیسم

بحث‌های مفصلی در خصوص اینکه آیا رویکرد «فمینیسم» یک «روش» یا «روش‌شناسی» است از سوی کارشناسان مختلف مطرح شده است. بر اساس دیدگاه هاردینگ (۱۹۸۹) «روش و روش‌شناسی» از منظر فلسفی تفاوت‌هایی به شرح جدول ۳۸-۳ دارند.

جدول ۳۸-۳. تفاوت روش و روش‌شناسی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	روش	تأکید بر روش‌هایی برای جمع‌آوری شواهد
۲	روش‌شناسی	کاربرد یک نظریه و تحلیل مبتنی بر آن نظریه از راه‌های خاص در موضوع موردبررسی

او نتیجه می‌گیرد که نوآوری‌های برجسته‌ای در نظریه فمینیستی وجود دارد که به جمع‌آوری شواهد به شیوه‌های اختصاصی در این زمینه شده است (هاردینگ^۱، ۱۹۸۹). بنابراین می‌توان رویکرد روش‌شناسانه فمینیستی را به عنوان یک روش پژوهش با مراحل اجرایی به شرح جدول ۳۸-۴ دنبال کرد.

جدول ۳۸-۴. مراحل اجرای پژوهش فمینیسم

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله با تأکید بر مشکلات و چالش‌های مربوط به زنان، تدوین اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	با تأکید بر نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند
۳	جمع‌آوری داده‌ها	با استفاده از روش‌های اسنادی و در صورت لزوم مصاحبه
۴	تحلیل داده‌ها	تمرکز بر محتوا و محدوده اطلاعاتی و داده‌های موجود، درگیری مستقیم پژوهشگر و استفاده از انواع روش تحلیل داده، غوطه‌وری در اطلاعات و بازنگری‌های مکرر، تحلیل نهایی و نظریه‌پردازی
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی کلی از تحلیل داده‌ها و ارائه پیشنهاد

۳۸-۳. طراحی پژوهش

مسئله در پژوهش فمینیستی می‌تواند مسائل مربوط به دنیای زنانه مانند «علاقه، مشکلات، روابط و نظایر آن» باشد. همچنین مسئله ممکن است یک موضوع عمومی و دربرگیرنده مردان هم باشد، اما رویکرد نظری و تحلیلی آن باید زنانه باشد (محمدپور، ۱۳۹۲). برای این منظور می‌توان از انواع روش‌های کمی و کیفی یا ترکیبی استفاده کرد.

۳۸-۴. ملاحظات نمونه‌گیری

در پژوهش فمینیسم اغلب از نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند استفاده می‌شود. جامعه آماری نیز اغلب شامل زنان درگیر در مسئله یا مردان شاهد مسئله هستند. این بخش تابع سه موضوع پایه به شرح جدول ۳۸-۵ است که البته گاهی با یک مورد آن هم می‌توان پژوهش فمینیستی را انجام داد.

جدول ۳۸-۵. موضوعات پایه در انتخاب نمونه

ردیف	موارد
۱	حساسیت موضوع و نیاز به وسعت اطلاعات به خاطر حساسیت روش فمینیستی
۲	دسترسی به میزان لازم اطلاعات از جامعه مورد مطالعه یا عرصه مربوط به زنان
۳	عوامل پیرامون یک موضوع فمینیستی

۳۸-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

دو ابزار اصلی برای جمع‌آوری داده در روش فمینیسم عبارت از «مصاحبه» و «کدگذاری اسناد» است. هرچند در این روش نیز می‌توان از ابزارهای دیگری چون «مشاهده، پرسشنامه و تکمیل داستان» هم استفاده کرد. تأکید زیادی در منابع مختلف بر مراقبت از هرگونه سوگیری احتمالی و به‌ویژه در شرایط ایجاد احساس کمک به زنان وجود دارد. به‌همین دلیل جمع‌آوری داده از منابع مختلف و بالا بردن دقت ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها بسیار مهم است. برخی منابع بر اهمیت نقش زنان در جمع‌آوری داده‌ها برای جلوگیری از سوگیری تأکید دارند و برخی این تأکید را نمی‌پذیرند. در انجام مصاحبه، وجود یک رابطه دوستانه و صمیمی و ایجاد اعلام نظرها بدون محدودیتی خاص بسیار مهم است. پژوهشگر باید با ارتباط مناسب با موضوع پژوهش، در هنگام مصاحبه به «مصاحبه‌شونده» آگاهی لازم را از هدف مصاحبه بدهد و برای او فرصت سؤال کردن فراهم کند. درمجموع شرایط مصاحبه باید برای مصاحبه‌شونده امکان بیان تجارب در قالب یک محصول تاریخی و در شرایط خاص سیاسی، اجتماعی و فکری را فراهم کند. سؤالات پژوهش باید به‌طور تخصصی تجارب خاصی در حوزه زنان را دربر داشته باشد. برای نمونه می‌توان درباره اهمیت نقش زنان در «خانواده، فرهنگ، پیشرفت جامعه، جریان‌های اجتماعی، سیاست، هنر و امثال آن» به‌تناسب اهداف و سؤالات پژوهش پرسیده شود (هاردینگ، ۱۹۸۹).

در این روش نیز در صورت جمع‌آوری داده‌ها از منابع مختلف، باید پیش از ورود به مرحله تحلیل داده‌ها آن را یکدست یا متنی‌سازی کرد تا آماده تحلیل شود. در پیاده‌سازی مصاحبه‌ها به‌صورت متن باید به‌متن پایبند بود و پژوهشگر با رویکردی مستقل این کار را انجام دهد تا از هرگونه خطر اعمال نظرات شخصی، نظرات تند و آتشین یا جنسیتی دور باشد.

۳۸-۶. ملاحظات تحلیل داده‌ها

وجه متمایزکننده این روش در تحلیل داده‌ها، تأکید بر حساسیت جنسی و نظریه فمینیسم است. پس از جمع‌آوری داده‌ها و پیاده‌سازی آن‌ها در قالب متن، حال می‌توان با روش تحلیل داده‌های متنی، یعنی کدگذاری و تحلیل کدها بهره گرفت. در طول تحلیل داده‌ها می‌توان از رویکردهایی به شرح جدول ۳۸-۶ استفاده کرد.

جدول ۳۸-۶. رویکردهایی برای تحلیل داده‌ها در روش فمینیستی

ردیف	رویکردها
۱	توجه به تحلیل‌های پیشین و نمونه‌های گذشته دارای استناد و اعتبار
۲	تکرار تحلیل و رهایی از عقاید شخصی و فارغ شدن از تعلقات درونی در تحلیل
۳	ارائه گام‌به‌گام تحلیل‌ها به خبرگان و حلقه اندیشمندان برای نقد و بررسی

نگارش گزارش پژوهش باید با ادبیات و واژگان فمینیسم صورت گیرد و تا حد امکان، شکل روایتی در گفتمان داشته باشد. سبک نگارش پژوهش فمینیسم باید از زبان اثبات‌گرایانه علم دوری گزیند. روش‌شناسی فمینیستی بر کاربرد معیارهای اعتبار و روایی در پژوهش کمی و معیارهای قابلیت اعتماد، اعتبار پاسخگو (کنترل و تأیید یافته‌ها توسط اعضای زن یا خبرگان مرتبط) و معیار صحت در پژوهش کیفی تأکید دارد (محمدپور، ۱۳۹۲).



روش پژوهش کیو

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش کیو

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش کیو
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در روش کیو
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در روش کیو
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش کیو

مقدمه

روش پژوهش کیو از نوع ترکیبی است که در آن پژوهشگر در مرحله جمع‌آوری نظرات مشارکت‌کنندگان از روش کیفی و در برای دستیابی به ذهنیت آنان از روش کمی استفاده می‌کند. در این فصل به معرفی روش پژوهش کیو پرداخته خواهد شد.

۳۹-۱. آشنایی با مفهوم روش پژوهش کیو

«روش پژوهش کیو» از نوع ترکیبی است که ابتدا نظرات شرکت‌کنندگان با روش کیفی جمع‌آوری و سپس با روش کمی ذهنیت آنان بررسی می‌شود. به دلیل شیوه جمع‌آوری داده‌ها و مرتب‌سازی آن‌ها با رویکردهای کیفی و کمی می‌توان به‌طور عمیق‌تری از ذهنیت مشارکت‌کنندگان آگاه شد. ویلیام استفنسون^۱ (۱۹۳۵) این روش را با حرف «Q» و تأکید بر شناسایی «ذهنیت‌های منحصربه‌فرد» و «همبستگی افراد دارای ذهنیت مشترک» طرح کرد. او به‌دنبال شناسایی «ذهنیت» در موقعیت‌های مختلف از منظر تجارب افراد بود. از مهم‌ترین ویژگی‌های این روش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۳۹-۱ اشاره کرد (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۲؛ بارکر^۲، ۲۰۰۸؛ پویا و لقمانی، ۱۳۹۲).

جدول ۳۹-۱. مهم‌ترین ویژگی‌های روش کیو

ردیف	ویژگی‌ها
۱	تأکید بر ذهنی بودن دنیای انسان‌ها و ساخته‌شدن «واقعیت‌ها» بر اساس ذهن افراد
۲	تأکید بر «ذهنیت فرد» به‌عنوان تصور او از چگونگی کارکرد دنیای واقع و مبنای «تحلیل، موضع‌گیری و تصمیم‌گیری»
۳	تأکید بر شناسایی دنیای ذهن افراد یا ذهنیت منحصربه‌فرد ساخته‌شده توسط آن‌ها
۴	تأکید بر آمیختن «ذهنیت یا دنیای ذهنی افراد» با «عینیت و دسته‌بندی افراد از حیث تنوع در دنیای ذهنی»
۵	ذهنیت‌گرایی در مقابل عینیت‌گرایی برای قابل‌سنجش کردن جهان پیرامون یا پدیده‌های بیرونی ایجادشده از ذهنیات
۶	تأکید بر ذهنیت به‌عنوان نوعی رفتار یا فعالیت با امکان شناسایی و درک آن از طریق اثرش بر محیط اطراف
۷	تأکید بر شناسایی ذهنیت با توضیحات فرد از تجارب خود و معرفی عوامل شکل‌دهنده آن در قالب یک مدل
۸	تأکید بر کنترل اثر مداخله‌گرانه پژوهشگر یا ابزارها در پاسخ‌های فرد
۹	ایجاد فرصتی برای ارزیابی پاسخ‌ها با رویکردهای مفهوم‌سازی توسط پژوهشگر
۱۰	مطالعه «ذهنیت» و امکان شناسایی و طبقه‌بندی «ادراکات و عقاید فردی»
۱۱	تأکید بر شناسایی و درک آسان ارزش‌ها، سلیقه‌ها و دیدگاه‌های افراد
۱۲	روشی مؤثر برای به دست آوردن اطلاعات از نمونه‌های کوچک

از کاربردهای خاص آن می‌توان به استفاده از این روش در سازمان‌ها در اموری چون «گزینش نیرو»، «آموزش اثربخش کارکنان»، «تشکیل گروه‌های کاری»، «موضوعات مدیریت و رهبری»، «دیدگاه مخاطبین و مشتریان سازمانی» و دیگر موارد قابل تصمیم‌گیری بر اساس بررسی «ذهنیت‌ها» اشاره کرد (پویا و لقمانی، ۱۳۹۲). روش کیو باوجود چندین دهه از حضورش، هنوز در اغلب منابع به‌عنوان یک روش پذیرفته‌نشده و کاربرد آن نسبت به سایر روش‌ها از

فراوانی کمتری برخوردار است. مراحل روش کیو شکل‌های مختلفی و البته با الگویی کلی به شرح جدول ۲-۳۹ معرفی می‌شود (پویا و لقمانی، ۱۳۹۲).

جدول ۲-۳۹. الگوی اجرای روش پژوهش کیو در منابع مختلف

ردیف	مراحل	توضیح
۱	شناسایی زمینه گفتمان ^۱	زمینه گفتمانی موردنظر برای کشف
۲	انتخاب نمونه	انتخاب نمونه‌ای کوچک از جامعه موردبررسی
۳	پیش مصاحبه	انجام مصاحبه اولیه برای استخراج گویه‌های مورد استفاده در مراحل بعد
۴	ایجاد مجموعه کیو	بر اساس نتایج مصاحبه و بررسی ادبیات پیشینه مرتبط با موضوع یا صرفاً از ادبیات پیشینه
۵	جمع‌آوری داده	به کمک کارت‌های مخصوص کیو
۶	مصاحبه	درباره نتایج حاصل از جمع‌آوری داده‌ها از مرحله قبل و همین‌طور چند پرسش آزاد
۷	شناسایی الگوها	بر اساس شباهت‌ها و تفاوت‌ها

در ادامه این مراحل با جزئیات بیشتر در قالب مراحل پنج‌گانه اجرای پژوهش در کتاب مرجع پژوهش معرفی خواهد شد.

۲-۳۹. فرایند اجرای روش پژوهش کیو

فرایند اجرای پژوهش کیو را می‌توان در مراحل به شرح جدول ۲-۳۹ دنبال کرد.

جدول ۲-۳۹. مراحل اجرای روش پژوهش کیو

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله با تأکید بر شناسایی زمینه گفتمان و در ادامه تدوین اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	با تأکید بر نمونه‌ای کوچک از جامعه موردبررسی و اغلب به صورت غیرتصادفی هدفمند
۳	جمع‌آوری داده‌ها	با استفاده از روش‌های مصاحبه و پیمایش نظرات
۴	تجزیه و تحلیل داده‌ها	تحلیل داده‌های کیفی و تحلیل داده‌های کمی با روش تحلیل عاملی
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی کلی از تحلیل داده‌ها و ارائه پیشنهاد

۳-۳۹. طراحی پژوهش

در این روش باید ملاحظات در انتخاب موضوع و طرح مسئله به شرح جدول ۳-۳۹ مورد توجه قرار گیرد.

جدول ۳-۳۹. ملاحظات انتخاب موضوع و طرح مسئله در روش کیو

ردیف	ملاحظات
۱	انتخاب موضوعاتی با تأکید بر شناسایی ذهنیت‌های متفاوت افراد و مهم در امر تصمیم‌گیری‌های فردی، سازمانی و اجتماعی
۲	تأکید بر مسئله‌های نیازمند به شناسایی و مرتب‌سازی داده‌های نشان‌دهنده ذهنیت‌ها
۳	تأکید بر اهمیت شناسایی ذهنیت مشارکت‌کنندگان درباره پدیده موردبررسی
۴	تأکید بر اهمیت دامنه ایده‌ها و نظرات مشارکت‌کنندگان نسبت به پدیده موردبررسی
۵	تأکید بر ویژگی‌های اثرگذار در شباهت یا تفاوت دیدگاه‌ها در میان مشارکت‌کنندگان
۶	انتخاب رویکرد «تک‌نفره و شناسایی دیدگاه‌های یک فرد» یا «چندنفره و شناسایی دیدگاه‌های مشترک افراد درباره یک موضوع»

پس از انتخاب موضوع و بیان مسئله باید نسبت به تدوین اهداف و سؤالات پژوهش بر اساس مسئله اقدام کرد.

۳۹-۴. ملاحظات نمونه‌گیری

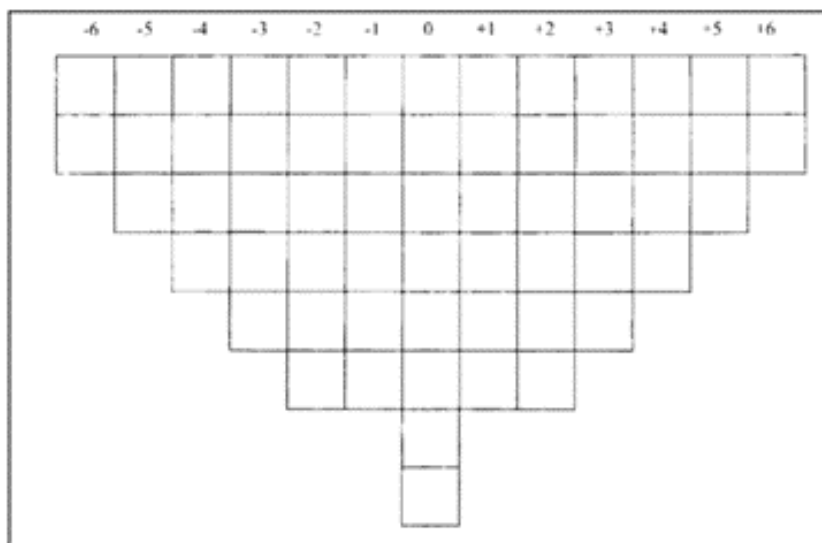
از مهم‌ترین ملاحظات نمونه‌گیری در روش کیو می‌توان به مواردی به شرح جدول ۳۹-۴ اشاره کرد (پویا و لقمان، ۱۳۹۲)

جدول ۳۹-۴. ملاحظات انتخاب نمونه در روش کیو

ردیف	ملاحظات
۱	تعیین قلمرو یا محورهای موردبررسی برای شناسایی ذهنیت افراد
۲	تعیین مشارکت‌کنندگان در پژوهش بر اساس هدف پژوهش و معیارهایی چون «تجربه، رابطه، شرایط یا زمان خاص»
۳	انتخاب نمونه‌هایی با ظرفیت نشانگر «ذهنیت‌های مختلف» بودن
۴	انتخاب نمونه آماری کوچک متناسب با موضوع پژوهش برای جمع‌آوری داده دو بخش کیفی و کمی
۵	تأکید بر انتخاب غیرتصادفی هدفمند افراد برای مصاحبه و اسناد برای تهیه مجموعه کیو
۶	تأکید بر انتخاب غیرتصادفی هدفمند نمونه‌ای از داده‌های کیفی ساماندهی شده «توصیه انتخاب بین ۴۰ تا ۸۰ عبارت»
۷	تأکید بر انتخاب غیرتصادفی هدفمند افراد با طیفی گسترده از دیدگاه‌ها برای درجه‌بندی کارت‌ها در نمودار کیو

۳۹-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده

ابتدا با نمونه کوچک منتخب مشارکت‌کنندگان یا پاسخ‌دهندگان، مصاحبه اولیه‌ای انجام می‌شود تا گویه‌های لازم برای مرحله بعد شناسایی شود (باری و پروپز، ۱۹۹۹)^۱. علاوه بر گویه‌های حاصل از مصاحبه از بررسی ادبیات پیشینه نیز برای شناسایی گویه‌های تکمیلی استفاده خواهد شد تا از همه گویه‌های استخراج‌شده به مجموعه‌ای بنام «مجموعه کیو» دست‌یافت. این مجموعه نماینده تنوع دیدگاه‌ها درباره پدیده موردبررسی است. همان‌طور که در مرحله ملاحظات نمونه‌گیری گفته شد، بهتر است با انتخاب بین ۴۰ تا ۸۰ گویه از داده‌های جمع‌آوری‌شده وارد مرحله بعد شد. در این مرحله هرکدام از گویه‌ها روی کارتی نوشته‌شده و شماره‌ای به آن اختصاص می‌یابد. در مرحله بعد، نمونه‌ای هدفمند از افراد جامعه با طیفی گسترده از دیدگاه‌ها برای بخش اصلی پژوهش انتخاب می‌شود. در این مرحله از پژوهشگران خواسته می‌شود تا گویه‌ها را از نظر شخصی و با توجه به اولویت‌ها در جدول مرتب‌سازی پیش‌بینی‌شده جایگذاری کنند. در این مرحله اغلب از جدول انتخاب اجباری مشابه شکل ۳۹-۱ استفاده می‌شود. این جدول شبیه توزیع نرمال است و طوری تنظیم می‌شود که تعداد خانه‌های آن برابر تعداد گویه‌ها در مجموعه کیو باشد (پویا و لقمان، ۱۳۹۲).



شکل ۳۹-۱. نمونه‌ای از جدول انتخاب اجباری برای توزیع گویه‌ها در روش کیو

برای جایگذاری کارت‌ها شرکت‌کنندگان از دستورالعمل تهیه‌شده توسط پژوهشگر استفاده می‌کنند. تفاوت جدول «انتخاب اجباری» با «توزیع اختیاری» در آن است که در این جدول همان‌طور که مشخص است فرد مجبور است در «طیف یا درجه‌بندی» مشخصی کارت‌ها را توزیع کند اما در جدول «توزیع اختیاری»، طیف یا درجه‌بندی محدودکننده وجود ندارد.

با انجام فرایند رتبه‌دهی، افراد مفاهیم ذهنی خود را درباره گویه‌ها بیان می‌کنند و با انجام این کار دیدگاه‌های ذهنی خود را بروز می‌دهند. مراحل اجرای این مرحله می‌توان در گام‌هایی به شرح جدول ۳۹-۵ مرور کرد.

جدول ۳۹-۵. مراحل جمع‌آوری داده در پژوهش کیو

ردیف	مراحل	توضیح
۱	تهیه مجموعه کیو	جمع‌آوری انواع داده‌های کیفی با مصاحبه فردی یا گروهی یا اسناد درباره موضوع یا فضای گفتمان
۲	مرتب‌سازی کیو	استفاده از نمودار کیو یا جدول رتبه‌بندی و دستورالعمل آن توسط مشارکت‌کنندگان

برای تهیه مجموعه کیو، داده‌های فضای گفتمان از منابع «دست‌اول»، «دست‌دوم» یا «ترکیبی» به شرح جدول ۳۹-۶ جمع‌آوری می‌شوند.

جدول ۳۹-۶. انواع منابع جمع‌آوری داده‌ها از فضای گفتمان

ردیف	انواع	توضیح
۱	دست‌اول	یا طبیعی و جمع‌آوری داده‌ها به شکل شفاهی یا کتبی از شرکت‌کنندگان
۲	دست‌دوم	یا پیش‌ساخته و جمع‌آوری داده‌ها از انواع اسناد و رسانه‌ها مانند متون، عکس، فایل‌های صوتی یا تصویری
۳	ترکیبی	جمع‌آوری داده‌ها از هر دو نوع منبع جمع‌آوری داده‌ها

محتوای فضای گفتمان شامل «گفتگوها، تصاویر، فیلم، نقاشی، متن، قطعات موسیقی» و به‌طورکلی هر چیز ساده یا پیچیده‌ای است که به‌گونه‌ای با آن موضوع ارتباط دارد. به عبارت دیگر، این فضا شامل مجموعه‌ای از مطالب متنوع و گوناگون مرتبط با موضوع پژوهش است که در میان اهالی گفتمان مطرح شده‌اند. برای تهیه «مجموعه کیو»، ابتدا باید عبارات جمع‌آوری‌شده از نمونه‌ها را بازبینی و در قالب یک متن یکدست کرد به نحوی که «تصویری جامع از کل

ذهنیت‌های موجود در ارتباط با موضوع» را بدون هرگونه سوگیری فراهم کرد. این سامان‌دهی را می‌توان با قالب «ساختارمند یا بی‌ساختار» به شرح جدول ۳۹-۷ انجام داد (پویا و لقمان، ۱۳۹۲).

جدول ۳۹-۷. انواع الگوی ساماندهی داده‌های جمع‌آوری شده از فضای گفتمان

ردیف	انواع	توضیح
۱	باساختار	طبقه‌بندی عبارات با یک نظریه (روش قیاسی) یا دسته‌بندی مشاهدات اولیه با موضوعات کوچک‌تر (استقرایی)
۲	بی‌ساختار	فقدان طبقه‌بندی برای عبارات فضای گفتمان یا بی‌اهمیت بودن طبقه‌بندی در ساماندهی داده‌های کیفی

داده‌های ساماندهی شده کیفی به صورت متن وارد مرحله مرتب‌سازی کیو می‌شود. برای مرحله مرتب‌سازی کیو می‌توان مراحل به شرح جدول ۳۹-۸ را دنبال کرد.

جدول ۳۹-۸. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در بخش مرتب‌سازی روش کیو

ردیف	ملاحظات
۱	انتخاب ۴۰ تا ۸۰ عبارت یا گویه از داده‌های ساماندهی شده در قالب عبارت‌های کوتاه، ساده و قابل فهم برای پاسخ‌دهندگان
۲	طراحی «کارت کیو» برای جمع‌آوری داده‌ها با ابعاد ۶×۳ سانتی‌متر
۳	نوشتن هر عبارت یا گویه منتخب بر روی یک کارت کیو به عنوان تنها ویژگی متمایزکننده هر کارت نسبت به کارت دیگر
۴	انتخاب تصادفی شماره برای هر کارت و نوشتن آن در پشت کارت
۵	معرفی مجموعه کارت‌های شماره‌گذاری شده به عنوان «دسته کیو»
۶	تکثیر «دسته کیو» به تعداد مشارکت‌کنندگان
۷	ایجاد «نمودار کیو» یا «جدول انتخاب یا رتبه‌بندی کیو» برای انتخاب و قرار دادن کارت‌ها یا شماره کارت‌ها روی آن
۸	تهیه و ارائه دستورالعمل «مرتب‌سازی کیو» برای انتخاب و قرار دادن کارت‌ها یا شماره کارت‌ها روی نمودار
۹	ایجاد شرایط دید مناسب از کارت‌ها برای انتخاب و چینش در نمودار کیو (مانند چیدن کارت‌ها روی میز در مقابل او)
۱۰	استخراج نتایج رتبه‌بندی حاصل از پاسخ‌های شرکت‌کنندگان
۱۱	مصاحبه پس از آزمون با شرکت‌کنندگان درباره گویه‌ها و اطمینان از وضوح آن‌ها و در صورت نیاز حذف موارد اضافی

«نمودار کیو» یا «جدول انتخاب اجباری» دارای طیف مدرجی است که مشارکت‌کننده می‌تواند کارت‌ها یا شماره‌های آن را بر اساس میزان موافقت یا مخالفت خود روی آن قرار دهد. این طیف درجه‌بندی در نقطه وسط صفر و در سمت راست با درجات مثبت و سمت چپ با درجات منفی معرفی می‌شود. مقادیر منفی بر مخالفت و مقادیر مثبت بر موافقت با محتوای کارت دلالت دارند و مقدار صفر بر حالت خنثی یا مردد اشاره می‌کند.

«دستورالعمل مرتب‌سازی کیو» شرایط مرتب‌سازی کارت‌ها در نمودار کیو را برای مشارکت‌کنندگان توضیح می‌دهد. در این دستورالعمل «دامنه مرتب‌سازی»، «مفهوم درجات مثبت، منفی و صفر» و «راهنمای دسته‌بندی» برای مشارکت‌کننده توضیح داده می‌شود. برای ایجاد فضای مناسب و با اشراف بیشتر برای مقایسه و انتخاب کارت‌ها می‌توان با چیدن آن‌ها روی میز از شرکت‌کننده خواست تا کارت‌ها را در سه گروه «موافق، مخالف و بی‌نظر» دسته‌بندی و در مرحله بعد با توجه به درجه‌بندی‌های مشخص شده آن‌ها را بر روی نمودار کیو مرتب‌سازی کند. برای این منظور شرکت‌کننده یا پاسخ‌دهنده شماره کارت‌ها را با توجه به ذهنیت خود داخل «نمودار کیو یا جدول انتخاب» می‌نویسد. باید از شرکت‌کننده در دستورالعمل خواست که هر خانه جدول انتخابی فقط به یک شماره اختصاص یابد و شماره‌ای تکراری نوشته نشود. شکل ۳۹-۲ یک نمونه «نمودار کیو یا جدول انتخاب اجباری» تکمیل شده را نشان می‌دهد (پویا و لقمانی، ۱۳۹۲).

-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
39	22	8	9	1	2	4	10	15	36	6
42	27	14	12	3	5	7	11	20	37	48
	47	19	34	16	18	26	13	21	46	
		38	35	17	24	30	23	29		
			49	28	32	31	25			
				41	40	33				
					44	43	45			

شکل ۳۹-۲. یک نمونه نمودار کیو یا جدول انتخاب اجباری تکمیل شده

جدول‌های انتخاب اجباری شبیه نمودار توزیع نرمال تهیه می‌شوند. برای نمونه در ستون امتیاز مربوط به «+۵» که نشان‌دهنده بیشترین موافقت در جدول تکمیل شده است، دوخانه دارد. در ستون «+۴» سه خانه و به همین شکل تا ستون‌های «+۱»، «صفر» و «-۱» که با بیشترین تعداد یعنی هفت خانه دارند. این وضعیت از سمت چپ جدول و با همان شکل و البته امتیازهای منفی متناظر ادامه می‌یابد. ستون وسط با امتیاز صفر، نشان‌دهنده خنثی یا مردد بودن است. این شکل امکان توزیع نرمال در رتبه‌بندی داده‌ها را فراهم می‌کند. مزیت این قالب در آن است که امکان مرتب‌سازی گویه‌ها با توجه به اهمیت تکی و اهمیت آن نسبت به سایر گویه‌ها فراهم شود.

تفاوت «جدول اجباری» با «پرسشنامه» در این است که «پرسشنامه» اغلب دسته‌بندی خاصی را به پاسخ‌دهنده تحمیل می‌کند اما در «جدول اجباری روش کیو» دسته‌بندی را خود پاسخ‌دهندگان در محدوده‌ای وسیع‌تر انتخاب می‌کنند (اسمیت^۱، ۲۰۰۱).

۳۹-۶. ملاحظات تحلیل داده‌ها

داده‌ها در روش کیو در دو مرحله «داده‌های کیفی» و «داده‌های کمی» تحلیل می‌شوند.

۳۹-۶-۱. تحلیل داده‌های کیفی: تحلیل داده‌های کیفی در مرحله نخست بر روی داده‌های جمع‌آوری شده کیفی در قالب متن یکدست شده است. در این مرحله با روش‌های کدگذاری و شناسایی عبارت‌های منتخب و مرتبط با موضوع که مبتنی بر تحلیل‌های کیفی است، شرایط ورود به مرحله کمی فراهم می‌شود. درواقع در این مرحله پژوهشگر بر اساس مبانی نظری و پرسش‌های تحقیق، نسبت به شناسایی عبارت‌ها و تنظیم آن‌ها در قالب عبارت‌هایی کوتاه، ساده و قابل فهم برای همه مشارکت‌کنندگان اقدام می‌کند.

۳۹-۶-۲. تحلیل داده‌های کمی: این مرحله بر اساس تحلیل یافته‌های حاصل از «نمودارهای کیو یا جداول انتخاب اجباری» انجام می‌شود. در این مرحله نسبت به شناسایی الگوها از شباهت‌ها و تفاوت‌ها (واگرایی) بین افراد پاسخ‌دهنده به کمک روش‌های آماری اقدام می‌شد. این کار به منظور شناسایی تعداد کمی از عوامل یا گویه‌ها صورت می‌گیرد که می‌تواند اشکال مشترک تفاهم میان شرکت‌کنندگان را نشان دهد. برای این منظور هر جدول تکمیل شده توسط هر یک

از افراد نمونه بررسی به عنوان داده وارد نرم افزارهای آماری خواهد شد. نمره وارد شده به نرم افزار آماری برای هر گویه مطابق رتبه آن در جدول انتخاب اجباری است. برای نمونه گویه هایی که در خانه های حداکثر موافقت دارای نمره «۵+» است. نرم افزار آماری، داده های هر جدول انتخاب اجباری را به جدول دیگر مرتبط می کند تا تعداد گویه های نشان دهنده تفاهم میان پاسخ دهندگان را نشان دهد. سرانجام رتبه بندی نهایی تفسیر و گزارشی مشروح بر آن اساس عرضه می شود (پویا و لقمانی، ۱۳۹۲).

افرادی دارای ذهنیت مشابه، «یک عامل» را شکل می دهند. بنابراین روش «تحلیل عاملی»، اصلی ترین روش آماری برای تحلیل ماتریس داده های حاصل از نمودارهای کیو است. مبنای این روش همبستگی بین افراد است. روش «تحلیل عاملی»، نظرات فردی درباره موضوع را به کمترین عوامل تقلیل می دهد و در حقیقت به نوعی نمایانگر به اشتراک گذاشتن تفکر بین افراد است. پس از پردازش آماری با تحلیل عاملی و مشخص شدن میزان شباهت یا همبستگی، نمودار کیوی یک شخص در یک عامل با نمودار کیوی کل نشان داده می شود. در ادامه می توان «بارزترین عامل» را بر روی ماتریس همبستگی محاسبه و شناسایی کرد. در مرحله بعد باید تعیین شود که هر عامل چه میزان از ذهنیت های گردآوری شده را پوشش می دهد. در ادامه باید معیاری منطقی و قابل قبول را برای تعیین تعداد عامل ها مانند «معیار کایزر-گاتمن»، «معیار همفری» و «تحلیل موازی» را مورد استفاده قرار داد. پس از به دست آمدن بارهای عاملی معنی دار و عامل های مهم و چرخش آنها، نوبت به تفسیر دقیق عامل ها یا تعیین معنی و تعریف دقیق آنها می رسد. این مرحله به خلاقیت پژوهشگر بستگی دارد و باید با توجه به گزاره های از افراد در یک گروه با بیشترین موافقت یا مخالفت، گروه ها را عنوان بندی کند. در این شیوه اگرچه پژوهشگر تفسیر نهایی را عرضه می کند، این تفسیر در راستای دیدگاه های پاسخ دهندگان است (پویا و لقمانی، ۱۳۹۲).

روش پژوهش اپرا

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش اپرا

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش اپرا
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در روش اپرا
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده در روش اپرا
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش اپرا

مقدمه

اپرا یک روش نظام‌مند تصمیم‌گیری با رویکردی اکتشافی است که در آن تلاش می‌شود از طریق نوعی بارش مغزی نظام‌مند در خصوص یک مسئله راه‌حل ارائه شود. در این فصل به معرفی این روش و چگونگی کاربرد آن پرداخته خواهد شد.

۴۰-۱. مفهوم روش پژوهش اپرا

«روش پژوهش اپرا یا OPERA»^۱ یا «تیم دوگانه»، نخستین بار توسط یک شرکت فنلاندی و دهه ۱۹۸۰ ابداع شد. مفهوم «اپرا» خلاصه کلمات «افکار، پیشنهادها، موازی، تشریح، رتبه‌بندی و مرتب‌سازی» است. این روش ابزاری برای ایجاد «خلاقیت، ایده، انرژی و تعهد» در کار بر اساس ایجاد باور عمیق به «مشارکت» برای ظهور «نیروهای نوآور گروه» است. از خصوصیات این روش تأکید بر «برنامه‌ریزی‌های سازمانی و آموزش» با تمرکز بر روش‌ها و شرایط حاصل از کارگروهی و رهبری مشارکتی است. برخی منابع روش «اپرا» را از نوع روش‌های «مطالعه موردی» با تأکید بر یک مورد خاص مانند «یک سازمان یا پدیده خاص سازمانی» صورت می‌گیرد. از نتایج این روش می‌توان به ایجاد «برنامه‌ریزی خلاقانه یا راه‌های جدید» با کمک از پیش‌بینی‌های افراد شرکت‌کننده اشاره کرد. رویکرد این روش بحث گروهی و ذهن‌انگیزی شرکت‌کنندگان برای «حل مسئله» مورد بررسی است. این مشارکت در مباحثه‌های جمعی، باعث افزایش تعهد به اهداف بحث و تلاش برای انجام تغییرات لازم خواهد شد (ارکیلیا و کلمپوا، ۲۰۰۶)^۲. این روش هرچند شباهت‌های با روش گروه متمرکز و گروه اسمی دارد اما تفاوت‌های اساسی با آن‌ها موجب آن به‌عنوان یک روش جداگانه شده است.

۴۰-۲. فرایند اجرای روش پژوهش اپرا

روش پژوهش در فرایندی به شرح جدول ۴۰-۱ اجرا می‌شود.

جدول ۴۰-۱. مراحل اجرای روش پژوهش اپرا

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله بر اساس مشکلات موجود در کار یا آموزش و تدوین اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	انتخاب گروه هدف از تصمیم‌گیرندگان
۳	جمع‌آوری داده‌ها	ارزیابی نیازهای اولیه با پرسشنامه سؤالات باز و در ادامه مصاحبه گروهی و جمع‌آوری مجدد با پرسشنامه
۴	تحلیل داده‌ها	تحلیل داده‌های پرسشنامه و مصاحبه گروهی
۵	بحث و نتیجه‌گیری	بحث روی یافته‌ها و ارائه پیشنهادها

1. Own thoughts, Paired suggestions, Explanation, Ranking and Alignment
2. Erkilia and Klempova

۳-۴۰. طراحی پژوهش

این روش پژوهشی اغلب برای تصمیم‌گیری در سطح محلی یا سازمانی صورت می‌گیرد و به همین دلیل آن را در مواردی به‌عنوان یکی از روش‌های مطالعه موردی معرفی می‌کنند. مسئله در این روش می‌تواند بر اساس چالش یا مشکلی در یک بخش از سازمان یا مربوط به کل یک سازمان باشد. در ادامه اهداف و سؤالات پژوهش تدوین می‌شود. طراحی پژوهش باید بر اساس الگوی پژوهش موردتوجه قرار گیرد. در این الگو پس از جمع‌آوری داده‌ها با پرسشنامه باز از گروه هدف یا تصمیم‌گیرندگان و تحلیل روی آن‌ها، جلسات مصاحبه گروهی اپرا آغاز می‌شود. جلسات اپرا با نتایج کلی مرحله قبل شروع و سپس به ایجاد تصمیمات موازی با مشارکت کل گروه منتج می‌شود (ارکیلیا و کلمپوا، ۲۰۰۶).

۴-۴۰. ملاحظات نمونه‌گیری

از مهم‌ترین ملاحظات نمونه‌گیری در روش اپرا می‌توان در جدول ۲-۴۰ مرور کرد (ارکیلیا و کلمپوا، ۲۰۰۶).

جدول ۲-۴۰. ملاحظات نمونه‌گیری در روش اپرا

ردیف	ملاحظات
۱	قابل اجرا با گروه‌های کوچک بین ۶ تا ۱۲ نفر یا گروه‌های بزرگ بین ۴۰ تا ۶۰ نفر
۲	توجه به تعداد مناسب شرکت‌کنندگان در گروه‌ها برای طرح بهره‌ورانه ایده‌ها و مجادله‌ها و دشواری اداره جلسه در گروه‌های بیش‌ازحد بزرگ
۳	در صورت استفاده از ۶۰ شرکت‌کننده، دنبال کردن فرایند کار با گروه‌های دو، چهار و در نهایت هشت‌نفره
۴	وابستگی نمونه‌گیری به سطح سازمان و گروه‌های مرتبط برای تصمیم‌گیری

برای نمونه سازمان‌های تصمیم‌گیرنده شهری مانند شهرداری وقتی با مشکل اجتماعی مرتبط بین گروه‌های مختلف مواجه می‌شوند، می‌توانند از این روش استفاده کنند. برای نمونه وقتی یک شهر با یک معضل فرهنگی در رابطه با رفتار تولید زباله شهری از سوی شهروندان مواجه می‌شود؛ واحد ذی‌ربط فرهنگی در شهرداری مانند معاونت فرهنگی می‌تواند با تشکیل یک کمیته متشکل از دیگر دستگاه‌های مرتبط در سیاست‌گذاری و اجرا مانند «آموزش و پرورش، محیط‌زیست، بازیافت زباله، واحد خدمات اجتماعی و دیگر موارد مشابه» برای اجرای پژوهش اپرا اقدام کند. باید با شناسایی افراد تصمیم‌گیرنده و سیاست‌گذار در هر بخش، یک کمیته مرتبط شکل گیرد. با شناسایی این نهادها و افراد تصمیم‌گیرنده در آن‌ها، تعداد جامعه یا نمونه موردبررسی مشخص می‌شود.

۵-۴۰. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

در این روش در سه مرحله به شرح جدول ۳-۴۰ جمع‌آوری داده‌ها صورت می‌گیرد.

جدول ۳-۴۰. مراحل جمع‌آوری داده‌ها در روش پژوهش اپرا

ردیف	مراحل	توضیح
۱	پرسشنامه باز اول	توزیع پرسشنامه بازبین نمونه موردبررسی برای شناسایی انواع راه‌حل‌های پیشنهادی برای مسئله
۲	مصاحبه گروهی	برگزاری جلسه‌های گروهی و بحث و بررسی پیرامون راه‌حل‌های پیشنهادی با هدایت دبیر جلسه
۳	پرسشنامه دوم	تهیه پرسشنامه‌ای بر اساس جمع‌بندی جلسه مصاحبه گروهی و ارائه آن به اعضا برای تکمیل در اسرع وقت (در این مرحله پاسخ‌ها دقیق‌تر و کم‌نقص‌تر می‌شوند).

۴۰-۵-۱. جمع‌آوری داده با پرسشنامه اول: در این مرحله فرصت جمع‌آوری انواع نظرات، ایده‌ها و پیشنهادهای اعضای گروه یا نمونه‌ها بر اساس سؤالات پژوهش فراهم می‌شود. با ساماندهی داده‌های این مرحله پرسش‌های کلیدی درباره بحث گروهی درباره نظرات و راه‌حل پیشنهادی فراهم می‌شود.

۴۰-۵-۲. برگزاری جلسات مصاحبه گروهی: با وجود جمع‌آوری داده‌های مرحله اول اما با رویکرد پژوهش اپرا این داده‌ها کامل نیست و به گام‌های بعدی برای جمع‌آوری داده‌ها نیاز است. به همین منظور جلسه‌ای با حضور نمونه موردبررسی در قالب یک یا چند گروه موازی یا چند جلسه پیاپی در مراحل به شرح جدول ۴۰-۴ تشکیل می‌شود.

جدول ۴۰-۴. مراحل جمع‌آوری داده‌ها در جلسات مصاحبه گروهی اپرا

ردیف	ملاحظات
۱	طرح و نظرخواهی درباره راه‌حل‌ها و پیشنهادهای شناسایی شده در مرحله اول از اعضای جلسه
۲	هدایت جریان بحث گروهی توسط دبیر جلسه‌ای متخصص در چارچوب موضوعی و زمانی
۳	شروع جلسه با معرفی موضوع یا راه‌حل شناسایی شده در مرحله قبل و پیگیری آن تا رسیدن به جمع‌بندی نظرات درباره آن
۴	یادداشت کردن جمع‌بندی نظرات و جلسات و تصمیمات منتخب توسط دبیر جلسه
۵	برگزاری تا ۴ جلسه گروهی بر اساس دستورالعمل و زمان‌بندی مشخص (اغلب تا ۵۰ دقیقه)
۶	در ابتدا هر شرکت‌کننده، نظرات و ایده‌های خود را می‌نویسد و پیشنهادهایی را برای موضوع مطرح شده آماده می‌کند.
۷	دبیر جلسه، تعیین‌کننده امکان تعداد ارائه پیشنهاد توسط هر شرکت‌کننده (اغلب بین ۵ تا حداکثر ۱۰ پیشنهاد).
۸	در مرحله بعد شرکت‌کنندگان به گروه‌های دوفره‌ای برای بحث درباره ایده‌ها تقسیم می‌شوند و در نهایت مباحث خود باید پنج ایده برتر را با دلیل متقن ارائه کنند.
۹	در مرحله بعد پنج پیشنهاد برتر از نظر گروه‌های دوفره همراه با دلایل انتخاب آن‌ها بدون انجام هیچ بحثی در کنار هم قرار می‌گیرند.
۱۰	در گام بعد پیشنهادهای مشابه ادغام و در معرض همه اعضا قرار می‌گیرد تا درباره آن‌ها رأی‌گیری شود. هر گروه دوفره به پنج پیشنهاد برتر نصب‌شده روی تابلو برگردان رأی می‌دهد تا پیشنهاد برتر از نظر مجموع آرا مشخص شود.
۱۱	بحث پایانی اعضای گروه روی پیشنهادهای برتر انتخاب‌شده و رسیدن به جمع‌بندی نهایی

سؤال محوری در این نوع جلسات اغلب به این شکل خواهد بود که «به چه نوع اطلاعاتی برای تصمیم‌گیری درباره موضوع مربوطه نیاز دارید؟» این سؤال می‌تواند با درخواست هر یک از شرکت‌کنندگان در گروه، تخصصی‌تر شود تا افراد درباره موضوع عمیق‌تر فکر کنند و نظر بدهند. برای انجام مراحل جلسه اپرا باید برنامه زمان‌بندی مشخصی مانند جدول ۴۰-۵ و اغلب در زمان حدود ۵۵ دقیقه وجود داشته باشد.

جدول ۴۰-۵. زمان‌بندی مراحل اجرای جلسه به روش اپرا

ردیف	اقدام	زمان
۱	ارائه مقدمه در شرح فرایند و طرح سؤال	۱۰ دقیقه
۲	تفکر فردی و پیاده‌سازی یا نوشتن ایده‌های اصلی شکل گرفته	۵ دقیقه
۳	شکل دادن گروه‌های دوفره و مبادله تفکرات و پیشنهادهای برای انتخاب ایده‌های برتر و نصب آن‌ها روی تابلو	۱۰ دقیقه
۴	ارائه دلایل گروه‌های دوفره برای پیشنهادهای ارائه‌شده آن‌ها	۱۰ دقیقه
۵	رأی دادن هر جفت یا گروه دوفره به سه پیشنهاد از مجموعه همه پیشنهادهای ارائه‌شده	۱۰ دقیقه
۶	تنظیم کردن رتبه ایده‌ها بر طبق نتایج آراء و بحث‌ها و پیشنهادهای با حداکثر حمایت از سوی شرکت‌کنندگان	۱۰ دقیقه
۷	ختم جلسه و توضیح درباره نتیجه نهایی برای مرحله بعد	۵ دقیقه

برخی از ملاحظات مهم در اجرای روش اپرا را می‌توان در جدول ۴۰-۶ مرور کرد (ارکیلیا و کلمپوا، ۲۰۰۶).

جدول ۴۰-۶. ملاحظات در روند اجرای پژوهش به روش اپرا

ردیف	ملاحظات
۱	آزاد بودن شرکت کنندگان برای فعالیت در فرایند پژوهش
۲	ایجاد اهداف واقع بینانه در دوره های زمانی اختصاص یافته
۳	پرهیز از شروع کار بدون اطمینان از مدیریت زمان
۴	کسب اطلاعاتی درباره شرکت کنندگان در صورت امکان
۵	اطمینان از توانایی مدیریت زمان دبیر جلسه یا تسهیلگر
۶	برخورداری دبیر جلسه از شخصیت مشوق و محرک بروز خلاقیت افراد و منعطف در برابر ایده های نو
۷	توانایی دبیر جلسه برای طبقه بندی و خلاصه کردن مباحث

۴۰-۵-۳. پرسشنامه باز سوم: با توجه به نتیجه نهایی برای هر کمیته تصمیم گیری و دبیر جلسه، پیشنهادهای برتر مشخص خواهد شد. برای مقابله با تأثیر منفی ناشی از محدودیت زمانی و کار با گروه های مختلف، از ابزار پرسشنامه با سؤالات باز برای سازمان دهی دقیق تر داده ها استفاده می شود. پرسشنامه دوم باید بعد از ارائه توضیحی درباره جلسات مصاحبه گروهی اپرا توزیع شود.

۴۰-۶. ملاحظات تحلیل داده ها

در هر مرحله از جمع آوری داده ها، از تحلیل داده های کیفی استفاده می شود. در مرحله نخست و با جمع آوری داده های اولیه حاصل از سؤالات باز، پژوهشگر از مجموع پاسخ ها نسبت به شناسایی راه حل ها و پیشنهادهای انتخابی در قالب عبارت ها اقدام می کند. در مرحله مصاحبه گروهی و طی چند جلسه در نهایت تحلیل داده ها به صورت گروهی و با انتخاب راه حل ها یا پیشنهادهای برتر به جمع بندی می رسد. در مرحله پایانی و استفاده از پرسشنامه با سؤالات محدود شده عملاً نتایج و دقت نهایی راه حل ها و پیشنهادهای منتخب مورد ارزیابی نهایی و در صورت لزوم تداوم مباحثات قرار خواهد گرفت.

۴۰-۷. یک نمونه پژوهش اپرا

علاوه بر برنامه ریزی از این روش می توان برای ارزیابی به ویژه ارزیابی های آموزشی هم استفاده کرد. برای نمونه در پژوهشی، هدف تشویق دانش آموزان به ارزیابی فرایند یادگیری خود بود. در نخستین جلسه، دانش آموزان با انتخاب درس ها، بیشترین و کمترین موضوعات آموخته شده در آن ها را شناسایی کردند. در جلسه دوم، بر روی عوامل مؤثر و مانع در یادگیری تمرکز شد. در جلسه سوم، هر دو مورد «موضوع و عوامل تأثیرگذار بر روند یادگیری» با هم مورد بررسی قرار گرفت. هر جلسه با واکنش های فردی آغاز و سپس بحث در قالب گروه های دوفره برای توافق روی سه مورد از مهم ترین موارد در هر رده ادامه می یابد. نتایج گروه های دوفره روی تابلوی کلاس نصب تا همه دانش آموزان به سه مورد مهم تر از دید خودشان رأی دهند تا پنج مورد برتر مشخص شود. در ادامه دانش آموزان، گروه بندی جدیدی با موارد را انجام تا موضوعات بزرگتری را تشکیل دهند. برای منظور تعداد کل آراء در قالب جدول نمایش داده شد. در ادامه مرحله تم سازی یا مضمون سازی با مباحثه درباره موضوعات انجام شد. برای این منظور دانش آموزان روی روابط بین عوامل بحث کردند. آن ها به نمونه هایی از تجارب مثبت یا منفی در پشتیبانی از

عوامل تقویت‌کننده یا مانع در یادگیری اشاره داشتند. در همین راستا دانش‌آموزان پیشنهادهایی را برای بهبود ارائه دادند. این پیشنهادها به‌عنوان راهنمایی برای نوشتن برنامه آموزشی و بحث روی آن مورد استفاده قرار گرفت. هر یک از مراحل حدود در زمان ۹۰ دقیقه و با حضور ۱۵ شرکت‌کننده انجام شد. در مرحله سوم از دانش‌آموزان خواسته شد تا یک مقاله کوتاه برای توصیف روند یادگیری شخصی خود از کل برنامه بنویسند. روش اپرا برای ارزیابی فرایند یادگیری فردی و جمعی با مباحثه‌های جمعی مفید است. با این روش و در گروه‌های کوچک دانش‌آموزی یا دانشجویی زمینه‌ای فراهم می‌شود تا آزادانه تجرب خود را ارائه نمایند. پس از ارزیابی‌های چندگانه و بازخوردهای چندگانه از سوی دیگر دانش‌آموزان یا دانشجویان، شناخت، تفکر عمیق‌تر و ایده‌های کاربردی‌تری شکل می‌گیرد. روش اپرا باعث مشارکت فعالانه دانش‌آموزان و دانشجویان در برنامه‌های درسی و کمک به بهبود ظرفیت یادگیری درس‌ها می‌شود. در کنار این مزایا آن‌ها فعالیت گروهی را تمرین کرده و یاد می‌گیرند. ارزیابی‌ها را می‌توان در گروه‌های کوچک‌تر ۶ تا ۸ نفره هم انجام داد (ارکیلیا و کلمپوا، ۲۰۰۶). شکل ۴۰-۱ یک نمونه پرسشنامه نهایی برای جمع‌آوری داده‌های تکمیلی از گروه‌های موردبررسی را نشان می‌دهد.

Final Questionnaire

Please fill out the following information:

circle the most accurate choice

Your employer is:

a. business b. municipality c. organisation

d. state e. self employed entrepreneur

f. other, what? _____

Place of work: _____

Your profession: _____

Representing Board: _____

At this moment how much do you know about the following:

Answer the next questions by circling the most suitable alternatives

no information a little some a lot

Youth

1 Youth's world /
youth culture 0 1 2 3

2 Communicating w/ youth 0 1 2 3

3 Use of substances
by young people 0 1 2 3

Substance Use

1 Location/situation where
substances are used 0 1 2 3

2 Current available drugs 0 1 2 3

3 Physical effects of drugs 0 1 2 3

4 Mental & social
effects from drugs 0 1 2 3

5 North-Kymenlaakso's
situation regarding
substance abusers 0 1 2 3

6 Prevention efforts of
substances 0 1 2 3

7 Identification of addiction
problems 0 1 2 3

no information a little some a lot

Treatment

1 Substance abuse treatment
and rehabilitation 0 1 2 3

2 Individual treatment for those
with addiction problems 0 1 2 3

3 Treatment & rehabilitation
municipal costs 0 1 2 3

Individual training needs:

Which of the previously mentioned themes are you most in need of training? Mention at least three themes. You can also list subjects not previously been mentioned, but you feel are important!

Themes:

1 _____
2 _____
3 _____
4 _____

Possibilities to participate in training:

Check the appropriate box no maybe yes

1 I am interested in
addiction training ☐ ☐ ☐

2 I would possibly participate
in training:

a. at my workplace ☐ ☐ ☐

b. in my free time ☐ ☐ ☐

3 I think training is best:

a. during the week ☐ ☐ ☐

b. over the weekend ☐ ☐ ☐

c. daytime hours ☐ ☐ ☐

d. evening hours ☐ ☐ ☐

Different work and training methods:

Mark the best alternative no a little a lot

1 Multi professional working
groups ☐ ☐ ☐

2 Computer/internet skills ☐ ☐ ☐

3 Readiness to work with
computer/internet ☐ ☐ ☐

Thanks for your responses!

شکل ۴۰-۱. یک نمونه پرسشنامه نهایی در پژوهش به روش اپرا (ارکیلیا و کلمپوا، ۲۰۰۶)

۸-۴۰. مزایا و معایب روش پژوهش اپرا

برخی از مهم‌ترین مزایا و معایب روش پژوهش اپرا را می‌توان در جدول ۷-۴۰ مرور کرد (ارکیلیا و کلمپوا، ۲۰۰۶).

جدول ۷-۴۰. مزایا و معایب روش اپرا

ردیف	مزایا	معایب
۱	دادن فرصت طبیعی به هر فرد برای شرکت	کمبود افرادی به‌عنوان دبیر که با روش اپرا آشنا باشند.
۲	ایجاد فرصت مشارکت برای اکثریت خاموش	از دست دادن برخی پیشنهادهای خوب
۳	استفاده از حافظه گروهی	دشواری کنترل مدیریت زمان
۴	ارزیابی هر پیشنهاد در یک مبنای برابر	احتمال انتخاب شدن پیشنهادهای عمومی به‌جای تخصصی
۵	هدایت متمرکز بحث‌ها بر روی نکات کلیدی	
۶	ایجاد انگیزه برای کار گروهی اثربخش	
۷	بهره‌وری بیشتر زمان مورد استفاده	
۸	تلفیق خلاقیت با فرایند نظام‌مند	
۹	متعهد کردن کل گروه به راه‌حل منتخب	
۱۰	تمرینی برای بحث، گفتگو و ارائه استدلال و ایده	
۱۱	ترویج ایده‌های نو برند	
۱۲	دربگیرنده هر دو بعد شنیداری و دیداری افراد در مباحثه	
۱۳	افزایش دموکراسی درون گروه	

روش پژوهش ژانرشناسی

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش ژانرشناسی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش ژانرشناسی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در روش ژانرشناسی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در روش ژانرشناسی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش ژانرشناسی

مقدمه

روش پژوهش ژانر شناسی یا تحلیل ژانر یک روش پژوهش کیفی است. در این فصل به معرفی مفهوم و فرایند اجرای این روش پرداخته خواهد شد.

۴۱-۱. مفهوم روش ژانرشناسی

«روش ژانرشناسی» با معادل‌هایی چون «مطالعات ژانر و تحلیل ژانر»^۱ نیز طرح می‌شود. از دهه ۸۰ میلادی و به دلیل ضعف‌های «روش‌های تحلیل متن» و «بررسی‌های سطحی زبان» برای توجه به مسائل ارتباطی، زمینه ظهور مدل‌های ارتباطی فراهم شد. موضوع مطالعه ژانر در زمینه‌های «هنری، زبان‌شناختی، آموزشی و کنش اجتماعی» مطرح می‌شود. در هر حوزه می‌توان با تاریخچه مستقلی از ظهور و کاربرد تحلیل ژانر با توجه به حوزه موردبررسی آشنا شد. برای نمونه «اسوالز»^۲ از پیشروان و بنیان‌گذاران روش «تحلیل ژانر» در آموزش بود. او با این روش برای آموزش مؤثرتر زبان انگلیسی بر اساس «نیاز یادگیرنده در شرایط خاص» تلاش می‌کرد. درواقع رویکرد آموزشی «تحلیل ژانر» بر توصیف ویژگی‌های زبانی موردنیاز برای موقعیت‌های ارتباطی و تشریح آن‌ها در رابطه با اهداف موردنظر در هر موقعیت خاص تأکید دارد. از مهم‌ترین ویژگی‌های روش تحلیل ژانر در حوزه‌های مختلف می‌توان به مواردی به شرح جدول ۴۱-۱ اشاره کرد.

جدول ۴۱-۱. برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های روش ژانرشناسی

ردیف	ویژگی‌ها
۱	تأکید بر «چرایی این‌گونه بودن کلام در شرایط خاص» به‌عنوان وجه تمایز آن با شیوه‌های قبلی تحلیل کلام
۲	تأکید بر توجه به «ذهن مخاطب به‌عنوان گیرنده پیام» و کلیشه‌های ذهنی برگرفته از «فرهنگ، پیشینه تحصیلی و علایق»
۳	«مخاطب‌محوری» و بررسی کلیشه‌های ذهنی مخاطب به‌عنوان وجه تمایز با روش‌های تحلیل گفتمان و تحلیل محتوا
۴	تأکید بر فرهنگ هر جامعه موردبررسی و لزوم ارائه تحلیل خاص برای همان جامعه (مانند تفاوت جامعه دانشگاهی با بازاری)
۵	روش کیفی با تأکید بر تحلیل سازه‌های محتوای گفتمان‌ها با توجه به مخاطب ژانر در فرایندهای «تولید، تفسیر و استفاده»
۶	در مواردی مطالعه گفتمان‌های مبنای شکل‌گیری فرایندهای اجتماعی
۷	تأکید بر تحلیل کلام شفاهی و نوشتاری در «ابعاد اجتماعی زبان ارتباطی» و «ویژگی‌های ساختاری مبتنی بر الگوهای متن یا کلام با توجه به هدف ارتباطی و فراتر از واژه‌ها و گرامر در سطح جمله»

«مطالعه ژانر» یک رویکرد علمی است که با استفاده از «نظریه ژانر» به‌عنوان شاخه‌ای از «نظریه انتقادی کلی» در چندین حوزه مختلف از جمله «ادبیات، هنر، زبان‌شناسی و امثال آن» به تحلیل می‌پردازد. مطالعات ژانر یک رویکرد ساختاری برای مطالعه ژانر و نظریه ژانر در گونه‌های مختلف است. مطالعات ژانر، راهی برای سنجیدن روش‌های مختلف داستان‌گویی و عناصر آن است تا بتوان با تجزیه و تحلیل ترکیب‌های داستانی به یک الگوی داستانی مشخص رسید. در برخی موارد انواع مطالعات مرور و نقد «کتاب، فیلم، بازی‌های کامپیوتری، ادبی و امثال آن» را با رویکرد تحلیل ژانر موردبحث قرار می‌دهند. درمجموع تحلیل ژانر یک فرایند مطالعاتی برای بررسی نمونه‌های مختلف از یک ژانر خاص به‌منظور تحلیل مشابهت‌ها و تفاوت‌ها بر مبنای «اهداف، فراساختار و انتخاب زبانی» آن‌ها است.

«ژانر» برای ارجاع به گونه و نوع ویژه‌ای از متن به کار می‌رود و هدف آن در اموری چون ادبیات و هنر، نام‌گذاری و سنخ‌شناسی است. به این معنا که رسالت آن، مبتنی بر تقسیم جهان ادبیات و هنر به انواع و گونه‌ها و نام‌گذاری آن‌ها بوده است. از دیرباز آثار ادبی برحسب وابستگی به گونه‌هایی عام، طبقه‌بندی و تعریف شده‌اند. در حوزه ادبیات گسترده‌ترین تقسیم میان شعر، نثر و نمایشنامه بوده است. البته بین این‌ها تقسیمات فرعی دیگری چون «تراژدی و کمدی» در زیرمجموعه نمایشنامه دیده می‌شود. در دوره معاصر و با ظهور انواع محتوای رسانه‌ای در شکل‌های مختلف این نام‌گذاری‌ها ملموس‌تر شده است. برای نمونه اغلب فیلم‌ها را در انواع ژانرهایی چون «کمدی، جنایی، وسترن و امثال آن» یا برنامه‌های تلویزیونی را در ژانرهایی مانند «مسابقه تلویزیونی، برنامه کودک، سریال‌های خانوادگی و امثال آن» معرفی می‌شوند. بسیاری از کارشناسان اعتقاد دارند که در اغلب این موارد این نوع گونه‌شناسی‌ها از کفایت لازم برخوردار نیستند و اغلب مواردی را می‌توان یافت که در ذیل هیچ‌یک از آن‌ها قرار نمی‌گیرند یا ترکیبی از گونه‌ها را پوشش می‌دهند. تعاریف قاعده‌مند از گونه‌ها مبتنی بر آن است که «قواعد معنایی مانند درون‌مایه‌ها و فضاها» یا «صورت‌ها و شکل‌های ویژه از ابعاد ساختار و سبک» را پوشش دهند. تلاش برای تعریف ژانری خاص برحسب ویژگی‌های کافی و لازم متن‌شناختی، کاری جذاب و درعین حال مشکل است. زیرا به‌سختی بتوان تمایزهای دقیقی میان یک ژانر یا گونه با ژانر یا گونه‌ای دیگر ایجاد کرد. در مواردی ژانرها دچار همپوشانی می‌شوند و این باعث می‌شود تا در مواردی ژانرهای ترکیبی مانند «کمدی جنایی» مطرح شوند. برخی کارشناسان تأکید دارند که هر نمونه از یک ژانر باید به‌شکلی اساسی با سایر ژانرها متفاوت باشد. ناکامی‌های متعدد در این عرصه باعث شده است تا برخی نظریه‌پردازان معاصر، بر «شباهت‌های خانوادگی میان متون» برای توصیف به‌جای «تعریف قطعی» تأکید کنند. هر متن خاص وابسته به یک ژانر، به‌ندرت می‌تواند دارای تمام ویژگی‌های خاص آن‌گونه باشد. رویکرد شباهت‌های خانوادگی، پژوهشگر را وادار می‌دارد تا شباهت‌های میان برخی متون وابسته به یک ژانر را عیان کند. علاوه بر رویکردهای «تعریف‌گرا» و «رویکرد شباهت‌های خانوادگی» نوع دیگر با عنوان «سرنمونی» بر توصیف ژانر بر اساس مفهوم روان‌زبان‌شناختی سرنمونی تأکید دارد. بر اساس رویکرد اخیر می‌توان برخی نمونه‌ها را نسبت به نمونه‌های دیگر به‌شکل بارزتری در یک ژانر خاص قرار داد. مبنای این رویکرد، ویژگی‌های مشخص تعیین‌کننده جایگاه نمونه‌ها در ژانری خاص هستند (چندلر، ۱۳۹۱؛ قاسمی، قره، حسینی و شجیع، ۱۳۹۴).

چگونگی تعریف از یک ژانر به هدف پژوهشگر بستگی دارد؛ یعنی شایستگی تعریف در حوزه علوم اجتماعی به میزان پرتوی آن بر پدیده موردبحث بستگی دارد. برای نمونه پژوهشگری که بررسی چگونگی اثر ژانر در تفسیر مخاطب از یک متن می‌پردازد؛ باید بر چگونگی درک مخاطب به‌جای تمایزهای نظری تأکید داشته باشد. بر این اساس سازوکار نام‌گذاری جامعه برای ژانرها، منبع اصلی شناخت و درک ژانرها قرار می‌گیرد. با این رویکرد درک ژانرشناسی تا حد زیادی ضمنی است. در خصوص «ژانر فیلم» برخی کارشناسان ژانر را همان چیزی می‌دانند که اکثریت جمعی به آن باور دارند. در همین راستا این ادعا مطرح می‌شود که مردم دارای «انبار و مخزن انواع ژانرها» هستند و این امر زمینه مهمی برای پژوهش در این حوزه است. بنابراین رویکرد نظری معاصر ژانر بر این امر تأکید دارد که «ژانرها نظام نیستند بلکه فرایندهایی برای نظام‌سازی هستند». در قالب رویکرد نظری سنتی، ژانرها و به‌ویژه ژانرهای ادبی به‌عنوان الگوهای ثابت در نظر گرفته می‌شد. در نظریه معاصر تأکید بر آن است که «شکل و کارکرد ژانرها» امری پویا

است. در این رویکرد مرزهای میان ژانرها، دگرگونی پذیر است. همان‌طور که مجموعه «ژانرشناسی» در حال توسعه است، در گذر زمان انواع ژانرها و روابط بین آن‌ها دچار دگرگونی می‌شود. انواع ژانرها در ادبیات در حال تغییر هستند و ژانرهای اصلی و فرعی جدیدی در حال ظهور و برخی در حال توقف دیده می‌شوند. طوری که برخی ژانرها را صرفاً با عطف به گذشته و سیر تاریخی آن‌ها می‌توان تعریف کرد. البته برخی ژانرها هم ماندگار به نظر می‌رسند. برخی کارشناسان اعتقاد دارند که هر ژانر جدید خود حاصل دگرگونی در ژانرهای قدیمی‌تر است. هر اثر جدید در یک ژانر، توانایی تغییر آن ژانر را دارد یا شاید بتواند زیرژانر یا ژانر فرعی برای آن ایجاد کند. این چشم‌انداز باعث برجسته کردن نقش پژوهشگر در شناسایی اقدامات تولیدکنندگان محتواهای ارتباطی و تجربه دگرگون‌سازی ژانرها و قواعد آن‌ها با تأکید بر ماهیت اجتماعی، اقتصادی، فناوری و دیگر عوامل مؤثر در این تحولات است (چندلر، ۱۳۹۱).

کنش متقابل میان ژانرها و رسانه‌ها از جمله عوامل اثرگذار در دگرگونی ژانرها است. برخی ژانرها نسبت به ژانرهای دیگر نیرومندتر هستند و جایگاه استنادپذیری به آن‌ها برای تولیدکنندگان محتوای ارتباطی و مخاطبان‌شان ممتاز و متفاوت است. برخی تحلیل‌گران مارکسیست، ژانر را به عنوان ابزار کنترل اجتماعی و با هدف ایجاد ایدئولوژی مسلط معرفی می‌کنند. در این رویکرد ژانرها، مخاطب را در وضعیتی قرار می‌دهند تا ایدئولوژی نهفته در متن را بپذیرد. به همین نحو رویکردهای «ساختارگرایی و فمینیستی» ژانر را به عنوان عاملی برای ایجاد جریان ارزش و ایدئولوژی خاصی معرفی می‌کنند. تحلیل‌گران «مخاطب‌محور» تأکید دارند که مردم توانایی «خواندن در خلاف جهت» را هم دارند. این دیدگاه‌های متنوع باعث شده است تا در تعریف جدید «ژانر» به نحو گسترده‌تری از رابطه میان «تولیدکنندگان محتوا، محتوا و مخاطبان آن‌ها» توجه شود. این سه‌گانه و محیطی که در آن ارتباطات رخ می‌دهد، لزوم انجام پژوهش‌های با عمق و دقت لازم از ابعاد مورد اشاره را برجسته کرده است (چندلر، ۱۳۹۱). ژانرشناسی یا تحلیل ژانر در حوزه‌های دیگری چون «زبان‌شناسی» با ملاحظات به شرح جدول ۴۱-۲ مطرح می‌شود.

جدول ۴۱-۲. ملاحظات ژانرشناسی یا تحلیل ژانر در زبان‌شناسی

ردیف	ملاحظات
۱	تأکید بر سازمان‌دهی «زبان» در فرهنگ و مبتنی بر ایدئولوژی‌های فرهنگی
۲	تأکید بر نظام زبان به عنوان یک کل و شرایط انتخاب از شبکه معانی موجود بر اساس فرهنگ
۳	تأکید بر «نشانه اجتماعی» به عنوان عامل تشکیل‌دهنده فرهنگ و تثبیت‌شده با نظام گفتمان فرهنگ
۴	تأکید بر شرایط تکراری زمینه‌های تولید متن و عادت افراد در یک فرهنگ خاص به انواع شرایط تکراری در آن فرهنگ
۵	تأکید بر زمینه‌های فرهنگی در شکل‌گیری انواع «شرایط تکراری» و نقش زمینه در شکل‌گیری متن
۶	تأکید بر تمرکز صریح بر سبک در ادبیات با این رویکرد و نقش آن در سوادآموزی
۷	تأکید بر ژانرشناسی برای شناخت زمینه‌های اثرگذار بر متون به منظور کمک به دانش‌آموزان در آگاهی فرهنگی از متن‌های

«ژانرشناسی» در انواع کنش‌های اجتماعی نیز با ملاحظات به شرح جدول ۴۱-۳ مورد استفاده قرار می‌گیرد.

جدول ۴۱-۳. ملاحظات ژانرشناسی یا تحلیل ژانر در کنش‌های اجتماعی

ردیف	ملاحظات
۱	تأکید بر استفاده از ژانر برای مطالعه ساختارها و کنش‌های اجتماعی تکراری
۲	تأکید بر «علت خارجی گفتمان» و اثر آن بر موقعیت‌ها در ساختارهای اجتماعی
۳	تأکید بر «ژانر» به عنوان پایه دانش و تشریح انواع رفتار جوامع و فعالیت‌های اجتماعی و عامل مهم در «شناخت اجتماعی»
۴	تأکید بر مفهوم «درک» از توصیف ژانرها در بافت اجتماعی
۵	تأکید بر «زمینه ژانرها» به عنوان مجموعه‌ای از ژانرهای موجود در یک فرهنگ و نیازمند مطالعه در سطحی پیچیده‌تر
۶	تأکید بر «نظام‌های ژانر» به عنوان مجموعه ژانرهای فعال در یک نظام فعالیتی مانند مواجهه قاضی دادگاه با انواع پرونده با ژانرهای مختلف و نیاز به بررسی هر یک در زمینه اختصاصی آن
۷	تأکید بر قراردادهای عمومی و اجتماعی و استفاده از شاخص‌های معمولی مانند «عبارات، تم‌ها، نقل‌قول‌ها یا توضیحات» مورد انتظار مخاطب در قالب یک ژانر خاص
۸	تأکید بر «کلش‌های اجتماعی» به عنوان «ژانر» مانند انتظار ایجادشده از یک داستان علمی تخیلی مربوط به آینده، برای پیشرفت‌های فناوری و تغییر شرایط زندگی با رویکردی واقع‌گرایانه

مفهوم «درک» در توصیف ژانرها در بافت اجتماعی بسیار مهم است. برای مثال در بازی تنیس افراد در حال برقراری ارتباط با یک توپ هستند. بازیکنان تنیس در این فرایند ارتباطی هر بار توپ را عوض نمی‌کنند، بلکه آن را با ابزار راکت خود مبادله می‌کنند. این مبادله‌ها در چارچوب قوانین بازی یا همان زمینه صورت می‌گیرد. معنای هر بازی به عنوان یک مراسم می‌تواند معنای متفاوتی داشته باشد، به عنوان مثال یک بازی دوستانه با یک بازی در یک رویداد مهم مانند تنیس ویمبلدون هرکدام ژانری متفاوت دارند و نمی‌توان، متن را بدون درک تشریفات حاکم بر آن درک کرد.

الگوهای مختلفی برای «ژانرشناسی یا تحلیل ژانر» وجود دارد. برای نمونه «اسوالز» از پیشروان تحلیل ژانر در آموزش، مدلی با عنوان «کارز یا CARS»^۱ یا معادل «ایجادکننده یک فضای پژوهشی» را در سال ۱۹۹۰ و به شرح جدول ۴۱-۴ ارائه کرد. در همه نکات مهم تمامی این الگوهای نمونه در الگوی پنج مرحله‌ای کتاب مرجع پژوهش معرفی خواهد شد.

جدول ۴۱-۴. اجرای تحلیل ژانر بر اساس مدل کارز به عنوان نمونه

ردیف	مراحل	توضیح
۱	ایجاد قلمرو	الف) مشخص کردن محور، ب) انتخاب موضوع، ج) مروری بر آیت‌های پژوهش‌های قبلی
۲	تعیین موقعیت	الف) تعیین شرایط موجود، ب) تعیین شکاف یا چالش، ج) مشخص شدن سؤال، د) تداوم روند
۳	کار روی موقعیت تعیین شده	الف) برجسته کردن اهداف، ب) اعلام فرایند پژوهش، ج) اعلام یافته‌های اصلی، د) ارائه گزارش

۴۱-۲. مراحل اجرای ژانرشناسی یا تحلیل ژانر

باوجود الگوهای مختلفی برای اجرای روش «ژانرشناسی یا تحلیل ژانر» تلاش می‌شود تا نکات مهم همه آن‌ها در الگوی پنج مرحله‌ای به شرح جدول ۴۱-۵ معرفی شود.

1. Creating A Research Space (CARS)

جدول ۴۱-۵. مراحل اجرای روش ژانرشناسی یا تحلیل ژانر

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله بر اساس مشکلات ارتباطی ناشی از ژانر و تدوین اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	(انتخاب به شکل غیرتصادفی هدفمند)
۳	جمع‌آوری داده‌ها	با ابزارهای مختلف
۴	تحلیل داده‌ها	تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده
۵	بحث و نتیجه‌گیری	بحث روی یافته‌ها و ارائه پیشنهادها

۴۱-۳. طراحی پژوهش

این روش مطالعاتی دامنه پوشش گسترده‌ای دارد که بر اساس آن می‌توان از چالش‌ها در حوزه‌هایی چون «مطالعات زبان‌شناسی» تا «بررسی پویایی شیوه‌های گفتمانی» و «درک شرایط فرهنگی-اجتماعی در انواع محتوا» را به عنوان مسئله انتخاب و آن را تشریح کرد. در مرحله طراحی پژوهش باید رویکرد پژوهشی مطالعه ژانر را مشخص و بر اساس آن مسئله، اهداف و سؤالات پژوهش را طرح کرد. مهم‌ترین رویکردهای پژوهشی «ژانرشناسی یا مطالعه ژانر» می‌توان به مواردی به شرح جدول ۴۱-۶ اشاره کرد.

جدول ۴۱-۶. انواع رویکردهای پژوهش ژانرشناسی یا مطالعه ژانر

ردیف	رویکرد	توضیح
۱	هنری	بررسی ترکیب عناصر ساختاری داستان و ژانر ایجادشده در مجموعه داستان و زمینه ارائه آن بر اساس نظریه‌های ژانر ادبی، فیلم و دیگر موارد
۲	زبان‌شناختی	با تأکید بر دو مکتب «سبک ادبی و زبان‌شناسی کاربردی نظام‌مند» و «ساختار زبان به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از متن و زمینه اجتماعی متن»
۳	آموزشی	با تأکید بر آموزش زبان برای اهداف خاص و بررسی پیوندهای آموزشی ژانر برای کمک به زبان آموزان
۴	کنش‌اجتماعی	بررسی نقش ژانر در انواع کنش‌های اجتماعی، گفتگوها و سخنرانی‌ها

در این مرحله باید ایجاد قلمرو پژوهش را با مشخص کردن محور، انتخاب موضوع و مروری بر آیتم‌های پژوهش-های قبلی تعیین کرد. باید موقعیت پژوهش به‌طوری روشن از ابعاد «تعیین شرایط موجود»، «تعیین شکاف یا چالش» و «سؤال پژوهش» و «شرایط تداوم روند» مشخص شوند.

پوشش دامنه گسترده از مسائل به دلیل موضوع «ارتباط» است که به امری فراتر از چینش چند کلمه با یک دستور زبان مشخص یا تولید انواع محتواها اشاره دارد. زیرا در ارتباط به اثرگذاری مطلوب روی مخاطب نیز توجه می‌شود و با توجه به مخاطب، دامنه‌ای از «متن و زمینه آن متن»^۱ مورد توجه و تحلیل قرار می‌گیرد. متن اشاره به «کلمات نوشته‌شده» دارد اما زمینه متن بر «محیط اطراف متن» از جمله محیط متن ایجادشده یا وضعیت زندگی نویسنده آن تأکید می‌کند. «گفتمان به عنوان متن» بر اجزای زبانی خاص با ابعادی چون «صوت یا واج‌شناسی، گرامر، نحو، سازمان‌بندی، همبستگی بین جمله‌ای، بین زمینه‌ای و امثال آن» اشاره دارد. اما «گفتمان به عنوان ژانر» دربرگیرنده

تحلیل‌هایی فراتر از برون داده‌های متنی با تأکید بر زمینه متن و انواع تفسیرهای محتمل درباره متن در زمینه‌های مختلف است.

۴۱-۴. ملاحظات نمونه‌گیری

رویکرد این روش اغلب مطالعه موردی است و طبق روش کارز به حداقل ۳۰ مورد از محتوا برای اهداف آماری یا تشخیص الگوها نیاز است. از زمینه‌های رایج برای در تحلیل ژانر می‌توان به مواردی چون «برگه‌های تبلیغاتی»، «رساله‌های دکتری»، «سخنرانی‌ها»، «کتاب‌ها»، «نامه‌ها»، «گزارش‌های علمی»، «فیلم‌ها» و دیگر موارد مشابه اشاره کرد.

۴۱-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

یکی از مبانی اساسی برای «تحلیل ژانر» یا «ژانرشناسی»، آگاهی و درک مناسب از دانش ژانر است. در مرحله جمع‌آوری داده‌ها ابتدا باید «سبک» یا راهنمایی برای بررسی اسناد را انتخاب کرد. در این گام بررسی پژوهش مشابه، در صورت بررسی گزارش‌های علمی می‌تواند ایده‌های خوبی در ادامه مسیر ایجاد کند. مهم‌ترین ابزار برای جمع‌آوری داده‌ها، مرور محتوا با سؤال یا بررسی محتوا با سؤالی درباره اهداف و مقاصد مخاطب و چگونگی فرایند تولید محتوا است. در این مسیر باید به «الگومحوری» یا بررسی متن بر اساس الگوهای موجود و میزان انحراف از آن‌ها در جمع‌آوری داده‌ها توجه داشت. از جمله سؤالات هدایتگر در جمع‌آوری داده‌ها از متون یا محتواها برای ژانر شناسی می‌توان به مواردی به شرح جدول ۴۱-۷ اشاره کرد (چندلر، ۱۳۹۱).

جدول ۴۱-۷. برخی سؤالات هدایتگر برای جمع‌آوری داده‌ها از متن یا محتوای موردبررسی

ردیف	سؤالات هدایتگر
۱	چرا این متن یا محتوا را برای تحلیل انتخاب کرده‌اید؟
۲	در چه بافت یا زمینه‌ای با این محتوا یا متن رویه‌رو شده‌اید؟
۳	به نظر شما بافت یا زمینه محتوا یا متن، چه تأثیری بر تفسیر شما از متن یا محتوا دارد؟
۴	در بدو امر آن متن را به کدام ژانر منتسب می‌کنید؟
۵	شناخت شما از این نوع ژانر چگونه است؟
۶	موضوع و درون‌مایه اصلی متن چیست؟
۷	امور نوعی و سنخ‌نمای محتوای این ژانر چگونه‌اند؟
۸	چه قواعد ژانرشناسانه‌ای در این محتوا یا متن قابل‌شناسایی هستند؟
۹	تا چه حد این محتوا یا متن می‌توان قواعد ژانرشناسانه‌اش را گسترش دهد؟
۱۰	از چه درون‌مایه‌ها یا تصاویر آشنایی استفاده شده است؟
۱۱	کدام یک از صناعت‌های شکلی یا سبک‌شناختی استفاده‌شده جزو خصوصیت بارز آن ژانر خاص هستند یا نیستند؟
۱۲	چه الزامات بنیادینی در شکل و قالب محتوا یا متن بازتاب یافته است؟
۱۳	متن یا محتوا ادعای چه نوع ارتباطی را با «واقعیت» دارد؟
۱۴	آن ژانر چه نوع روابطی را نشان می‌دهد و در خدمت چه-نوع اهدافی است؟
۱۵	چه ایدئولوژی‌ها و ارزش‌هایی در محتوا یا متن وجود دارند؟
۱۶	متن یا محتوا چه لذت‌هایی را بر می‌انگیزد؟

۱۷	از نظر شما متن یا محتوا از دید مردم چگونه تحلیل می‌شود؟
۱۸	متن یا محتوا معطوف به چه نوع مخاطبی است؟
۱۹	متن یا محتوا مخاطب را چگونه خطاب قرار می‌دهد و فرض آن درباره شخصیت، طبقه، سن و قومیت مخاطب چیست؟
۲۰	متن یا محتوا بر پایه چه نوع آگاهی و شناختی استوار است؟
۲۱	در متن یا محتوا چه نوع ارجاعات بینامتنی یا بینامحتوایی وجود دارد و با کدام متن‌ها و محتواها؟

۴۱-۶. ملاحظات تحلیل داده‌ها

در این گام «تحلیل کلی» بر «تحلیل چگونگی سازمان‌یافتن هر بخش موردبررسی» تأکید دارد و در ادامه به ماهیت شکلی زبان مانند «کنترل صدا، شدت و اصطلاحات به‌کاررفته با توجه به زمینه» توجه می‌شود. درمجموع تحلیل داده‌ها به دگرگونی یا تثبیت در مفهوم ژانر متأثر از تحلیل ناشی از «محتوا، تولیدکننده محتوا و مخاطب» می‌پردازد.

روش پژوهش بریکلاژ

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش بریکلاژ

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش بریکلاژ
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در روش بریکلاژ
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها در روش بریکلاژ
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در روش بریکلاژ

مقدمه

روش پژوهش بریکلاژ یک روش پژوهش کیفی است. در این فصل به معرفی مفهوم و فرایند اجرای این روش پرداخته خواهد شد.

۴۲-۱. مفهوم روش بریکلاژ

همه انسان‌ها در زندگی شخص و سازمانی خود متکی به انواعی از دانش هستند. منابع این دانش‌ها، می‌تواند «مرجعیت، سنت، خانواده، دوستان، رسانه‌های شنیداری، دیداری و یا خود انسان» باشد. به عبارت دیگر انسان بر اساس انواع نظریه‌ها با خاستگاه‌های متفاوت، در زندگی تصمیم‌گیری می‌کند. از دیدگاه «پست‌مدرنیست»، همه این دانش‌ها به همان اندازه اعتبارشان، بی‌اعتبار هم هستند؛ یعنی هیچ‌یک از منابع دانش بشری نمی‌تواند ادعای برتری کند (دانایی فرد و همکاری، ۱۳۹۴). پژوهش‌های مرسوم روی اثبات یک فرضیه اولیه با رویکرد «پوزیتیویسم» یا رد آن با رویکرد «پساپوزیتیویسم» متمرکز می‌شوند؛ در این حالت یک گزاره ریاضی یا گزاره‌ای قابل تبدیل به یک فرمول ریاضی با روابطی کارکردی بیان می‌شود. گوبا و لینکلن^۱ (۱۹۹۴) در نقد این رویکرد مرسوم به روش پژوهش اظهار می‌کنند که «رفتار انسان‌ها برخلاف اشیاء فیزیکی بدون توجه به معنا و هدف انسان برای فعالیت، قابل تحلیل نیست»؛ بنابراین پارادایم‌ها را باید به‌عنوان یک «ساخت انسانی» در نظر گرفت. در واقع هر پارادایم نشان‌دهنده کامل‌ترین و پیچیده‌ترین دیدگاه قابل ساخت توسط طرفداران آن است. این پارادایم‌ها، ساخته ذهن انسان و طبعاً آغشته به خطا هستند. هیچ ساختی نمی‌تواند قطعاً صحیح باشد. پیروان هر ساخت باید بنای خود را به جای اثبات، بر روی «اقتناع»^۲ و «فایده»^۳ قرار دهند. در مجموع چگونگی مشاهده اقدام افراد مورد مطالعه باید با توجه به هدف فرد و معنای او از اقدام مورد نظر باشد؛ یعنی برخلاف نظر اثبات‌گرایان، «ذهنیت»^۴ از ارکان مهم در پژوهش است. حقایق به شکل ساخت‌های ذهنی نامشهود و متکثر، قابل فهم هستند که به‌صورت تجربی و اجتماعی و با رویکردی محلی و فاقد عمومیت ساخته می‌شوند. البته مؤلفه‌های آن اغلب در میان افراد و فرهنگ‌ها مشترک هستند و از نظر فرم و محتوا به افراد و گروه‌های سازنده و طرفدار آن وابسته خواهند بود. این ساخت‌ها کمتر و یا بیشتر از حقیقت نیستند؛ بلکه کمتر یا بیشتر پیچیده هستند (گوبا و لینکلن، ۱۹۹۴).

دنزین^۵ و لینکلن (۲۰۰۵، ص. ۱۶۴) با بررسی روش‌های غیراثبات‌گرایانه در پژوهش‌های مختلف بر اهمیت چنین روش‌هایی به‌عنوان یک روش پژوهش قابل اتکا تأکید می‌کنند. آن‌ها همچنین معتقدند که «ابهام ژانرها»^۶ به‌عنوان ویژگی روش‌شناختی در برخی از حوزه‌ها بارز است. این رویکرد جستجوی مشارکتی باعث گسترش معرفت‌شناسی در حوزه عمل «بازتابی و آگاهانه» می‌شود. فرد از طریق آگاهی ذهنی یاد می‌گیرد و یادگیری ناشی از دیدگاهی است که باید

1. Guba & Lincoln
2. Persuasiveness
3. Utility
4. Subjectivity
5. Denzin
6. Blurring of genres

آن را شناخت (هرون^۱ و ریزون^۲، ۱۹۹۷). تولید دانش در پارادایم اثبات‌گرایی پژوهش باید با استفاده از روش‌های صحیح جمع‌آوری داده و مشاهده باشد. یعنی این روش‌ها تک‌منطقی هستند و دانش توسط روش‌های تک‌رشته‌ای و با اجتناب از عقلانیت جدید و پیچیدگی‌های مستتر در پدیده مورد مطالعه تولید می‌شود (ترکل^۳ و پیرت^۴، ۱۹۹۲).

در طول دهه گذشته «بریکلاژ» به عنوان یک رویکرد کیفی در میان پژوهشگران محبوبیت ویژه‌ای یافته است (راجرز^۵، ۲۰۱۲). پژوهش مبتنی بر بریکلاژ یک رویکرد انتقادی^۶، چند دیدگاهی^۷، چند نظریه‌ای^۸ و چند روشی^۹ به پژوهش است (کینچلو^{۱۰}، ۲۰۰۵، ۲۰۰۱، بری^{۱۱}، ۲۰۱۱، ۲۰۰۴، ۱۹۹۷؛ دنزین و لینکن، ۲۰۱۱). با این وجود نظریه‌هایی مبنایی برای بریکلاژ، آن را به رویکردی به مراتب پیچیده‌تر از یک رویکرد ترکیبی و کولاژگونه بدل می‌کند. ریشه فرانسوی این واژه، اشاره به هنرمندانی دارد که از بقایای پروژه‌های دیگر برای ساخت یک اثر هنری جدید بهره می‌جویند و استفاده از آنچه در «دسترس» است (لوی اشتراوس^{۱۲}، ۱۹۶۶). درست بر خلاف کار یک مهندس که با استفاده از رویه‌های ثابت علمی و ابزار مشخص کار می‌کند اما بریکلور^{۱۳} یا پژوهشگر استفاده کننده از بریکلاژ به طور خلاقانه از روش‌ها و تکنیک‌های متفاوت برای تحلیل پدیده‌های مبهم در یک موضوع بهره می‌گیرد (شهوولی کوه‌شوری، ۱۳۹۹). بریکلور مانند نقاشی با چند قلم مو است که با نگاهی به صحنه و بوم با تأمل برای انتخاب قلم تصمیم خواهد گرفت (ترکل و پیرت، ۱۹۹۲).

بریکلاژ به عنوان یک رویکرد پژوهشی فعالانه همانند یک چینی‌بندزن چیش‌گر، روش‌های متفاوت پژوهشی و نظری را در کنار هم می‌نشانند. این هم‌بندی یک فرآیند شناختی پیچیده است که شامل ساختن، بازساختن، تشخیص زمینه‌ای^{۱۴} گفتگو و تطبیق مجدد است. پرسش چالش‌برانگیز بریکلاژ را شاید بتوان این گونه تلخیص کرد: «چه کسی گفته که پژوهش باید به این روش صورت بگیرد؟» چنین پرسشی به دنبال به چالش کشیدن رویکرد تک‌منطقی به پژوهش است که ما را به سرمنزول مقصود می‌رساند. تبدیل شدن به یک بریکلور ماهر به مداومت و تلاش در طول زمان نیاز دارد (تامس^{۱۵}، ۱۹۹۸). هنر یک بریکلور مبتنی بر «انتخاب، طراحی ابتکاری، انعطاف و تکرارگری» است. او تلاش می‌کند تا موضوع مورد مباحثه را از منظر نظریه‌ها، دیدگاه‌ها، تحلیل‌ها و چارچوب‌های مختلف رقیب و حتی متضاد کنکاش کند تا بر عمق و غنای تحلیل پژوهشی خود بیافزاید. در این مسیر هر چقدر دیدگاه‌های متنوع‌تری برای تحلیل و نقد استفاده شود، درک مناسب‌تری از پدیده مورد نظر حاصل می‌شود و روایت‌های متعددی به دست خواهد

-
1. Heron
 2. Reason
 3. Turkle
 4. Papert
 5. Rogers
 6. Critical
 7. Multi-perspectival
 8. Multi-theoretical
 9. Multi-methodological
 10. Kincheloe
 11. Berry
 12. Lévi-Strauss
 13. Bricoleur
 14. Contextual diagnosis
 15. Thomas

آمد (لوی اشتراوس، ۱۹۶۶). نیچه،^۱ و کلنر^۲ (۲۰۰۳) با تأکید بر «چند رویکردگرایی»^۳، به ضعف منطق پژوهش تک- رویکردی در فرضیه‌های باز، کور و دارای محدودیت زیاد اشاره کرده‌اند. این نوع نگاه باعث کم‌رنگ شدن مرزهای معین میان‌رشته‌ای در قرن بیست و یکم شده است (گروگر و شفر^۴، ۲۰۱۶؛ کین چوله^۵، ۲۰۰۱).

پژوهش بریکلاژ بر «وفور شیوه‌ها» تأکید می‌کند. یک بریکلور می‌تواند از شیوه‌های مختلفی چون «روش‌شناسی‌ها»، «انواع نظریه‌ها»، «روش‌های مختلف جمع‌آوری»، «انواع روش توصیف، ساخت، تحلیل و تفسیر موضوع» و «انواع روش‌های روایت تعاملات، تضادها و جهان پیچیده مورد مطالعه» با حفظ یکپارچگی حقیقت سوژه‌ها استفاده کند. ریشه بریکلاژ را می‌توان به‌عنوان یک استعاره در «مردم‌شناسی ساختارگرا» با تأکید بر فهم تولید معنا در جوامع مختلف شناسایی کرد (لوی اشتراوس، ۱۹۶۶؛ ذاکری، ۱۳۹۶). استفاده از بریکلاژ برای فهم فرآیند تولید معنا در جامعه بعدها توسط نظریه‌پردازان پساساختارگرا و این بار نه به‌عنوان یک استعاره، بلکه به‌عنوان یک رویکرد به پژوهش کیفی بسط داده شد. توجه به این نکته ضروری است که پیش‌فرض‌های هستی‌شناسانه و معرفت‌شناختی این دو کاربرد در قائل بودن به وجود ساختارهای مستقل از عقلانیت انسان‌ها در تضادی آشکار باهم قرار دارند. درحالی‌که نخ تسبیح جامعه‌شناسی ساختارگرا مبتنی برکشف ساختارهای مستقل از عقلانیت بود، شعار اصلی پساساختارگرایان بر نفی این ساختارها تأکید داشت. بررسی تاریخی دیزین و لینکلن نشان می‌دهد که طی دگردیسی پژوهش‌های کیفی، رویکردهای محققان به تدریج از «عقلانیت اثبات‌گرایانه» فاصله گرفت و به سمت رویکردی‌های «پساساختارگرایانه، ساختارگرایانه، فرانوگرا، پسااستعماری و تفسیری» حرکت کرد. این همان اقدام یک بریکلور در ترکیب «رشته‌های گوناگون، روش‌های متنوع و چارچوب‌های نظری متعدد» برای کشف جنبه‌های پیچیده‌تر از پدیده مورد نظر است. این رویکرد باعث «ریزینی در عین گسترده‌نگری و توجه به پیچیدگی و غنابخشی به پژوهش» خواهد بود (دنزین و لینکلن، ۲۰۱۱).

تعاریف مستقل از مفهوم «بریکلاژ» و «بداهه» همگی به مفهومی مشترک اشاره دارند. تعریف آیزنبرگ^۶ (۱۹۹۰) بر «خلق با استفاده از مشترکات حداقلی و تبیین ساختارهای ساده به صورت پیچیده» و تعریف وایک^۷ (۱۹۹۳) بر «ساختن به کمک آنچه در حال حاضر در دسترس است» اشاره می‌کنند. بداهه سازمانی بر پیش‌فرض وجود دسته‌ای از منابع قابل استفاده برای برنامه اقدام، دانش و یا ساختارهای اجتماعی تأکید دارد و هرگونه تغییری به کمک این منابع در دسترس و آنی برای پاسخ به رخدادها صورت می‌گیرد (ذاکری، ۱۳۹۶). در جدول ۱-۴۲ انواع تعریف بریکولاژ ارائه شده است.

-
1. Nietzsche
 2. Kellner
 3. Perspectivism
 4. Kroger & Schafer
 5. Kincheloe
 6. Eisenberg
 7. Karl weick

جدول ۴۲-۱. انواع تعریف بریکولاژ

ردیف	ارائه دهنده	تعریف
۱	بری و ایروین ^۱ (۱۹۸۶)	کار با دست و ابزاری غیرمستقیم
۲	مورمن و ماینر ^۲ (۱۹۹۸)	خلق با موارد در دسترس
۳	تایر ^۳ (۱۹۸۸)	ساختن خلاقانه با موارد در دسترس و بدون توجه به ابزار مناسب
۴	وایک (۲۰۰۲، ۱۹۹۳)	ساختن مورد قابل تشخیص از منابع در دسترس
۵	وایک و رابرت ^۴ (۱۹۹۳)	فرآیند ادراک مشترک برای خلق با استفاده از منابع دسترس (استفاده از منابع موجود برای مواجهه با امور)
۶	وایک (۱۹۹۸)	خلق با کمک موارد در دسترس و مهارت کار به صورت موقتی

۴۲-۲. انواع پژوهش بریکلاژ

بریکلورها و انواع روش پژوهش بریکلاژ را می‌توان به انواع «تفسیری، نظری، روشی، سیاسی و روایی»^۵ به شرح جدول ۴۲-۲ تقسیم کرد (روگرس، ۲۰۱۲؛ فینلای^۶، ۲۰۰۲). این تقسیم‌بندی مقدمه‌ای برای بحث پیرامون بریکلاژ انتقادی است.

جدول ۴۲-۲. انواع پژوهش بریکولاژ

ردیف	انواع	توضیح
۱	تفسیری	تأکید بر نبود خوانش تک‌قطبی و منحصر به فرد از پدیده مورد بررسی و لزوم خوانش از ابعاد مختلفی چون تعامل گذشته شخصی، زندگی، جنسیت، طبقه اجتماعی، نژاد و قومیت (تفسیر فراتر از مشاهدات عینی و با رویکردی بازتابی یا مبتنی بر ارزیابی مستمر پاسخ‌های شخصی، دینامیک‌های بین‌الذاتانی)
۲	نظری	تأکید بر وجود پارادایم‌های نظری گوناگون و لزوم ارائه تحلیل بر اساس دیدگاه‌های موافق و گاه متضاد و خوانش‌های گوناگون از یک پدیده
۳	روشی	تأکید بر ترکیب ابزار مختلف برای ساخت معنا با فرآیندی خلاقانه، گزینشی و سیال (توجه به اقتضائات زمینه در انتخاب روش‌های گردآوری داده‌ها و تحلیل)
۴	سیاسی	تأکید بر آگاهی از ارتباط نزدیک قدرت و دانش و نقش دانش در ایجاد قدرت (معنایابی یافته‌های پژوهش درون یک چارچوب هنجاری و با الزامات سیاسی)
۵	روایی	تأکید بر نقش بازنمایی پژوهش از پدیده مورد مطالعه و غیرقابل تسخیر بودن واقعیت عینی (آگاهی از نقش ایدئولوژی‌ها، گفتمان‌ها و نحله‌های گوناگون داستان‌پردازی در تولید دانش)

۴۲-۳. روش اجرای پژوهش بریکلاژ

کینچلو (۲۰۰۵) با معرفی رویکرد بریکلاژ انتقادی، سطح اجرای پژوهش را با توجه به اقداماتی به شرح جدول ۴۲-۳ ارتقاء داد.

1. Berry & Irvine
2. Moorman & Miner
3. Thyer
4. Rabert
5. Interpretive, Theoretical, Methodological, Political and Narrative bricoleur
6. Finlay

جدول ۴۲-۳. ملاحظات در اجرای پژوهش بریکلاژ انتقادی

ردیف	ملاحظات
۱	فاصله گرفتن از رویکردهای پژوهشی اثبات‌گرایانه و تک منطقی با ساختارهای اجتماعی محدودکننده و سرکوبگر
۲	پذیرش انواع رویکردهای پژوهشی مؤید پیچیدگی جهان هستی
۳	حرکت به سمت «رویکردهای پژوهشی رهایی‌بخش» مبتنی بر نظریه‌های انتقادی و عقلانیت معرفت‌شناختی بین‌رشته‌ای، فرانگرا و پساساختارگرایانه

با این رویکرد طرح پژوهش در قالب بریکلور روشی یا نظری و تأکید بر ذات سیال طرح خواهد بود (یی و برمنر^۱، ۲۰۱۱). این طرح پژوهش با طرح‌هایی چون «بررسی و تحلیل مصنوعات ساخت انسان و نحوه انجام این فعالیت‌ها در مطالعات دانشگاهی و یا سازمان‌های تولیدی» و یا «مطالعه جهان طبیعی موجود برای توضیح و فهم آن» تفاوت دارد. پژوهشگر در این طرح به دنبال درک تجربه انسانی است و مطالعات طراحی آن تفاوت خاص خود را دارد. در طراحی پژوهش باید بستری برای طرح پرسش‌های گوناگون از چشم‌اندازها و دیدگاه‌های مرتبط با آینده فراهم شود. بریکلاژ به عنوان یک پژوهش چنددیدگاهی، چندرشته‌ای، چندپارادایمی و چندمنطقی در مقاله جیویا^۲ و پیتیر^۳ (۱۹۹۰) در حوزه مطالعات سازمان به بحث گذاشته می‌شود. همچنین در کتاب کلاسیک دابین^۴ (۱۹۷۰) در حوزه نظریه‌پردازی، دشوارترین فعالیت در علم و حوزه‌های دیگر، «به چالش کشیدن دیدگاه مرسوم» است. با وجود نظریه‌پردازی‌های ارزشمند در حوزه سازمان، چالش دیدگاه‌های مرسوم کمتر صورت پذیرفته است؛ زیرا این مطالعات بیشتر درون حصارها و ستون‌های یک پارادایم خاص صورت گرفته است. مطالعات تک پارادایمی و تک منطقی، خوانش کم‌عمق و سطحی‌نگری از واقعیت چندلایه و پیچیده سازمان را ارائه می‌دهند. به عنوان مثال هنگامی که پرسش اساسی یک سازمان و یا هر سیستم تصمیم‌ساز دیگر مواجهه با عدم قطعیت‌ها، سناریوها، پویایی سیستم و شگفتی‌سازها باشد، احتمال موفقیت چنین رویکرد «تک منطقی و تک پارادایمی» بسیار پایین است. پیش فرض جهان‌شمول و بی‌نقص بودن چنین نظریه‌های تک‌منطقی و تک‌قطبی و در ادامه احتمال موفقیت آن‌ها با چالش‌های جدی مواجه خواهد بود. بنابراین حرکت به سمت رویکردهای استفاده از «پارادایم‌ها، روش‌ها، نظریه‌ها و جعبه ابزارهای گوناگون» مورد توجه و تأکید بیشتری قرار می‌گیرد.

بریکلاژ به دلیل اتخاذ پیش‌فرض‌های هستی‌شناسانه و معرفت‌شناسانه متفاوت، امکان ایجاد بینشی متفاوت نسبت به پدیده مورد مطالعه را فراهم می‌کند. البته در صورت استفاده از پارادایم‌های متفاوت و متضاد، به دلیل تجمع ناپذیری آن‌ها در حوزه علوم نرمال، چالش‌هایی در تحلیل ایجاد می‌شود. اما این مسئله درباره علوم پسانرمال مشکلی ایجاد نخواهد کرد. آنچه اهمیت اساسی دارد، یافتن نواحی انتقال از یک روش به روش دیگر، از یک نظریه به نظریه دیگر و یا از یک پارادایم به پارادایم دیگر است. این نواحی انتقال در واقع کلید واژه‌ها، مفاهیم مشترک، علامت سؤال‌های همسان و یا حتی مسائل حاشیه‌ای در یک حوزه هستند که امکان پل زدن از یک «زیرحوزه» پژوهش به «زیرحوزه»

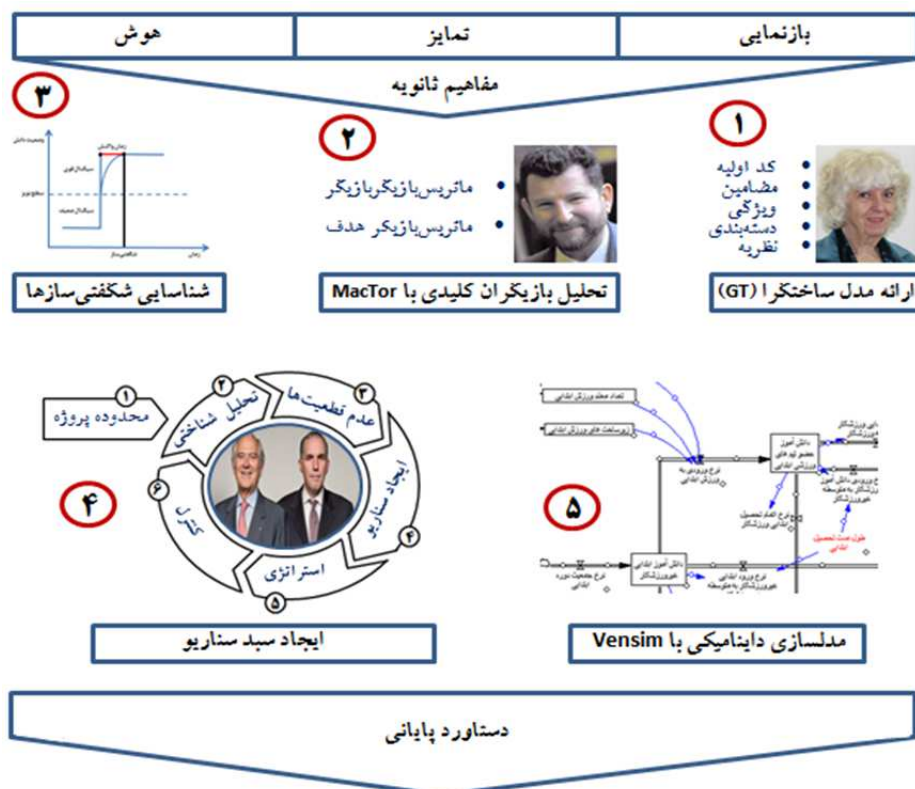
1. Yee & Bremner

2. Gioia

3. Pitre

4. Dubin

دیگر را فراهم می‌کند. نتیجه این حرکت می‌تواند در تعمیق مفاهیم حوزه قبلی از طریق تأیید و یا به چالش کشیدن آن پیش برود. این اتصال می‌تواند از طریق مفاهیم ثانویه^۱ صورت پذیرد (ون مانن^۲، ۱۹۷۹). مفاهیم ثانویه ساخت‌های علمی و لغوی هستند که برای توصیف ابعاد مختلف و فهم علمی به کار می‌روند و در برابر مفاهیم اولیه^۳ قرار دارند که توسط افراد تجربه کننده یک پدیده بیان می‌شوند. با توجه به شکل ۴۲-۱ مفاهیم ثانویه (محل تقاطع شکل‌ها) امکان پل زدن از «یک حوزه، روش، نظریه و پارادایم» به «حوزه، روش، نظریه و پارادایم دیگر» را فراهم می‌کنند. در پژوهش‌های انگشت شمار انجام شده با روش بریکلاژ در ایران، شهولی کوه‌شوری (۱۳۹۹) با پل زدن میان «پارادایم‌های تفسیری، برساختی و انتقادی» و «نظریه پیچیدگی»، جابجایی‌های مختلف میان رویکردهای استقرایی، قیاسی و تطبیقی در یک مطالعه فرارشته‌ای (مدیریت ورزشی، آینده‌پژوهی و مهندسی صنایع) با هدف شناخت آینده‌های پیش روی ورزش تربیتی ایران و مدلسازی و شبیه‌سازی دینامیکی آن را در غالب بریکلاژ بررسی کرد. شکل ۴۲-۱ طرح کلی گام‌های طی شده در مسیر بریکلاژ مذکور را نشان می‌دهد.

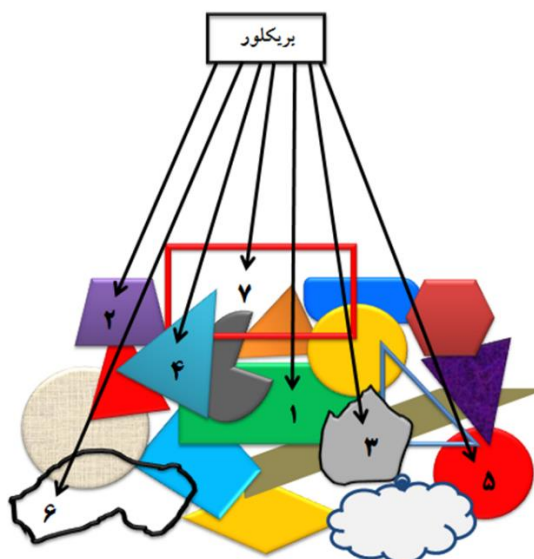


شکل ۴۲-۱. طرح کلی گام‌های طی شده در یک پژوهش بریکلاژ (شهولی کوه‌شوری، ۱۳۹۹)

تعاریف و دیدگاه‌های مرتبط با بریکلاژ نشان می‌دهد این روش برای آزمون و تحلیل یک هدف کلی از طریق روش‌ها و ابزارهای مختلف، مناسب است (شهولی کوه‌شوری، ۱۳۹۹). در سطح انتزاعی از تحلیل، هنگام مطالعه در یک «حوزه، روش، نظریه و پارادایم»، فعالیت مقایسه، ارزیابی و شناسایی تضادها میان آن‌ها کار ساده‌ای نیست. اما با رویکرد فرادیدگاهی، می‌توان یافته‌های متفاوت از دیدگاه‌های گوناگون را فهمید، کنار هم نشان داد و یا حتی ترکیب کرد

1. Second-order concept
2. First-order concept
3. Van Maanen

(چرویتز و هیکنز^۱، ۱۹۸۸). پژوهش در سطح فرادیدگاه به‌طور تقریبی می‌تواند با مثلث‌سازی پژوهش ترکیبی مقایسه شود؛ روشی که اعتماد به مشاهدات در روش‌های مرسوم پژوهش را در پی دارد. روش چنددیدگاهی از یک «فرا مثلث سازی»^۲ نه به مشکل مرسوم میان روش‌های یک نظریه بلکه به جریان استفاده از نظریه‌ها و پارادایم‌های مختلف می‌پردازد. در شکل ۴۲-۲ با نگاه از یک زاویه بالاتر به دیدگاه‌های متفاوت و حتی متضاد و به شکل برآیندی اشاره شده است.



شکل ۴۲-۲. نمایی از چیش روش، نظریه، پارادایم کنار هم، در یک بریکلاژ به کمک مفاهیم ثانویه (ذاکری، ۱۳۹۶)
 کریستوفر ویبرلی^۳ (۲۰۱۲) در مطالعه خود به تعداد کم مطالعات انجام شده با روش بریکلاژ و نیاز به توجه بیشتر به آن اشاره می‌کند. محصول نهایی بریکلاژ که نتیجه تلاش بریکلور است یک ساخت برآیندی است که مدام تغییر و شکل جدیدی پیدا می‌کند (واینستن و واینستن^۴، ۱۹۹۱). هم‌زمان با افزودن ابزارها، روش‌ها و تکنیک‌های «بازنمایی و تفسیر»، به جورچین پژوهشی، بریکلاژ مدام تغییر کرده و شکل جدیدی با خود می‌گیرد و «به‌نوعی گزینش انتخاب‌ها و روش تفسیری به کار گرفته‌شده از ابتدا مشخص نیست» (دنزین و لینکلن، ۲۰۱۱ ص ۴). اینکه چه سؤالاتی پرسیده شود و یا چه روش‌ها و دیدگاه‌های تفسیری به کار گرفته شود، برحسب دینامیک‌های پژوهش و زمینه تغییر می‌کند و حتی اگر لازم باشد ابرازها و فن‌های جدیدی ایجاد شوند. بریکلاژ به دنبال کوچیدن از طریق پل‌سازی میان‌پارادایمی است. بریکلاژ به دلیل اتخاذ پیش‌فرض‌های هستی‌شناسانه و معرفت‌شناسانه متفاوت قادر است بینش متفاوتی نسبت به پدیده مورد مطالعه ایجاد کند.

1. Cherwitz & Hikins
2. Meta-triangulation
3. Christopher Wibberley
4. Weinstein & Weinstein

روش پژوهش آینده پژوهی

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش آینده پژوهی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم روش پژوهش آینده پژوهی
- آشنایی با ملاحظات نمونه گیری در روش آینده پژوهی
- آشنایی با ملاحظات جمع آوری داده ها در روش آینده پژوهی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته ها در روش آینده پژوهی

مقدمه

روش آینده‌پژوهی تشکیل شده از انواع رویکردها و روش‌های مختلف برای شناخت، پیش‌بینی و مواجهه مناسب با آینده است. در این فصل به معرفی روش آینده‌پژوهی پرداخته می‌شود.

۴۳-۱. مفهوم آینده‌پژوهی

آینده‌پژوهی برآمده از لغت انگلیسی «Future Studies» بر بهره‌گیری از طیف وسیعی از روش‌های پژوهشی بر انواع مختلفی از آینده، بر اساس گمانه‌زنی‌های نظام‌مند و عقلانی تأکید دارد. در مجموع آینده‌پژوهی به دنبال «کشف، ابداع، ارایه، آزمون و ارزیابی انواع آینده» و «ایجاد گزینه‌های مختلف درباره آینده» برای «انتخاب و پی‌ریزی مطلوب‌ترین آینده» است (عظیم‌زاده، ۱۳۹۳). در منابع مختلف، به ویژگی‌های مختلفی از روش آینده‌پژوهی به شرح جدول ۴۳-۱ اشاره شده است.

جدول ۴۳-۱. انواع ویژگی‌های روش آینده‌پژوهی

ردیف	ویژگی‌ها
۱	نظام‌مندی فرایندهای آینده‌نگاری
۲	افزایش شفافیت ورودی‌ها، فرایندها و خروجی‌های پروژه‌های آینده‌نگاری
۳	شناسایی نظرات طیف وسیعی از گروه‌های ذینفع و یکپارچه‌سازی آن‌ها در یک فرایند برای شناسایی اولویت‌ها
۴	کمک به ترسیم آینده‌های مطلوب یا ممکن
۵	تحلیل منابع، الگوها و عوامل تغییر و یا ثبات
۶	تجسم آینده‌های بالقوه و برنامه‌ریزی برای آن‌ها
۷	توجه به تغییرات یا عدم تغییرات امروز بر شکل‌گیری «واقعیت فردا»
۸	دانش شکل بخشیدن به آینده، متناسب با امیال و آرمان‌های فردی و سازمانی
۹	چگونگی تولد واقعیت فردا از دل تغییرات و تحولات امروز
۱۰	شناسایی انواع آینده‌ها برای تصمیم‌گیری امروز و نه پیش‌گویی
۱۱	فرایندی با تمرکز بر خلق آینده در پی خلق چشم‌اندازهای مشترک از آینده (چشم‌اندازهای سازمانی برای انطباق فعالیت‌های امروز با آن)
۱۲	اغلب مبتنی بر اصل (فرضیه) «شباهت آینده به حال» یا «آینده امتداد حال»

اغلب روش‌های آینده‌پژوهی، آینده‌های محتمل را کاوش و سعی می‌کنند تا بر مبنای امتداد اوضاع گذشته تا وضعیت کنونی برای آینده پیش‌بینی نزدیک به واقعیت، با احتمال بالاتر و عدم قطعیت کمتری داشته باشند. این پیش‌بینی‌ها شاید در افق زمانی کوتاه‌مدت کاراتر هستند و هر چه افق زمانی بلندتر باشد، رویدادهای غیرقابل پیش‌بینی در داخل یا خارج مرزهای متعارف سیستم، عامل غافلگیری و برهم‌زننده روندها خواهند شد. «آینده‌پژوهی» با «پیشگویی و پیش‌بینی»^۱ به شرح جدول ۴۳-۲ تفاوت دارد.

جدول ۴۳-۲. تفاوت آینده پژوهی با پیش گویی و پیش بینی

ردیف	مؤلفه	توضیح
۱	پیشگویی	بیان وقوع حتمی رخداد های آتی و اغلب فاقد مبنای علمی و مستند بر یک روش علمی مدون بوده و بیشتر بر اساس باور، خرافه و یافته های متافیزیکی
۲	پیش بینی	اغلب متضمن بهره گیری از داده های سری های زمانی حاصل از گذشته و قابل استفاده برای بررسی مسیرها و اشکال روندهای آینده، یا وقوع احتمالی وقایع آینده
۳	آینده پژوهی	دانشی مبتنی بر عقلانیت و تکرار پذیری برای مطالعه آینده که برخلاف طالع بینی و غیب گویی از ابزارهای علمی و منطقی به جای ابزارهای جادویی و شهودی استفاده می کند.

ارزش آینده پژوهی برپیشگویی آینده نیست، بلکه ارزش آن به توانایی کمک در تصمیم سازی به وسیله ترسیم تصویری از آن چیزی است که ممکن است به وجود آید و کشف مطالب جالبی از چگونگی توسعه آینده است. با این رویکرد تلاش می شود تا «اهداف و ارزش ها شفاف و مشخص شوند»، «روندها و موقعیت ها توضیح داده شوند»، «تصاویر آینده فرموله شوند» و «با ارزیابی، سیاست های جایگزین انتخاب شوند». در این مسیر اغلب تصاویری از آینده مطالعه و در نهایت تصاویر غالب اجتماعی از آینده و کاربرد آن ها را برای ظهور و سقوط متغیرهای مورد بررسی تحلیل می شوند. بر این اساس تصویرهای آینده از جمله «آرمان ها، اهداف، مقاصد، امیدها، نگرانی ها و آرزوها» به عنوان پیشران های اقدامات فعلی مورد توجه قرار می گیرند. مبنا اقدام عاقلانه و مبتنی بر شناخت پیامدها با توجه به واکنش های دیگران و نیروهای از خارج است. مطالعه درباره آینده می تواند با رویکردهای «اکتشافی یا آینده پژوهی واکاوانه یا تحلیلی» یا «تصویرپرداز یا آینده پژوهی هنجاری یا مشارکتی» یا ترکیبی از هر دو رویکرد باشد (واعظی نژاد، ۱۳۹۶).

۴۳-۲. فرایند اجرای آینده پژوهی

فرایند اجرای «آینده پژوهی» مانند بقیه روش ها دارای پنج مرحله به شرح جدول ۴۳-۳ معرفی می شود.

جدول ۴۳-۳. مراحل اجرای روش آینده پژوهی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله بر اساس مشکلات ارتباطی ناشی از وضع موجود و تدوین اهداف و سؤالات پژوهش و انتخاب روش مناسب آینده پژوهی برای آن
۲	نمونه گیری	انتخاب با توجه به روش های منتخب آینده پژوهی
۳	جمع آوری داده ها	با توجه به مؤلفه های آینده و انواع آینده و روش منتخب آینده پژوهی
۴	تحلیل داده ها	تحلیل داده ها با توجه نوع داده ها و روش منتخب آینده پژوهی
۵	بحث و نتیجه گیری	بحث روی یافته ها و ارائه پیشنهادها

۴۳-۳. ملاحظات طراحی پژوهش به روش آینده پژوهی

یکی از مهم ترین اقدامات در مرحله طراحی پژوهش و به منظور شناخت آینده، «شناسایی مؤلفه های آینده» است. شناسایی «مؤلفه های تشکیل دهنده آینده» به شناخت بیشتر آینده کمک می کند. برخی کارشناسان مؤلفه های درهم تنیده

آینده را در چهار بعد «رویدادها، روندها، تصاویر و اقدامات»^۱ به شرح جدول ۴-۴۳ معرفی می‌کنند (دیتور، ۱۹۹۶).

جدول ۴-۴۳. مؤلفه‌های آینده در آینده‌پژوهی

ردیف	مؤلفه	توضیح
۱	رویدادها	وقایعی که اندیشیدن درباره آینده را با تردید مواجه می‌کنند. رویدادهای آینده غیرقابل پیش‌بینی است و امکان شناخت نسبت به آن‌ها با کمک سه مؤلفه بعدی فراهم می‌شود.
۲	روندها	در مقابل رویدادها و با تأکید بر پیوستگی‌های تاریخی هستند. روندها استمرار از گذشته تا حال می‌باشند که برای فهم آن باید شناخت درستی از گذشته و حال ایجاد شود. شش ابر روند آینده‌ساز شامل «پیشرفت فناوری»، «رشد اقتصادی»، «ارتقای سطح بهداشت»، «افزایش قابلیت حرکت و جابجایی» و «آسیب به محیط زیست» و «کاهش سطح فرهنگ سنتی و روند رو به اضمحلال آن»
۳	تصاویر	از عوامل عمده تشکیل‌دهنده آینده و شامل تصاویری که مردم در ذهن خود می‌پروراند. یکی از مأموریت‌های آینده-پژوهی کمک به مردم در ارزیابی تصویرهای خویش از آینده از جمله «ایده‌ها، دغدغه‌ها، امیدها، باورها و علایق نسبت به آینده» و استفاده از آن‌ها برای بهبود کیفیت تصمیم‌گیری برای آینده است.
۴	اقدامات	بر مبنای تصاویر ذهنی و گاهی برای اثرگذاری بر آینده و برخی بدون توجه به آینده هستند.

البته وزن این چهار مؤلفه برای آینده یکسان نیست، چرا که متناسب با دیگر مؤلفه‌های اثرگذار، نحوه تعامل این چهار مؤلفه اصلی پیچیده‌تر می‌شود. «آینده‌پژوهی» با دو رویکرد «آینده‌نگری و آینده‌نگاری»^۳ به صورت مکمل و در کنار هم به شرح جدول ۴-۴۵ انجام می‌شود (مرکز آموزش و پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری، بی تا).

جدول ۴-۴۵. رویکردهای اساسی آینده‌پژوهی

ردیف	رویکرد	توضیح
۱	آینده‌نگری	رویکرد منفعلانه با کشف و پیش‌بینی آینده و دیدن رخدادهای آینده (حاصل تقابل دو پایه فلسفی چشم‌اندازپردازانه و اکتشافی)
۲	آینده‌نگاری	رویکرد فعالانه با نگاشت آینده و تلاش خلاقانه و فعالانه برای ساخت آینده مطلوب در حال (حاصل تقابل دو پایه فلسفی چشم‌اندازپردازانه و تجویزی یا هنجاری)

آینده‌نگری را می‌توان به روش‌هایی در دسته‌بندی‌هایی از ابعاد «توصیف یا تکمیل آینده» و «قضاوتی یا کمی» به شرح جدول ۴-۴۶ انجام داد.

جدول ۴-۴۶. انواع الگوهای مطالعاتی آینده‌نگر در آینده‌پژوهی

ردیف	انواع	توضیح
۱	توصیفی یا تکمیل آینده	الف) توصیفی: شیوه‌ای از «پیشگویی احتمالی مبتنی بر توسعه مشاهدات گذشته» با تأکید بر آینده‌ای با ویژگی «ایستایی، بسیار خوش‌بینانه و قابل پیش‌گویی» است.
		ب) تکمیل آینده: شیوه‌ای برای «توضیح و درک دقیق از آینده» بر اساس قوانین تکاملی و متمرکز بر «کشفیات حاصل از تحقیقات پیچیده و متأثر از تکامل» است.
۲	قضاوتی یا کمی	الف) قضاوتی: استفاده از تجارب متخصصین و کارشناسان در موقعیت‌های مشابه به‌ویژه در شرایط لزوم تصمیم‌گیری سریع در آینده‌نگری مانند «تصمیم مناسب برای فرود هواپیما در شرایط بحرانی»، «پیش‌بینی بازار» و امثال آن
		ب) کمی: با تأکید بر داده‌های کمی در زمینه مشکل مورد نظر و اغلب کمک‌کننده به روش‌های قضاوتی و مناسب برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی

1. Events, Trends, Images and Actions
2. Dator
3. Forecasting and Foresight

«آینده‌نگاری»، فرایند تلاش نظام‌مند برای نگاه به آینده بلندمدت «علم، فناوری، محیط‌زیست، اقتصاد و اجتماع» با هدف شناسایی فناوری‌های عام نوظهور و تقویت حوزه‌های پژوهش استراتژیکی برای بیشترین «منافع اقتصادی و اجتماعی» است. «آینده‌نگاری» با شناسایی آینده بدیل یا جایگزین آغاز و با بررسی امکان وقوع و اثربخشی آن‌ها برای انتخاب ادامه می‌یابد. آینده‌نگاری ابزاری برای درک آینده‌های محتمل و آمادگی بهتر برای رویارویی با آینده و تصمیم‌سازی برای نیل به آینده‌ای مطلوب با رویکردی نظام‌مند است. پس از انتخاب و مقایسه با وضعیت حال، کار به فرایند برنامه‌ریزی راهبردی مرتبط می‌شود که از وظایف آینده‌نگاری نیست. آینده‌نگاری در شناسایی «مقصد یا هدف» یا «آینده مطلوب» در افق ده تا سی سال و با تأکید بر اموری چون «شناسایی سریع فناوری‌های عام نوظهور»، «شناسایی حوزه‌های تحقیق راهبردی»، «قابلیت هشدار زودهنگام»، «ایجاد وفاق عمومی»، «پشتیبانی برنامه‌ریزی»، «آموزش»، «انگیزش مردم»، «فهم بهتر روندهای جامعه» و امثال آن تلاش می‌کند.

برای طراحی آینده‌پژوهی با رویکردهای کلان در برنامه‌ریزی، باید توجه داشت که در این رویکرد، «گرایش و خواست انسان به آینده»، «آینده‌بینی» و «امید به آینده» مورد توجه قرار می‌گیرد. در خصوص برنامه‌ریزی برای آینده دو پارادایم کلی «اکتشافی» و «هنجاری» به شرح جدول ۴۳-۷ وجود دارد که هر کدام از پارادایم‌ها از زاویه خاصی به مفهوم آینده و نحوه رسیدن به آن می‌نگرند.

جدول ۴۳-۷. پارادایم‌های برنامه‌ریزی با رویکرد آینده‌پژوهی

ردیف	پارادایم	توضیح
۱	اکتشافی	آینده نتیجه علی‌ومعلولی گذشته و ثابت است که تاریخ مطابق با قوانین خود، حال را به آن آینده تبدیل می‌کند. انسان به-عنوان ناظر بیرونی به اکتشاف آن آینده می‌پردازد. این پارادایم مبتنی بر پیش‌بینی و اکتشاف آینده و تنها نتیجه منطقی آن است. برای نمونه می‌توان به «جمعیت ایران در ۱۰ سال آینده» یا «نرخ بیکاری در ۲۰ سال آینده» و اغلب مبتنی بر تحلیل روندهای گذشته و ادامه آن‌ها در سال‌های آینده اشاره کرد.
۲	هنجاری	تغییر جایگاه نقش انسان از نظاره‌گر بیرونی به سازنده آینده و نقش مختار با تأکید بر وجود انواع آینده‌های «ممکن، محتمل و باورکردنی» و وابستگی آن‌ها به «آینده مطلوب یا خواسته» دارد.

از رویکردی دیگر «آینده‌نگاری» را می‌توان در سه دسته روش کلی «اکتشافی و شناختی»، «اقتصادسنجی و آماری» و «ساختاری و علی» به شرح جدول ۴۳-۷ تقسیم کرد (رگر، ۲۰۰۱).

جدول ۴۳-۷. انواع روش‌های اجرای رویکرد آینده‌نگاری

ردیف	روش کلی	روش تخصصی	توضیح
۱	ساختاری و علی	الف) ارزیابی	«تجزیه و تحلیل هزینه و فایده» و «تجزیه و تحلیل منفعت»
		ب) شبیه‌سازی	«شبیه‌سازی بالاب‌پایین»، «شبیه‌سازی مدل» و «شبیه سیستم‌های پویا»
		ج) سناریو	«بررسی سازگاری محیط»، «بررسی سازگاری در داخل حوزه‌های موضوع» و «بدون بررسی سازگاری»
۲	آماري و اقتصادسنجی	الف) تصمیم‌گیری	«تجزیه و تحلیل ریخت‌شناسی»، «درخت وابستگی»، «پیمایش چندبعدی»، «مطالعه تطبیقی» و «فناوری‌های کلیدی»
		ب) اقتصادسنجی	«مدل‌های با تأخیر زمان»، «شاخص‌های اخطار سریع برنامه‌ریزی خطی» و «روش‌های فازی»
		ج) روند	«برون‌یابی روند»، «قیاس تاریخی»، «منحنی رشد» و «تجزیه انتشار»

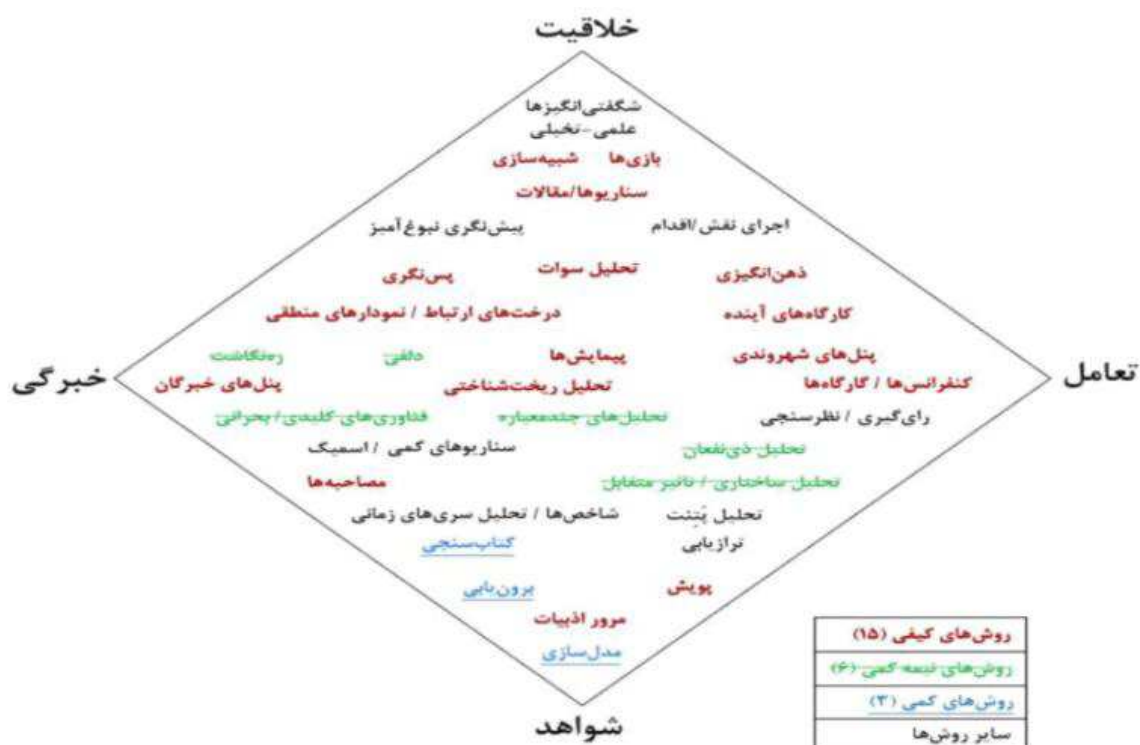
۳	اکتشافی و شناختی	الف) نمونه کوچک «ذهن‌انگیزی»، «مشاوره خبرگان از جمله پنل‌ها و مصاحبه» و «روش‌های خلاقانه» ب) نمونه بزرگ «پیمایش آراء، عقاید و انتظار» و «پیش‌بینی عقلایی دلفی»

در طراحی پژوهش باید روش مناسب آینده‌پژوهی از میان تعداد متنوع روش‌ها، رویکردهای نظری و معرفت-شناختی انتخاب شود. یکی از دسته‌بندی‌های نسبتاً جامع از روش‌های آینده‌پژوهی مربوط به پژوهشگری بنام «رافائل پوپر» است که در سال ۲۰۰۶ میلادی با بررسی ۸۸۶ مطالعه آینده‌پژوهی به معرفی بیش از ۳۴ روش پرکاربرد و مورد استفاده در این مطالعات در چهار ضلع یک لوزی شامل «خلاقیت، خبرگی، شواهد و تعامل» پرداخت. در این دسته‌بندی هفده روش کیفی، شش روش کمی و ده روش نیمه کمی به شرح جدول ۴۳-۸ معرفی شدند (پوپر، ۲۰۰۹).

جدول ۴۳-۸ انواع روش‌های قابل استفاده در آینده‌پژوهی

ردیف	انواع	توضیح
۱	کیفی	پس‌نگری، ذهن‌انگیزی یا طوفان فکری، پانل‌های شهروندی، پویش محیطی، مقالات، پانل خبرگان، کارگاه‌های آینده-نگاری، بازی، مصاحبه‌ها، مرور ادبیات، تحلیل ریخت‌شناسی، پیمایش نظرسنجی، درخت‌های ارتباط، سناریوها، تحلیل سوات
۲	کمی	کتاب‌سنجی، شبیه‌سازی، مدل‌سازی و برون‌یابی روند
۳	نیمه کمی	تحلیل ساختاری، تأثیر متقابل، روش دلفی، فناوری‌های کلیدی، تحلیل‌های چندمعیاره، تحلیل ذی‌نفعان و ره‌نگاشت
۴	سایر	علمی-تخیلی، اجرای نقش / اقدام، تحلیل پنت، ترازبایی، رأی‌گیری و نظرسنجی، تحلیل سری‌های زمانی، سناریوهای کمی / اسمیک و پیش‌نگری نبوغ‌آمیز

پوپر در این مطالعه ضمن استخراج فراوانی استفاده از هر یک از مطالعات به این نکته اشاره می‌کند که به صورت میانگین مطالعات آینده‌پژوهی با توجه به معیارهایی مشخص نیازمند ترکیب حداقل پنج روش برای شناخت مناسب از آینده هستند (پوپر، ۲۰۰۸). ترکیب روش‌ها به‌شناخت و کاربرد دقیق قابلیت هر روش و توجه به سهم آن‌ها در چهار مؤلفه «خبرگی، شواهد، خلاقیت و تعامل» بستگی دارد. برای نمونه روش طوفان ذهنی یا فکری به‌طور تخمینی شامل ۱۰ درصد خبرگی، ۱۰ درصد شواهد، ۷۰ درصد خلاقیت و ۱۰ درصد تعامل است یا روش پانل‌های شهروندی از ۱۰ درصد خبرگی، ۱۰ درصد شواهد، ۱۰ درصد خلاقیت و ۷۰ درصد تعامل تشکیل می‌شود. پوپر این چهار قابلیت را دو به دو در مقابل هم قرار می‌دهد و دو طیف تشکیل می‌دهد. هر قابلیت در یک راس لوزی قرار می‌گیرد تا الماس روش‌شناختی تشکیل شود. روش‌هایی مانند مدل‌سازی و مرور ادبیات بیشترین نزدیکی را به رأس شواهد دارند، پانل‌های خبرگان، ره‌نگاشت و فناوری‌های کلیدی به رأس خبرگی نزدیک‌تر هستند. کنفرانس‌ها، کارگاه‌ها، پانل‌های شهروندی، رأی‌گیری و نظرسنجی در سطح بالایی از تعامل قرار دارند و روش‌های علمی-تخیلی و شگفت‌انگیزها در بالاترین جای نمودار نزدیک به رأس خلاقیت قرار می‌گیرند. روش‌های پیمایش، تحلیل ریخت‌شناسی و تحلیل‌های چندمعیاره نیز در میانه لوزی و با ترکیب مقدار تقریباً برابری از همه این قابلیت‌ها هستند. سایر روش‌ها در بین این روش‌ها در بخش‌های مختلف الماس به شرح شکل ۴۳-۱ پخش می‌شوند (اشجعی، ۱۳۹۹).



شکل ۴۳-۱. الگوی لوزی یا الماس پوپر برای سازماندهی روش‌های آینده‌پژوهی در چهار محور اصلی برخی از دیگر مهم‌ترین معیارهای انتخاب روش‌های آینده‌پژوهی در جدول ۴۳-۹ معرفی شده است (ناظمی و قدیری، ۱۳۸۵).

جدول ۴۳-۹. معیارهای انتخاب انواع روش‌های آینده‌پژوهی

ردیف	معیارها
۱	منابع، به ویژه زمان و پول
۲	وسعت و میزان مشارکت مطلوب متخصصان و ذینفعان در پروژه‌های آینده‌نگاری
۳	مناسب بودن روش برای ترکیب آن با روش‌های دیگر با رویکرد پشتیبانی و تکمیل نتایج
۴	«فرایندگرا با تأکید روی روش‌های مبتنی بر گفتگو و تعامل میان گروه‌های مختلف» یا «نتیجه‌گرا با تأکید بر ارائه نتایج مشخص مانند فناوری‌های حیاتی»
۵	نیاز روش‌های مختلف به داده‌های کمی یا کیفی
۶	صلاحیت روش شناختی روش مورد استفاده

۴-۴۳. ملاحظات نمونه‌گیری

نمونه‌گیری در سناریوپردازی به روش یا روش‌های منتخب و به‌ویژه چهار بعد «خبرگی، خلاقیت، تعامل یا شواهد» به شرح جدول ۴۳-۱۰ بستگی دارد.

جدول ۴۳-۱۰. ملاحظات نمونه‌گیری بر اساس ابعاد چهارگانه انتخاب روش‌ها در آینده‌پژوهی

ردیف	انواع	توضیح
۱	خلاقیت	روش‌های با تأکید بر نقش خلاقیت و قدرت ابداع و نبوغ افراد مهمی همچون نویسندگان داستان‌های علمی تخیلی و یا الهام‌های برآمده از افراد حاضر در جلسات طوفان فکری
۲	خبرگی	روش‌های با تأکید بر توان کارشناسی و خبرگی افراد و استفاده از تجربیات و دانش ضمنی آنان برای «پشتیبانی از تصمیمات»، «مشاوره منطقی و ارائه طریق مناسب»، «درک کل‌نگر و جامع‌نگرتر از نظریه‌ها، فرضیه‌ها و مشاهدات یک مطالعه»
۳	تعامل	روش‌های با تأکید بر هم‌افزایی توان‌های کارشناسی همراه با بحث و چالش حوزه‌های تخصصی دیگر (در واقع دیدگاه‌های ذی‌نفعان غیرکارشناس)
۴	شواهد	روش‌های با تأکید بر شرح و پیش‌نگری پدیده‌ای خاص با پشتیبانی مستندسازی قابل اتکا و ابزار تحلیل مانند آمار و انواع خاص نشانگرهای سنجش و ارزیابی

اغلب سازمان‌ها و دولت‌ها برای ۴ یا ۵ سال آینده برنامه‌ریزی می‌کنند. سرعت تحولات دنیای امروز باعث شده است تا به آینده‌های دورتری توجه شود. از اینرو برای تعیین محدوده پژوهش درباره آینده می‌توان به انواع بازه‌های زمانی مورد بررسی به شرح جدول ۴۳-۱۱ اشاره کرد.

جدول ۴۳-۱۱. انواع دوره‌های زمانی منتخب برای مطالعه آینده

ردیف	انواع	توضیح
۱	آینده نزدیک	تا یک سال
۲	آینده کوتاه‌مدت	یک تا پنج سال
۳	آینده میان‌مدت	شش تا بیست سال
۴	آینده بلندمدت	۲۰ تا ۵۰ سال
۵	آینده دور	بیشتر از ۵۰ سال

به طور کلی محدوده انتخاب موضوعی را می‌توان با چهار عنصر «رویدادها، روندها، تصویرها و اقدام‌ها» به‌عنوان عوامل پیدایش آینده‌های مختلف مورد توجه قرار داد (خسروی، ۱۳۹۸).

۴۳-۵. ملاحظات جمع‌آوری داده‌ها

«آینده‌های بدیل»^۱ از مفاهیم کلیدی آینده‌پژوهی است و بر این نکته تأکید می‌کند که «افراد، گروه‌ها و فرهنگ‌ها» در مسیری از پیش تعیین‌شده به‌سوی یک آینده واحد قرار ندارند. آنان با استفاده از قوای آینده‌نگری و تصمیم‌گیری خود، می‌توانند آینده‌ای را از میان دامنه وسیعی از پیامدها و مسیرهای منتهی به آینده انتخاب کنند. لذا جمع‌آوری داده‌ها با تأکید بر «گزینه‌های بدیل در آینده» انجام می‌شود. آینده‌های بدیل شامل «آینده‌های ممکن، آینده‌های باورپذیر، آینده-های محتمل و آینده‌های مطلوب»^۲ به شرح جدول ۴۳-۱۲ هستند.

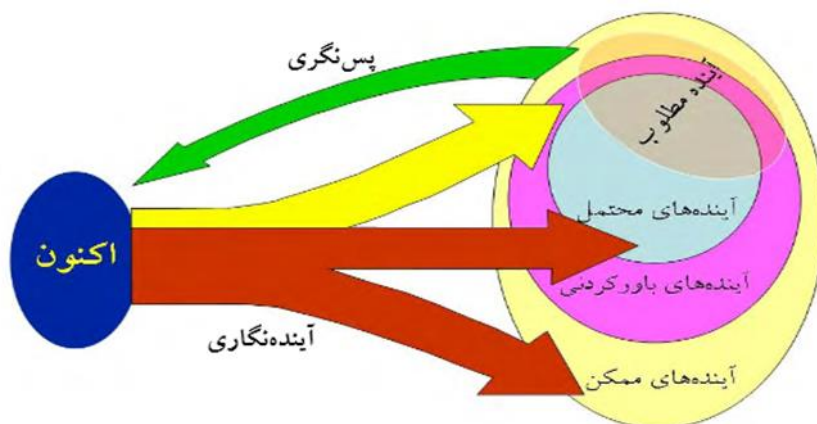
1. Alternative Futures

2. Possible Futures, Plausible Futures, Probable Futures and Preferable Futures

جدول ۴۳-۱۲. انواع آینده‌های بدیل یا گزینه‌ها در آینده‌پژوهی

ردیف	نوع	توضیح
۱	ممکن	هر آنچه در خصوص آینده به ذهن برسد یا تمام آینده‌های قابل تصور بدون توجه به میزان احتمال وقوع است. این نوع آینده‌ها در برنامه‌ها، فیلم‌ها و داستان‌های تخیلی به‌وفور مشاهده می‌شود. در این نوع گاهی از قوانین علمی و مسجل عبور و قوانینی مطرح می‌شود که بشر هنوز به آن نرسیده است یا حتی با دانش امروز تناقض دارد. این آینده‌ها در پاسخ به این سؤال که «چه چیز توانایی تحقق دارد؟» جمع‌آوری می‌شود.
۲	باورپذیر	آینده‌هایی که بر اساس دانش فعلی بشر، امکان وقوع دارد. این دسته از آینده‌ها پاسخ به «چه چیزی می‌تواند تحقق یابد؟» است.
۳	محتمل	آینده‌هایی دارای احتمال بیشتر برای وقوع است. برای نمونه تداوم روندهای جاری در اغلب موارد، احتمال بیشتری دارد؛ البته هرچه افق زمانی دورتر باشد، احتمال تحقق آن کم‌تر می‌شود. این دسته از آینده‌ها در پاسخ به این سؤال که «چه چیز احتمالاً محقق می‌شود؟» جمع‌آوری می‌شوند.
۴	مطلوب	همان آینده‌ای که خواسته هر فرد یا سازمان است و شاید برای دیگری نامطلوب باشد. این آینده برانگیزاننده و برآمده از قضاوت‌های ارزشی و لذا می‌تواند در بین افراد و گروه‌ها متفاوت باشد. این دسته از آینده‌ها در پاسخ به این سؤال که «تحقق چه چیزی را می‌خواهیم؟» جمع‌آوری می‌شوند.

شکل ۴۳-۲ ارتباط انواع آینده‌ها با یکدیگر و با اکنون را در قالب یک شکل نمایش می‌دهد.



شکل ۴۳-۲. ارتباط انواع آینده‌ها با یکدیگر و با اکنون

«روندها، پیشران‌ها، شگفتی‌های اجتناب‌ناپذیر و نشانه‌های ضعیف» را می‌توان به‌عنوان عناصر کلیدی و خروجی ضروری در جمع‌آوری داده‌ها به‌شرح جدول ۴۳-۱۳ مورد توجه قرار داد (اشجعی، ۱۳۹۹).

جدول ۴۳-۱۳. عناصر کلیدی و خروجی در جمع‌آوری داده‌ها با رویکرد آینده‌پژوهی

ردیف	نوع	توضیح
۱	روندها	جهت‌گیری کلی توسعه طی یک دوره زمانی با ماهیتی نسبتاً قابل پیش‌بینی از جمله توسعه‌های جمعیت‌شناختی، رشد جهانی دانش و توسعه اقتصادی جهانی با رویکردهای کمی یا کیفی که با رویکردهای زیر استفاده می‌شوند: (الف) پوشش: تلاش مداوم جهت شناسایی تغییرات مهم در دنیای ورای سازمان یا گروه بر اساس بررسی نظام‌مند نشریات، پایگاه‌های اینترنتی و دیگر رسانه‌ها برای شناسایی علایم تغییرات احتمالاً مهم در آینده (ب) تحلیل روند: ارزیابی یک روند جهت شناسایی ماهیت، علل، سرعت، تغییر و اثرات بالقوه (ج) پایش روند: پایش و کنترل روندهایی با اهمیت زیاد و ارایه گزارش منظم به تصمیم‌گیرندگان کلیدی

		(د) تعمیم روند: برای داده عددی و نمایش نمودار روند در طی زمان و شناسایی خط روند براساس میزان و نرخ تغییر و تعمیم آن به آینده
۲	پیشران‌ها	عوامل مؤثر در شکل‌گیری آینده که به کمک آن‌ها امکان ترسیم تصویر صحیحی از آینده فراهم می‌شود. از جمله پیشران‌ها می‌توان به «سیاست‌های آب‌وهوایی در مدیریت منابع»، «تحولات عمده در علم و فناوری و آثار اجتماعی آن» و امثال آن اشاره کرد. وقتی یک مفهوم بحرانی یا اتفاق با یک پیشران همراه شود، سطحی از یک رویداد غیرمترقبه به وجود می‌آید. پیشران‌ها قدرت نفوذ و تأثیر واقعی در انعطاف‌پذیری آینده‌های پیش‌رو و پیامدهای آن دارند.
۳	شگفتی‌های اجتناب‌ناپذیر	شناسایی موقعیت‌های غافلگیرکننده و پیش‌بینی نشده بر اساس تجارب گذشته و ایجاد فرض‌هایی در مورد نحوه عملکرد آن‌ها است. روش‌های معمول برخورد با شگفتی‌های اجتناب‌ناپذیر «انکار، اتخاذ موضع دفاعی و تسلیم» هستند. برای نمونه جهان در دهه‌های آتی با شمار فزاینده سالخوردگان روبه‌رو می‌شود و عوامل ایجاد آن «افزایش طول عمر و ارتقای سطح بهداشت» است. نکته کلیدی در این زمینه، اتخاذ پاسخ مناسب است.
۴	غیرمترقبه‌ها	تغییرات سریع و مهم در روندها یا تحول غیرمنتظره و برهم‌زننده توقعات یا انتظارات پیشین درباره تسلسل و پیوستگی یکدست وقایع است. این تغییرات اشکال متفاوتی چون ظهور فناوری جدید، محصول یا خدمات نوین دارد. برای نمونه در سال ۱۹۶۰ معرفی ماشین حساب الکترونیکی به عنوان یک غیرمترقبه و شگفتی‌ساز به صحنه آمد و در زمان کوتاهی باعث تغییر قوانین و کم‌رنگ شدن محاسبات به شکل مکانیکی شد.
۵	عدم قطعیت	با دانش ناکافی که متفاوت از ریسک است زیرا ریسک قابل محاسبه و عدم قطعیت غیرقابل محاسبه است. بنابراین قابل کنترل هم نیست. عدم قطعیت‌ها، به ترسیم سناریوهای آینده و تصمیم‌گیری در فضای عدم قطعیت‌ها کمک می‌کند.
۶	علائم ضعیف	نشانه‌هایی از آینده که در حالت عادی و بدون اعمال توجه فوق‌العاده، قابل رؤیت و رصد نیستند. این علائم اغلب در کرانه‌های کاری، نقاط غیرمتمرکز و لبه آشوب وجود دارند و قادر به جابه‌جایی روابط، مناسبات و معادلات موجود هستند. در روندها و سیر رویدادها دخالت می‌کنند و موجب تغییر آنها می‌شوند. حساسیت به معنای رصد رویدادهای کوچک و تأثیرگذار و پایش دایمی آن‌ها است. علائم ضعیف دارای توان بالقوه بالایی هستند و در صورت رهاسازی انرژی آنها، تغییرات بزرگی را می‌توانند موجب شوند. کشف علائم ضعیف و ارزیابی استعداد آنها، به معنی آمادگی برای آینده و پیشگیری از بهمن و سونامی رویدادهای آتی است.

در جدول ۴۳-۱۴ نمونه‌ای از روندها و شگفت‌انگیزهای مرتبط ارائه شده است.

جدول ۴۳-۱۴. نمونه‌ای از روندها و شگفت‌انگیزهای مرتبط

ردیف	روند	شگفت‌انگیزها
۱	جهانی شدن بازارها: مالی، کالاها، خدمات و کار	• سقوط بازارهای مالی جهان • افزایش بهره‌وری اقتصادی و قدرت تولید • جنگ بین تمدن‌ها • رشد طبقه متوسط در جهان و احیای مجدد وضعیت اقتصادی
۲	سیاسی: جنگ قدرت بین ملل	• ناپایداری‌های عمده در صحنه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی جهان در دهه‌های آینده • ظهور نظامی کاملاً جدید در سطح جهانی • مهمترین سلاح نظامی در آینده: ایجاد اعتماد
۳	اجتماعی: جمعیت‌شناسی، کاهش جمعیت	• بمب‌های جدید و تأثیر مخرب آن بر تولید مثل انسان‌ها • برخورد نسل‌ها • بیماری‌های همه‌گیر مانند ویروس کرونا • افزایش شمار افراد مذکر نسبت به مؤنث در نتیجه سیاست تک فرزندی در چین • موج عظیم مهاجرت
۴	اتحادیه اروپایی: توسعه و ساخت نهادها	• حرکت اتحادیه به سمت شرق • ضعف قلعه اروپا

• بی توجهی به مسئله مهاجرت در اروپا ممکن است موجب متلاشی شدن این قاره شود.		
• بازگشت به خانواده • انقلاب معنوی • بزرگترین چالش فراوری ما، تسلط و در کنترل داشتن نیروی روزافزون خود است.	۵	سبک زندگی: فرسایش و تضعیف خانواده‌های سنتی
• ظهور آشفتگی‌های علمی و پارادوکس‌ها در مدل‌های قدیمی • تکامل رایانه‌ها • پیدایش فناوری‌های جدید در راستای جنگ قدرت و بیولوژیک	۶	فناوری: سرعت پیشرفت فناوری و زیست‌فناوری

۴۳-۶. ملاحظات تحلیل داده‌ها

از آنجا که آینده‌نگاری حاصل تعامل سه مفهوم حوزه آینده‌پژوهی، یعنی «برنامه‌ریزی یا برنامه‌ریزی راهبردی»، «سیاستگذاری یا توسعه سیاست» و «شبکه‌سازی» است؛ خروجی آن تنها از جنس آینده نیست. خروجی‌های آینده‌نگاری پیشنهادهایی از نوع سیاستگذاری و برنامه‌ریزی را در بر می‌گیرند (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۵).

۴۳-۷. ملاحظات اجرای انواع روش‌های آینده‌پژوهی

برای آینده‌پژوهی از روش‌های متنوعی همچون «پس‌نگری، پانل شهروندی، پویش محیطی، پانل خبرگان، ذهن‌انگیزی، کارگاه آینده‌پژوهی، بازی، مصاحبه، مرور ادبیات پیشینه، تحلیل SWOT، تحلیل اثر متقابل، تحلیل روند، دلفی، فناوری‌های کلیدی، رهنگاشت فناوری، مدل‌سازی و شبیه‌سازی، برون‌یابی روند/ تحلیل کلان روند، سناریوپردازی» و امثال آن به شرح جدول ۴۳-۱۵ استفاده می‌شود. برخی از این روش‌ها با همان ملاحظات مورد اشاره قابل اجرا هستند و برخی ملاحظات گسترده‌تری دارند که در ادامه توضیح داده خواهد شد.

جدول ۴۳-۱۵. معرفی انواع روش‌های مورد استفاده در آینده‌پژوهی

ردیف	نوع	توضیح
۱	پس‌نگری	حرکت رو به عقب از یک آینده فرضی و تصور شده برای درک و بررسی مسیر رسیدن به آن نقطه، در زمان حال است. به عنوان یک «برنامه‌ریزی معکوس» با فرض بر «آینده رخ داده» و تأکید بر «یادآوری آینده»، «جایابی رویدادها و روندها» همراه با «تحلیل رویدادها و روندها بر اساس نشانگرها» در بازه‌های زمانی «ده تا صد ساله» است.
۲	پانل شهروندی	گردآوری گروه‌های شهروندان از جمله «اعضای یک واحد سیاسی و یا ساکنان یک منطقه جغرافیایی نظیر یک شهر یا محله» به منظور استخراج دیدگاه‌های آن‌ها درباره مسایل مرتبط در سطح شهر، منطقه یا ملی
۳	پویش محیطی	مشاهده، ارزیابی، پایش و توصیف نظام‌مند محیط‌ها و بافت‌های اجتماعی، فناورانه، اقتصادی، زیست‌محیطی، سیاسی و اخلاقی در سطح کشور، صنعت، سازمان و امثال آن
۴	پانل خبرگان	گردآوری گروه‌های متعدد از افراد صاحب‌نظر به منظور تحلیل و ترکیب دانش آن‌ها در یک موضوع تخصصی در سطح سازمانی، ملی، منطقه‌ای یا بین‌المللی
۵	ذهن‌انگیزی	روش خلاقانه و تعاملی مورد استفاده در جلسات حضوری به منظور خلق ایده‌های جدید درباره یک موضوع خاص
۶	کارگاه آینده پژوهی	سازماندهی جلسات به مدت چند ساعت تا چند روز با ترکیبی از مذاکرات، گفتگو، ارایه و بحث درباره یک موضوع خاص
۷	بازی	از روش‌های پیش‌نگری و برنامه‌ریزی مورد استفاده در جنگ‌ها با نوعی بازی نقش در یک طرح کلی برای مشخص کردن فضای عمل و رفتار بازیگران

۸	مصاحبه	گفتگوی ساختارمند و ابزار اصلی تحقیقات اجتماعی و اغلب به عنوان ابزار مشاوره برای جمع آوری دانش موجود میان مصاحبه شونده‌گان
۹	مرور ادبیات پیشینه	بخشی از فرایندهای پویای محیطی با سازماندهی و استفاده از نوشته‌ها و انتشارات به صورت استدلالی حول موضوعات مشخص با تأکید بر بررسی دیدگاه‌ها و چشم اندازهای آینده از منظر نویسندگان مختلف
۱۰	تحلیل SWOT	شناسایی و دسته‌بندی ابتدا عوامل داخلی یا نقاط ضعف و قوت سازمان و سپس عوامل خارجی یا محیطی در قالب فرصت‌ها و تهدیدها
۱۱	تحلیل اثر متقابل	یا ساخت یافته و روشی نظام‌مند برای بررسی روابط متقابل مجموعه‌ای از متغیرها به جای ارزیابی مستقل آن‌ها (اغلب استفاده از قضاوت کارشناسی برای ارزیابی اثرات متقابل متغیرها بر هم با کمک ماتریسی متشکل از اثرات متقابل)
۱۲	تحلیل روند	اغلب در حوزه‌های بازاریابی، کسب و کار و برنامه‌ریزی راهبردی با چندین روش فرعی مانند تحلیل روند تاریخی، تحلیل محتوا، تحلیل الگوهای چرخه‌ای (تأکید بر استفاده از تحلیل روند در کنار دیگر روش‌ها برای عمق بخشیدن به تحلیل‌ها درباره آینده)
۱۳	دلفی	نظرسنجی تکرار شونده از تعدادی افراد ثابت همراه با ارایه بازخورد از مجموعه نظرات به صورت بدون نام برای رسیدن به نتیجه‌ای همگرا از مجموعه آرای صاحب نظران
۱۴	فناوری‌های کلیدی	شرح و توصیف فهرست فناوری‌های کلیدی برای یک صنعت، کشور یا منطقه (با تأکید بر فناوری ثروت یا ارزش آفرین یا بهبوددهنده کیفیت زندگی یا ایجادکننده مزیت رقابتی یا اثرگذار بر دیگر فناوری‌ها)
۱۵	ره‌نگاشت فناوری	شرح آینده یک حوزه فناوری و مسیر، همراه با نقشه راه توسعه فناوری‌های مختلف در ارتباط با هم و متناظر با محصولات و بازارهای آینده
۱۶	مدل‌سازی و شبیه‌سازی	کاربرد مدل‌های رایانه‌ای در تعیین روابط میان متغیرها و نتایج مربوط (از مدل‌های ساده دو یا سه متغیره تا مدل‌های پیچیده با صدها متغیر)
۱۷	برون‌یابی روند	یا تحلیل کلان روند با تأکید بر پیش‌نگری و شامل ایجاد ایده‌ها و مضامین اولیه مبتنی بر تعمیم تحولات و تغییرات گذشته تا حال برای آینده (مبتنی بر فرض آینده به عنوان تداوم گذشته)
۱۸	سناریوپردازی	توصیف آینده براساس نسخه‌های متفاوتی از آینده

۴۳-۷-۱. ملاحظات اجرای روش ذهن‌انگیزی یا طوفان فکری

ذهن‌انگیزی بر خلق ایده‌های جدید به کمک جمعی کوچک بر اساس تفکر خلاقانه درباره موضوعی خاص و اعلام نظرات بدون بیم و هراس از انتقاد دیگران است (کورنیش^۱، ۲۰۰۴). این روش اغلب به ایجاد نقشه ذهنی و نکات خوبی به عنوان راه‌حل‌های خلاقانه در سازمان یا تیم منجر می‌شود. روش «ذهن‌انگیزی یا طوفان فکری» مبتنی بر ظرفیت فکری انسان برای ایجاد مشارکت است. البته ظرفیت فکری هر انسانی محدودیت دارد اما تولید فکر با حضور افراد حائز شرایط در کنار هم، به طور فوق‌العاده‌ای افزایش می‌یابد. دلیل این امر آن است که افراد دیگر با مشارکت ظرفیت ذهنی خود، ظرفیت ذهنی جمعی را به شکلی تصاعدی افزایش می‌دهند (ملایی، ۱۳۹۸). از نکات مهم در اجرای روش ذهن‌انگیزی در جدول ۴۳-۱۶ معرفی شده است.

جدول ۴۳-۱۶. نکات مهم در اجرای روش ذهن‌انگیزی

ردیف	نکات
۱	آرامش در محیط برگزاری جلسه
۲	پرهیز از قضاوت و انتقاد درباره نظرات مطرح شده برای جلوگیری از ایجاد مانع در بروز خلاقیت (حتی درباره نظرات عجیب و ساده)
۳	ایجاد فضایی برای ارائه هر چه بیشتر ایده‌ها به‌طور کامل و آزاد و بدون نگرانی درباره کیفیت آن‌ها یا فشار مدیران جلسه
۴	تأکید بر کمیت ایده‌ها و حتی وجود ایده‌های غیرعادی و با محوریت هرچه ایده بیشتر، بهتر
۵	طرح مطلب براساس ایده‌های دیگران
۶	ثبت ایده‌ها در محیط قابل رویت برای همه شرکت‌کنندگان برای تشخیص موارد مشابه و تکراری

در هر جلسه یا نشست، قوانینی وجود دارند که با پیروی و عمل کردن به آن‌ها، اطمینان لازم برای ایجاد و تولید بهترین نتیجه مورد نظر، به‌وجود می‌آید. جلسه ذهن‌انگیزی در سه مرحله «آماده‌سازی، اجرا و ارزیابی و اجرای نتایج» به‌شرح جدول ۴۳-۱۷ مورد توجه قرار می‌گیرد.

جدول ۴۳-۱۷. مراحل اجرای روش ذهن‌انگیزی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	آماده‌سازی	با تأکید بر «تعیین هدف برگزاری جلسه و مبحث اصلی آن»، «تعیین تعداد و افراد لازم برای حضور در جلسه»، «تعیین زمان و مکان جلسه»
۲	اجرا	با تأکید بر هدایت جلسه از جمله «معرفی هدف و قوانین جلسه در ابتدا»، «تأکید بر خاموش کردن تلفن برای ممانعت از برهم خوردن تمرکز»، «ارائه مکتوب قوانین جلسه در کنار توضیح شفاهی»، «ثبت همه پیشنهادها بدون توجه به کیفیت آن در وایت‌برد یا فضا قابل مشاهده برای همه شرکت‌کنندگان»، «تسهیل فضا برای نظردادن توسط شرکت‌کنندگان با طرح سؤالاتی چون: ایده دیگر؟ یا ایده بعدی؟ همراه با تشویق کلامی» و «قدردانی از حضور و مشارکت و اطمینان از آگاهی آن‌ها نسبت به چگونگی ارزیابی و بکارگیری نتایج ایجاد شده»
۳	ارزیابی	از چند ساعت تا چند روز بعد از اجرای جلسه و شامل گروه‌بندی و اولویت‌بندی ایده‌ها و پیشنهادها متناسب با موضوع و بر اساس ارزیابی رسمی

از مهم‌ترین مزایای استفاده از روش ذهن‌انگیزی می‌توان به مواردی به‌شرح جدول ۴۳-۱۸ اشاره کرد.

جدول ۴۳-۱۸. مزایای روش ذهن‌انگیزی

ردیف	مزایا
۱	مشخص شدن راه‌حل‌ها با سرعت زیاد و هزینه کم
۲	امکان دستیابی به نتایج و راه‌حل‌های جدید و غیرمنتظره
۳	امکان ایجاد تصویری جامع از مشکل و موضوع مورد نظر
۴	امکان ایجاد فضای کار تیمی
۵	امکان ایجاد مسئولیت مشترک در قبال مشکل ایجاد شده در تیم
۶	امکان ایجاد مسئولیت‌پذیری همگانی در قبال نتایج حاصله
۷	تسهیل فرآیندهای اجرایی بواسطه مشارکت کارکنان در روند تصمیم‌سازی

۴۳-۷-۲. ملاحظات اجرای روش پانل خبرگان

پانل خبرگان، روشی است که هم به عنوان روش اصلی و هم به صورت روش تکمیلی استفاده می شود. پانل ها متشکل از جمعی خبره و متخصص بین ۱۲ تا ۲۰ نفر هستند که در زمانی بین ۳ تا ۱۸ ماه، در مورد آینده موضوعاتی مشخص به بحث و مشورت می پردازند. در این جلسات با زمان تعیین شده توسط مدیر پانل، ضمن بررسی موضوعات به تفسیر مدارک و شواهد در دسترس پرداخته می شود. یکی از نگرانی های انحراف، چگونگی تعاملات اعضای پانل بوده که می تواند به شکل حضوری و چهره به چهره نباشد. در واقع، در تعدادی از پانل ها، اعضا هرگز همدیگر را در طی یک پروژه ملاقات نمی کنند. به همین دلیل، تعاملات از طریق اینترنت یا از طریق فرآیند اجرای کار (به طور مثال دلفی) صورت می گیرد. در طراحی پژوهش پانل خبرگان باید مشخص کرد که «فعالیت های کاری و ساختار پانل» چگونه است. یعنی آیا پانل به عنوان یک کل یا از طریق زیر گروه های کار می کند. همچنین باید «نیازمندی های اطلاعاتی و روش های جمع آوری آن مشخص شود. از دیگر نکات مهم «زمان بندی جلسات بر اساس تعداد، ترتیب و زمان هر جلسه» است. در ادامه باید برنامه زمانی اعلام نتایج جلسه نیز مشخص شود.

نقش پانل ها در پروژه های آینده پژوهی متفاوت است. در برخی موارد، پانل ها مراکز اصلی و قطب های فرایند آینده پژوهی هستند به گونه ای که داده ها و نظرات گروه های گوناگون را گردآوری و تحلیل کرده و در دیگر روش های آینده پژوهی، مانند سناریونویسی به کار می روند و اولویت ها و پیشنهادهایی برای اجرا ارائه می کنند. در برخی موارد دیگر، پانل ها وظایف خاص تری مانند تدوین گزاره ها و عناوین برای انجام یک پروژه دلفی را انجام می دهند (پاول^۱، ۲۰۰۳).

وجود سرپرست برای پانل ها ضروری است. سرپرست، فعالیت های خاص پانل را مشخص و چگونگی انجام این فعالیت ها را به اعضای پانل توضیح می دهد. به گونه ای که دست کم اعضا بفهمند چه انتظاری از آن ها وجود دارد. در انتخاب رئیس یا سرپرست پانل باید دقت ویژه ای داشت. دو معیار عمده ای در این انتخاب «تجربه کاری» و «در دسترس بودن» است. با مشخص شدن حوزه پانل و تخصص های لازم برای آن می توان با تأکید بر دو محور «ترکیب پانل یا ترکیب لازم از دانش ها و تخصص ها» و «تعادل پانل یا ترکیب لازم از دیدگاه ها، مقام ها و تخصص ها برای تعادل در تحلیل ها و نتیجه گیری ها» می توان اعضای پانل را شناسایی کرد. در مورد تعداد پانل ها در یک پروژه آینده پژوهی، هیچ قانون ثابتی وجود ندارد. برخی پروژه ها تعداد کمی در حدود ۶ تا ۸ پانل را در بر می گیرند، در صورتی که برخی پروژه های دیگر جهت تحقق بخشیدن به همین هدف، تعداد ۱۵ تا ۲۰ پانل را تشکیل می دهند. تصمیم در مورد تعداد پانل ها با توجه به محدودیت منابع، مانند هزینه های مالی، وظایف مدیریت پروژه و امثال آن اتخاذ می شود. تعداد بیشتر پانل، اجازه تمرکز بیشتر و عمیق تر بر موضوع ها را می دهد اما در صورت نبودن سازوکارهای ارتباطاتی مناسب خطر متلاشی شدن و تکه تکه شدن پروژه را افزایش می دهد (اشجعی، ۱۳۹۹).

با تعیین سرپرست و اعضای پانل، باید فعالیت های پانل برای اعضا توضیح داده شود. این امر می تواند از طریق ملاقات رودررو و در جلسه اول پانل باشد. در مجموع گام های اجرایی در روش پانل خبرگان را می توان در پنج گام

به شرح جدول ۴۳-۱۹ خلاصه کرد (لندتا^۱، ۲۰۰۶).

جدول ۴۳-۱۹. مراحل اجرای روش پانل خبرگان

ردیف	مراحل
۱	تعیین تعداد حوزه‌های لازم برای تشکیل پانل توسط کمیته مجری
۲	تعیین اعضا و رییس پانل‌ها توسط کمیته مجری
۳	تبیین و توجیه اعضا درباره هدف از تشکیل پانل‌ها و وظایف پانل‌ها یا نحوه رسیدن به اهداف
۴	تعیین زمانبندی جلسات پانل‌ها و برگزاری جلسات
۵	تدوین گزارش نهایی پانل‌ها

یکی از راه‌های تحلیل نتایج پانل خبرگان، استفاده از شاخص اجماع است. رسیدن به اجماع در پانل خبرگان، بر اتفاق نظر درباره یک ایده یا مشخص شدن تفاوتها است. اجماع به معنی یافتن پاسخ صحیح نیست، بلکه صرفاً توافق شرکت‌کنندگان درباره یک موضوع است. البته دستیابی به توافق صد درصد امکانپذیر نیست، چرا که زمینه سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و علمی افراد متفاوت است. همچنین این روش جایگزینی برای مرور علمی گزارشات یا مقالات منتشر شده نیست. معیار درصد اجماع و تفسیر نظر متخصصین است. اغلب زمانی درباره اجماع تصمیم‌گیری می‌شود که درصد مشخصی از آرا وجود داشته باشد (مانکا^۲ و همکاران، ۲۰۰۷).

پانل‌ها باید نتایج حاصله را براساس گزارش‌های مکتوب در فواصل کاری و در انتهای پروژه اعلام کنند. موضوع اصلی در ارائه گزارش، انتشار تحلیل‌های انجام شده و یافته‌ها و همچنین اعلام اولویت‌ها به همراه توصیه‌های حاصله بر اساس بهترین شواهد در دسترس است. گزارش‌ها باید دربردارنده مواردی به شرح جدول ۴۳-۲۰ باشد (ملایی، ۱۳۹۸).

جدول ۴۳-۲۰. محورهای لازم در تدوین گزارش نهایی در روش پانل خبرگان

ردیف	محورها
۱	یک خلاصه اجرایی
۲	سوابق کلی (توضیحی از موارد مورد پوشش و چگونگی رویکرد اعضا برای تحقق وظایف محوله)
۳	اعلام اصول اصلی و پایه (ارائه داده‌های مطالعات تطبیقی مرتبط و الگوهای موجود در سال‌های گذشته)
۴	سرفصل‌ها و توضیحات درباره موانع، فرصت‌ها و اولویت‌های تعیین‌شده براساس یافته‌ها
۵	ارائه خلاصه نتایج حاصله از اجرای پانل

استفاده از روش پانل خبرگان از مزایایی به شرح جدول ۴۳-۲۱ برخوردار است (آساکول، ۱۳۸۴).

جدول ۴۳-۲۱. مزایای استفاده از روش پانل خبرگان

ردیف	مزایا
۱	دسترسی راحت به قضاوت افراد خبره و متخصص در مرکز یک پروژه (به‌ویژه در شرایط وجود ابهام درباره آینده)
۲	تعامل سطح بالا و هدفمند و شبکه‌سازی بین رشته‌های علمی و تخصص‌های مختلف
۳	تکمیل دیگر روش‌های مورد استفاده در آینده‌نگاری با استفاده از پانل‌ها برای تهیه ورودی‌ها، تفسیر نتایج و یا هدایت کامل فرآیند

1. Landeta
2. Manca

۴۳-۷-۳. ملاحظات اجرای روش تحلیل اثر متقابل

روش تحلیل ساختاری یا اثر متقابل با رویکرد «کمی و کیفی» و در ماتریسی تحت عنوان «تحلیل اثر متقابل عوامل» و با تشکیل پانلی از خبرگان تکمیل می‌شود. به این ترتیب که خبرگان قضاوت خود را در مورد تأثیر هریک از عوامل مندرج در سطر، بر تمامی عوامل که در ستون درج شده، در قالب اعداد ۰ تا ۳ بیان می‌کنند. در این حالت «۰ = بدون تأثیر»، «۱ = تأثیر کم»، «۲ = تأثیر متوسط» و «۳ = تأثیر زیاد» را نشان می‌دهد. در نهایت اجماع نظرات در خانه‌های مربوطه قرار می‌گیرند. مجموع اعداد هر سطر، بیانگر جمع فعال و مجموع داده‌های هر ستون بیانگر جمع غیرفعال است. ماتریس تحلیل اثر متقابل بین عوامل کلیدی، پس از تشکیل پانل خبرگان و تکمیل آن، در نهایت داده‌های به‌دست آمده از این ماتریس از طریق نرم‌افزار میک‌مک تحلیل می‌شود. عوامل به‌دست آمده از تحلیل ماتریس و نحوه توزیع متغیرها در نمودار (حول قطر) بیانگر این نکته خواهد بود که اثرات عوامل برگزیده و پراکنده‌ای بر یکدیگر بوده و در واقع وضعیت سیستم پایدار و یا ناپایدار را مشخص می‌کند. از طرف دیگر، ماتریس بر اساس شاخص‌های آماری با ۲ بار چرخش از مطلوبیت و بهینه‌شدگی مورد بررسی قرار می‌گیرد تا روایی ماتریس تعیین شود.

هدف اصلی تحلیل اثر متقابل شناسایی تأثیر وقایع بر یکدیگر است. فرض این روش این است که «وجود احتمال رخداد یا عدم رخداد هر واقعه در آینده» بر وقوع و یا عدم‌وقوع سایر رخدادها اثر دارد (گلن^۱، ۱۹۹۴). در این روش، احتمال‌ها می‌توانند به صورت قضاوتی و تجربی در نظر گرفته شوند و یکی از مطرح‌ترین روش‌های معمول برای پیدا کردن احتمال‌های پایه و احتمال‌های شرطی استفاده از نظر خبرگان و یا دلفی است (انز^۲، ۱۹۷۱). برخی کارشناسان از خروجی‌های تحلیل اثر متقابل در قالب خوشه‌بندی سناریوهای به دست آمده از تکرارهای مختلف استفاده می‌کنند (مارتینو^۳، ۱۹۸۷). مراحل روش تحلیل اثر متقابل را می‌توان در جدول ۴۳-۲۲ دنبال کرد (پورشیخعلی و بهرامی، ۱۳۸۲).

جدول ۴۳-۲۲. مراحل اجرای روش تحلیل اثر متقابل یا تحلیل ساختاری

ردیف	مراحل
۱	تعیین عوامل موثر بر اهداف کلی مورد نظر برای استفاده در سناریوها
۲	تأکید بر دقت در تعیین رویدادهای ورودی و مراقبت از وارد نشدن عوامل بی تأثیر به دلیل آثار نامطلوب در دقت پاسخ دهندگان و افزایش بی‌مورد برای بررسی روابط دودویی بسیار زیاد (پیشنهاد تعداد بین ۱۰ تا ۴۰ رویداد)
۳	پیدا کردن احتمالات شرطی و بررسی اثرات با منطق «اگر اتفاق ۱ اتفاق افتد اتفاق ۲ با چه احتمالی اتفاق می‌افتد؟» (کامل کردن ماتریس با همین شکل و تأکید به در نظر گرفتن امکان پذیر بودن عدد نسبت داده شده توسط متخصصان پاسخ‌دهنده)

1. Glenn
2. Enzer
3. Martino

۴۳-۷-۴. ملاحظات اجرای روش سناریوپردازی

ساخت سناریو به معنای «تفکر درباره ابهامات مربوط به آینده» و «پیش‌بینی چند نتیجه احتمالی مختلف در آینده» برای موقعیت تحت بررسی است. سناریو به مدیران برای بیان «مدل‌های ذهنی درباره آینده و اتخاذ تصمیمات بهتر بر اساس آن‌ها» کمک می‌کند. این روش ابزاری برای نظم بخشیدن به ادراکات فرد در مورد محیط‌های آینده قابل جایگزین برای اجرای درست تصمیمات و دارای ویژگی‌هایی به شرح جدول ۴۳-۲۳ است.

جدول ۴۳-۲۳. ویژگی‌های سناریو

ردیف	ویژگی‌ها
۱	توسعه موقعیت‌های محیط آینده و توصیف مسیر از هر نقطه‌ای در حال تا آن موقعیت‌ها در آینده
۲	تصاویر جایگزین، قابل قبول و منسجم از آینده با فرض‌های منطقی و توصیف مسیرهای تحول و توسعه آینده‌های احتمالی بر اساس موقعیت و وضعیت فعلی
۳	پیش‌بینی آینده نبودن و بر تصاویر منسجم از آینده ممکن تأکید داشتن
۴	توصیفی از وضعیت آینده و رشته‌ای از رویدادها برای حرکت از وضعیت مبدأ به موقعیت آینده
۵	ابزارهایی برای کمک به اتخاذ تصمیم‌های دورنگرانه با عدم قطعیت بالا و امکان یکپارچه‌سازی آینده‌های میان‌مدت و بلندمدت با برنامه-ریزی‌های راهبردی کوتاه‌مدت و میان‌مدت
۶	ابزاری برای نظم بخشیدن به ادراکات فرد در محیط‌های متفاوت آینده و کمک به اجرای درست تصمیم
۷	اجماع داخلی در مورد آنچه آینده ممکن است پیشرو بگذارد.
۸	روشی عملی برای تجسم آینده‌های ممکن به منظور اجرای تصمیم‌های سازمان
۹	تصویری کامل و با جزئیات از مسیر محتمل آینده پیش‌رو با تأکید بر روشن‌سازی مشکلات، چالش‌ها و فرصت‌ها
۱۰	به شکل داستانی کوتاه با توضیحاتی در خصوص زنجیره‌ای از علت‌ها و تصمیمات کلیدی که در مسیر تحقق آینده
۱۱	سناریوی اکتشافی شامل توضیحاتی محتمل در مورد احتمالات قابل وقوع

سناریوپردازی از مرز آینده‌های محتمل فراتر رفته و تلاش می‌کند تا در محدوده آینده‌های باورپذیر یا موجه، آینده‌های بدیلی را بجوید که با آینده‌های متعارف و محتمل متفاوت باشد. به این شکل که با شناسایی و ردیابی آنها مانع غافلگیری و احیاناً شکست در آینده شود. هر آینده بدیل در قالب یک داستان مشخص و منسجم بنام «سناریو» بیان می‌شود (حاجیانی و قصاب، ۱۳۹۲).

یک سناریوی طبیعی و منطقی، مسیری از زمان حال به آینده مطلوب، به همراه توضیحاتی محتمل از موارد با احتمال وقوع را ترسیم می‌کند. یک سناریوی خوب بایستی معقول و از ثبات درونی برخوردار بوده و برای اتخاذ تصمیمات، کاربردی باشد (گوردون و گلن^۱، ۲۰۱۸). بنابراین بهترین راه برای دیدن تمامی تصویر، ترسیم انتظارات مختلف در قالب چند سناریو است. سناریو داستان کلامی حاصل از انتظارات گوناگون بارویکردی منسجم و محتوایی قابل قبول است. مهم‌ترین نکات برای سناریونویسی در جدول ۴۳-۲۴ معرفی شده است.

جدول ۴۳-۲۴. نکات مهم در سناریونویسی

ردیف	نکات
۱	بررسی تحولات پرتأثیر در جدول تحولات و انتخاب چند موضوع متفاوت با جایگزین‌هایی برای محیط خارجی آینده

۲	بعد از تشخیص موضوعات، انتخاب سه یا چهار موضوع بیانگر طیفی از نتایج مناسب
۳	تفکیک فهرست کامل انتظارات در سه یا چهار موضوع انتخابی دارای مطابقت با یکدیگر و با خود موضوع
۴	شروع نوشتن سناریو
۵	به طور معمول، کفایت چهار تا شش پاراگراف برای نشان دادن ماهیت یک سناریوی خاص
۶	تأکید بر دغدغه یک سناریوی پیش‌گویانه نداشتن
۷	تلاش برای «تصویر آنچه می‌تواند باشد» به جای «ترسیم دقیق آنچه خواهد بود»
۸	تأکید بر اثر سناریو در شکل‌دهی چشم‌انداز
۹	توجه به مفاهیمی تخیلی قابل استفاده برای یک سناریو خاص
۱۰	توجه به مفاهیم قابل استفاده در بیش از یک سناریو
۱۱	بهترین آینده پیش‌بینی شده، چشم‌انداز قابل شناسایی در تمام سناریوها

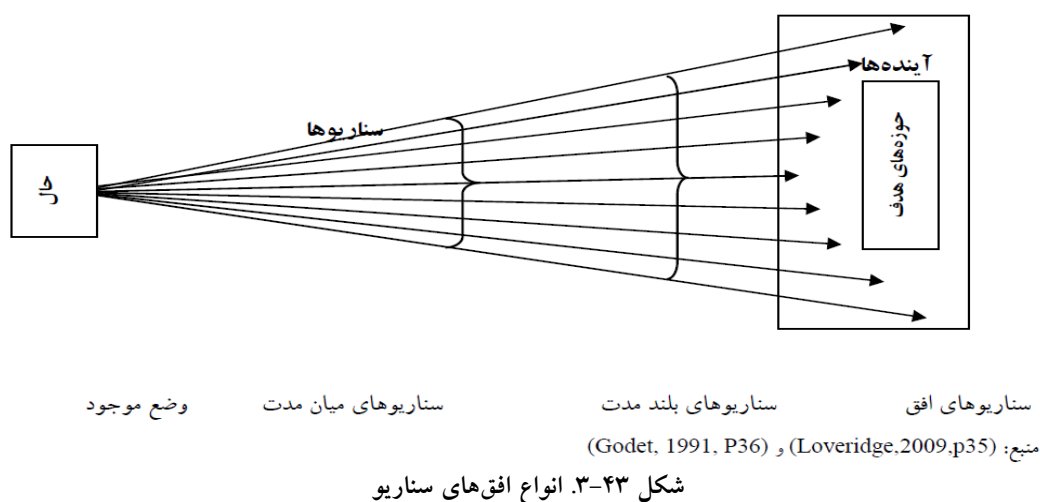
پس از تنظیم سه یا چهار سناریو از محیط خارجی آینده سازمان، می‌توان برای تبیین چشم‌انداز به نتایج موقتی از دو مسیر دست یافت. نخست با بررسی جداگانه هر سناریو با تأکید بر اینکه چگونه می‌توان سازمان را در وضعیت کسب بیشترین بهره‌برداری با سناریوی خاص قرار داد. دوم با شناسایی نقاط قوت و ضعف، و پرداختن به هر سناریو در همان شکلی که هست. این روش‌ها می‌تواند حاکی از غلبه بر ضعف‌های سازمان و یا تکیه بر نقاط قوت آن باشد. برای سناریونویسی دو راه کلی «نگارش یک داستان از زمان حال تا رسیدن به آینده مطلوب» و «توصیفی از زمان آینده مطلوب همراه با نگاهی گذرا به گذشته» وجود دارد. برای سناریونویسی می‌توان مراحل به شرح جدول ۴۳-۲۵ را دنبال کرد (شواترز، ۱۳۸۷).

جدول ۴۳-۲۵. مراحل اجرای روش سناریوپردازی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	شناسایی موضوع اصلی	شناسایی موضوعات مهم و دارای اولویت برای تصمیم‌گیری راهبردی در آینده با طرح پرسش‌های مناسب با مأموریت، چشم‌انداز و ارزش‌های برتر سازمان از جمله «مدیران سازمان در آینده نزدیک به چه چیز می‌اندیشند؟»، «تصمیم‌های دارای اثرات درازمدت بر آینده سازمان کدامند؟»، «مسیر رشد و توسعه صنعت یا فناوری در سازمان چیست؟»، «چه رویدادهایی در رشد و توسعه سازمان مؤثرند؟»، «سمت و سوی تغییرات در کدام جهت است؟» و «تحت چه شرایط و محیطی سازمان به موفقیت می‌رسد؟»
۲	فهرست عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه	تأکید بر تمرکز هم‌زمان روی موضوعات کلیدی و مهم و رویدادهای غیرمنتظره و اثرگذار احتمالی برای جمع‌آوری اطلاعات است. برای نمونه می‌توان به توجه به پیشرفت‌های فناوری و عوامل اثرگذار محیطی بر موفقیت یا شکست سازمان و تهیه فهرستی از این عوامل حیاتی اشاره کرد. از جمله سؤالات مهم در این مرحله، عبارتند از «برای انتخاب‌های کلیدی، تصمیم‌گیران باید چه چیزهایی را بدانند؟»، «چه چیزهایی باعث موفقیت یا شکست تصمیم‌ها می‌شود؟» و «ملاحظات در شکل گرفتن نتایج کدامند؟».
۳	تعیین نیروهای محرک و پیشران	شناسایی نیروهای محرک و پیشران محیطی با تهیه فهرستی از نیروهای تأثیرگذار اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، محیطی و فناوری و در ادامه شناسایی عوامل کلیدی موفقیت با آنها (نقطه عطف سناریوپردازی)
۴	اولویت‌بندی بر مبنای اهمیت و عدم قطعیت	مرتب‌نمودن عوامل کلیدی و نیروهای پیشران بر مبنای دو شرط «اول: اجماع و توافق بر روی اهمیت موضوع یا تصمیم مشخص‌شده در مرحله اول» و «دوم: میزان عدم قطعیت عوامل و روندهای شناسایی‌شده در مراحل دوم و سوم» با تأکید بر شناسایی روندهای دارای بیشترین اهمیت و بالاترین عدم قطعیت
۵	منطق سناریو (شناسایی عدم قطعیت‌های بحرانی)	شناسایی محورهای کلیدی در سناریوهای احتمالی در مرحله قبل، فرض‌های مختلف درباره این محورها برای نوشتن سناریوهای مختلف است. برای به دست آوردن منطق سناریو، می‌توان از چگونگی تأثیر نیروهای پیشران و نحوه تقابل یا تعامل آن‌ها بر یکدیگر، اولویت یا درجه نامعین بودن این عوامل استفاده کرد.

۶	تدوین سناریوها	در این مرحله باید به پرسش‌های چون «نیروهای پیشران کلیدی چه عواملی هستند؟»، «چه موضوعاتی دارای عدم قطعیت هستند؟»، «آینده‌های غیرقابل اجتناب چه هستند؟»، «روند منطقی حوادث و رویدادها چگونه خواهند بود؟»، «چه رویدادهایی تسهیل‌کننده سناریوی خاصی است؟»، «نقطه پایانی سناریوها چگونه باید باشد تا منطقی و باورکردنی باشد؟» پاسخ داد. هدف ترسیم نمودارها و جداول مختلف برای رسیدن به تصمیم اصلی است.
۷	تحلیل نتایج و پیامدهای هر سناریو	پس از تدوین سناریوها باید به تصمیم‌های شناسایی شده در گام اول بازگشت. باید دید که عملکرد هر یک از تصمیم‌ها در هر یک از سناریوها چطور به نظر می‌رسند. در این مرحله، تصمیم موردنظر از نظر قوت و ضعف به کمک پرسش‌هایی چون «نقاط آسیب‌پذیر تصمیم کدامند؟»، «آیا تصمیمات راهبردی در همه سناریوها یا فقط در سناریو خاص عملکرد مناسبی دارند؟»، «ریسک انجام تصمیم چقدر است؟» پاسخ داد. چنانچه تصمیم تنها در یک یا دو سناریو نتیجه مطلوب داشته باشد، ریسک آن تصمیم بالا ارزیابی می‌شود و سازمان کنترل اندکی در وقوع آن تصمیم خواهد داشت.
۸	تعیین شاخص‌های راهنما	پس از تدوین سناریوها و تحلیل تصمیم، باید شاخص‌های راهنما برای پایش مسیرهای آینده تهیه شوند. به کمک این شاخص‌ها می‌توان از ظهور هر یک سناریوها به‌موقع آگاه شد.

بر اساس فرض‌های مربوط به عناصر نسبتاً معین و عدم قطعیت‌های بحرانی و چگونگی رفتار نیروهای پیشران کلیدی، می‌توان سناریوهای مختلفی را تبیین کرد. در واقع سه محور مذکور چارچوبی مفهومی برای اکتشاف آینده‌های ممکن و متعدد را فراهم می‌آورند. هنگام تدوین سناریوها بهتر است از گروهی از افراد که در شرکت، سازمان یا دولت مسئولیت تصمیم‌گیری ندارند، استفاده شود. هر یک از اعضای گروه بررسی خود را انجام داده و سپس در جلسه‌ای مشترک به پرسش‌هایی همچون «نیروهای پیشران کلیدی کدامند؟»، «چه موضوعاتی نامشخص و مبهم هستند؟» و «چه آینده‌هایی غیر قابل اجتناب هستند؟» پاسخ می‌دهند (بنیاد توسعه فردا، ۱۳۸۴). هدف از این کار ترسیم نمودارها و انتخاب‌های مختلف برای تصمیم اصلی با افق‌های زمانی به شرح شکل ۴۳-۳ است.



رویکردهای مختلفی از سناریوپردازی مطرح می‌شود که می‌توان موارد مهم آن را در جدول ۴۳-۲۶ مرور کرد (علیزاده و همکاران، ۱۳۸۷).

جدول ۴۳-۲۶. انواع دسته‌بندی از روش سناریوپردازی

ردیف	صاحب‌نظر	رویکرد	انواع سناریو	ویژگی

۱	میلر	آغاز/انجام	مبتنی بر روند	از گذشته/حال به آینده (پیش‌آیند شناسی)
			مبتنی بر ترجیح	از آینده به حال (پیش‌آیندسازی)
۲	گوده و روبلا	کارکرد	اکتشافی	از گذشته/حال به آینده قابل تحقق (تأکید بر پیشران در قالب روند)
			هنجاری	بر پایه چشم اندازهای مختلف
۳	وندلر هیدن	فردیت	درونی	سطح فردی (انتخاب یک اقدام برای تحقق یک هدف شخصی)
			بیرونی	سطح بیرونی (الگوی ذهنی از دنیای بیرون در ترسیم آینده‌های ممکن)
۴	دمرز	متغیرهای سناریو	گسترده‌گی موضوع	تک بخشی یا چند بخشی
			سطح تجمع	خرد، متوسط یا کلان
			جهت زمان	برون‌یابی یا چشم‌اندازسازی (از گذشته به آینده یا از آینده به امروز)
			مقدار اکتشاف	اکتشاف محدود یا گسترده
			کانون تمرکز اقدام	محیطی یا سیاستی
۵	فهی و راندال	بعد محیطی	جهانی	ارائه چندین محیط متمایز از آینده
			صنعت	ارائه چندین وضعیت متمایز از آینده صنعت
			رقیب	ارائه روش‌شناسایی و آزمایش چندین استراتژی متمایز رقبا برای آینده
			فناوری	ارائه چندین آینده متمایز از فناوری پویا و فرصت‌ها و تهدیدها
۶	اشتین مولر	جنبه‌های متفاوت	نمایاندن (تدوین و ارائه)	کاملاً چارچوب‌بندی شده -نمادین (سطحی)
			موضوع (گستره)	جهانی - مسئله مشخص و محدود
			مقداری	نیمه کمی-کیفی
			زمانی	موقعیت، فرایند، کوتاه‌مدت، میان‌مدت، بلندمدت و مستقل از زمان
			کارکردی	موضوع، اکتشافی، وضع‌کننده هدف و نتیجه‌محوری
			گزاره‌ای	رسمی (متن مکتوب یا همان سناریو) و قصدی
۷	ون نوتن	پوشش جامع موضوعی	هدف پروژه: اکتشافی یا کمک به تصمیم	نوع هنجارها (توصیفی-هنجاری)
				نقطه برتری (پیش‌بینی - آینده معکوس)
				موضوع، مقیاس زمانی و ابعادی (بر اساس مسئله، حوزه خاص، بنیاد یا مؤسسه، دوره بلند یا کوتاه مدت، گستره جهانی، ملی یا منطقه‌ای)
			طرح فرایند: شهودی یا رسمی	اطلاعاتی (داده‌های کمی-داده‌های کیفی)
				روش داده‌برداری منابع (اشتراکی، بررسی‌های گسترده یا محدود)
				شرایط نهادی (باز یا محدودشده)
			محتوای سناریو: پیچیده یا ساده	ماهیت، متغیرها، پویایی (سلسله رویدادهای زنجیره‌ای بر پایه روند)
				سطح انحراف (بدیل یا متعارف)
				سطح یکپارچگی (کم یا زیاد)
۸	طبقه‌بندی لیست	پوشش سناریویی	طرح فرایند: شهودی یا رسمی	زمان تدوین سناریو، آداب و رسوم فرایند، روش تدوین سناریو (کوتاه‌بلند، صلب و منعطف، تحلیل روند، تحلیل مقاطع ...)
			محتوای سناریو: ساده یا پیچیده	تعداد سناریوها، جزئیات هر سناریو، تکرار فرایند هر سناریو، محتوای مشترک (کم‌وزیاد، یک و دو، استاندارد و منحصر به فرد)
			کاربرد سناریو: درونی یا بیرونی	نوع انتشار سناریو، استفاده، مقیاس زمانی (محرمانه یا با توزیع عمومی، استفاده فوری یا نگهداری به عنوان مرجع)

روش مدل سازی و نظریه پردازی

هدف کلی: آشنایی با روش های مدل سازی کیفی و نظریه پردازی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم مدل سازی
- آشنایی با روش اجرای مدل سازی کیفی
- آشنایی با مفهوم نظریه پردازی
- آشنایی با روش اجرای نظریه پردازی
- آشنایی با روش ارزیابی نظریه ها

مقدمه

امروزه دستیابی به مدل و نظریه در پژوهش‌ها مورد توجه و تأکید قرار گرفته است. این امر تا جایی پیش رفته است که برگزاری کرسی‌های نظریه‌پردازی مورد تأکید جدی در دانشگاه‌ها قرار دارد. همان‌طور که در فصل اول اشاره شد، مدل‌ها و نظریه‌ها از مؤلفه‌های مبانی نظری هستند. در این فصل به معرفی روش‌ها و ملاحظات لازم برای مدل‌سازی و نظریه‌پردازی پرداخته خواهد شد.

۴۴-۱. آشنایی با روش‌های مدل‌سازی

«مدل» در مفهومی ساده ساختاری متشکل از چند عنصر یا نشانه برای معرفی یک مفهوم خاص است. مدل‌ها را می‌توان هم به شکل فیزیکی و هم به شکل نظری طراحی کرد. نکته مهم در اینجا آن است که مدل‌ها باید برآمده از یک فرایند نظام‌مند پژوهشی باشند. از مسیرهای مختلفی می‌توان برای طراحی مدل اقدام کرد. برای نمونه در محیط‌های فنی و با تأکید بر مدل‌های فیزیکی تلاش می‌شود تا با محاسبات ریاضی و فنی و در مقیاس‌های متفاوت، به مدلی برای کمک به بهبود رفتار در دنیای واقعی بهره گرفت. در دنیای نظری نیز مدل‌ها نقش مهمی در درک و فهم پدیده‌ها یا بسیاری از رفتارها به‌ویژه در جامعه انسانی هستند.

مدل‌های نظری نقش مهمی در کمک به فهم نظری با توصیف نحوه رفتار و روابط در یک نظام و حتی پیش‌بینی رفتارهای آینده دارند. مدل‌های نظری را هم می‌توان هم با داده‌های کمی و هم با داده‌های کیفی تهیه کرد. اگر ماهیت مسئله کمی باشد، مدل‌سازی را می‌توان بر پایه استفاده از متغیرهای عددی و فرمول‌های ریاضی مانند مدل‌یابی معادله ساختاری دنبال کرد. «مدل‌سازی کمی» برای حل مسائل ساده‌تر کاربرد دارد. اما در «مدل‌سازی کیفی» از مفاهیم غیر عددی و استدلال علی استفاده می‌شود. از مدل‌سازی کیفی برای حل مسائل پیچیده علوم انسانی استفاده می‌شود. در مدل‌سازی نظری رویکردهای متفاوتی به شرح جدول ۴۴-۱ را دنبال کرد.

جدول ۴۴-۱. انواع رویکردها در مدل‌سازی نظری

ردیف	رویکردها
۱	استفاده از روش‌های کیفی برای ساخت یک مدل مانند روش گراند تئوری با رویکرد گلنر
۲	استفاده از روش‌های کیفی برای سامان‌دهی یا تکمیل یک مدل مانند روش گراند تئوری با رویکرد اشتراوس و کوربین
۳	استفاده از روش‌های کمی برای ساخت یک مدل مانند روش رگرسیون
۴	استفاده از روش‌های کمی برای برازش و تأیید یک مدل یا ارائه مدل جایگزین برای آن مانند روش مدل‌یابی معادله ساختاری
۵	استفاده از روش‌های ترکیبی در ساخت مدل نظری مانند ساخت مدل با روش کیفی گراند تئوری و آزمون برازش آن با روش مدل‌یابی معادله ساختاری
۶	استفاده از داده‌های منابع دست‌اول و دوم برای طرح و ایجاد مدل نظری برای رویکردهای قبلی یا کاربرد عملی در محیط

هرچند تا به اینجا روش‌های مختلفی برای ساخت، تکمیل و برازش مدل معرفی شده است اما در این بخش از رویکردی مستقل در «مدل‌سازی نظری» بر اساس داده‌های کیفی به معرفی روشی پرداخته می‌شود که در آن پژوهشگر با توجه به چالش ایجادشده در کار یا امور مختلف، در سریع‌ترین زمان ممکن به جمع‌آوری داده‌ها اقدام و بر اساس

آن یک مدل نظری را طراحی کند. این مدل را هم می توان برای «رفع مشکلی در کار یا حل مسئله» و هم در رویکردهای مورد اشاره در انواع مدل سازی های نظری مورد استفاده قرار داد.

«مدل نظری» با استفاده از انواع «نشانه ها» جنبه هایی از دنیای واقعی در حوزه ای خاص را نشان می دهد. نشانه ها می توانند شامل «حروف، نمادها، شکل ها، استعاره ها و امثال آن» باشند. هر مدل نظری دارای ارکان یا اجزای سازنده ای چون «مقوله ها یا متغیرها» و «عناصر نمایشگر روابط میان آن ها» هستند. برای ساخت «مدل نظری» به طور مستقیم می توان گام هایی به شرح جدول ۴۴-۲ را دنبال کرد.

جدول ۴۴-۲. مراحل اجرا در ساخت یک مدل نظری

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	تعریف مسئله و مقوله ها یا متغیرهای بررسی و معرفی استدلال های اولیه درباره روابط احتمالی بین آن ها با یکی از اهداف «توصیف، پیش بینی، کشف یا تبیین» به کمک مدل
۲	نمونه گیری	انتخاب منابع دست اول و سپس دست دوم به شکلی غیرتصادفی و هدفمند با تأکید بر بیشترین ربط موضوعی
۳	جمع آوری داده ها	استفاده از انواع روش های مصاحبه، برگه کدگذاری و مشاهده و در نهایت لزوم غربالگری و متنی سازی
۴	تحلیل داده ها	تهیه مدل بر اساس داده های جمع آوری شده
۵	بحث و نتیجه گیری	جمع بندی از یافته ها و معرفی مدل نهایی

در این رویکرد مدل سازی کیفی تأکید بر تعامل چند متغیر، مقوله یا عامل با هم است به نحوی که با حداکثر پشتیبانی علمی و نظری بتوان آن را تأیید کرد. در مرحله تحلیل بر روی داده های جمع آوری شده به منظور ساخت مدل گام های مستقلی به شرح جدول ۴۴-۳ اجرا می شود (خنوفر و مسلمی، ۱۳۹۵).

جدول ۴۴-۳. گام های اجرایی در تحلیل داده ها برای مدل سازی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	غوطه وری در داده ها	همراه با «مطالعه مکرر، تفکر، شهود و خلاقیت های ذهنی»
۲	سازمان دهی چارچوب اولیه	مشخص کردن اجزای تشکیل دهنده، ورودی و خروجی ها برای یک مدل، نمایش اولیه از توالی متغیرهای اثرگذار و اثرپذیر، تعریف «شاخص ها، مؤلفه ها، ابعاد، مفاهیم و فرضیه ها»
۳	ارائه مدل	ایجاد یک مدل از داده ها با کمک تخیل و هنر پژوهشگر
۴	ارزیابی مدل	بررسی صحت عملکرد مدل با آزمودن و اعتبار سنجی آن مانند گرفتن تأیید خبرگان
۵	فهم مدل	ایجاد سازوکارهایی برای فهم و کاربست مدل با روش هایی چون توضیح شفاف یا جزء کردن

اعتبار مدل به توانایی آن در «شبیه سازی، توصیف یا پیش بینی» رفتار مورد بررسی بستگی دارد. یعنی هر چه قدر مدل ظرفیت استفاده در موقعیت های گوناگون و مشابه مورد بررسی را داشته باشد، از اعتبار بیشتری برخوردار است. همچنین می توان از میزان تأیید مدل توسط خبرگان برای بررسی اعتبار آن استفاده کرد. در مجموع مدل تا زمانی که در شرایط واقعی، تجاری و عملیاتی قرار نگیرد و تا زمانی که در معرض دید نقادان و صاحب نظران واقع نشود، قدرت و ضعف خویش را نمایان نمی سازد. به همین دلیل با وجود ساخت مدل های متعدد اما تعداد کمی از آن ها مورد اقبال یا توجه کاربران آن در سطح جامعه قرار می گیرند.

۴۴-۲. مفهوم نظریه پردازی با پژوهش

با شروع نهضت‌های جدید علمی «نظریه پردازی» مورد توجه و اهمیت ویژه‌ای قرار گرفت. رویکرد «نظریه پردازی» دامنه گسترده‌ای از تولید محتوای علمی از جمله انواع «مفهوم سازی، فرضیه‌های علمی فراگیر، نظریه‌ها، مکاتب، پارادایم-ها، قضیه‌ها، اصول و مدل‌ها» را در بر می‌گیرد. اما رویکرد نظریه پردازی در اغلب متون به تولید «نظریه‌ها» با ویژگی‌هایی به شرح جدول ۴۴-۴ محدود شده است (شومیکر، تانکارد و لاسورسا، ۱۳۸۷؛ شوانینگر و گراسر^۱، ۲۰۰۸؛ خنیفر، مصطفی‌زاده و همایی لطیف، ۱۳۹۷؛ امیری، ۱۳۸۲).

جدول ۴۴-۴. ویژگی‌های نظریه از منظر نظریه پردازی

ردیف	ویژگی‌ها
۱	ایجاد محدودیت با طبقه‌بندی مفاهیم برای کمک به مشاهده و درک پدیده‌های خاص
۲	وجود نظریه‌های متعدد در حیطه علوم انسانی و لزوم طبقه‌بندی آن‌ها برای جلوگیری از سردرگمی
۳	مجموعه‌ای مرتبط از سازه‌ها، مفاهیم و متغیرها با رویکردی خردمندانه و برای تبیین یا پیش‌بینی پدیده‌ها یا رفتارها
۴	دارای انواع نقش «کنترل، کاربرد، شفاف‌سازی، خلاصه‌سازی دانش، کمک به درک، متمرکزکننده، راهنما و امثال آن
۵	کمک به شفاف‌سازی درک روابط برای بررسی و تحلیل روابط بین متغیرها و سازه‌های پدیده‌ها
۶	کمک به دسته‌بندی اطلاعات و مستندات برای مشاهده دقیق‌تر و ثبت اطلاعات واقعی‌تر
۷	نقشه راهنما و ابزاری برای هدایت در جهان واقعی
۸	در پیوستاری از عینی تا ذهنی بودن مانند نظریه‌های انتزاعی در حوزه ریاضی یا نظریه‌های عینی در حوزه فیزیک مثل نور
۹	کلمه «نظریه» برگرفته از واژه یونانی «Theoria» به معنای «نگاه انداختن» «ملاحظه کردن» یا «بررسی و پژوهش»
۱۰	از دید فلاسفه کلاسیک یا اولیه، نظریه به معنای نوعی ژرف‌اندیشی و تفکر عمیق
۱۱	تأکید بر معنابخشی یا یک فعالیت ذهنی برای تبیین چرایی و چگونگی وقایع و پدیده‌ها
۱۲	مفهومی برای درک نتایج مطالعات از دنیای واقعی
۱۳	«تشریح، تبیین و پیش‌بینی» رفتارهای موجود
۱۴	برخلاف حقیقت در معرض تغییر، رد شدن یا تکمیل
۱۵	در مواردی خاص، معرفی مدل به عنوان نظریه یا تأکید بر مدل‌سازی به عنوان روشی از نظریه پردازی

به محض آغاز اندیشه درباره یک رویداد خارج از کنترل، انسان تلاش می‌کند تا آن را تبیین کند و این همان آغاز اندیشه و نظریه پردازی است (امیری، ۱۳۸۲). پژوهش برای نظریه پردازی بر تلاش برای ایجاد فرایندهای جدید نظریه-پردازی و پر کردن فاصله بین «نظریه پردازی تجویزی» و «استفاده عملی» تأکید دارد. نظریه به مثابه جهت‌دهنده فرضیات است. امکان اخذ فرضیه از نظریه یا تبدیل فرضیات به نظریه وجود دارد. فرضیه‌های برگرفته از نظریه به صورت گزاره‌ای علمی و خواهان آزمون مطرح می‌شوند. در این حالت فرضیه بر یک رابطه ادعا شده و البته هنوز تأیید نشده بین دو یا چند مفهوم اشاره دارد. در صورت تأیید یا ارائه نتایج قدرتمند و قابل تعمیم به سطح وسیع جامعه بر اساس آزمون فرضیه، می‌توان آن را در قالب «نظریه» مطرح کرد. حتی در مواردی خود نظریه‌ها برای آزمون شدن به «فرضیه» تبدیل می‌شوند. هر نظریه‌ای که در موارد گوناگون و مورد آزمون بیشتری قرار گرفته باشد، از اطمینان بیشتری برخوردار می‌شود و کمتر جنبه فرضیه پیدا می‌کند. گاهی مجموعه‌ای از فرضیه‌های تأیید شده در جوامع متعدد، زمینه

ظهور «نظریه» را فراهم می کند. پس فرضیه هم می تواند نظریه بسازد و هم از نظریه ساخته شود (قاسمی، کشکر، حیدری نژاد، شریفیان و صابونچی، ۱۳۹۵).

هر نظریه تلاش دارد تا از یک زاویه مناسب حقیقت را ببیند و آن را توضیح دهد. به همین دلیل نظریه های متعددی در باب «یک حقیقت» وجود دارد. درواقع نظریه بیشتر به واقعیت یا تجربه و درک انسانی نزدیک می شود و می توان آن را بیانی انتزاعی از یک مفهوم واقعی دانست که برای رسیدن به حقیقت به طور دائم در حال تغییر و تکامل است. نظریه پردازی و مدل سازی، دو مرحله از تعیین چارچوب مفهومی برای پژوهش به شمار می روند. دیدگاه های موجود درباره روابط نظریه پردازی و مدل سازی را می توان در جدول ۴۴-۵ مرور کرد (خنifer، ۱۳۸۴؛ خنifer و بردبار، ۱۳۹۳).

جدول ۴۴-۵. دیدگاه ها درباره رابطه نظریه پردازی با مدل سازی

ردیف	دیدگاه ها
۱	اغلب به صورت طولی و «ابتدا نظریه پردازی و در ادامه مدل سازی» و در مواردی «مدل سازی و بعد نظریه پردازی»
۲	تمثیل و مدل سازی یکی از منابع مفید برای نظریه های علمی
۳	برای تبدیل نظریه ها به مدل نیاز به تعیین متغیرها و اجزای مدل و سپس مدل سازی روابط
۴	هدف از مدل سازی روابط، برقراری ارتباط منطقی بین اجزاء و عوامل مربوط به موضوع مورد مطالعه
۵	در مواردی خاص معرفی مدل به عنوان نظریه یا دربرگیرنده نظریه ها اما ناممکن بودن معرفی نظریه ها به عنوان مدل

برخی اعتقاد دارند که مدل سازی همان نظریه سازی است. این افراد بر توصیف انتقال فرایندهای فکر ذهنی به یک مدل بصری برای نظریه سازی تأکید دارند. اگر مدل ها با تعامل با نظریه ها و قوانین عام به درجه تکامل برسند؛ می توان آن ها را نظریه (نظریه های نمایش دانی با مدل) نامید. همچنین مدل می تواند با طراحی ساختاری مناسب در جهت پیدایش نظریه حرکت کند. درمجموع پژوهش نظریه پردازی نیز یکی از شیوه های پژوهش در محافل علمی است. مشابه دیگر شکل های پژوهش، پژوهش نظریه پردازی در پارادایم های مختلفی استوار است و از شیوه های پژوهشی مختلفی بهره می گیرد (خنifer، مصطفی زاده و همایی لطیف، ۱۳۹۷). انواع مختلفی از نظریه ها در دسته بندی های متعددی به شرح جدول ۴۴-۶ وجود دارد.

جدول ۴۴-۶. انواع نظریه ها در دسته بندی های مختلف

ردیف	دسته بندی	انواع	توضیح
۱	ماهیتی	تحلیلی	مجموعه ای از بیانیه های بدیهی و در مواردی بدون تشریح دنیای واقعی مانند نظریه ریاضی
		هنجاری	مجموعه ای از اظهارات آرمانی مانند مباحث اخلاقی و ایجادکننده اصولی خاص
		علمی	بیانیه تجربی یا رابطه علی بین دو یا چند واقعه با رویکردی قابل تکرار
		متافیزیکی	غیرقابل آزمون و تابع ارزیابی عقلانی
۲	کاربردی	تبیینی	توضیح و تبیین حقایق و واقعیت ها با تأیید مکرر اصول و قوانین علمی
		تجویزی	با پیش فرض های ایدئولوژیک، فرهنگی و علمی برای بهبود زندگی فردی و اجتماعی

۴-۳. انواع رویکردهای نظریه پردازی

اغلب از دو روش اصلی کمی و کیفی برای «نظریه پردازی» استفاده می شود. در روش «کمی» نظریه پردازی از داده های جمع آوری شده از رفتارها با روش استقرا و تجربه گرایی یا «مشاهده جزء برای رسیدن به کل» انجام می شود. در روش «کیفی» نظریه پردازی با «عقل گرایی انتقادی» یا یک تحلیل نظام مند با قیاس و در ادامه آزمون آن در جهان واقع صورت می گیرد. در جدول ۴-۷ انواع رویکردهای نظریه پردازی با استفاده از دو روش کمی و کیفی معرفی می شود.

جدول ۴-۷. انواع رویکردهای نظریه پردازی

ردیف	انواع	توضیح
۱	اثبات گرایی	ایجاد نظریه با رویکردی استاندارد و رسمی
۲	بیکنی	ایجاد نظریه از مصادیق و اتفاقات بیرونی و سپس تأیید با روش استقرائی (برای تعداد متغیر محدود)
۳	پوپری	ایجاد نظریه از توصیف اصول و سپس تأیید با روش استقرائی ابطال گرایی یا آزمون آن
۴	کوهنی	ایجاد نظریه از چارچوب ذهنی و پارادایمی یا قیاسی برای رسیدن به پاسخ یا راه حل خاص در موقعیت خاص (رویکردی از زاویه خاص و برای موقعیت خاص).
۵	چندپارادایمی	ایجاد نظریه از مروری جامع و کلی بر جهان بینی های مختلف در مورد پدیده ها
۶	طبیعت گرا	ایجاد نظریه با استفاده از روش های عملی مانند پدیدارشناسی و گراند تئوری

با انتخاب هر رویکرد نظریه پردازی باید مراحل اجرای آن از جمله «شروع پژوهش، فرایندها و شیوه های استخراج نظریه از انواع منابع یا داده ها» مشخص باشد.

۴-۴. فرایند اجرای نظریه پردازی

پژوهش های نظریه پردازانه اغلب با عناوینی چون «ساخت نظریه، توسعه نظریه یا نظریه پردازی» معرفی می شوند. فرایند اجرای نظریه پردازی را می توان در پنج گام اصلی به شرح جدول ۴-۸ مرور کرد.

جدول ۴-۸. مراحل اجرای نظریه پردازی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	مواجهه با مسئله، طرح مسئله و تدوین اهداف و سؤالات پژوهش با رویکرد نظریه پردازی
۲	نمونه گیری	با تأکید بر نمونه گیری غیرتصادفی هدفمند
۳	جمع آوری داده	با انواع ابزارهای مصاحبه، مشاهده، برگه کدگذاری و پرسشنامه
۴	تحلیل داده ها	فرایند ارائه نظریه از تحلیل داده های جمع آوری شده
۵	بحث و نتیجه گیری	جمع بندی درباره نظریه و ارائه پیشنهادها

باید دقت کرد که مراحل مختلف نظریه پردازی جدای از هم نیست و گاهی در ادامه روند احتمال وجود دارد که تغییراتی در ایده اولیه یا اثرات مشخصی در دیگر مراحل اجرای نظریه پردازی صورت گیرد.

۴-۴-۱. طراحی پژوهش برای نظریه پردازی

نظریه پردازی اغلب براساس «یک مسئله نظری» آغاز می شود. مواجهه با مسئله می تواند ناشی از «نتایج پیش بینی نشده»، «بی نظمی»، «تضادها و اختلاف ها بین فرض ها»، «مشاهده چیزی غیرعادی»، «ابهام در دلیل یک واقعه» و امثال آن باشد.

مسئله نظری می تواند در قالب «چالش در انجام یک کار»، «دغدغه درباره پیامد یک اتفاق یا رفتار» و «تمایل به فهم بهتر یک فرایند» ظهور کند. یک نظریه پرداز در پاسخ به دغدغه های ذهنی خود و برای طرح مسئله به شکلی مناسب به «بررسی جنبه های مختلف موضوع»، «استفاده از دانش خود» و «بهره مندی از دیدگاه صاحب نظران مربوطه» می پردازد. پژوهشگر نظریه پرداز باید به خوبی درگیر موضوع شود و پدیده مورد نظر را از ابعاد مختلف بشناسد و درک کند. او باید فشار یا تنش ناشی از تضاد «در دیدگاه های شخصی خود» با «نظرات موجود» یا «نتایج پژوهش های موجود» را حس کند. این امر زمینه ایجاد انگیزه برای یافتن پاسخ یا ایجاد نظریه مناسب است. می توان مسئله ضرورت ساخت نظریه را با تأیید بر مبانی نظری به شرح جدول ۴۴-۹ مورد توجه قرار داد.

جدول ۴۴-۹. انواع مبانی نظری به عنوان ضرورت نظریه پردازی

ردیف	الگو	توضیح
۱	یک مفهوم	کار روی مفهوم مورد علاقه نظریه پرداز با تأکید بر فکر برای یافتن راه های «عملیاتی کردن، اندازه گیری، تعریف و کشف متغیرهای مرتبط» با مفهوم
۲	فرضیه	با تأکید بر ابداع مفاهیم جدیدی در ارتباط با طرق فهم یا پردازش اطلاعات
۳	ضعف نظریه	حوزه ای که نظریه وجود ندارد یا نظریه موجود گنگ و مبهم باشد.

می توان با اقدام به مفهوم سازی یا عملیاتی کردن متغیرها یا مرتبط کردن متغیرهای موجود در فرضیه ها، «نظریه-پردازی» را شروع می شود. برخی اعتقاد دارند که نظریه پردازی بخشی از فرایند روزمره انواع روش پژوهش است (شومیکر، تانکارد و لاسورسا، ۱۳۸۷). داشتن یک چارچوب نظری زمینه را برای انجام کارهای بعدی فراهم می کند. پژوهشگر نظریه پرداز باید دارای ویژگی های نسبتاً خاصی در مقایسه با دیگر روش ها باشد که از جمله آن ها می توان به «تسلط در حوزه نظریه پردازی»، «نظم فکری»، «خلاقیت»، «یادگیری دائم»، «تفکر عمیق»، «اعتماد به نفس»، «روحیه جستجو»، «تصویرسازی»، «ارائه جذاب» و دیگر موارد مشابه است.

۴۴-۴-۲. ملاحظات نمونه گیری از منابع برای نظریه پردازی

برای نظریه پردازی از انواع منابع دست اول و دست دوم استفاده می شود. نظریه پرداز گاهی به مصاحبه با فرد یا افراد خاصی می پردازد و گاهی به انواع اسناد معتبر مراجعه می کند تا بتواند اطلاعات مؤثر و مفید مرتبط با موضوع را از هر منبع ممکن جمع آوری کند. بنابراین پژوهشگر نظریه پرداز اغلب به صورت غیر تصادفی و هدفمند به انتخاب نمونه های مورد نیاز برای جمع آوری داده ها می پردازد. برای این منظور پژوهشگر نظریه پرداز در شرایط مواجهه با دامنه گسترده از افراد و اسناد مرتبط با موضوع بررسی سعی می کند تا به شکلی روشمند، بهترین آن ها را انتخاب کند.

۴۴-۴-۳. ملاحظات جمع آوری داده ها برای نظریه پردازی

جمع آوری داده ها از منابع مختلف و با استفاده از روش های متنوعی چون «مصاحبه، مشاهده، برگه کدگذاری و پرسشنامه» صورت می گیرد. در طول مراحل جمع آوری داده ها با ابزارها و از منابع مختلف، پژوهشگر نظریه پرداز باید مواردی به شرح جدول ۴۴-۱۰ را مورد توجه قرار داشته باشد.

جدول ۴۴-۱۰. ملاحظات حین جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش برای نظریه‌پردازی

ردیف	محور	توضیح
۱	اکتشاف گام بعدی	مانند یک نویسنده و داستان‌پرداز به‌طور دائم گام‌های بعدی و اتفاقات آینده را در نظر گرفتن
۲	توجه به زمان	زمان خاص بروز رفتارهای خاص
۳	توجه به مکان	مکان خاص بروز رفتارهای خاص
۴	توجه به چگونگی	چگونگی بروز رفتارهای خاص
۵	توجه به چرایی	دلایل بروز رفتارهای خاص
۶	تفکر انتقادی	رویکردی انتقادی به رفتارهای خاص
۷	توسعه مفهومی	تأکید بر مفاهیم کلیدی و شرح ابتدایی از روابط متقابل آن‌ها در چارچوب نظری

در این مرحله تفکر یا بررسی‌های عمیق همراه مراجعه مکرر به اندیشه‌ها و نظرات دیگران تا رسیدن به جرقه‌های ذهنی یا پاسخ‌های خلاقانه نقش بسیار مهمی دارد. مرحله جمع‌آوری داده‌ها با جستجوی همراه با کشف و شناسایی تقارن‌های طلایی به‌عنوان یک راه‌حل دنبال می‌شود. در ادامه نظریه‌پرداز می‌تواند برای توسعه داده‌ها، به‌عنوان گامی از مرحله جستجو و جمع‌آوری داده‌ها، با دیگران وارد بحث و تعامل شود. از آنجاکه نظریه‌پردازی یک فرایند خلاق است، ورود افراد دیگر به این فرایند آثار مفیدی در بهره‌مندی از ایده‌های مختلف، ترکیب آن‌ها و بهبود ظرفیت‌های خلاقانه خواهد داشت. پس از توسعه مفهومی باید آن را عملیاتی کرد و به اجزا و بخش‌های قابل تحلیل تبدیل کرد. در مواردی می‌توان داده‌ها را به‌شکل کمی جمع‌آوری کرد. در مرحله جمع‌آوری داده‌ها باید تعریفی روشن از «سازه‌ها و متغیرها» در رابطه با موضوع ایجاد کرد. در این گام می‌توان با خواندن نوشته‌ها و ادبیات مربوط به موضوعات مرتبط، به بازنگری تحلیل‌های انجام‌شده از ابعاد مختلف پرداخت. برای شناخت و تشریح هر چه‌بهر مفاهیم می‌توان مانند یک روزنامه‌نگار به تحلیل یک پدیده پرداخت و آن را از تمام زوایا به‌نقد کشید. به‌گونه‌ای که نظر عموم را به آن جلب کرد. مفاهیم به‌عنوان اجزای سازنده نظریه، همان موارد با قابلیت «مطالعه، مقایسه، ارتباط و توصیف واقعیت» هستند که اغلب با یک نام کلی معرفی می‌شوند. عنوانی که دربردارنده «سازه»، «مفهوم» یا «متغیر» هایی با روابط مشخص هستند. «سازه» مواردی دربردارنده چند مفهوم با رویکردی انتزاعی، «مفهوم» دارای معنایی انتزاعی از یک بعد خاص و «متغیر» همان مفهوم با قابلیت اندازه‌گیری و عینی شده است. متغیر یک نسخه قابل اندازه‌گیری از مفهوم یا سازه است که می‌تواند دو یا چند مقدار را بپذیرد. گاهی نظریه‌پردازان خود اقدام به خلق متغیر می‌کنند. برای نمونه فریدمن و روزنمن^۱ (۱۹۷۴) اقدام به ایجاد متغیرهای شخصیتی تیپ A و B و گلن^۲ (۱۹۹۵) اقدام به ایجاد متغیر هوش هیجانی کردند. راهبردهای متفاوتی برای ایجاد و خلق متغیرها وجود دارد که یکی از آن‌ها آوردن متغیرها از سطح فردی به سطح زمینه‌ای و بازتعریف آن است. همچنین می‌توان معنای یک اصطلاح را به‌صورت قراردادی تعیین کرد (خنیفر، مصطفی - زاده و همایی لطیف، ۱۳۹۷). درنهایت این بخش داده‌های جمع‌آوری‌شده از منابع و ابزارهای مختلف، قبل از ورود به مرحله تحلیل داده‌ها باید متنی‌سازی و یکدست شود.

1. Friedman & Rosenman
2. Goleman

۴-۴-۴۴. ملاحظات تحلیل داده ها برای نظریه پردازی

پس از ورود داده های جمع آوری شده به شکل متنی به مرحله تحلیل داده ها باید گام های منظمی به شرح جدول ۴۴-۱۱ برای آن برداشت.

جدول ۴۴-۱۱. مراحل تحلیل داده ها برای نظریه پردازی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	صورت بندی مفاهیم	با تأکید بر مفاهیم کلیدی در پدیده مورد بررسی همراه با شناسایی و نام گذاری موارد تعریف نشده
۲	مطالعه با تفکر خلاق	مشاهده دقیق و خلاقانه درباره علل مفاهیم کلیدی همراه با جرقه های ذهنی ناشی از خلاقیت
۳	تعیین تعاریف نظری	مشخص کردن تعاریف نظری همه مفاهیم
۴	تعیین تعاریف عملیاتی	مشخص کردن تعاریف عملیاتی همه مفاهیم
۵	ربط مفاهیم	ربط برخی مفاهیم و ساخت فرضیه با متغیرهای مختلف
۶	ارائه منطق نظری	ارائه دلایل منطقی نظری برای فرضیه ها و لزوم درست تلقی کردن آن ها
۷	ارزیابی دلایل منطقی	اطمینان از کامل و بی نقص بودن دلایل یا در صورت لزوم اصلاح و تقویت آن ها
۸	ساماندهی فرضیه	در نظامی سازمان یافته مانند نمایش منطق شکل گیری یا مدل زبانی (چه کسی، چه چیزی و... می گوید)
۹	بیان نظریه جدید	ارائه نظریه جدید با شکل جذاب، قابل فهم و قابل استفاده

روش های «استقرائی و قیاسی» به تناسب در تحلیل داده ها برای شکل گیری نظریه ها مورد استفاده قرار می گیرند. در روش استقرایی از تعمیم موارد تجربی جزئی مانند مشاهده تکرار در رفتارها برای رسیدن به مفاهیم کلی استفاده می شود. همچنین از روش قیاسی با تأکید بر استدلال در جهت مخالف استقراء مانند بیرون کشیدن گزاره های قابل تجربه از دل مفاهیم کلی استفاده خواهد شد. هرچند دو روش «استقرائی و قیاسی» جنبه های خاصی از کوشش علمی را نشان می دهند اما رسیدن به نظریه مطلوب به «خلاقیت علمی» نیاز دارد. دانشمندان متعددی بر نقش «تخیل خلاق» برای ظهور نظریه های کارآمد تأکید می کنند. برای نمونه انیشتین اعتقاد داشت که «تخیل مهم تر از دانش است». این مسئله به آن معناست که نظریه ها «کشف» نمی شوند بلکه «خلق» می شوند. کشف شدن یعنی اینکه چیزی وجود دارد و ما باید آن را پیدا کنیم اما «خلق» به معنای ایجاد چیز جدیدی است که قبلاً وجود نداشته است. نظریه های جدید، اغلب از ترکیب مبتکرانه تصورات با مفاهیم پرورش یافته قبلی و جداگانه پدید می آید. برخی آن را تنظیم مجدد عناصر کهن در یک هیئت نوین مطرح می کنند. حتی در مواردی این خلاقیت از درک شباهت بین دو وضع یا موقعیت ظاهراً غیرمرتبط ایجاد می شود. برای نمونه «نیوتن با ارتباط دو امر مأنوس افتادن سیب و گردش ماه» و «داروین با شناسایی شباهت بین فشار جمعیت و بقای نوع جانوران» نظریه سازی کردند. درواقع خلاقیت بخش اساسی در فرایند نظریه پردازی است که روش های متعددی برای تقویت آن وجود دارد (خنifer، مصطفی زاده و همایی لطیف، ۱۳۹۷). از مهم ترین مشخصه های لازم برای رسیدن به مهارت خلاقیت، «تمرکز، توانایی حل مسئله و تلاش دائمی» است.

نظریه پرداز باید در ایجاد هرگونه «روابط بین متغیرها» محتاط باشد و بتواند بدون هیچ شک و تردیدی آن را برای دیگران توصیف کند. در مواردی برای شفاف تر شدن روابط بین متغیرها به آزمایش های فکری و ذهنی در تمامی مراحل جمع آوری و هم زمان تحلیل داده ها نیاز است. درمجموع نظریه پرداز همراه با تعیین سازه ها و روابط بین آن ها باید به طور دائم، آن ها را پالایش کند تا بتواند با دقت لازم به نظریه علمی نزدیک شود. پژوهشگر باید برای دفاع از نظریه خود و اثبات آن دلایلی را ارائه کند. با توجه به اینکه او بعد از انجام مراحل مختلفی به این نقطه رسیده است،

باید ضمن جداسازی استدلال‌های مختلف، با یک سیر منطقی از قوی‌تر به ضعیف‌تر آن‌ها را ارائه دهد (خنيفر، مصطفی‌زاده و همایی لطیف، ۱۳۹۷).

۴-۴-۵. ملاحظات بحث و نتیجه‌گیری در نظریه‌پردازی

آگاهی از قوانین استدلال و تبحر در به‌کارگیری الگوهای مناسب، نظریه‌پرداز را در دفاع از نظریه و تأیید آن یاری می‌دهد. اگر نظریه‌پرداز از تفکر نقادانه برخوردار باشد، قطعاً می‌تواند اعتراض‌های احتمالی مخالفان خود را پیش‌بینی کند و از قبل، خود را برای پاسخگویی به آن‌ها آماده کند. آخرین مرحله از مراحل نظریه‌پردازی را مرحله اعلان و ارائه نظریه تشکیل می‌دهد. نظریه باید به‌نحوی بیان شود که بتواند ایده ایجادشده را به‌خوبی به مخاطبانش منتقل کند و آن‌ها را برای پذیرش و استفاده از آن متقاعد نماید. بنابراین نظریه باید با «کمترین، ساده‌ترین و جذاب‌ترین» واژه‌ها بیان شود. نظریه‌پرداز با نتیجه‌گیری از مراحل قبلی، نشان می‌دهد که چگونه نظر او به حل مسئله مطرح‌شده کمک می‌کند. برخی نظریه‌پردازان در گزارش بیان نظریه خود از «یک داستان جالب، حکایت، زندگی واقعی از پدیده موردبررسی یا لطیفه‌ای زیرکانه بهره می‌گیرند. این نوع نوشته علمی هرچقدر از ظرفیت تبلیغی مناسب‌تری برخوردار باشد، احتمال جذب مشتریان بیشتری خواهد داشت. نظریه‌ها را می‌توان به شکل‌های مختلفی چون «شفاهی، انتزاعی، تصویری، جدولی، فهرستی و آماری» ارائه کرد. استفاده از چندین شکل برای ارائه یک نظریه به جلب‌توجه و امکان ارزیابی بهتر آن کمک می‌کند.

وقتی نظریه در عمل اجرا یا در محافل علمی پذیرفته شد و به‌صورت نوعی نظریه باور شده در میان اندیشمندان درآمد، در گذر زمان ممکن است دچار نوعی نابهنجاری شود. به‌عبارت‌دیگر ممکن است در پدیده توضیح رفتار خاصی مبتنی بر نظریه موجود، تغییراتی ایجاد شود که نظریه فعلی قادر به تبیین آن نباشد. در این حالت نظریه دچار نوعی کاستی در تبیین و توصیف می‌شود. برای نمونه نظریه «مزیت نسبی پورتر» در سطح بین‌الملل با تغییر رفتار تجارت بین‌الملل برخی کشورها، قدرت تبیینی خود را تا حد زیادی از دست داد.

۴-۴-۵. ملاحظات ارزیابی کیفیت نظریه‌ها

اغلب نظریه‌ها به زمانی برای پذیرش عمومی نیاز دارند که این زمان وابسته به آزمایش دیگر دانشمندان و بالارفتن تأیید عمومی و در ادامه پذیرش عمومی آن خواهد بود. هیچ نظریه‌ای قطعیت ندارد؛ یک شیمیدان بنام «آرهنیوس»^۱، به دلیل «نظریه تجزیه‌الکترونیکی» جایزه نوبل گرفت و چندی بعد شیمیدان دیگری بنام «دبی»^۲ برای نشان دادن نارسائی‌های نظریه آرهنیوس، جایزه نوبل دریافت کرد! نظریه‌پردازی روندی پیش‌رونده و بی‌پایان است. گاهی نظریه در روند تکاملی خود به سطحی از سودمندی و ظرفیت کاربردی در حل مسائل می‌رسد که به‌عنوان یک نظریه بالغ با پذیرش عمومی بیشتری مواجه می‌شود. این امر حکایت از آن دارد که هر نظریه جدید نسبت به یک پدیده، نگاهی متفاوت به آن را نشان می‌دهد. بنابراین نمی‌توان یک نظریه را به‌راحتی رد یا تأیید کرد اما می‌توان نظریه‌های خوب را

1. Svante August Arrhenius

2. Peter Joseph Deby

با توجه به هر شرایط انتخاب نمود. برای ارزیابی کیفیت نظریه ها می توان از شاخص هایی به شرح جدول ۴۴-۱۲ استفاده کرد (دانایی فرد، ۱۳۸۹؛ خنیفر، مصطفی زاده و همایی لطیف، ۱۳۹۷).

جدول ۴۴-۱۲. انواع شاخص های ارزیابی یک نظریه

ردیف	شاخص ها	توضیح
۱	کاربرد	قابلیت کاربرد و پاسخگویی به نیاز کاربران به ویژه در علوم کاربردی
۲	تعمیم پذیری	میزان پوشش جامعه مخاطب در کاربرد یا میزان کاربرد در شرایط مختلف
۳	دقت	میزان دقت در هنگام استفاده و کاربرد
۴	ارزش	برخوردار از نکته جدید با تأکید بر میزان ارزش افزوده برای علم موجود
۵	سازگاری	تطابق بر اساس میزان مشاهده پذیر کردن مفاهیم و روابط مشخص شده آنها
۶	حل مسئله	قدرت پاسخ روشن به پرسش ها
۷	توصیف	توانایی طبقه بندی داده های قابل مشاهده
۸	تبیین	توصیف و پیش بینی مشاهداتی که هنوز صورت نگرفته به شکل قابل آزمون
۹	پیشگویی	برخوردار از ظرفیت توانایی پیش بینی وقایع
۱۰	رابطه	نمایش رابطه بین متغیرها یا مفاهیم
۱۱	توان تحلیلی	قدرت استفاده تحلیلی در مسائل گوناگون
۱۲	قابلیت تجسم	ظرفیت ایجاد تجسم آن در ذهن
۱۳	انسجام	برخوردار از هماهنگی و یکپارچگی و نداشتن تناقض
۱۴	تراکم دانش	پوشش دهنده انواع نظریه ها و فرضیه های قبلی در همان حوزه
۱۵	سادگی	میزان سادگی در هنگام استفاده و کاربرد

به ندرت نظریه ای از همه شاخص های مورد اشاره برخوردار خواهد بود اما به کمک این شاخص ها می توان کیفیت یک نظریه را مورد ارزیابی قرار داد. البته ارزش همه این شاخص ها یکسان نیست و اغلب کارشناسان برای «تعمیم-پذیری، دقت و کاربرد» آن ارزش بیشتری نسبت به سایر شاخص ها قائل هستند. برخی کارشناسان «اعتبار نظریه» بر اساس «ارزش، سازگاری و قابلیت تعمیم» تعیین می کنند.



روش مطالعات انتقادی

(باتأکید بر نقد کتاب)

هدف کلی: آشنایی با پژوهش به روش مطالعات انتقادی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم مطالعات انتقادی
- آشنایی با ملاحظات نمونه‌گیری در مطالعات انتقادی
- آشنایی با ملاحظات جمع‌آوری اطلاعات در مطالعات انتقادی
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته‌ها در مطالعات انتقادی

مقدمه

یکی از نشانه‌های توسعه علمی توجه به ابعاد سه گانه تفکر یعنی «منطقی، نقادانه و خلاق» است. نقادی در حوزه علوم ابعاد گسترده‌ای دارد که در این فصل به برخی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود.

۴۵-۱. مفهوم مطالعات انتقادی

اشخاص علمی اغلب از سه نوع تفکر «منطقی، نقادانه و خلاق» بهره می‌گیرند. از یک منظر «نقد» تنها «یک فن» مانند منتقدین سینما و از منظری دیگر «یک روش پژوهش» است. هرچند هر دو نوع نقد در جامعه دیده می‌شود اما در این کتاب، تأکید بر «نقد به عنوان یک روش پژوهش» است. در این رویکرد «مطالعات انتقادی» روش پژوهشی کیفی و از نوع «پژوهش فلسفی انتقادی» هستند که بر اساس «فلسفه و منطق» و با «شیوه‌های استدلال مبتنی بر ارزش‌های معیار و راهنما» یا «هنجارهای حاکم بر اندیشه‌ها و اعمال» انجام می‌شود (پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، بی‌تا). «نقد و نقادی» یکی از شاخص‌های توسعه علمی و اجتماعی است. در این راستا «پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی» با معرفی نقد به عنوان روشی پژوهشی، نسبت به پذیرش مقالات علمی در نشریه‌ای تخصصی با عنوان «پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی» اقدام کرده است. با این رویکرد پژوهشی نسبت به نقد، ادامه بحث با تأکید بر «نقد و بررسی متون و کتاب علوم انسانی دانشگاه‌ها» خواهد بود. برای نقد آموزشی می‌توان رویکردهایی به شرح جدول ۴۵-۱ را متوجه قرار داد.

جدول ۴۵-۱. انواع رویکردها در نقد متون آموزشی

ردیف	انواع	نقادی و ارزشیابی بر اساس
۱	روش‌شناسی	تأکید بر نظریه‌های مطالعاتی مانند ژانرشناسی، فمینیسم، دیالکتیک یا واسازی برای نقد اثر
۲	روش مستقل	تأکید بر روش فلسفی انتقادی در ارزیابی اثر از ابعادی چون ظاهری، ساختاری و محتوایی
۳	ساختاری	تأکید بر تناسب اجزای کلیدی در ساختار اثر مانند «مقدمه، متن، نتیجه‌گیری، اجزای متن و ارجاع»
۴	محتوایی	تأکید بر تناسب مبانی نظری مورد استفاده از منظر علمی، اخلاقی، تاریخی و امثال آن
۵	استنتاجی	تأکید بر تناسب هنجارها و معیارهای حاکم بر اثر
۶	توسعه‌ای	تأکید بر ظرفیت اثر در معرفی راه کار یا پیشنهادها مناسب
۷	آزمایشگاهی	تأکید بر کاربردی بودن اثر در محیط‌های کنترل شده آزمایشگاهی یا کلاس‌های آموزشی کنترل شده
۸	طبیعی	تأکید بر کاربردی بودن اثر در محیط‌های کنترل نشده براساس تجربیات زندگی مانند کلاس درس واقعی
۹	ظاهری	تأکید بر تناسب ویژگی‌های ظاهری اثر در کمک به درک محتوا، مانند جلد کتاب یا عکس‌های آن
۱۰	ترکیبی	تأکید بر ترکیبی از محورهای مورد اشاره و بهره‌مندی از انواع روش‌های پژوهش چون «تحلیل محتوا، نشانه-شناسی، آزمایشی، پیمایشی، تطبیقی، دلفی، گروه متمرکز و مطالعه موردی»

بار دیگر یادآوری می‌شود که «روش‌شناسی» بر ظرفیت استفاده از یک نظریه در تحلیل‌ها اشاره دارد و «روش پژوهش» بر الگوهای خاص در فرایند «جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها» تأکید می‌کند. برای نقد متون آموزشی گاهی می‌توان از یک محور و با رویکردی عمیق استفاده کرد و گاهی می‌توان با رویکردی ترکیبی از محورها بهره گرفت. انتخاب این رویکردها به تناسب شرایط و اهداف پژوهشگر بستگی دارد.

۴۵-۲. فرایند اجرای نقد متون آموزشی

الگوهای اجرای نقد آموزشی به شکل‌های مختلفی مطرح می‌شود که یکی از رایج‌ترین و کاربردی‌ترین آن‌ها رویکرد ویلیز (۱۳۸۷) و شامل سه گام «توصیف، تفسیر و ارزیابی» است. مراحل این فرایند را می‌توان در جدول ۴۵-۲ مرور کرد.

جدول ۴۵-۲. فرایند اجرای نقد متون آموزشی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	توصیف اثر	معرفی ویژگی‌های ظاهری، ساختاری و محتوایی
۲	تحلیل و تفسیر اثر	معرفی ساختار و معیارهای نقادی و در ادامه تحلیل و تفسیر اثر با آن‌ها
۳	ارزشیابی اثر	تعیین میزان شایستگی و ارزش کلی یا اجزای اثر همراه با ارائه دلیل و پیشنهادهای اصلاحی

۴۵-۲-۱. مرحله توصیف اثر

توصیف یعنی به تصویر کشیدن کیفیت‌های موجود در برنامه درسی، حقایق اساسی و مهم آن و همچنین زمینه وسیع‌تر پوشش‌دهنده آموزش است. در این بخش کیفیت ویژگی‌های ظاهری، ساختاری و محتوایی به شرح جدول ۴۵-۳ موردتوجه و تأکید قرار می‌گیرد. در برخی منابع ویژگی‌های ظاهری و ساختاری در قالب همان عنوان «ظاهری» مطرح می‌شود.

جدول ۴۵-۳. انواع کیفیت‌های مورد توصیف

ردیف	انواع	توضیح
۱	ظاهری	توصیف شناسه اثر، طرح جلد، صفحه‌آرایی، حروف‌نگاری، رعایت قواعد نگارشی، بهره‌گیری از نمودار، جدول، آمار، مقایسه، تصویر، نقشه
۲	ساختاری	توصیف ساختار اثر مانند کتاب از ابعادی چون: پیشگفتار، فهرست مطالب، اهداف آموزشی فصل، مقدمه فصل، عنوان‌بندی مناسب در فصل، خلاصه فصل، آزمون و انواع تمرین
۳	محتوایی	توصیف محتوای اثر از ابعادی چون قابل فهم بودن مطالب، مرتبط بودن سرفصل‌ها، وجود مبانی نظری مناسب، داشتن ایده نو، توجه به مفروضاتی چون سطح توانایی خواننده اثر و دیگر موارد مشابه

۴۵-۲-۲. مرحله تحلیل و تفسیر اثر

تفسیر به معنای نسبت دادن معانی به موقعیت است. این معانی بر اساس یک بافت تاریخی، نظریه‌های مختلف علمی و غیره تدوین شوند. در این مرحله سه اقدام اساسی به شرح جدول ۴۵-۴ انجام می‌شود.

جدول ۴۵-۴. اقدامات مرحله تحلیل و تفسیر اثر

ردیف	اقدام	توضیح
۱	تبیین ساختار نقد	بیان روش‌شناسی نقد و رویکردهای سنتی، اثبات‌گرایانه، استعلایی، پست‌مدرن یا دیگر موارد
۲	تبیین معیارها	بیان معیارهای مورد استفاده برای نمونه در نقادی آموزشی می‌توان به «نظم منطقی و انسجام کلی و درون فصلی»، «اعتبار علمی و روزآمدی مطالب و منابع»، «استناددهی و ارجاعات»، «علمی بودن و امانت‌داری»، «بررسی، تحلیل و نقادی علمی مسئله»، «کمیت، کیفیت و بی‌طرفی علمی»، «نوآورانه بودن»، «سازواری با مبانی و پیش‌فرض‌های علمی و پژوهشی»، «ارزش‌های اسلامی و اصول دینی و فرهنگی»، «جامعیت»، «تناسب با اهداف درسی و آخرین سرفصل‌های مصوب»، «معادل‌سازی و کاربرد اصطلاحات تخصصی»، «پاسخگویی به نیازهای علمی و کاربردی کشور»، «تناسب اثر با توانایی‌ها، استعدادها، نیازها، رغبت‌ها و علایق یادگیرندگان» و دیگر موارد مدنظر نقاد اشاره داشت.
	تحلیل و تفسیر با معیارها	تحلیل و تفسیر اثر موردنظر بر اساس معیارهای تعیین و معرفی شده در مرحله قبل همراه با معرفی مزایا و معایب اثر به صورت مستند

۴۵-۲-۳. مرحله ارزشیابی و قضاوت درباره اثر

در این مرحله نقاد به تعیین میزان شایستگی و ارزش کلی اثر یا اجزای آن و همچنین دلایل این شایستگی یا عدم شایستگی پرداخته و در نهایت توصیه و پیشنهادهای اصلاحی خود را برای بهتر شدن اثر ارائه می‌کند.

۴۵-۳. ملاحظات نمونه‌گیری، جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل یافته‌ها

از آنجایی که روش نقد اغلب با رویکرد کیفی صورت می‌گیرد، بیشتر از روش‌های نمونه‌گیری غیرتصادفی و بیشتر نمونه موردی بر اساس ملاحظات انتخاب یک کتاب یا متن دانشگاهی انجام می‌شود. جمع‌آوری اطلاعات اغلب از طریق سیاهه یادداشت‌برداری انجام می‌شود. تحلیل یافته‌ها در دو گام توصیف و تفسیر اثر ارائه می‌شود.

۴۵-۴. ساختار نگارش مقاله انتقادی درباره متون و کتب دانشگاهی

از آنجایی که برونداد و محصول نقادی متون و کتب درسی، «مقاله علمی» و قابل نشر در نشریات علمی است باید ساختارهای مقاله‌های علمی را رعایت کند. «پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی وزارت عتف» در این راستا در راهنمایی به معرفی چگونگی ساختار یک مقاله انتقادی به شرح جدول ۴۵-۵ پرداخته است.

جدول ۴۵-۵. ساختار نگارش مقاله انتقادی

ردیف	محورها	توضیح
۱	عنوان	به صورت «نقدی بر کتاب ...»
۲	چکیده و واژگان کلیدی	خلاصه‌ای از هدف، روش‌شناسی و مهم‌ترین یافته‌ها و در ادامه حداقل کلمه مناسب برای شناسایی شدن در جستجوهای سایر پژوهشگران
۳	مقدمه و بیان مسئله	همانند مقالات علمی، مسئله نقادی اثر مدنظر آورده می‌شود.
۴	روش‌شناسی	معرفی روش پژوهش، جامعه و نمونه، ابزار و روش تحلیل اطلاعات انجام می‌شود. اغلب روش «پژوهش فلسفی انتقادی» با سه‌گام «توصیف، تفسیر و ارزشیابی» با نمونه‌گیری موردی است.
۵	تحلیل یافته‌ها	نگارش مطالب دو گام توصیف و تفسیر شامل الف) توصیف: از دو بعد ظاهری، ساختاری و محتوایی اثر، ب) تفسیر اثر بر اساس ساختار و معیارهای منتخب
۶	جمع‌بندی و نتیجه‌گیری	نگارش «قضاوت یا ارزشیابی» و بیان مزایا و معایب اثر در هر یک از معیارهای انتخابی نقد و در ادامه جمع‌بندی بر اساس آن‌ها شامل ارزشیابی اثر و ارائه توصیه‌های لازم
۷	منابع	ارائه منابع استفاده‌شده در مقاله

در کادر شکل ۴۵-۱ نمونه‌ای از نگارش یک مقاله انتقادی بر اساس الگوی نگارش نشریه پژوهش‌نامه انتقادی متعلق به «پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی وزارت عتف» ارائه شده است. برای گرفتن الگوهای بیشتر و متنوع‌تر می‌توان به مقاله‌های منتشرشده بر روی وبگاه این نشریه به نشانی <http://criticalstudy.ihs.ac.ir> مراجعه کرد.

نقدی بر کتاب «مبانی بازاریابی ورزشی»

حمید قاسمی (دانشیار گروه مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور تهران)

چکیده

هدف پژوهش حاضر، نقادی بر ترجمه کتاب «مبانی بازاریابی ورزشی» اثر «برندا پیتز و دیوید استاتلر» بود. این کتاب توسط «سیدمرتضی عظیم‌زاده، فاطمه حیدری و ابوالقاسم بزم‌آرا» ترجمه و در انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد در سال ۱۳۹۶ چاپ شده است. برای نقد اثر از روش کاوشگری فلسفی انتقادی استفاده شد و رویکرد کتاب تحلیل ترجمه کتاب اصلی بود. ابزار نقد اثر مذکور کاربردگر نقد کتب درسی و دانشگاهی شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی بود. برای تحلیل اطلاعات نیز از تحلیل محتوای کیفی استفاده شد. بر اساس یافته‌ها، مزایا در نقد شکلی کتاب شامل «طرح جلد، حروف‌نگاری، کیفیت چاپ و صحافی مناسب» بود. بر اساس کاربردگر مورد اشاره مزایای محتوایی شامل برخورداری کتاب از «تناسب محتوای کتاب با اهداف درس موردنظر و پوشش بسیاری از سرفصل‌های مصوب شورای تحول برای درس مورد اشاره»، «همخوانی کتاب با سطح علمی دانشجویان»، «استفاده مناسب از ابزارهای علمی مختلف» و «پاسخگویی به نیازهای علمی و کاربردی جامعه» بود. از کاستی‌ها و معایب کتاب مورد بررسی می‌توان به «یکدست‌نبودن نوشتار برخی کلمات»، «همسان نبودن ترجمه برخی کلمات» و «متناسب نبودن تصویر روی جلد با عنوان» اشاره کرد. همچنین برخی از مفاهیم به‌خوبی تبیین نشده و توضیحات تفصیلی و تشریحی از سوی مترجم ارائه نشده است. درمجموع اثر مورد بررسی یکی از بهترین کتاب‌های ترجمه‌شده در حوزه مبانی بازاریابی ورزشی است.

واژگان کلیدی: نقد، کتاب، بازاریابی ورزشی، برندا پیتز، دیوید استاتلر، سید مرتضی عظیم‌زاده

۱. مقدمه

کتاب به‌عنوان نخستین رسانه جمعی، همواره مورد توجه و تأکید فراوان اهالی علم و دانش است. اهمیت این رسانه تا جایی است که در موارد متعددی که کتابی توسط یک فرد صاحب‌نظر تولید و نشر می‌شود، مورد نقد و تحلیل سایر کارشناسان قرار می‌گیرد. ... بنابراین شناسایی مزایا و معایب این منبع درسی آموزشی رشته مدیریت ورزشی و گرایش بازاریابی ورزشی منتشرشده توسط دانشگاه فردوسی مشهد موضوعی است که این مقاله درصدد بررسی آن است.

۲. روش‌شناسی

برای بررسی موضوع از روش «پژوهش فلسفی انتقادی» استفاده شد.... در این مقاله مراحل پژوهش فلسفی انتقادی با مراحل نقادی آموزشی تلفیق و قالب کلی نقادی شامل مراحل سه گانه الف) توصیف و تشریح کتاب، ب) تفسیر کتاب و ج) ارزیابی و تعیین کارایی کتاب در قالب جدول ۱ در نظر گرفته شد.

جدول ۱. الگوی مورد استفاده در نقد کتاب

۱-توصیف و تشریح	۲-تفسیر	۳-ارزیابی و تعیین کارایی
- معرفی کتاب	- تحلیل و تفسیر کتاب بر اساس معیار مشخص شده	- تعیین نقاط قوت و ضعف کتاب - قضاوت درباره کتاب

مورد مطالعه در این مقاله ترجمه کتاب «مبانی بازاریابی» ورزشی بود که از طریق کاربرد نقد کتب درسی دانشگاهی شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی دانشگاهها مورد بررسی قرار گرفت....

۳. یافته‌ها

متناسب با مراحل کاوشگری فلسفی انتقادی، یافته‌های مربوط به سؤالات به شرح ادامه بود. بدیهی است که کتاب حاضر ترجمه‌ای از کتابی معتبر از زبان انگلیسی به فارسی است که نقد حاضر بر اساس ترجمه حاضر به عنوان یک منبع درسی انجام شده است.

۱-۳. معرفی کتاب

کتاب مبانی بازاریابی ورزشی اثر «برندا پیتز و دیوید استاتلر»^۱ است که چاپ چهارم این کتاب در سال ۲۰۱۲ توسط سید مرتضی عظیم زاده، فاطمه حیدری و ابوالقاسم بزم‌آرا ترجمه، توسط محمد کشتی دار ویراستاری علمی و در سال ۱۳۹۶ توسط انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد منتشر شده است. خانم دکتر برندا پیتز عضو هیئت علمی دانشگاه ایالتی جرجیای آمریکا و از چهره‌های برجسته مدیریت ورزشی و بازاریابی ورزشی است که

۲-۳. تحلیل و تفسیر کتاب

در ساختار کتاب اصول اصلی مبنایی به خوبی رعایت شده است. در ادامه فهرست مطالب با جزئیات هر فصل ارائه می‌شود که این امر امکان جستجوی موضوعی در زیر هر عنوان از فصل‌ها را فراهم می‌کند....

فصل اول کتاب با عنوان «صنعت تجارت ورزش» ارائه شده است. یکی از رویکردهای مهم در نوشتن کتاب برای جذب مخاطب آن است که فصل اول به شکلی جذاب و روان‌تر از سایر فصول نوشته شود تا.... فصل دوم کتاب با عنوان «بازار جهانی ورزش» به شکلی روان و اشکالاتی بسیار کمتر از فصل اول است. محتوای این فصل درباره بازاریابی بین‌المللی ورزشی از موضوعات مهمی است که به نظر می‌رسد زودتر از موعد به آن پرداخته شده است.... فصل پانزدهم و پایانی کتاب با عنوان ...

۳-۳. ارزیابی و تعیین کارایی اثر

نظم و انسجام درونی کتاب دربرگیرنده دو بعد نظم و انسجام کلی اثر و نظم و انسجام درون فصلی است. از نظر نظم و انسجام کلی، در ساختار کلی کتاب اغلب بخش‌های ضروری لحاظ شده است و تنها مورد قابل تأمل ...

۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

کتاب درسی به عنوان مهم‌ترین ماده آموزشی، بخش زیادی از زمان آموزش را به خود اختصاص می‌دهد و محور اصلی فعالیت‌های یاددهی و یادگیری در فرایند آموزشی است... درمجموع کتاب «مبانی بازاریابی ورزشی» مورد بررسی یکی از بهترین کتاب‌های ترجمه شده به زبان فارسی در این حوزه است....

منابع

۱. آرمن، محمد و ملکی، حسن (۱۳۹۱). مقدمه‌ای بر شیوه طراحی و تألیف کتاب درسی دانشگاهی. تهران: سمت....

2. Mukundan, Jayakaran (2014). Evaluation of Malaysian primary English language textbooks. *Advances in Language and Literary Studies*, 5(5), 5-9....

شکل ۴۵-۱. نمونه نگارش مقاله انتقادی درباره کتاب درسی

۴۵-۵. مقاله نقد برای انواع آثار ادبی و هنری

برای نوشتن مقاله نقد برای انواع آثاری چون «شعر، داستان، نمایشنامه، موسیقی، فیلم و دیگر موارد مشابه» می‌توان از الگویی به شرح جدول ۴۵-۶ استفاده کرد.

جدول ۴۵-۶. الگوی نگارش مقاله انتقادی برای انواع آثار ادبی و هنری

ردیف	محورها	توضیح
۱	مقدمه	الف) معرفی اجمالی اثر ادبی یا هنری ب) خلاصه اثر در یک پاراگراف کوتاه ج) ارائه اطلاعات پیشین در ارتباط با ایده مقاله د) وقایع زندگینامه‌ای صاحب اثر و مرتبط با تحلیل اثر ه) نقل قول و بیان آراء از مراجع معتبر و) بیان دیدگاه ناقد درباره اثر در یک عبارت کوتاه
۲	بدنه	تنظیم بخش‌های تحلیل بر اساس عناصر سازنده متن مانند «تصویر، موضوع، شخصیت‌پردازی، ساختار، نمادگرایی، روایت، زبان و امثال آن»
۳	نتیجه	الف) تمرکز بر نویسنده اثر زیرا در بدنه مقاله به‌طور مفصل درباره عناصر تحلیل توضیح داده شده ب) نشان دادن سهم ناقد در انطباق با ایده مقاله

۴۵-۶. مقاله موضع‌گیری

برای نوشتن مقاله موضع‌گیری یا بیان دیدگاه خود در قبال مسئله‌ای در «فلسفه، مذهب، علوم سیاسی و دیگر موضوعات مشابه» می‌توان از الگویی به شرح جدول ۴۵-۷ استفاده کرد (فتوحی، ۱۳۸۵).

جدول ۴۵-۷. الگوی نگارش مقاله موضع‌گیری در قبال مسئله‌ای خاص در فلسفه، مذهب یا علوم سیاسی

ردیف	محورها	توضیح
۱	مقدمه	الف) خلاصه‌ای از مسئله یا بیان مسئله یا موضوع مورد جدل به شکل کوتاه ب) تعریف اصطلاحات کلیدی ج) نقل قول و بیان آراء صاحب‌نظران برای جدلی کردن موضوع د) اطلاعات پیشین درباره مسائل مربوط به گذشته و حال موضوع ه) ارائه یک نظر برای طرح عقیده شخصی
۲	بدنه	الف) ارائه استدلال‌ها در دفاع از یک‌طرف بحث ب) تحلیل دیدگاه‌های دو طرف موافق و مخالف ج) ارائه اسناد و نقل قول‌ها از منابع مناسب و مرتبط با موضوع
۳	نتیجه	بازگویی ایده شخصی به‌منظور تأکید بر موضع واحدی که به‌طور منطقی در خلال بحث و تحلیل شکل گرفته



روش پژوهش

نظریه سیستم های خاکستری

هدف کلی: آشنایی با نظریه سیستم های خاکستری

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفاهیم پایه ای نظریه سیستم های خاکستری
- آشنایی با اعداد و عملگرهای خاکستری

مقدمه

در دنیای واقعی داده‌های جمع‌آوری شده اغلب شامل عدم قطعیت هستند، بنابراین به‌کارگیری روش‌های قطعی در محیط نادقیق به‌منظور تصمیم‌سازی بهینه مناسب نخواهد بود. رویکردهای مختلفی در زمینه مواجهه با عدم قطعیت معرفی شده است. زمانی که نتوان تابع توزیع یا تابع عضویت را به‌دلیل کمبود داده‌ها یا اطلاعات ناقص مشخص یا استخراج کرد، بررسی و مطالعه نظریه توسعه‌یافته‌ای همچون نظریه سیستم‌های خاکستری موردتوجه قرار می‌گیرد. در این فصل به معرفی این روش پرداخته می‌شود.

۴۶-۱. نظریه سیستم خاکستری

در دنیای واقعی سیستم‌هایی هستند که از نمونه‌های کوچک استفاده می‌کنند و دارای اطلاعات کافی نیستند. نظریه سیستم‌های خاکستری رویکرد جدیدی در محیط عدم قطعیت است که تمرکز آن بر روی مسئله‌هایی است که از نمونه‌های کوچک و اطلاعات ناقص استفاده می‌کنند. این مسئله‌ها باعث شده است که استفاده از سیستم‌های خاکستری در دنیای امروزی کاربرد زیادی داشته باشند. در میان سیستم‌های غیرقطعی، این روش کارایی مناسبی در استخراج و استفاده از داده‌ها دارد و همین مسئله موجب استفاده بیشتر از سیستم‌های خاکستری در دنیای امروزی شده است. در جهان واقعی سیستم‌های غیرقطعی زیادی با اطلاعات تاحدی شناخته و ناشناخته وجود دارد که منابع تحقیقاتی گسترده‌ای برای توسعه نظریه سیستم‌ها محسوب می‌شود. نظریه سیستم‌های خاکستری یکی از روش‌های پیشرو در تحلیل ریاضی سیستم‌هایی با اطلاعات غیرقطعی است. هریک از سیستم‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، کشاورزی، صنعتی یا زیستی را براساس زمینه‌های پژوهشی آن‌ها نام‌گذاری می‌کنند. با توجه به میزان قطعیت موجود در مطالعه سیستم‌ها می‌توان از رنگ‌ها برای نام‌گذاری و نمایش سیستم استفاده نمود. سیستم خاکستری را بر اساس رنگ عناصر وابسته به آن نام‌گذاری کرده‌اند. در نظریه کنترل اصولاً تیرگی رنگ‌ها اشاره به میزان شفافیت اطلاعات دارد. بر این اساس می‌توان شفافیت اطلاعات را در سه دسته به شرح جدول ۴۶-۱ دسته‌بندی کرد.

جدول ۴۶-۱. انواع شفافیت اطلاعات بر اساس رنگ‌ها

ردیف	انواع	توضیح
۱	سیستم سیاه	داده‌های مربوطه، روابط درونی میان آن‌ها و ساختار آن کاملاً ناشناخته است.
۲	سیستم سفید	شناخت افراد نسبت به آن و نیز اطلاعات در مورد آن کامل است.
۳	سیستم خاکستری	نه کاملاً ناشناخته و نه کاملاً شناخته‌شده هستند (اطلاعات در مورد آن‌ها ناقص است).

جدول ۴۶-۲ به مقایسه جنبه‌های مختلف این سه نوع سیستم اشاره دارد.

جدول ۴۶-۲. مقایسه سیستم‌های سفید، خاکستری و سیاه

ردیف	محورها	سیستم سفید	سیستم خاکستری	سیستم سیاه
۱	میزان اطلاعات	کاملاً مشخص شده	شناخت ناقص	کاملاً ناشناخته
۲	ظاهر	روشن	خاکستری	تیره
۳	ویژگی	نظم	پیچیدگی	آشفته‌گی
۴	فرآیند	قدیمی	جایگزینی قدیمی با جدید	جدید
۵	نتیجه	جواب منحصر به فرد/مشخص	جواب چندگانه	بدون جواب
۶	روش‌شناسی	مثبت	انتقال	منفی
۷	گرایش	تسلسل	تساهل	افراط

هدف نظریه سیستم‌های خاکستری و کاربردهای آن ایجاد پلی میان علوم اجتماعی و علوم طبیعی است که در آن خاکستری به مفهوم اطلاعات اندک، ناقص و عدم اطمینان است. از این رو، پیوند این نظریه با روش‌های تصمیم‌گیری می‌تواند تا حدود زیادی پاسخگوی چالش کمبود اطلاعات باشد.

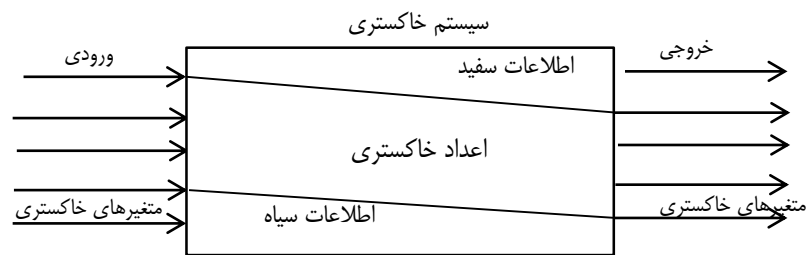
در سال ۱۹۸۲، اولین مقاله محقق چینی به نام «جولانگ دنگ» در زمینه سیستم‌های خاکستری تحت عنوان برنامه کنترل سیستم خاکستری که در مجله سیستم و کنترل منتشر شد. این مقاله نشان از پیدایش سیستم‌های خاکستری به عنوان یک موضوع مطالعاتی جدید دارد که با تلاش‌های ارزشمند آغازگر این نظریه و پژوهشگران دیگر در طول سال‌ها حمایت شد.

در مدت کوتاهی قریب به دو دهه، نظریه سیستم‌های خاکستری به سرعت رشد و گسترش یافت و به طور گسترده‌ای در ارزیابی سیستم‌ها، مدل‌سازی، پیش‌بینی، تصمیم‌گیری، کنترل و بهینه‌سازی به کار گرفته شد و نتایج قابل توجهی نیز ارائه کرد. نظریه خاکستری به دلیل مواجهه با مسائل نیمه پیچیده و غیرقطعی از جایگاه بالایی برخوردار است و به منظور حل مسائل پیچیده در شرایط عدم قطعیت می‌توان از ریاضیات غیرخطی بهره برد. در طول بیش از سی سال توسعه نظریه سیستم‌های خاکستری، امروزه این نظریه تبدیل به شاخه علمی جدیدی شده است که ساختار نظریه آن از اجزایی به شرح جدول ۴۶-۳ تشکیل یافته است.

جدول ۴۶-۳. اجزای روش نظریه خاکستری

ردیف	اجزا	توضیح
۱	توسعه نظری سیستم	مبتنی بر «عملیات جبری خاکستری، معادلات خاکستری، ماتریس خاکستری»
۲	ارزیابی و تحلیل سیستم	بر پایه فضاهای امکان خاکستری و ارزیابی‌های خوشه‌بندی خاکستری
۳	مدل‌سازی	مدل‌های ترکیبی خاکستری به منظور دست‌یابی به نتایج کاربردی به طور نوآورانه
۴	پیش‌بینی	پیش‌بینی سیستم حول مفهوم $GM(1,1)$
۵	تصمیم‌گیری	به صورت مدل‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه خاکستری
۶	کنترل	روشی بر پایه عملگرهای توالی خاکستری
۷	بهینه‌سازی	شامل برنامه‌ریزی خاکستری، تحلیل‌های ورودی-خروجی خاکستری، کنترل خاکستری و نظریه بازی‌های خاکستری

سیستم خاکستری به عنوان اطلاعات نادقیق ارائه شده به وسیله یک عدد خاکستری و متغیرهای خاکستری تعریف می شود. مفهوم یک سیستم خاکستری در شکل ۴۶-۱ نشان داده شده است.



شکل ۴۶-۱. مفهوم یک سیستم خاکستری

فرض کنیم X مجموعه مرجع باشد. آنگاه مجموعه خاکستری G از مجموعه مرجع X با دو نماد $\bar{\mu}_G(x)$ و $\underline{\mu}_G(x)$ به صورت زیر تعریف می شود:

$$\bar{\mu}_G(x) : x \rightarrow [0,1]$$

$$\underline{\mu}_G(x) : x \rightarrow [0,1]$$

که در آن $\bar{\mu}_G(x) \geq \underline{\mu}_G(x)$ و $x \in X$ و $X = R$ است. $\bar{\mu}_G(x)$ و $\underline{\mu}_G(x)$ به ترتیب حد بالا و حد پایین از تابع عضویت G می باشند. هنگامی که داشته باشیم: $\bar{\mu}_G(x) = \underline{\mu}_G(x)$ ، آنگاه مجموعه خاکستری G به مجموعه فازی تبدیل می شود. این قابلیت نشان دهنده شمول نظریه سیستم خاکستری به حالت های فازی و انعطاف آن در مواجهه با مسائل فازی است (دنگ، ۱۹۸۲؛ دنگ، ۱۹۸۲؛ لی و لین، ۲۰۱۴؛ لیو و لین، ۲۰۰۶؛ لیو و لین، ۲۰۱۱؛ یانگ، ژی و فورست، ۲۰۱۶؛ یانگ و جان، ۲۰۱۲؛ وو، ۲۰۱۳).

۴۶-۲. اعداد و عملگرهای خاکستری

عدد خاکستری عددی است که مقدار دقیق آن معلوم نیست اما محدوده ای که در آن قرار می گیرد مشخص است. در حقیقت، عدد خاکستری عددی غیرقطعی است که مقدار ممکن خود را از یک بازه یا مجموعه ای از اعداد اتخاذ می کند. در ادامه انواع مختلف اعداد خاکستری معرفی می شوند.

۴۶-۲-۱. اعداد خاکستری با کران پایین: اعداد خاکستری با کران پایین اما بدون کران بالا که به صورت $\tilde{x} \in G$ یا $G(\tilde{x})$ و نشان داده می شود که $\tilde{x}$ نمایش کران پایین عدد خاکستری G است که مقدار ثابتی است. برای مثال، وزن درخت زنده عدد خاکستری با کران پایین است؛ زیرا وزن درخت باید بزرگتر از صفر باشد. هرچند، مقدار دقیق وزن آن با وسایل معمول قابل دستیابی نیست. اگر نماد G را برای نمایش وزن درخت بکار ببریم، خواهیم داشت: $\tilde{x} \in G$.

۴۶-۲-۲. عدد خاکستری با کران بالا: عدد خاکستری با کران بالا به صورت $G(\bar{a})$ و یا $[\bar{a}]$ نوشته می‌شود که $\bar{a}$ بیانگر کران بالای عدد خاکستری G و مقدار ثابتی است. برای مثال، برای بودجه سرمایه‌گذاری، اغلب یک کران بالا برای مقدار ماکزیمم هزینه‌ای قابل مصرف وجود دارد.

۴۶-۲-۳. اعداد خاکستری بازه‌ای: عدد خاکستری با دو کران بالا $\bar{a}$ و پایین $\underline{a}$ عدد خاکستری بازه‌ای نامیده می‌شود و به صورت $[a, \bar{a}]$ یا G نشان می‌دهند. برای مثال، وزن یک بسته پستی بین ۲۰ تا ۲۵ کیلوگرم است.

۴۶-۲-۴. اعداد سیاه و سفید: وقتی $\bar{a} = \underline{a}$ باشد، عدد خاکستری G سیاه می‌نامند، وقتی $\bar{a} > \underline{a}$ باشد، عدد خاکستری G سفید نامیده می‌شود.

اگر دو عدد خاکستری $G_1 = [a_1, \bar{a}_1]$ و $G_2 = [a_2, \bar{a}_2]$ با فرض $\underline{a}_1 < \bar{a}_1$ و $\underline{a}_2 < \bar{a}_2$ باشند، می‌توان مفاهیم مربوط به روابط بین اعداد خاکستری را برای اعداد خاکستری بازه‌ای به صورت زیر بیان کرد:

(الف) مجموع دو عدد خاکستری $G_1 + G_2 = [a_1 + a_2, \bar{a}_1 + \bar{a}_2]$

(ب) قرینه عدد خاکستری G_2 $[-\bar{a}_2, -a_2]$ و G_1 $[-\bar{a}_1, -a_1]$

(ج) تفاضل دو عدد خاکستری $G_1 - G_2 = [a_1 - \bar{a}_2, \bar{a}_1 - a_2]$

(د) حاصل ضرب دو عدد خاکستری $G_1 \otimes G_2 \in [\min(a_1 a_2, \bar{a}_1 a_2, a_1 \bar{a}_2, \bar{a}_1 a_2), \max(a_1 a_2, \bar{a}_1 a_2, a_1 \bar{a}_2, \bar{a}_1 a_2)]$

(ه) وارون عدد خاکستری $G^{-1} = [\frac{1}{\bar{a}}, \frac{1}{a}]$ ، $\underline{a}^{-1} > 0$ ، $\bar{a}^{-1} > 0$ ، $\bar{a} \cdot a > 0$

$G^{-1} = [\frac{1}{\bar{a}}, \frac{1}{a}]$ ، $\underline{a}^{-1} > 0$ ، $\bar{a}^{-1} > 0$ ، $\bar{a} \cdot a < 0$

(و) تقسیم دو عدد خاکستری $G_1 \oslash G_2 = [a_1, \bar{a}_1] \oslash [a_2, \bar{a}_2] = [\frac{a_1}{\bar{a}_2}, \frac{\bar{a}_1}{a_2}]$ ، $\min(\frac{\bar{a}_1}{\bar{a}_2}, \frac{a_1}{\bar{a}_2}, \frac{\bar{a}_1}{a_2}, \frac{a_1}{a_2})$ ، $\max(\frac{\bar{a}_1}{\bar{a}_2}, \frac{a_1}{\bar{a}_2}, \frac{\bar{a}_1}{a_2}, \frac{a_1}{a_2})$

(ز) حاصل ضرب عدد اسکالر حقیقی در عدد خاکستری: اگر k یک عدد حقیقی مثبت باشد، ضرب عددی آن در

مجموعه خاکستری $G \otimes k = [k\bar{a}, k\underline{a}]$ ، $k < 0$ $k \cdot G = [k\underline{a}, k\bar{a}]$ ، $k > 0$ به صورت زیر خواهد بود:

(ح) اگر k یک عدد حقیقی مثبت باشد، توان k ام عدد خاکستری $G \otimes k = [\underline{a}^k, \bar{a}^k]$ ، $k > 0$ خواهد بود.

(ط) اگر $G_1 = [a_1, \bar{a}_1]$ و $G_2 = [a_2, \bar{a}_2]$ دو عدد خاکستری باشند، فاصله اقلیدسی بین دو عدد خاکستری G_1 و G_2

و G_2 عبارت است از $d(G_1, G_2) = \sqrt{\frac{1}{2}[(a_1 - a_2)^2 + (\bar{a}_1 - \bar{a}_2)^2]}$

(ی) طول عدد خاکستری G را با نماد $L(G)$ نشان داده و به صورت $L(G) = |\bar{a} - \underline{a}|$ تعریف می‌شود.

۴۶-۳. ترتیب اعداد خاکستری

لازمه تصمیم‌گیری میان دو عدد، چه در حالت قطعی، فازی و یا خاکستری آن است که بتوان مقایسه نسبی میان آن دو انجام داد. در حالت‌های قطعی، مقایسه کوچک‌تر یا بزرگ‌تر بودن دو عدد از هم طبق قواعد و قراردادهای ریاضی موجود، امری ساده و به‌دور از پیچیدگی‌های احتمالی است. روش‌های کلاسیک متعددی نیز به این منظور شکل گرفته‌اند که اکثر آنان سعی در حل مسائل تصمیم‌گیری در شرایط چندهدفه، چندمعیاره و یا چندشاخصه دارند. اما در دنیای واقعی و باوجود معیارها و شاخص‌های کیفی، دیگر استفاده از اعداد قطعی و کمی نمی‌توانست صحت مدل و نتایج حاصل از آن را تأیید کند. شاید تصمیم به خروج از حالت‌های باینری و صفر و یک و یا سیاه‌وسفید از ابتدا نیز در ذهن آدمی بوده است، که با ظهور منطق فازی در سال ۱۹۶۵ به واقعیت پیوست. پس‌ازآن و با تکمیل این روش و تحقیقات بسیاری که به‌صورت بنیادی و کاربردی در زمینه تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت فازی صورت پذیرفت، بیش‌ازپیش بر محبوبیت روش فازی افزوده شد. اما مواردی که باعث شکل‌گیری روش خاکستری و به‌دنبال آن روش‌های تصمیم‌گیری مبتنی بر اعداد و روابط خاکستری گردید، شمول آن بر مجموعه‌های فازی و دیگری عدم نیاز آن به تشکیل ماتریس مقایسات زوجی (بالأخص در مواقعی که تعداد شاخص‌ها و یا معیارها زیاد بوده و عملاً تعداد مقایسات بسیار زیاد خواهد بود) می‌باشد. اما پرفسور دنگ یکی از دلایل مهم در شکل‌گیری این روش تصمیم‌گیری را تلاش در جهت رسیدن به بهینه‌ترین جواب ممکن عنوان کرده است. مقایسه و قضاوت در خصوص ترتیب یا به عبارت بهتر بزرگی و کوچکی اعداد خاکستری به‌سادگی و سهولت مقایسه اعداد قطعی صورت نمی‌پذیرد. ترتیب اعداد خاکستری در حل مسائل تصمیم‌گیری بسیار مهم است.

۴۶-۴. درجه امکان خاکستری

اگر دو عدد خاکستری $G_1 = [\underline{a}_1, \bar{a}_1]$ و $G_2 = [\underline{a}_2, \bar{a}_2]$ با فرض $\underline{a}_1 < \bar{a}_1$ و $\underline{a}_2 < \bar{a}_2$ مفروض باشند، درجه‌ی امکان خاکستری این که $G_1 \leq G_2$ را می‌توان به‌صورت زیر تعریف نمود:

$$P\{G_1 \leq G_2\} = \frac{\max(0, L^* - \max(0, \bar{a}_1 - \underline{a}_2))}{L^*}$$

که در رابطه اخیر L^* به‌صورت $L^* = L(G_1) + L(G_2)$ محاسبه می‌شود. منظور از $L(G_1)$ طول عدد خاکستری G_1 است که به‌صورت $L(G_1) = \bar{a}_1 - \underline{a}_1$ و $L(G_2) = \bar{a}_2 - \underline{a}_2$ تعریف می‌شود.

با توجه به وضعیت اعداد خاکستری G_1 و G_2 نسبت به هم چهار حالت زیر را خواهیم داشت:

الف) اگر $\underline{a}_1 = \underline{a}_2$ و $\bar{a}_1 = \bar{a}_2$ باشد، می‌توان گفت G_1 برابر با G_2 است که آن را به‌صورت $G_1 = G_2$ نشان

می‌دهیم. در این صورت داریم: $P\{G_1 \leq G_2\} = 0.5$

ب) اگر $\underline{a}_2 > \bar{a}_1$ باشد، آنگاه می‌توان گفت G_2 بزرگ‌تر از G_1 است که آن را به‌صورت $G_1 < G_2$ نمایش

می‌دهیم. در این صورت داریم: $P\{G_1 \leq G_2\} = 1$

ج) اگر $\bar{a}_2 < \underline{a}_1$ باشد، آنگاه می‌توان گفت G_2 کوچک‌تر از G_1 است که آن را به‌صورت $G_2 < G_1$ نمایش

می‌دهیم. در این صورت داریم: $P\{G_1 \leq G_2\} = 0$

(د) اگر $G_1 \otimes$ و $G_2 \otimes$ غیرقابل تفکیک (دارای بخش‌های مشترک) باشند آنگاه اگر $P\{G_1 \otimes G_2\} > 0.5$ باشد، می‌توان گفت $G_2 \otimes$ بزرگ‌تر از $G_1 \otimes$ است و اگر $P\{G_1 \otimes G_2\} < 0.5$ باشد می‌توان گفت $G_2 \otimes$ کوچک‌تر از $G_1 \otimes$ است.

۴۶-۵. ماتریس تصمیم خاکستری

در بسیاری از تکنیک‌های تصمیم‌گیری از ماتریس‌ها استفاده می‌شود که اساس و پایه این روش‌ها است. معمولاً مسائل تصمیم‌گیری چند شاخصه به‌طور رسمی در قالب ماتریس تحت عنوان ماتریس تصمیم‌گیری تعریف می‌شوند.

شاخص گزینه	C_1	C_2	$\vdots$	C_n
A_1	r_{11}	r_{12}	$\vdots$	r_{1n}
A_2	r_{21}	r_{22}	$\vdots$	r_{2n}
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
A_m	r_{m1}	r_{m2}	$\vdots$	r_{mn}

شکل ۴۶-۲. ماتریس تصمیم‌گیری

در شکل بالا $A = \{A_1, A_2, \dots, A_m\}$ مجموعه متناهی اقدامات و $C = \{C_1, C_2, \dots, C_n\}$ مجموعه معیارهای مسئله است. عنصر r_{ij} ماتریس امتیاز یا عملکرد گزینه i ام نسبت به شاخص یا معیار j ام را نشان می‌دهد. اصولاً بیان نظرات تصمیم‌گیرنده در قالب قضاوت‌های ذهنی عدم قطعیت بسیاری را به همراه دارد که بیان آن به‌صورت اعداد قطعی و معین را بسیار دشوار می‌سازد. در این حالت می‌توان قضاوت‌های تصمیم‌گیرنده را به شکل اعداد خاکستری عنوان نمود. زمانی که مقادیر اولویت هر گزینه نسبت به هر شاخص برحسب مجموعه‌ای از اعداد خاکستری بیان شوند، با یک مسئله تصمیم‌گیری چند شاخصه خاکستری مواجه خواهیم بود. در این حالت ماتریس تصمیم‌گیری به‌صورت زیر خواهد بود.

شاخص گزینه	C_1	C_2	$\vdots$	C_n
A_1	$[r_{11}, \bar{r}_{11}]$	$[r_{12}, \bar{r}_{12}]$	$\vdots$	$[r_{1n}, \bar{r}_{1n}]$
A_2	$[r_{21}, \bar{r}_{21}]$	$[r_{22}, \bar{r}_{22}]$	$\vdots$	$[r_{2n}, \bar{r}_{2n}]$
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
A_m	$[r_{m1}, \bar{r}_{m1}]$	$[r_{m2}, \bar{r}_{m2}]$	$\vdots$	$[r_{mn}, \bar{r}_{mn}]$

شکل ۴۶-۳. ماتریس تصمیم‌گیری خاکستری

۴۶-۶. کاربردهای نظریه سیستم‌های خاکستری

۴۶-۶-۱. مدل پیش‌بینی خاکستری: مدل پیش‌بینی‌های خاکستری می‌تواند برای پیش‌بینی رفتار آینده متغیرهای سیستم با نمونه‌های کوچک استفاده شود. بر اساس شرایط کاربردی، می‌توان مدل‌های مختلف پیش‌بینی خاکستری مانند $GM(1,1)$ ، $GM(0,N)$ و $GM(1,1)$ نمایی را استفاده کرد. اغلب مدل‌های مورد استفاده در نظریه سیستم‌های خاکستری برای پیش‌بینی دنباله‌ها $GM(1,1)$ است.

۴۶-۶-۲. مدل خوشه‌بندی خاکستری: مدل ارزیابی خوشه‌بندی خاکستری عمدتاً برای بررسی این که آیا موضوع مشاهدات به طبقات از پیش تعیین شده متعلق هستند یا خیر، استفاده می‌شود به نحوی که می‌تواند به صورت متفاوتی بررسی شوند. مدل خوشه‌بندی خاکستری با وزن متغیر، مدل خوشه‌بندی با وزن ثابت، مدل خوشه‌بندی خاکستری بر اساس توابع سفیدکننده مثلی نقطه انتهایی و مدل خوشه‌بندی خاکستری بر اساس توابع سفیدکننده مثلی نقطه مرکزی و نقطه انتهایی، مدل‌های ارزیابی خوشه‌بندی خاکستری معمول بر اساس توابع وزنی سفیدکننده می‌باشند.

۴۶-۶-۳. مدل تجزیه و تحلیل خاکستری: در مطالعه یک سیستم پیچیده، بسیاری از عوامل درگیر هستند و این عوامل متقابل است که رفتار آن‌ها را تعیین می‌کند. تحلیل وقوع خاکستری روش جدیدی را برای تحلیل سیستم‌ها فراهم می‌کند که عوامل اولیه تأثیرگذار بوده، درحالی که دیگر عوامل تأثیر کمتری بر توسعه سیستم خواهند داشت.

۴۶-۶-۴. نظریه بازی خاکستری: نظریه بازی یکی از موضوعات جذاب برای محققین جهت انجام تحقیقات و پژوهش‌هایی است که از جنبه کاربردی دارای اهمیت زیادی است. یک فرض مهم در نظریه بازی متعارف این است که نتایج به صورت قطعی فرض شده‌اند؛ اما همواره وجود اطلاعات ناکافی و نامحسوس و پیچیده در محیط‌های بازی مدل عدم قطعیت را تعیین می‌کند. این مطالعه به ترکیبی از سیستم خاکستری با نظریه بازی‌ها می‌پردازد که بر اساس نتیجه این کار نظریه بازی کلاسیک با استفاده از اطلاعات نامعلوم خاکستری می‌تواند در محیط‌های پیچیده‌تر و نامطمئن‌تر استفاده شود.

۴۶-۶-۵. برنامه‌ریزی خاکستری: شکل کلی مسئله برنامه‌ریزی خطی به صورت زیر است:

$$\text{minimize (maximize)} \quad Z = c_1x_1 + c_2x_2 + \dots + c_nx_n$$

$$\text{Subject to} \quad a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \dots + a_{1n}x_n \leq b_1$$

$$a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \dots + a_{2n}x_n \leq b_2$$

$$\vdots$$

$$a_{m1}x_1 + a_{m2}x_2 + \dots + a_{mn}x_n \leq b_m$$

$$x_1, x_2, \dots, x_n \geq 0$$

حال فرض کنید پارامترهای مسئله به صورت عدد خاکستری تعریف شوند.

$$X = [x_1, x_2, \dots, x_n]^T$$

$$C = [c_1, c_2, \dots, c_n]^T$$

$$b = [b_1, b_2, \dots, b_m]^T$$

$$= A \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & L & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & L & a_{2n} \\ M & M & M & M \\ a_{m1} & a_{m2} & L & a_{mn} \end{pmatrix}$$

به‌طوری‌که

$$\begin{aligned} &= c_j \quad [c_j, \bar{c}_j], c_j \quad ; j = 1, 2, \dots, n; \\ &= b_i \quad [b_i, \bar{b}_i], b_i \quad ; i = 1, 2, \dots, m; \\ &= a_{ij} \quad [a_{ij}, \bar{a}_{ij}], a_{ij} \quad ; i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n. \end{aligned}$$

آنگاه خواهیم داشت:

$$\begin{aligned} \max Z &= C \cdot X \\ \text{s.t. } & \begin{cases} AX = b \\ X \geq 0 \end{cases} \end{aligned}$$

که مسئله فوق یک مسئله برنامه‌ریزی با پارامترهای خاکستری نامیده می‌شود. C و بردار هزینه خاکستری، A و ماتریس مصرف خاکستری b و بردار محدودیت منابع خاکستری و X و بردار تصمیم برنامه‌ریزی خطی با پارامترهای خاکستری است. در حقیقت X یک بردار خاکستری است (دنگ، ۱۹۸۲ الف؛ دنگ، ۱۹۸۲ ب؛ لی و لین، ۲۰۱۴؛ لیو و لین، ۲۰۰۶؛ لیو و لین، ۲۰۱۱؛ لیو، یانگ، ژی و فورست، ۲۰۱۶؛ یانگ و جان، ۲۰۱۲؛ وو، ۲۰۱۳).



روش پژوهش

نظریه مجموعه های فازی

هدف کلی: آشنایی با نظریه مجموعه های فازی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفاهیم پایه ای نظریه مجموعه های فازی
- آشنایی با مجموعه، اعداد و عملگرهای فازی
- آشنایی با مسائل عدم قطعیت

مقدمه

روش فازی یکی از مسیرهای پژوهشی مبتنی بر ریاضی است. در این فصل به معرفی این روش و چگونگی استفاده از آن پرداخته خواهد شد.

۴۷-۱. مفهوم نظریه مجموعه‌های فازی

از جمله تغییرات قرن نوزدهم در علوم و ریاضیات می‌توان به تغییرات در ارتباط با مفهوم عدم قطعیت اشاره کرد. این تغییر با یک گذر تدریجی از دیدگاه کلاسیک به دیدگاه جدید همراه بود. دیدگاه کلاسیک «عدم قطعیت» در علوم را نامطلوب می‌دانست و برای جلوگیری از آن تلاش می‌کرد. اما دیدگاه جدید به این باور رسید که علوم مختلف نمی‌توانند مانع از عدم قطعیت شوند. طبق دیدگاه کلاسیک، علوم باید برای قطعیت در تمام صورت‌ها و برای «دقیق، اختصاصی و سازگار بودن» تلاش کنند. با این توضیح «عدم قطعیت» یا «نادقیق، مبهم و ناسازگار بودن»، به عنوان مبحث غیرعلمی در نظر گرفته می‌شد. اما با دیدگاه جدید «عدم قطعیت» به عنوان یکی از ضرورت‌ها در علوم مورد توجه قرار گرفت. با این رویکرد «عدم قطعیت» مشکلی اجتناب‌ناپذیر نبود و به عنوان یک مزیت شناخته شد.

در ساخت یک مدل، رسیدن به «حداکثر سودمندی» دنبال می‌شود. این هدف با «ارتباط بین ویژگی‌های کلیدی هر مدل» در سیستم‌ها و توجه به «پیچیدگی، اعتبار و عدم قطعیت» ربط پیدا می‌کند. متأسفانه ارتباط بین این سه ویژگی به‌طور کامل مشخص نشده است. «عدم قطعیت» نقش محوری در هر تلاش برای «حداکثر کردن سودمندی مدل سیستم‌ها» دارد. اگرچه هنگامی که «عدم قطعیت» به تنهایی اغلب با نتیجه‌ای نامطلوب همراه است اما با توجه به ارتباط آن با سایر ویژگی‌های مدل سیستم‌ها بسیار بارز می‌شود. چالش اصلی در «مدل‌سازی سیستم‌ها» ایجاد روش‌هایی برای رسیدن یا تخمین «سطح بهینه‌ای از عدم قطعیت مجاز» برای هر مسئله مدل‌سازی است. «عدم قطعیت» به عنوان موضوعی بسیار مهم در کار مدل‌سازی، می‌تواند برای موفقیت با دو ویژگی دیگر مدل‌ها معاوضه شود. با استفاده از این معاوضه می‌توان در ساخت مدل‌ها به «حداکثر سودمندی» با توجه به هدف ساخت دست یافت.

توجه به «عدم قطعیت» در مرحله دوم گذر از دیدگاه کلاسیک به دیدگاه جدید، منجر به پیدایش «تعدادی نظریه جدید مبتنی بر عدم قطعیت» از جمله نظریه‌های «مجموعه‌های فازی، امکان و ترکیب شواهد» اشاره کرد که با «نظریه شناخته‌شده احتمال تا آن زمان» تفاوت داشتند. با توجه بررسی «عدم قطعیت» توسط هر یک از نظریه‌های مورد اشاره به‌طور مجزا، می‌توان نتیجه گرفت که انواع مستقلی از «عدم قطعیت» وجود دارد. یکی از نظریه‌ها با مهم‌ترین نقش در سیر تکاملی مفهوم جدید عدم قطعیت «نظریه مجموعه‌های فازی» بود.

توسعه رسمی «نظریه مجموعه‌ها» در اواخر قرن نوزدهم با کار جرج کانتور به عنوان یکی از خلاق‌ترین ریاضیدانان تاریخ آغاز شد. «مجموعه‌های شمارگر» از نوع قطعی و با تعیین این امر بود که «هر عنصر» یا متعلق به یک مجموعه هست و یا نیست. در اینجا بین عناصر عضو یک مجموعه و آن‌هایی که عضو نیستند یک خط تفکیک‌کننده ترسیم می‌شود. محدوده این مجموعه ثابت بوده و به خوبی و روشنی تعریف می‌شود. این درحالی است که امور واقعی بیشتر از «ویژگی قطعی بودن»، فازی هستند. طبق تعریف فرهنگ‌های لغت از جمله «وبستر و هریتیج»

و نیز رایج در زبان محاوره، کلمات «فازی، مبهم، مشکوک، نامعین، نادقیق و قیود آن‌ها» در معنا و مفهوم ارتباط نزدیکی به هم دارند.

تناقض به‌جامانده از یونان باستان منجر به ایجاد چالش‌های جدی بین منطقیون و ریاضیدانان شده است. یک توده از دانه‌های شن را در نظر بگیرید. یک دانه شن بردارید و توده همچنان باقی است. دانه دیگری بردارید و این فرایند را تکرار نمایید. در نهایت ۱۰ دانه شن باقی می‌ماند، سپس نه، هشت و الی آخر. وقتی که یک دانه باقی ماند، چه بر سر توده می‌آید. آیا هنوز یک توده است؟ وقتی که آخرین دانه برداشته می‌شود و چیزی باقی نمی‌ماند، آیا توده از توده بودن بازمی‌ایستد؟ در مورد توده یک عدد طبیعی معین n انتخاب می‌شود. اگر تعداد دانه‌های شن بزرگتر یا مساوی n باشد، دانه‌های شن تشکیل یک توده می‌دهند. حال آیا $n-1$ دانه شن دیگر، یک توده را تشکیل نمی‌دهند؟ علاوه بر آن چگونه عدد n انتخاب می‌شود؟ ۱۰۰، ۱۰۰۰ یا ۱۰۰۰۰۰۰ یا بیشتر؟ عقل سلیم حکم می‌کند که مفهوم توده، مبهم است. بنابراین به ابزاری نیاز است که بتواند با ابهام مواجه شود. مفهوم مجموعه فازی، به‌عنوان تعمیم «مجموعه‌های کانتور»، چنین ابزاری را ارائه می‌کند.

مفهوم فازی نخستین بارتوسط «پروفسور لطفی‌زاده» استاد ایرانی دانشگاه برکلی در سال ۱۹۶۵ در مقاله‌ای به نام «مجموعه‌های فازی» مطرح شد. در این نظریه «پروفسور لطفی‌زاده» مجموعه‌های جدیدی به نام «مجموعه‌های فازی» را معرفی کرد و نشان داد که «نظریه احتمال» تنها نماینده «عدم قطعیت» نیست. مجموعه‌های فازی مرزهای دقیقی ندارند و عضویت یک شیء در این مجموعه‌ها برحسب درجه عضویت است. به این صورت که هر یک از اشیاء ممکن است با یک درجه مشخصی عضو یک مجموعه فازی شوند. به‌عنوان مثال عدد ۱۰ با درجه عضویت $0/3$ می‌تواند عضو مجموعه فازی شماره ۱ و با درجه عضویت $0/5$ عضو مجموعه فازی شماره ۲ شود.

۴۷-۲. کاربرد نظریه مجموعه‌های فازی

ناتوانی مجموعه‌های کلاسیک در بیان کمیت‌ها و مفاهیم نادقیق همچون «کوچکی، بزرگی، ارزانی، گرانی، جوانی، پیری و امثال آن» است که در هر سیستم دارای معنی خاص هستند. این امر باعث شد تا «نظریه مجموعه‌های فازی» مورد توجه جدی قرار گیرد. این نظریه یک قالب جدید ریاضی برای صورت‌بندی و تجزیه و تحلیل این قبیل مفاهیم و ویژگی‌ها است. در واقع «نظریه مجموعه‌های فازی» یک تعمیم و گسترش طبیعی برای «نظریه مجموعه‌های معمولی» و منطبق با زبان و فهم طبیعی انسان‌ها است. در «نظریه مجموعه‌های معمولی» عضویت یک عنصر به مجموعه قطعی است. فرض کنید X یک مجموعه مرجع باشد. زیرمجموعه A از X عبارت است از عناصری از X که دقیقاً مشخص شده باشند. زیرمجموعه A را می‌توان با استفاده از مفهوم تابع مشخصه بیان کرد.

اگر A یک مجموعه فازی و X یک شیء مربوط به آن باشد، آنگاه گزاره «شیء X عضو A است» برخلاف منطق دو ارزشی ارسطویی لزوماً صحیح و یا ناصحیح نیست؛ اما گزاره فوق ممکن است تنها برای تعدادی از درجه‌های «عضویتی که X واقعاً یک عضو A است»، صحیح باشد. به‌عنوان مثال می‌توان گفت که گزاره «شیء X با درجه عضویت $0/7$ عضو A است» صحیح است. معمولاً درجه عضویت اشیا در مجموعه‌های فازی به همراه درجه درستی گزاره‌های

مربوطه به وسیله اعدادی در بازه «صفر و یک» ارائه می‌شوند. کران‌های بازه مذکور یعنی «۰ و ۱» به ترتیب عدم عضویت و یا عضویت کامل یک شی در یک مجموعه فازی مشخص به همراه نادرستی و یا درستی گزاره‌های مربوطه را نشان می‌دهند. توانایی مجموعه‌های فازی در ارائه یک گذر تدریجی از عضویت به عدم عضویت و بالعکس دارای مزیت‌های بسیاری است. این امر تنها به وسیله یک ارائه قوی و مناسب از سنجش ابهامات مهیا نمی‌شود بلکه می‌تواند به وسیله یک ارائه مناسب از مفاهیم مبهم موجود در زبان‌های طبیعی نیز باشد. برای نمونه به جای توصیف «آب و هوای امروز برحسب درصد دقیقی از پوشش ابر»، می‌توان گفت «امروز هوا آفتابی است». با وجود این که عبارت «هوای آفتابی» مبهم است ولی استفاده از آن اغلب مفیدتر است. درواقع عبارات مبهم مانند «هوای آفتابی» را نمی‌توان دقیقاً برای پوشش «صفر درصد ابری» استفاده کرد. البته از طرفی هم نمی‌توان آن را به صورت کاملاً دلخواه انتخاب کرد. به عنوان مثال هنگامی که پوشش ابری هشتاد درصد باشد، نمی‌توان گفت هوا آفتابی است ولی می‌توان پوشش ابری ده یا بیست درصد را به عنوان یک هوای آفتابی در نظر گرفت. در این حالات نکته مهم چگونگی تعیین مرز بین عضویت و عدم عضویت در این مجموعه فازی مشخص است. برای نمونه یک نظریه می‌تواند «در نظر گرفتن پوشش ابری ۲۵٪ و کمتر به عنوان هوای آفتابی» باشد. با توجه به نظریه مورد اشاره این سؤال مطرح می‌شود که «آیا پوشش ابری ۲۶٪ را نمی‌توان به عنوان هوای آفتابی در نظر گرفت». در پاسخ باید گفت که پوشش ابری ۲۶٪ را هم می‌توان به عنوان هوای آفتابی در نظر گرفت، زیرا ۱٪ پوشش ابری به سختی می‌تواند بین هوای آفتابی و غیرآفتابی تمایز ایجاد کند؛ بنابراین می‌توان قیدی به این صورت اضافه کرد که «هر مقدار پوشش ابری که از پوشش ابری در نظر گرفته شده به عنوان هوای آفتابی ۲۵٪ و کمتر، ۱٪ بیش‌تر باشد، به عنوان هوای آفتابی در نظر گرفته خواهد شد». با استفاده از تعریف فوق می‌توان همه پوشش‌های ابری را به عنوان هوای آفتابی در نظر گرفت. برای حل این مشکل، عبارت هوای آفتابی به وسیله چندین گذر تدریجی از پوشش‌های ابری که به عنوان هوای آفتابی در نظر گرفته شده‌اند به پوشش‌های ابری که به عنوان هوای غیر آفتابی در نظر گرفته نشده‌اند، یک ابهام ایجاد می‌کند. این درواقع مفهوم اصلی مجموعه‌های فازی به عنوان یک مفهوم ساده است که در اصل تعمیمی از مجموعه‌های کلاسیک و یا قطعی ایجاد می‌کند. «مجموعه قطعی» مجموعه‌ای است که اشیای مجموعه مرجع را به دو گروه مجزا به شرح جدول ۴۷-۱ تقسیم می‌کند.

جدول ۴۷-۱. دو گروه ایجاد شده از مجموعه قطعی

ردیف	گروه	توضیح
۱	اعضا	اشیایی که حتماً متعلق به مجموعه هستند.
۲	غیر اعضا	اشیایی که حتماً متعلق به مجموعه نیستند.

یک تمایز مشخص بین اشیای عضو و اشیای غیر عضو وجود دارد. باین وجود بسیاری از مفاهیم دسته‌بندی که در توصیف مجموعه‌ها به کار گرفته می‌شوند دارای ویژگی مورد اشاره نیستند. برای نمونه می‌توان به مجموعه «افراد قذبلند، ماشین‌های گران قیمت، بیماری‌های بسیار مسری، اعدادی بسیار بزرگ‌تر از یک و یا روزهای آفتابی» اشاره کرد. همان گونه که مشخص است این مجموعه‌ها دارای مرزهای مبهمی هستند به گونه‌ای که گذر تدریجی از عضویت به عدم عضویت و بالعکس را تسهیل می‌کنند. یک مجموعه فازی می‌تواند به صورت ریاضی تعریف شود. برای این منظور به هریک از اعضای مجموعه مرجع یک مقدار مشخص کننده از «درجه عضویت آن عضو در مجموعه فازی»

اختصاص داده می شود. این درجه عضویت با درجه شباهت و یا سازگاری هر یک از اعضا با مفهوم بیان شده توسط مجموعه فازی متناسب است. بنابراین اعضای یک مجموعه فازی می توانند دارای درجه عضویت متفاوتی باشند. همان گونه که قبلاً گفته شد این درجه های عضویت در اغلب موارد توسط یک عدد حقیقی از بازه «۰ و ۱» ارائه می شوند. از این رو یک مجموعه فازی که مفهوم هوای آفتابی را ارائه می کند، ممکن است به پوشش ابری ۰٪ درجه عضویت ۱، به پوشش ابری ۲۰٪ درجه عضویت ۰/۸، به پوشش ابری ۳۰٪ درجه عضویت ۰/۴ و همچنین به پوشش ابری ۷۵٪ درجه عضویت صفر را اختصاص دهد. این درجه ها به میزانی اشاره می کنند که هر یک از پوشش های ابری می توانند مفهوم کیفی هوای آفتابی را تخمین بزنند و خود مجموعه انعطاف پذیری معنایی را در قالب یک عبارت زبانی مدل سازی می کند. با توجه به این که عضویت کامل و عدم عضویت کامل در مجموعه های فازی به ترتیب توسط درجه های عضویت ۱ و ۰ نشان داده می شود بنابراین می توان مفهوم یک مجموعه قطعی را به عنوان نمونه محدود شده از مفهوم جامع تر یک مجموعه فازی در نظر گرفت که تنها این دو درجه عضویت مجاز هستند.

۴۷-۳. نمادها در نظریه مجموعه های فازی

از نماد X برای نشان دادن مجموعه مرجع استفاده می شود. مجموعه بدون هرگونه عضو «مجموعه تهی» نامیده می شود و با $\emptyset$ نشان داده می شود. برای اینکه نشان دهیم شیء x عضو و یا عنصر مجموعه A است از $x \in A$ استفاده می شود و اگر x عضوی از A نباشد از $x \notin A$ استفاده خواهد شد.

یک مجموعه به وسیله یک تابع مشخصه تعریف می شود. به وسیله تابع مشخصه می توان عضو بودن و یا نبودن هر یک از عناصر مجموعه مرجع را تعیین کرد. فرض کنید X یک مجموعه مرجع دلخواه باشد، تابع مشخصه هر زیرمجموعه معمولی A از X ، $\mu_A: X \rightarrow \{0, 1\}$ به صورت زیر تعریف می شود:

$$\mu_A(x) = \begin{cases} 1 & : x \in A \\ 0 & : x \notin A \end{cases}$$

با توجه به تعریف فوق، برای هر $x \in X$ ، $\mu_A(x)$ تنها یکی از مقادیر ۰ یا ۱ را خواهد گرفت. در واقع می توان گفت که تابع مشخصه نگاشتی از عناصر مجموعه مرجع X به عناصر مجموعه $\{0, 1\}$ است. به ازای هر $x \in X$ اگر $\mu_A(x) = 1$ ، آنگاه x عضو A است و اگر $\mu_A(x) = 0$ ، آنگاه x عضو A نیست.

اگر برد تابع μ_A را از مجموعه دو عضوی $\{0, 1\}$ به بازه $[0, 1]$ توسعه دهیم، تابعی خواهیم داشت که به هر عضو x از X ، عددی را در بازه $[0, 1]$ نسبت می دهد. اکنون A دیگر یک مجموعه معمولی نیست بلکه چیزی است که آن را یک مجموعه فازی می نامند. به طور دقیق تر، A زیرمجموعه فازی از X است. به عبارت دیگر تابع مشخصه یک مجموعه قطعی به هر یک از اعضای مجموعه مرجع مقدار صفر و یا یک اختصاص می دهد؛ بنابراین بین اشیای عضو و غیرعضو یک مجموعه قطعی تمایز آشکاری وجود دارد. این تابع را می توان به گونه ای تعمیم داد که به هر یک از عناصر مجموعه مرجع یک مقدار در یک بازه مشخص اختصاص داد که این مقدار، درجه عضویت هر یک از این عناصر در مجموعه مورد نظر را نشان می دهد. این تابع تعمیم داده شده را تابع عضویت و مجموعه ای که به وسیله آن تعریف می شود، مجموعه فازی نامیده می شود. اغلب درجه عضویت هر یک از اعضا به وسیله یک عدد حقیقی از

بازه $[0, 1]$ مشخص می‌شود. در این مورد هر تابع عضویت نگاشتی از عناصر مجموعه مرجع X که همیشه یک مجموعه قطعی است به اعداد حقیقی بازه $[0, 1]$ است.

برای نشان دادن یک زیرمجموعه فازی روش‌های مختلفی رایج است. روش متداول برای توصیف یک زیرمجموعه فازی به صورت مجموعه‌ای از زوج‌های مرتب به صورت $\tilde{A} = \{(x, \mu_{\tilde{A}}(x)); x \in X\}$ می‌باشد. هنگامی که X یک مجموعه متناهی یا نامتناهی به صورت گسسته $\{x_1, \dots, x_n\}$ باشد، یک زیرمجموعه فازی $\tilde{A}$ به صورت

$$\tilde{A} = \left\{ \frac{\mu_{\tilde{A}}(x_1)}{x_1}, \frac{\mu_{\tilde{A}}(x_2)}{x_2}, \dots, \frac{\mu_{\tilde{A}}(x_n)}{x_n} \right\}$$

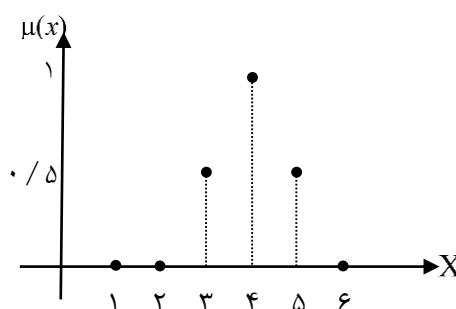
و یا به شکل زیر نشان داده می‌شود.

$$\tilde{A} = \frac{\mu_{\tilde{A}}(x_1)}{x_1} + \dots + \frac{\mu_{\tilde{A}}(x_n)}{x_n} = \sum_{i=1}^n \frac{\mu_{\tilde{A}}(x_i)}{x_i}$$

در رابطه فوق منظور از علامت جمع، اجتماع است نه جمع جبری. همچنین نماد — علامت تقسیم نبوده و نشانگر آن است که عدد بالایی $\mu_{\tilde{A}}(x)$ درجه عضویت عنصر پایینی x است. هنگامی که X یک مجموعه پیوسته باشد

$$\text{از نماد } \tilde{A} = \int_X \frac{\mu_{\tilde{A}}(x)}{x} \text{ استفاده می‌شود که در آن منظور از علامت } \int, \text{ اجتماع است.}$$

برای مثال فرض کنید $X = \{1, 2, \dots, 6\}$ یک زیرمجموعه فازی $\tilde{A}$ از X را می‌توان به صورت $\tilde{A} = \frac{0.5}{3} + \frac{1}{4} + \frac{0.5}{5}$ و یا به صورت $\tilde{A} = \{(3, 0.5), (4, 1), (5, 0.5)\}$ معرفی کرد.



شکل ۴۷-۱. نمودار تابع عضویت مجموعه فازی $\tilde{A}$

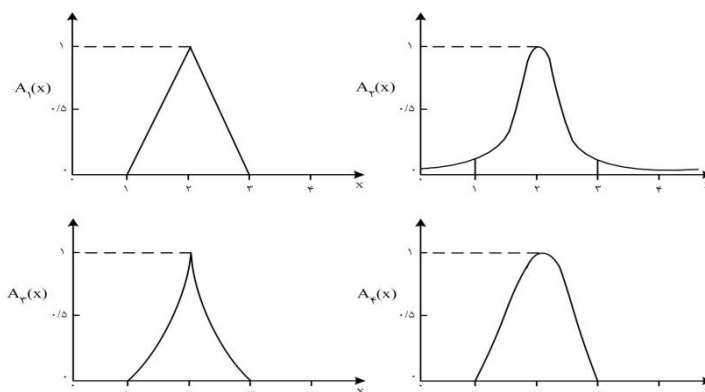
هر مجموعه فازی به صورت کامل و منحصر به فرد توسط یک تابع عضویت مشخص تعریف می‌شود. از مجموعه‌های فازی می‌توان برای ارائه مفاهیم مبهم موجود در زبان‌های طبیعی استفاده کرد که ارائه این مفاهیم نه تنها به مفهوم بلکه به زمینه استفاده از آن‌ها نیز وابسته است. به عنوان مثال اگر مفهوم دمای بالا در زمینه آب و هوا توسط مجموعه فازی الف ارائه شود، در زمینه راکتور هسته‌ای باید توسط یک مجموعه فازی دیگری ارائه شود که این

مجموعه با مجموعه فازی الف بسیار متفاوت است. همچنین مفاهیم یکسان حتی در زمینه های یکسان نیز ممکن است توسط مجموعه های فازی متفاوتی ارائه شوند. با این وجود این مجموعه های فازی چندین ویژگی مشترک دارند. به عنوان مثال می توان به ۴ مجموعه فازی اشاره کرد که توابع عضویت آن ها در شکل ۲-۴۷ نشان داده شده است. هر یک از این ۴ مجموعه فازی مفهوم کلی اعداد حقیقی نزدیک به عدد ۲ را ارائه می کنند. با وجود اینکه تفاوت هایی بین این ۴ مجموعه فازی وجود دارد ولی می توان شباهت هایی نیز بین آن ها یافت به گونه ای که هر $A_i(x)$ ($i \in N_4$) دارای ویژگی هایی به شرح جدول ۲-۴۷ است.

جدول ۲-۴۷. شباهت های بین ۴ مجموعه فازی

ردیف	شباهت ها
۱	$A_i(2) = 1$ و به ازای هر $x \notin 2$ می توان گفت $A_i(x) < 1$ است.
۲	A_i با توجه به $x = 2$ متقارن است به عبارت دیگر به ازای هر $x \in R$ می توان گفت $A_i(2+x) = A_i(2-x)$.
۳	$A_i(x)$ با افزایش مقدار تفاضل $ 2-x $ به صورت یکنواخت از ۱ به صفر کاهش پیدا می کند

سه ویژگی فوق برای ارائه مناسب مفهوم مشخص شده ضروری هستند و هر مجموعه فازی جدیدی که بخواهد مفهوم یکسانی را ارائه کند باید ویژگی های فوق را داشته باشد. البته شباهت های دیگری بین ۴ مجموعه فازی فوق وجود دارد. به عنوان مثال اعداد خارج از بازه $[1, 3]$ به نوعی از عضویت در این ۴ مجموعه فازی محروم هستند زیرا درجه عضویت این اعداد صفر و یا مقدار بسیار ناچیزی است. این شباهت خود مفهوم را منعکس نمی کند بلکه نشان دهنده نسبی زمینه استفاده شده از آن است.



شکل ۲-۴۷. نمونه هایی از توابع عضویت مربوط به مجموعه های فازی «اعداد حقیقی نزدیک به عدد ۲»

فرض کنید که یک تابع عضویت دارای چندین شکل مختلف است، با توجه به کاربردهای مختلف می توان از هر یک از این اشکال استفاده کرد. با این وجود کاربردهای بسیاری وجود دارند که به تفاوت در شکل نمودارها خیلی حساس نیستند. در این گونه موارد برای راحتی کار می توان از ساده ترین شکل استفاده کرد. به عنوان مثال از بین ۴ مجموعه فازی فوق A_1 دارای ساده ترین شکل است. هر یک از ۴ تابع موجود در شکل ۲ عضویت از مجموعه توابع پارامتری هستند. یک تابع پارامتری تابعی است که به مجموعه ای از پارامترها وابسته است. ضابطه کلی مربوط به ۴ نوع از توابع عضویت در زیر نشان داده شده است که r نشان دهنده عددی حقیقی است که درجه عضویت آن باید یک باشد.

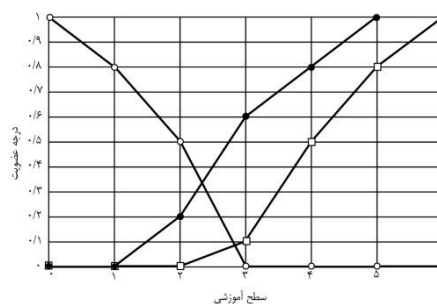
$$A_1(x) = \begin{cases} p_1(x - r) + 1 & x \in [r - 1/p_1, r] \\ p_1(r - x) + 1 & x \in [r, r + 1/p_1] \\ 0 & \text{وگرنه} \end{cases}$$

$$A_r(x) = \frac{1}{1 + p_r(x - r)^2}$$

$$A_r(x) = e^{-|p_r(x - r)|}$$

$$A_f(x) = \begin{cases} (1 + \cos(p_f \pi(x - r))) / 2 & x \in [r - 1/p_f, r + 1/p_f] \\ 0 & \text{وگرنه} \end{cases}$$

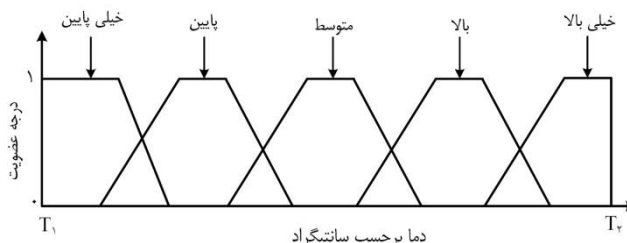
به عنوان مثال مجموعه های فازی را می توان با استفاده از مجموعه مرجع منتهای که شامل ۷ سطح آموزشی به شرح «عدم تحصیل، پایان دوره ابتدایی، پایان دوره دبیرستان، فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس و دکترا» تعریف کرد. با این مجموعه مرجع می توان سه مجموعه فازی ایجاد کرد که این مجموعه ها سعی می کنند سه مفهوم افراد با تحصیلات پایین، افراد با تحصیلات بالا، افراد با تحصیلات خیلی بالا را ارائه کنند. توابع عضویت این سه مجموعه فازی در شکل ۳-۴۷ به ترتیب با نمادهای ۵، ۰، □ نشان داده شده است. با توجه به شکل ۳-۴۷ می توان گفت فردی با مدرک لیسانس عضو مجموعه فازی افراد با تحصیلات پایین نیست ولی در مجموعه فازی افراد با تحصیلات بالا درجه عضویت ۰/۸ و در مجموعه فازی افراد با تحصیلات خیلی بالا درجه عضویت ۰/۵ دارد.



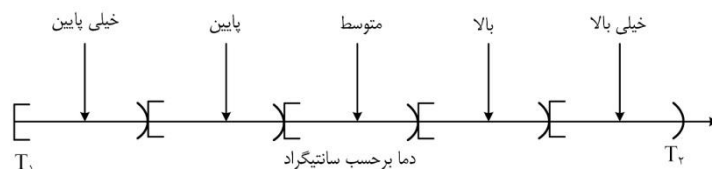
شکل ۳-۴۷. مجموعه های فازی افراد با تحصیلات پایین (۵)، افراد با تحصیلات بالا (۰) و افراد با تحصیلات خیلی بالا (□)

علاوه بر مجموعه های فازی، متغیرهای فازی را نیز می توان تعریف کرد. هر متغیر فازی دارای حالت هایی از قبیل بسیار کم، کم، متوسط، بالا، بسیار بالا است که هر یک از این حالت ها توسط یک مجموعه فازی ارائه می شوند. به عنوان مثال در شکل ۴ دما در بازه $[T_1, T_2]$ با یک متغیر فازی و در شکل ۵-۴۷ با یک متغیر کلاسیک (غیر فازی) نشان داده شده است. حالت های موجود در این متغیر کلاسیک، مجموعه های قطعی هستند که به وسیله بازه های نیم باز از راست تعریف شده اند. اهمیت متغیرهای فازی در این است که گذرهای تدریجی بین حالت ها را تسهیل می کنند؛ بنابراین این متغیرها دارای یک قابلیت طبیعی در مشاهده و سنجش عدم قطعیت هستند. به این معنی که برای دماهایی که به عنوان مثال بین حالت های خیلی کم و کم مشترک هستند نمی توان تنها یک حالت منحصر به فرد برای این دماها ارائه کرد. مثلاً دمای ۱۳ درجه سانتی گراد با درجه عضویت ۰/۷ عضو مجموعه فازی بسیار کم و با درجه عضویت ۰/۴ عضو مجموعه فازی کم است بنابراین نمی توان تنها یک حالت منحصر به فرد برای دمای ۱۳ درجه سانتی گراد ارائه کرد. با این وجود متغیرهای کلاسیک که می توان به عنوان متغیرهای قطعی نیز به آن ها اشاره کرد دارای این قابلیت نیستند. اگرچه در متغیرهای قطعی، حالت ها از لحاظ ریاضی به درستی تعریف شده اند ولی مواجهه با خطاهای سنجش

اجتناب ناپذیر یک امر واهی و غیرواقعی است. در متغیرهای قطعی مرز بین حالت ها به صورت دقیق تعریف شده است به گونه ای که هر دمای مشخصی به طور صریح تنها در یکی از حالت ها قرار می گیرد. عدم قطعیت در هر مرز به حداکثر مقدار خود می رسد اگر برای هر دمای مشخصی هر دو حالت موجود در اطراف آن مرز را بتوان در نظر گرفت.



شکل ۴-۴۷. دما در بازه ی $[T_1, T_7]$ به عنوان متغیر فازی



شکل ۴-۴۸. دما در بازه ی $[T_1, T_7]$ که به عنوان متغیر کلاسیک (قطعی)

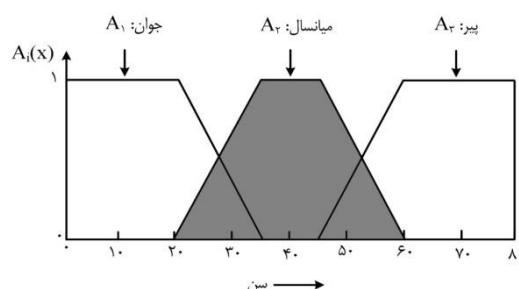
با توجه به این که مجموعه های فازی اصطلاحات موجود در زبان ها را ارائه می کنند بنابراین می توان گفت که ریاضیات مبتنی بر مجموعه های فازی نسبت به ریاضیات مبتنی بر مجموعه های قطعی دارای قدرت بیانی بیشتری هستند ولی باین وجود ایجاد تابع عضویت مناسب برای مفاهیم مختلف در زمینه های مختلف نقش بسیار کلیدی در این مزیت نیز دارد. تاکنون فقط یک نوع از مجموعه های فازی معرفی شد. اگر مجموعه مرجع X موجود باشد، آنگاه تابع عضویت مربوط به هر مجموعه فازی دلخواه از این نوع (مجموعه A) به شکل $A: X \rightarrow [0, 1]$ تعریف می شود. به هر یک از اعضای مجموعه مرجع باید یک عدد حقیقی به عنوان درجه عضویت آن نسبت داد. باین وجود در برخی از مفاهیم و زمینه هایی که از مجموعه های فازی استفاده می شود ممکن است فقط بتوان یک تابع عضویت مناسب را به صورت تقریبی مشخص کرد. به عنوان مثال، ممکن است فقط بتوان یک کران بالا و پایین مناسبی از درجه های عضویت برای هر یک از اعضای مجموعه مرجع مشخص کرد.

سه مجموعه فازی ارائه کننده مفاهیم «فرد جوان، میان سال و پیر» را در نظر بگیرید. توابع عضویت این سه مجموعه به ترتیب با A_1 و A_2 و A_3 در شکل ۴-۴۹ نشان داده شده است. این توابع بر روی بازه $[0, 80]$ به صورت زیر تعریف شده اند.

$$A_1(x) = \begin{cases} 1 & x \leq 20 \\ (35 - x) / 15 & 20 < x < 35 \\ 0 & x \geq 35 \end{cases}$$

$$A_2(x) = \begin{cases} 0 & x \leq 20 \text{ یا } x \geq 60 \\ (x - 20) / 15 & 20 < x < 35 \\ 1 & 35 \leq x \leq 45 \\ (60 - x) / 15 & 45 < x < 60 \end{cases}$$

$$A_3(x) = \begin{cases} 0 & x \leq 45 \\ (x - 45) / 15 & 45 < x < 60 \\ 1 & x \geq 60 \end{cases}$$



شکل ۴۷-۶. توابع عضویت مفاهیم فرد جوان، میانسال و پیر

کمیت‌های فازی تحت شرایط خاصی، اعداد فازی نامیده می‌شوند. کاربرد اعداد فازی در عمل برای بیان کمی، تقریب است. اعداد فازی در مدل‌سازی و تحلیل کنترل فازی، تصمیم‌گیری فازی، استدلال تقریبی، بهینه‌سازی، آمار و احتمالات تقریبی نقش بسیار مهمی دارند. تعاریف متفاوتی برای اعداد فازی ارائه شده که مهم‌ترین دلیل آن، ویژگی‌ها و خواصی است که از آن‌ها در کاربردهای مختلف نتیجه می‌شود. اگر یک کمیت فازی حداقل سه شرط نرمال بودن، محدب بودن و تکیه کران‌دار داشتن را داشته باشد، یک عدد فازی است.

مرتب کردن اعداد فازی و مقایسه آن‌ها یک روند بسیار مهم در زمینه تصمیم‌گیری است. زیرا مسئله انتخاب همواره در زمینه‌های گوناگونی از قبیل «بهینه‌سازی، برنامه‌ریزی ریاضیات فازی، کنترل فازی و غیره» ظاهر می‌شود. بنابراین گاهی لازم است موقعیت‌های مختلفی را در یک محیط مبهم و نادقیق که به نوعی با عدم قطعیت مواجه است با اعداد فازی ارزیابی شود. در این صورت مفهوم بهینه یا بهترین انتخاب به میان می‌آید که کاملاً بر مبنای مقایسه بنا شده است. در این حالت تصمیم‌گیرنده موقعیت‌ها را با اعداد فازی بیان و پس از مرتب کردن آن‌ها تصمیم نهایی را اتخاذ می‌کند. به بیان دیگر، مقایسه بین اعداد فازی، مقایسه بین موقعیت‌های مربوطه است. در این راستا روش‌های متفاوتی برای مرتب کردن اعداد فازی ارائه شده است. با توجه به کاربرد آن‌ها در عمل دارای معایب یا محاسنی هستند. تعدادی از این روش‌ها از حساسیت کافی در مقایسه برخوردار نیستند و یا ممکن است نتایج متفاوتی در بعضی از داده‌های آزمایش رخ دهد. مثلاً انتظار داریم هر دو عدد فازی در هر گردایه دلخواهی که مقایسه می‌شوند، ترتیب آن‌ها حفظ شود. اما دیده می‌شود که در بعضی از روش‌ها حذف یا اضافه کردن تعدادی اعداد فازی باعث تغییر ترتیب اعضای مجموعه می‌شود. به عبارتی فرض کنید $\tilde{A}_1$ و $\tilde{A}_2$ دو عدد فازی باشند که $\tilde{A}_1 \leq \tilde{A}_2$ نتیجه مقایسه یک روش دلخواه باشد. علامت $\leq$ یک تابع مقایسه را بین اعداد فازی در هر مسئله مشخص می‌کند. حال اگر عدد سومی به این مجموعه اضافه شود ممکن است نتیجه قبلی برقرار نباشد. نقص دیگر بعضی از روش‌ها در عمل نمایان

می شود و تعدادی از روش های مقایسه تنها زمانی قابل استفاده هستند که نوع تابع عضویت مشخص باشد. مثلاً بعضی از روش ها تنها برای توابع عضویت نرمال، مثلثی یا دوزنقه ای قابل اجراست. به طور کلی دو دیدگاه برای مقایسه اعداد فازی وجود دارد.

الف) ارائه یک تابع مقایسه، $F: F(R) \rightarrow R$ ، که در آن $F(R)$ مجموعه اعداد فازی است و از آنجاکه این تابع به هر عدد فازی یک مقدار حقیقی نظیر می کند می توان مقایسه را بین اعداد حقیقی انجام داد. در این صورت برای هر دو عدد فازی $\tilde{A}_i$ و $\tilde{A}_j$ داریم:

$$F(\tilde{A}_i) < F(\tilde{A}_j) \Rightarrow \tilde{A}_i < \tilde{A}_j$$

$$F(\tilde{A}_i) = F(\tilde{A}_j) \Rightarrow \tilde{A}_i = \tilde{A}_j$$

$$F(\tilde{A}_i) > F(\tilde{A}_j) \Rightarrow \tilde{A}_i > \tilde{A}_j$$

این دیدگاه توسط بعضی از محققین از جمله: یاگر، چانگ، آدامو و دیگران دنبال شده است.

ب) به دست آوردن یک مجموعه فازی $\tilde{D} = \{(i, D(i))\}$ از موقعیت های موجود که در آن $D(i)$ درجه ای است که i آمین موقعیت را می توان به عنوان بهترین موقعیت در نظر گرفت و مقایسه بر روی آن صورت می پذیرد. این دیدگاه توسط تعداد دیگری از پژوهشگران از جمله «روبنز، چن، کیم و پارک، هوانگ و دیگران» دنبال شده است.

نظریه فازی قادر است بسیاری از مفاهیم، متغیرها و سیستم هایی که نادقیق و مبهم هستند، به شکل ریاضی درآورد و زمینه را برای استدلال، استنتاج، کنترل و تصمیم گیری در شرایط عدم اطمینان فراهم آورد. این نظریه کاربرد وسیعی در دامنه مسائلی همچون «فرایند کنترل، پردازش تصویر، الگو تشخیص و دسته بندی، ریاضیات کاربردی، تحقیق در عملیات، مدیریت، اقتصاد و تصمیم گیری» دارد. پیش قدمی ژاپنی ها در به کارگیری منطق فازی در سیستم کنترل از جمله در «تجهیزات صنعتی، مترو، لوازم خانگی و غیره» نقش مهمی در جلب توجه جهانیان و به ویژه متخصصان و مهندسان غربی به کارایی و اثربخشی این نظریه داشت. آینده نظریه مجموعه های فازی از این هم روشن تر است و کاربردهای آن در علوم مختلف اجتماعی، صنعتی، مدیریتی، پزشکی و غیره به شدت مورد توجه است (آذر و فرجی، ۱۳۸۷؛ طاهری، ۱۳۷۸؛ غضنفری، ۱۳۸۵ و شوندی، ۱۳۸۵).



روش پژوهش مرور نظام مند

هدف کلی: آشنایی با روش پژوهش مرور نظام مند

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم پژوهش مرور نظام مند
- آشنایی با ملاحظات نمونه گیری در مرور نظام مند
- آشنایی با ملاحظات جمع آوری اطلاعات در مرور نظام مند
- آشنایی با ملاحظات تحلیل یافته ها در مرور نظام مند

مقدمه

روش پژوهش مرور نظام‌مند از نوع مطالعات مروری است که بر مطالعه نظام‌مند پژوهش‌های انجام‌شده تأکید دارد. در این فصل به معرفی مفهوم و نحوه اجرای این روش پرداخته خواهد شد.

۴۸-۱. تفاوت روش مرور توصیفی با مرور نظام‌مند

در ابتدا باید بین «مرور توصیفی» با «مرور سیستماتیک یا نظام‌مند» تفاوت قائل شد. «مرور توصیفی» ساده‌تر و بدون نظام‌مندی خاصی است که در آن به بررسی مطالعاتی با توجه به موضوع و هدف خاص پرداخته می‌شود. در «مرور توصیفی»، با رویکردی نقادانه و با معیارهایی مشخص، مطالعات انتخاب و بررسی خواهند شد. ساختار و حجم یک مقاله توصیفی، بسته به ضوابط مجلات مختلف فرق می‌کند. در قسمت مقدمه این نوع مرور به بررسی متون مرتبط و هدف از انجام این مرور نوشته می‌شود. عناوین موجود در محتوای اصلی مرور توصیفی اغلب بر اساس نیاز و به تشخیص نویسندگان تعیین خواهند شد. اغلب قسمت مربوط به روش‌شناسی در این نوع مرور وجود ندارد و در انتها در قالب قسمت بحث و نتیجه‌گیری می‌توان به بیان محدودیت‌ها یا پیام کلی مطالعه پرداخت. اما همان‌طور که پیشتر گفته شد، «مرور نظام‌مند» بر مروری جامع متون در ارتباط با یک سؤال روشن و با روشی نظام‌مند تأکید دارد (صفاری، سنایی نسب و پاکپور حاجی آقا، ۱۳۹۲).

۴۸-۲. مفهوم روش پژوهش مرور نظام‌مند

در مرور نظام‌مند، یک روش نظام‌مند و شفاف برای «شناسایی، انتخاب و ارزشیابی نقادانه همه مطالعات مرتبط» و همچنین «جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات» حاصل از مطالعات موجود مورد استفاده قرار می‌گیرد. مرور نظام‌مند برای پاسخگویی به یک سؤال پژوهشی مبتنی بر ارزیابی بدون سوگیری همه مطالعات پژوهشی مربوط به آن سؤال، طراحی می‌شود. هدف اصلی پژوهش‌های مرور نظام‌مند «وزن‌دهی متون موجود» برای بهبود تصمیم‌گیری است (صفاری، سنایی نسب و پاکپور حاجی آقا، ۱۳۹۲). از مهم‌ترین ویژگی‌های این روش می‌توان به مواردی به شرح جدول ۴۸-۱ اشاره کرد (خان، کانز، کلیجن و آنتز، ۲۰۰۳)؛ صفاری، سنایی نسب و پاکپور حاجی آقا، ۱۳۹۲).

جدول ۴۸-۱. مهم‌ترین ویژگی‌های روش مرور نظام‌مند

ردیف	ویژگی‌ها
۱	مناسب برای مواجهه با داده‌های کمی و کیفی زیاد در حوزه‌های مختلف
۲	مناسب برای شرایط کمبود زمان، انگیزه و مهارت کافی برای جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات
۳	گام مهم برای انتخاب عناوین پژوهشی دقیق و تصمیم‌گیری با توجه به شناخت جای خالی مطالعات موجود
۴	مبتنی بر سؤال مشخص در شناسایی و جمع‌آوری اطلاعات و در ادامه تحلیل آن‌ها
۵	گامی مهم برای تصمیم‌گیری کم‌خطا با شناخت و تحلیل تمامی مطالعات انجام شده در حوزه خاص
۶	ایجاد آگاهی و برطرف کردن هرگونه ابهام در مورد یک موضوع
۷	مشخص نمودن ضعف یا کفایت شواهد برای برخی موضوعات یا ابعادی از موضوع
۸	خلاصه نمودن شواهد و به‌هنگام سازی اطلاعات
۹	ایجاد دیدگاه‌های جدید بوسیله ترکیب یافته‌های حاصل از مطالعات مختلف

یک «مرور نظام مند» را می توان با یک «مقاله مروری» و بررسی عمیق اطلاعات نشان داد. مقالات مروری نوشته شده توسط افراد شاخص، اغلب زیربنای بخش هایی از متون کتاب های مرجع را تشکیل می دهند. به همین دلیل مقالات مروری مناسب از جایگاه بالایی برخوردارند و در سال های اخیر، مورد توجه و استقبال بیشتری قرار گرفته اند. اغلب سردبیران حرفه ای از نگارش مقاله مروری توسط افراد شاخص استقبال می کنند. این نوع مقالات اغلب بیشتر خوانده می شوند و مورد ارجاع بیشتری هم قرار می گیرند. در مقاله مروری، آخرین اطلاعات علمی یک موضوع خاص مورد نقد و بررسی قرار می گیرد و در آن اهداف «اطلاع رسانی، ارزشیابی و تفسیر» دنبال می شود. مرور نظام مند یک مطالعه مشاهده ای بر روی مطالعات انجام شده موجود است (ملبوس باف و عزیزی، ۱۳۸۹). در منابع مختلف گام های مختلفی را برای اجرای آن معرفی می کنند که در ادامه تلاش می شود تا انواع گام های پیشنهادی در قالب پنج گام اصلی کتاب مرجع پژوهش معرفی شوند. برای نمونه خان و همکاران (۲۰۰۳) به پنج گام «تهیه سؤالاتی برای مرور»، «شناسایی مطالعات مرتبط»، «ارزیابی کیفیت مطالعات»، «خلاصه کردن شواهد» و «تفسیر یافته ها» تقسیم می کنند.

۴۸-۳. فرایند اجرای پژوهش مرور نظام مند

رویکردهای متفاوتی را می توان از معرفی فرایند اجرای پژوهش مرور نظام از سوی پژوهشگران مختلف از جمله «کوکران»^۱ مشاهده کرد. در این کتاب تمام این رویکردها در قالب همان پنج گام اصلی پژوهش به شرح جدول ۴۸-۲ معرفی شده است.

جدول ۴۸-۲. مراحل اجرای مرور نظام مند

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی پژوهش	مواجهه با مسئله، بیان مسئله، تدوین اهداف و سؤالات مروری
۲	نمونه گیری	یافتن همه مطالعات پژوهشی مرتبط با موضوع و انتخاب کل آن ها یا نمونه گیری به روش متناسب
۳	جمع آوری داده	ارزیابی هر مطالعه بر اساس معیارهای تعریف شده و ساماندهی متون مرور شده
۴	تحلیل اطلاعات	تحلیل اطلاعات و تفسیر حاصل از نگاه کلی به اطلاعات
۵	بحث و نتیجه گیری	جمع بندی از تحلیل اطلاعات و ارائه پیشنهادها

۴۸-۴. طراحی پژوهش

مسائل مورد نظر برای مطالعه مروری باید در قالب سؤالاتی «روشن، بدون ابهام و دارای ساختار» مشخص شود. پژوهشگران برای اجرای این نوع پژوهش باید علاوه بر تخصص و تسلط کافی در زمینه مورد بررسی، بر روش پژوهش مرور نظام مند هم مسلط باشند. برای اینکه پژوهشگر بتواند سؤال مروری یا موضوع مناسبی را انتخاب باید فردی «متخصص، باتجربه و خلاق» باشد. یکی از رویکردهای رایج در این روش «مرور مطالعات درباره نظرها یا پیمایش های نظرسنجی» است. برای نمونه یک عنوان پژوهشی می تواند «بررسی چالش های مهارت های ارتباطی در کارکنان سازمان های دولتی» باشد. می توان در اهداف اختصاصی، مطالعات مرتبط با هر یک از مؤلفه های مهارت ها ارتباطی مانند مهارت های «سخن گفتن، نوشتن، گوش دادن، زبان بدن، خواندن، نگاه کردن و کار با فناوری های ارتباطی» را جداگانه

یا کلی مورد توجه قرار داد. بدیهی است که سؤال مروری برآمده از این اهداف، می‌تواند «چگونگی وضعیت مهارت‌های ارتباطی بر اساس مطالعات انجام شده در این حوزه مشخص» باشد. سؤال خیلی محدود و سخت‌گیرانه، می‌تواند موجب ایجاد محدودیت در شناسایی و پوشش مطالعات مرتبط باشد. این محدودیت در عمل قدرت تعمیم‌پذیری یافته‌ها به سایر جمعیت‌های ممکن را کاهش خواهد داد. از سوی دیگر اگر سؤال خیلی وسیع و نامحدود باشد ممکن است حتی نتیجه‌گیری کاربردی برای یک جمعیت واحد دشوار شود. یک سوال پژوهشی خوب در حوزه پژوهش‌های مرتبط با سلامت با ۴ ویژگی به شرح جدول ۳-۴۸ و با عنوان «PICO» و تشکیل شده از سرواژه‌های «جمعیت، مداخله، مقایسه و پیامد» معرفی می‌شود.

جدول ۳-۴۸. ویژگی‌های یک سؤال مروری خوب در حوزه سلامت

ردیف	ویژگی	توضیح
۱	جمعیت	پوشش گروه‌های مورد مطالعه
۲	مداخله	معرفی درمان، آزمون یا مواجهه مورد نظر برای جمعیت
۳	مقایسه	معرفی مداخله جایگزین یا کنترل
۴	پیامد	پوشش نتایج مداخلات

برای نمونه یک سؤال پژوهش مناسب در این رابطه می‌تواند این باشد که «آیا مصرف آسپیرین می‌تواند موجب افزایش شانس بقا به مدت ۶ ماه بعد از سکته مغزی در افراد سالمند بالای ۶۵ سال در مقایسه با سایر سالمندان بالای ۶۵ سال شود؟». در این مرحله باید یک پروتکل برای تعیین روش‌های انجام مرور قبل از بازیابی متون مربوطه نوشته شود. این امر موجب کاهش سوگیری خواهد شد و از دخل و تصرف پژوهشگر یا شرایط در حین انجام کار جلوگیری می‌کند. در این پروتکل باید روش‌های جستجوی متون، غربالگری متون، نحوه استخراج داده‌ها و تجزیه و تحلیل یافته‌ها به صورت مکتوب آورده شود تا موجب کاهش تورش احتمالی قبل از شروع جستجوی متون شود. همچنین باید معیارهای دقیقی برای ورود یا خروج مطالعات تعریف کرد (صفاری، سنایی نسب و پاکپور حاجی آقا، ۱۳۹۲).

۴۸-۵. ملاحظات نمونه‌گیری

پس از انتخاب موضوع، اهداف و سؤالات پژوهش باید بر اساس آن‌ها «حجم و دوره مشاهده و محل دسترسی به نمونه» را مشخص کرد. محل دسترسی به نمونه بر مواردی چون «پایگاه داده‌های معتبر» برای دسترسی به نمونه‌های مورد مطالعه اشاره دارد. معیار انتخاب نمونه بر اساس «موضوع»، «نوع مطالعات» و «فراوانی مطالعات» است. این معیارها با انجام جستجوهای اولیه و شناسایی در رابطه ابعاد مورد اشاره به دست خواهد آمد (خان و همکاران، ۲۰۰۳). در ادامه باید ملاحظات به شرح جدول ۴-۴۸ را به منظور اطمینان از کیفیت مطالعات منتخب مورد توجه قرار داد.

جدول ۴۸-۴. راه کارهایی برای اطمینان از صحیح و کامل بودن اطلاعات

ردیف	راه کارها
۱	لزوم تسلط کامل به موضوع پژوهش
۲	کمک گرفتن از کارشناسان کتابداری باتجربه در زمینه پژوهش
۳	بررسی تمامی مقالات مرتبط پیشنهادی برای هر یک از مقالات یافت شده در جستجوی الکترونیکی
۴	بررسی تمامی منابع و مراجع مقالات به دست آمده
۵	جستجوی منابع و مراجع ارائه شده در پایان نامه ها و کتاب ها به زبان های دیگر
۶	جستجوی منابع از طریق مجلات و پایان نامه ها و کتب فارسی با توجه به موضوع تخصصی
۷	جستجوی منابع و مراجع ارائه شده در همایش ها و کتاب های موجود
۸	کمک گرفتن از سایر مؤلفین بنام و باتجربه جهت دستیابی به تحقیقات منتشر نشده یا در حال انتشار

درباره منابع اطلاعاتی یا پایگاه داده ها باید توجه شود که جستجو ابتدا باید از شناخته شده ترین و معتبرترین پایگاه داده ها در زمینه تخصصی مورد بررسی آغاز شود. در بسیاری از پایگاه داده های معتبر، می توان همپوشانی هایی در ارائه مقالات مشاهده کرد. در اغلب رشته های تخصصی، پایگاه داده های زبان فارسی به کاملی هم تیان خود نیستند اما می توان از میان آن ها به «SID»، «Irandoc»، و «Magiran» اشاره کرد. جستجوی مطالعات باید گسترده و از منابع چندگانه و بر اساس سؤالات مروری ایجاد شده باشد (خان و همکاران، ۲۰۰۳).

برای ارزیابی کیفیت مطالعات انجام شده، هر منبع باید حداقل توسط دو ارزیاب صاحب نظر، به طور مستقل مطالعه و در صورت رد شدن، دلیل آن ارائه شود. ترجیحاً باید برای ارزیابی، نام صاحب اثر حذف شود تا در قضاوت ارزیاب اثر نگذارد. در صورت وجود اختلاف نظر بین دو ارزیاب، نفر سومی به ارزیابی کار خواهد پرداخت. میزان توافق بین دو ارزیاب، با استفاده از آزمون کاپا (k) تعیین می شود. در نهایت تمامی مقالات وارد شده به مطالعه، مشخص می شوند.

۴۸-۶. ملاحظات جمع آوری اطلاعات

بعد از مشخص شدن محدوده «موضوعی، مکانی و زمانی» مطالعات، نسبت به جمع آوری اطلاعات از آنها اقدام می شود. ارزیابی کیفیت مطالعه به هر مرحله از بررسی مرتبط است. به این معنا که در حین جمع آوری اطلاعات باید مراقب کیفیت مطالعات بود و در صورت مشاهده ناهمگونی تصمیم مناسب اتخاذ کرد (خان و همکاران، ۲۰۰۳). در مرحله جمع آوری اطلاعات از مطالعات منتخب باید فرم یا الگویی را طراحی کرد تا مشخص شود که چه نوع اطلاعاتی باید از درون مقالات استخراج شود. استخراج داده ها از مقالات بدون «قابل شناسایی بودن نام مؤلف، مؤسسه و مجله» خواهد بود. اما در شرایطی که نیاز باشد، می توان با مؤلف برای دریافت اطلاعات بیشتر تماس برقرار کرد.

۴۸-۷. ملاحظات تحلیل اطلاعات

این مرحله شامل تلفیق یافته ها به شیوه ای غیر سوگیرانه و ارائه یک خلاصه متوازن و عادلانه از یافته هایی است که هرگونه نقص یا کاستی را مورد توجه قرار می دهند. این اقدام باید به نحوی باشد که میزان «آگاهی و عدم آگاهی» ما را نسبت به یک حیطه موضوعی خاص نشان دهد (صفاری، سنایی نسب و پاکپور حاجی آقا، ۱۳۹۲). این مرحله می تواند با «ترکیب داده ها» با استفاده از «جدول بندی خصوصیات مطالعه، کیفیت و اثرات» یا «فرا تحلیل» و استفاده از روش های آماری برای بررسی تفاوت بین مطالعات و ترکیب اثرات آن ها باشد (خان و همکاران، ۲۰۰۳). در مرحله

تحلیل و تفسیر یافته‌ها بهتر است با نمودارهای پیش‌بینی از اثر تک‌تک مطالعات و تأثیر برآیند کل مطالعات را نشان داد. برخورداری از همگونی بین داده‌ها برای هرگونه تحلیل یکی از شرط‌های مهم است. به همین دلیل باید میزان ناهمگونی بین مطالعات را مشخص کرد؛ زیرا هرچقدر مطالعات موردبررسی با یکدیگر همگون‌تر باشند، نتیجه‌گیری نهایی دقیق‌تر و واقعی‌تر خواهد بود (هاردن، گارسیا، الیور، ریس، شپرد، جینی و اکلای)^۱. ناهمگونی را می‌توان با «آزمون دوجمله‌ای» بررسی کرد. آزمون دو جمله‌ای یک آزمون تطابق توزیع برای داده‌های اسمی است. این آزمون برای هر متغیر دارای دو مقدار و بررسی توزیع یک یا چند متغیر دوحالتی با توزیع دو جمله‌ای و با یک احتمال مشخص قابل استفاده است. همچنین می‌توان با نمودار کیفی تورش انتشار را نشان داد. برای نمونه در شرایطی که محور عمودی حجم نمونه و محور افقی نسبت‌های شانس تک‌تک مطالعات باشد، در حالت صحیح و بدون تورش انتشار، شکل یک قیف معکوس و قرینه را ایجاد می‌کند. تورش انتشار به معنای آن است که مطالعات با نتایج چشمگیرتر بیشتر چاپ می‌شوند. اگر فقط این‌گونه مطالعات وارد مرور نظام‌مند شوند، باعث ایجاد نتایج کاذب با مداخله مثبت می‌شوند.

احتمال خطر سوگیری در نتایج باید شناسایی شود. از روش «اکتشاف برای ناهمگنی» در تعیین میزان اعتماد به نتایج کلی استفاده می‌شود. اگر این امکان فراهم نبود می‌توان از اثرات مشاهده‌شده در مطالعات باکیفیت بالا باید برای ایجاد استنتاج استفاده شود. هر توصیه‌ای باید با استناد به نقاط قوت و ضعف شواهد درجه‌بندی شود.

گزارش حاصل از این نوع پژوهش که اغلب در قالب مقاله مروری ارائه می‌شود، مانند سایر مقالات شامل «چکیده، مقدمه، روش‌شناسی، یافته‌ها، بحث و فهرست منابع» است. در قسمت روش‌شناسی یا معرفی روش بررسی باید، قدم‌های آماری مقاله در چارچوب معیارهای کوکران آورده و به تفصیل توضیح داده شود. به نحوی که هر پژوهشگر دیگر بتواند با پیگیری از این روش، مطالعه را تکرار کند. در قسمت یافته‌ها نیز نتایج تحلیل یافته‌های مقالات برگزیده‌شده به صورت نمودارهای جنگلی و قیفی و دیگر جداول و نمودارهای مرتبط نشان داده می‌شود. در قسمت بحث بر روی یافته‌های تحلیل مروری بحث می‌شود و آن را با نتایج سایر مقالات مروری یا مطالعات بزرگ در زمینه موردپژوهش، مقایسه کرده و نتیجه مهمی بر اساس آن ارائه خواهد شد. به طور خلاصه می‌توان گفت که یک مقاله مروری خوب، به خواننده کمک می‌کند تا در ارزیابی موارد موافق و مخالف، راحت‌تر تصمیم‌گیری کند و در صورت نیاز برای کسب اطلاعات و یا اطمینان بیشتر بتواند به منابع کلیدی اشاره‌شده، مراجعه نماید (ملبوس‌باف و عزیزی، ۱۳۸۹). درمجموع با اطلاعات جمع‌آوری‌شده به تناسب کمی یا کیفی بودن می‌توان از تحلیل‌های کمی یا کیفی استفاده کرد.

ملاحظات پژوهشی

در رشته های خاص

هدف کلی: آشنایی با ملاحظات پژوهشی در رشته های خاص

اهداف یادگیری

- آشنایی با ملاحظات پژوهشی رشته ادبیات فارسی
- آشنایی با ملاحظات پژوهشی رشته ریاضی
- آشنایی با ملاحظات پژوهشی مهندسی

مقدمه

در برخی از رشته‌های دانشگاهی ملاحظات خاصی وجود دارد که ممکن است برخی کارشناسان از آن به عنوان اختلاف یاد کنند. پدیدآورندگان مرجع پژوهش بر این باورند که آنچه در بعضی موارد خاص در انتخاب مسیر اجرای پژوهش میان رشته‌های مختلف، تفاوت ایجاد می‌کند، ملاحظات خاص در همان رشته است که حتی می‌توان برخی از این ملاحظات را در دیگر رشته‌ها نیز به کار برد. در این فصل علاوه بر مبانی پژوهشی پیش گفته به ملاحظات خاص هر رشته پرداخته می‌شود.

۴۹-۱. ملاحظات پژوهشی رشته ادبیات فارسی

علم ادبیات بر «تلاش آگاهانه» و مبتنی بر عقل و استدلال برای «مفهوم‌سازی عقلانی» و «راهیابی به دنیای ناشناخته آثار موجود ادبی» با استفاده از «نظریه‌ها و رویکردهای مشخص»، «علل»، «عوامل» و «فضای خلق آن آثار» تأکید دارد. همچنین این علم بر دنیای ذهنی خالق آثار هنری تأکید دارد. از این رو هرگونه «شناخت، تبیین، تفسیر و ارزش‌گذاری» این موارد را می‌توان «علم ادبیات» نامید.

از یک منظر ادبیات جزو دانش‌های «مصرف‌کننده» قرار دارد؛ زیرا برای تبیین خود نظریه‌پردازی نمی‌کند، بلکه مفاهیم نظری سایر دانش‌ها از جمله «فلسفه، زبان‌شناسی، روان‌شناسی، تاریخ، جامعه‌شناسی و علوم سیاسی» را در تحلیل متن به خدمت خود می‌گیرد. «علم بلاغت» تنها نظریه ادبی است که از خود علم ادبیات برآمده و به‌ویژه از خطابه که در مبانی و امдар علم زیبایی‌شناسی به عنوان بخشی از فلسفه است.

بسیاری از مطالعات ادبی در ذات خود «بینا رشته‌ای» هستند. به این دلیل ساده که «ادبیات» با تمام تلقی‌هایی که از آن وجود دارد و با تمام مصادیقش امری پیچیده است و امور پیچیده را نمی‌توان از منظری واحد شناخت. دانش‌هایی مانند «علوم اجتماعی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، علوم سیاسی، اقتصاد، علوم ارتباطات» و هنرهای مانند «سینما، تئاتر، نقاشی و امثال آن» با ادبیات خلاقه و علم ادبیات مرتبط شده‌اند. از سوی دیگر بسیاری از ژانرهای ادبی نوظهور نیز صرفاً از طریق مطالعات ادبی قابل تحلیل نیستند.

اثر ادبی می‌تواند مانند هر شیء و چیز دیگری، موضوع مطالعه و شناخت قرار گیرد. این حوزه مانند هر دانش بشری دیگر متکی بر خرد و عقلانیت و تابع اصولی مشخص چون «قابل‌سنجش»، «تا حدی تعمیم‌پذیر» و درمجموع «بین‌الذهانی»^۱ است. با این رویکرد، ادبیات علم است و موضوع شناختش «متن ادبی» با کمک نظریه‌های مشخص و تعریف شده با معیارهای معین است. آنچه پژوهشگری درباره یک اثر ادبی بر مبنای اصول و معیارهای مشخص گفته باشد، بخشی از آحاد جامعه علمی (عالمان علم ادبیات) آن را به عنوان دانش ادبی از وی می‌پذیرند. درواقع در حوزه علم ادبیات، به دیدگاهی علمی گفته می‌شود که خود با دلیل و برهان مطرح شده باشد و هم‌زمان بتواند دلیلی برای تأیید نظرات دیگران باشد.

۱. پذیرفتن فهمی مشترک در اذهان مختلف بدون گفتگوی مستقیم

در ادبیات به‌عنوان علم با حوزه‌های سه‌گانه «فهم متن، آموزش و ارزشیابی» در ارتباط هستیم. در علم ادبیات هم به «عینیت» و هم به «ذهنیت» آن باور داریم. مانند پژوهش‌هایی که با رویکرد «هیوم» به علم یا در بخشی دیگر با رویکرد «کانت» به علم قابل تحلیل است. در رویکرد «هیوم» شناخت اسرار موجود در متون ادبی با علم سبک‌شناسی و بلاغت کشف و توصیف می‌شوند. با رویکرد «کانت» بر اساس روش «تفسیری-تأویلی» بازخوانی در سایه ذهنیت پژوهشگر صورت می‌گیرد و اموری خارج از متن برگرفته از ذهنیات پژوهشگر اعمال می‌شود. در این پژوهش‌ها امور یا ادعاهایی در باب متن‌ها «جعل یا ایجاد» می‌شود اما در پژوهش با رویکرد هیوم، امور واقع یا نهفته در متون کشف و بیان می‌شوند. در ادبیات از نظر روش‌شناسی به چهار حوزه مهم به شرح جدول ۴۹-۱ پرداخته می‌شود.

جدول ۴۹-۱. چهار حوزه مهم روش‌شناسی پژوهش در ادبیات

ردیف	موارد	توضیح
۱	عوامل برون‌متنی اولیه	فهم و ارزیابی عوامل تولیدکننده متن
۲	جهان‌اندیشگانی متن	فهم و ارزیابی محتوای متن
۳	جهان‌شکلی متن	فهم و ارزیابی چگونگی تولید متن
۴	پدیده‌های برون‌متنی ثانویه	فهم و ارزیابی اثرات متن بر خواننده و جامعه

هر دو مکتب علمی رایج یعنی «اثبات‌گرایی و عقل‌گرایی انتقادی» در تبیین امور طبیعی متکی بر اصول «مشاهده، آزمایش، تعمیم و پیش‌بینی‌پذیری» هستند. دلیل این امر وجود مواد طبیعی دارای ثبات و پایداری زیاد است. کاربرد آمار در ادبیات کم است و اغلب برای تجزیه و تحلیل از جنبه‌های «تاریخی، توصیفی، تفسیر، تحلیل و تأویل» استفاده می‌شود.

اغلب مطالعات تاریخی این حوزه خصلت نقلی دارند و «متن محور» هستند. یعنی با تمرکز بر «اسناد گذشته» مانند «کتاب، مقاله، رساله، موزه‌های تاریخی، معاهدات، پیمان‌نامه‌ها، منشورات، قراردادهای، قوانین و مصوبات» پژوهش‌های خود را سامان می‌دهند. در پژوهش‌های ادبی همه متون از یک ماه تا چند قرن پیش قابل تحلیل، تفسیر و تأویل به شرح جدول ۴۹-۲ هستند.

جدول ۴۹-۲. تحلیل، تأویل و تفسیر در ادبیات

ردیف	موارد	توضیح
۱	تحلیل	تأکید بر تأمل و دقت کافی برای اشراف بر ابعاد نهان متن از جمله روابط صوری و محتوایی آن
۲	تفسیر	تأکید بر کشف قصد پنهان و پیدای مؤلف از درون متن
۳	تأویل	خواندن متن بر مبنای «مشرَب فکری» ویژه پژوهشگر

در این رویکردها باید متن را در رابطه با سخن و به‌منظور دریافت معنا و دلالت آن مورد مطالعه قرار داد. به این معنا که «پژوهشگر ادبیات» انتخاب هر رویکرد و نگرشی را مبتنی بر افق‌های دانش برآمده سنت در اختیارش قرار می‌دهد. برای نمونه در تأویل شعر عارفانه حافظ یا مولوی، پژوهشگر از مجموعه دانش‌ها و دریافت‌هایی بهره می‌برد که پیش از وی سایر پژوهشگران ادبی مطرح کرده‌اند. به همین دلیل گفته می‌شود که هر تأویل به عناصری از پیش موجود و از پیش تعیین شده وابسته است. تأویل به این اعتبار به سنت، تأویل‌های گذشته و داوری‌ها و پیش‌داوری‌های گذشته گره می‌خورد.

از رویکردی دیگر ادبیات مبتنی بر خلاقیت و هنر است و شاعران به الهام و تخیل نیاز دارند. «فرانسیس بیکن» اعتقاد دارد که شعر از تخیل نشئت می‌گیرد و از بند قوانین ماده و احکام عقل آزاد است؛ بنابراین نمی‌توان آن را تحت ضابطه معینی قاعده‌مند کرد. هنر اصیل ادبیات بیشتر برآمده از ضمیر ناخودآگاه هنرمند و نتیجه کشف و شهود ویژه‌ای است که نمی‌توان آن را چنان‌که هست به زبان علم توضیح داد. برای نمونه اغلب شاعران متبحر بر اساس علم و نظریه شعر نگفته‌اند. افلاطون هم تأکید دارد که مایه کلام شاعران، دانش نیست بلکه شور و ذوق و عواطف است. درواقع متن ادبی خلاق با «دل» به استعاره از کشف و شهود هنری، آفریده می‌شود ولی باید با «سر» به استعاره از خرد و عقلانیت، مورد ارزیابی قرار گیرد. بر این اساس برخی کارشناسان این حوزه اعتقاددارند که خلاقیت ادبی خارج از محدوده دانش است و قابل شناخت، پیش‌بینی و تعمیم‌پذیری نیست.

۴۹-۲. ملاحظات پژوهشی در رشته ریاضی

یک کشف بزرگ سبب حل شدن یک مسئله بزرگ می‌شود، اما در حل هر مسئله جنبه‌ای از اکتشاف وجود دارد (پولیا^۱، ۱۹۵۷). در رشته ریاضی یک پژوهش اغلب با «مسئله‌ای که باید حل شود»، «پرسشی که باید پاسخ داده شود» یا «تصمیمی که باید گرفته شود» شروع می‌شود. در این مسیر پژوهشگر به یک جریان تفکر منطقی، منظم یا نظام‌دار به‌قصد دستیابی به صحت و نادرستی اندیشه، عمل یا فرضیه و یا پاسخ به یک سؤال در زمینه‌های گوناگون وارد می‌شود. به‌طور خلاصه، طرح مسئله می‌تواند در مواردی به شرح جدول ۴۹-۳ باشد.

جدول ۴۹-۳. انواع رویکردهای طرح مسئله در رشته ریاضی

ردیف	موارد
۱	یک ویژگی از فعالیت‌های خلاق یا توانایی ریاضی خاص
۲	یکی از ویژگی‌های آموزش پرسشگری
۳	ابزاری برای بهبود توانایی حل مسئله برای پژوهشگر
۴	پنجره‌ای رو به درک ریاضی پژوهشگر
۵	ابزاری برای افزایش علاقه‌مندی پژوهشگر به ریاضی

اغلب طرح مسئله به دو شکل به شرح جدول ۴۹-۴ در فعالیت حل مسئله ظاهر می‌شود.

جدول ۴۹-۴. انواع شکل‌های طرح مسئله در فعالیت حل مسئله در ریاضی

ردیف	انواع
۱	تغییر صورت مسئله و ساخت یک مسئله ساده‌تر، برای نزدیک شدن به حل مسئله اصلی
۲	بعد از حل یک مسئله، بازگشت به عقب برای درک درست از مسئله و آنچه انجام شده است. تغییر برخی از شرایط مسئله موجود و ایجاد مسئله جدید تا با بررسی آن‌ها به درک عمیق‌تری از مسئله و راه‌حل‌های آن رسید.

آنچه باید توجه شود این است که طرح مسئله یکی از ملزومات مهم حل مسئله است و نباید تنها به‌عنوان یک هدف دیده شود بلکه باید به آن به‌عنوان ابزاری برای آموزش نیز نگریست. طرح مسئله هم به تولید یک مسئله جدید

و هم به صورت بندی جدید یک مسئله مفروض دلالت دارد و لذا می‌تواند «قبل، در طول و بعد از حل مسئله» به شرح جدول ۴۹-۵ انجام شود.

جدول ۴۹-۵. انواع فرصت‌های طرح مسئله

ردیف	انواع	توضیح
۱	طی حل مسئله	پژوهشگر سعی می‌کند با خلق مجدد مسئله داده‌شده، آن را طوری صورت‌بندی کند که امکان بیشتری برای حل آن داشته باشد. به قول جرج پولیا «به یک مسئله مناسب قابل‌دسترس فکر کن».
۲	قبل از حل مسئله	طرح مسئله می‌تواند زمانی اتفاق بیافتد که هدف، حل مسئله داده‌شده نیست بلکه تولید یک مسئله جدید از یک موقعیت یا تجربه است. چنین طرح مسئله‌ای می‌تواند قبل از هر «حل کردنی» اتفاق بیافتد.
۳	بعد از حل مسئله	زمانی که فرد ممکن است برای خلق مسائل مرتبط، به بررسی شرایط مسئله اصلی بپردازد. این نوع از طرح مسئله با مرحله «بازگشت به عقب» پولیا مرتبط است.

مراحل طی آن مسئله حل می‌شود در جدول ۴۹-۶ معرفی شده است.

جدول ۴۹-۶. مراحل حل مسئله در رشته ریاضی

ردیف	مراحل	توضیح
۱	فهمیدن مسئله	مجهول چیست؟ داده‌ها کدام است؟ شرط چیست؟ آیا تحقق یافتن شرط مسئله امکان‌پذیر است؟ آیا شرط مسئله برای تعیین مجهول کفایت دارد یا خیر؟ یا حشو و زائد است؟ یا متناقض است؟ شکلی رسم و علامت‌های مناسب را به کار برید. قسمت‌های مختلف شرط را جدا کنید. آیا می‌توانید آن‌ها را بر روی کاغذ بیاورید؟
۲	طرح نقشه	ارتباط میان داده‌ها و مجهول را پیدا کنید. ممکن است مجبور شوید که در صورت یافت نشدن ارتباط مستقیمی میان داده‌ها و مجهول، مسئله‌های کمکی در نظر بگیرید. باید سرانجام یک نقشه برای حل مسئله طرح کنید. مهم‌ترین سؤالات: آیا آن را پیشتر دیده بودید؟ آیا همین مسئله را به صورت دیگر دیده‌اید؟ آیا از مسئله‌ای وابسته به آن آگاهی دارید؟ آیا از قضیه‌ای که بتواند سودمند واقع شود آگاهی دارید؟ به مجهول نگاه کنید! و بکشید تا درباره مسئله‌ای بیندیشید که همین مجهول یا شبیه آن را داشته باشد. در اینجا مسئله‌ای وابسته به مسئله شما وجود دارد که پیش‌تر حل شده است. آیا می‌توانید آن را به کار برید؟ آیا می‌توانید روش آن را به کار برید؟ آیا باید یک عنصر کمکی را وارد کنید تا به کار بردن آن را ممکن سازد؟ آیا می‌توانید صورت مسئله را دوباره بیان کنید؟ آیا می‌توانید آن را به صورتی دیگر بیان کنید؟ به تعریف‌ها رجوع کنید. اگر نمی‌توانید مسئله طرح‌شده را حل کنید؛ نخست به حل کردن مسئله‌ای وابسته به آن بپردازید. آیا می‌توانید مسئله وابسته‌ای را که بیش‌تر در دسترس باشد تخیل کنید؟ یا یک مسئله کلی‌تر؟ یا یک مسئله خاص‌تر؟ یا یک مسئله مشابه؟ آیا می‌توانید یک قسمت از مسئله را حل کنید؟ تنها یک جزء از شرط را نگه دارید و باقی آن را کنار بگذارید؛ در این صورت مجهول تا چه اندازه معلوم می‌شود و چگونه تغییر می‌کند؟ آیا می‌توانید از داده‌ها چیز سودمندی استخراج کنید؟ آیا داده‌های دیگری به فکر شما خطور می‌کند که بتواند برای به دست آوردن مجهول سودمند باشد؟ آیا می‌توانید مجهول یا داده‌ها را در صورت لزوم هر دو را چنان تغییر که مجهول تازه و داده‌های تازه به یکدیگر نزدیک‌تر باشند؟ آیا همه داده‌ها را به کار بردید؟ آیا همه شرط را به کار بردید؟ آیا همه مفاهیم اصلی مندرج در مسئله را به کار بردید؟
۳	اجرای نقشه	در ضمن اجرای نقشه حل مسئله، هر گام را که برمی‌دارید چک و امتحان کنید، آیا می‌توانید آشکارا ببینید که گام برداشته شده درست بوده است؟ آیا می‌توانید درست بودن آن را ثابت کنید؟
۴	ارزیابی جواب	به عقب نگاه کردن یا امتحان کردن جوابی که به دست آمده است. آیا می‌توانید نتیجه را چک کنید؟ آیا می‌توانید نتیجه را از راهی دیگر به دست آورید؟ آیا می‌توانید نتیجه یا روش را در مسئله‌ای دیگر به کار برید؟

۴۹-۳. ملاحظات پژوهشی در رشته های مهندسی

پژوهشگران این حوزه اغلب به دنبال کشف روابط علت و معلولی هستند و به جای پژوهش بنیادی به پژوهش کاربردی توجه دارند. پژوهش های کاربردی دارای جنبه عملی و مستقیماً متوجه حل مشکلات جامعه و بشریت هستند. در علوم مهندسی روش پژوهش نسبت به علوم انسانی و نظری، کمی متفاوت تر است. این روش، بر مشاهده، تجربه و آزمایش و دیگر شیوه های مدرن نرم افزاری متکی است. مزیت عمده این روش عینیت و شفافیت است؛ به طوریکه در هر زمان و هر مکان و توسط هر کس می تواند انجام و مورد آزمایش قرار گیرد. به عبارت دیگر، قابل تکرار و مشاهده پذیر بودن مورد تأکید پژوهشگران حوزه مهندسی است.

از آنجایی که پژوهش سعی در حل مسائل پیچیده دارد، بایستی قابلیت ساده سازی برای حل مسائل پیچیده داشته باشد. هر چند شرح مسئله، چشم انداز حل آن را روشن تر می کند اما کافی نیست و پژوهشگر باید بتواند جواب مسئله را با سطح اطمینان بسیار بالایی به درستی پیش بینی کند. لذا روش پژوهش بایستی مناسب ترین مسیر را برای کسب اطلاعات مناسب و شناخت عوامل مرتبط فراهم سازد. این روش شامل ابزارها و راه حل هایی است که به منظور رسیدن سریع به جواب درست مسئله مورد نیاز است. انتخاب این ابزارها و راه حل ها یا در یک کلام روش پژوهش مستلزم آشنایی با روش های مختلف و شناخت نقاط ضعف و قوت هر یک از آنها است. در یک جمع بندی، پژوهش در علوم مهندسی برای حل مسایل ناشناخته و دستیابی به یافته های جدید جهت بهبود «فرآیندهای مهندسی» یا «توسعه فناورانه» روش های موجود می باشد.



بخش چہارم

ملاحظات حقوقے و اخلاقے پژوهش



ملاحظات حقوقی پژوهش

هدف کلی: آشنایی با ملاحظات حقوقی پژوهش

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم حقوق پژوهش
- آشنایی با انواع مصادیق سرقت علمی
- آشنایی با قوانین حق مؤلف

مقدمه

پژوهشگر باید با اشراف به موضوع مطالعه و برخورداری از مهارت فنی و دانش لازم پژوهش را انجام دهد. او باید بداند که از کجا و چگونه پژوهش را آغاز کند و چگونه آن را ادامه دهد و در نهایت چطور فرایند پژوهش را جمع‌بندی کند و آن را به نتیجه برساند. در فرآیند پژوهش شناخت ملاحظات حقوقی پژوهش بسیار مهم است.

۵۰-۱. مفهوم حقوق پژوهش

«حقوق» عبارت است از «مجموعه قواعد سازمان‌دهی شده که بر اعضای جامعه تحمیل می‌شود و واجد ضمانت اجرای جمعی است». این قواعد بر بستر یک نظم اجتماعی شکل می‌گیرند. نظم حقوقی، سامان‌دهنده «روابط میان افراد»، «افراد با نهادهای عمومی» و «نهادهای عمومی با یکدیگر» است. درواقع، نظم حقوقی مجموعه‌ای از هنجارهاست که در قانون اساسی و سایر قوانین موجود برای تنظیم روابط و وضعیت‌های حقوقی هر جامعه انسانی شکل می‌گیرد. اصل حاکمیت قانون اقتضا می‌کند که تمام امور جامعه بر طبق قوانین عمومی باشد تا «زمینه برخورداری همه مردم از حقوق و تکالیف یکسان و ممانعت از خودسری» فراهم شود. یکی از خصایص بارز قانون، الزام‌آور بودن آن است. در حوزه پژوهش قوانین مشخصی وجود دارد که اطلاع از آن‌ها برای پژوهشگر الزامی است. فقدان شناخت لازم از قوانین پژوهشی می‌تواند باعث خسارت‌های مادی و اعتباری جدی به پژوهشگر شود. در برخی موارد ناآگاهی باعث اتهام بسیاری از پژوهشگران به مواردی چون سرقت‌های ادبی شده است. بر این اساس هر پژوهشگر برای فعالیت مؤثر و مناسب خود به آگاهی از انواع قوانین «رسمی، سازمانی و بین‌المللی» در حوزه پژوهش به شرح جدول ۵۰-۱ نیاز دارد.

جدول ۵۰-۱. انواع قوانین پژوهشی

ردیف	انواع قوانین	توضیح
۱	رسمی کشوری	قانون اساسی، مصوبات مجلس شورای اسلامی، مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی، مصوبات شورای عالی فضای مجازی و دیگر اسناد حقوقی رسمی کشور
۲	سازمانی	اساسنامه، آئین‌نامه، مقررات، نظام‌نامه، دستورالعمل، منشور اخلاق و شیوه‌نامه‌های سازمانی
۳	بین‌المللی	بر اساس توافق بین دولت‌ها و ملت‌ها تنظیم شده

مباحث حقوقی پژوهش بیشتر مربوط به مالکیت فکری است. مالکیت فکری به آفرینش‌های ذهنی از جمله کتاب، مقاله، ترانه، موسیقی، طرح‌های صنعتی، اختراعات و مانند این‌ها اشاره دارد، که به دو مقوله «مالکیت ادبی-هنری» و «مالکیت صنعتی» تقسیم می‌شود. حقوق مالکیت فکری، مانند سایر حقوق مالکیتی دیگر، به پدیدآورنده و مؤلف به‌عنوان صاحب اثر اجازه می‌دهد از اثر محافظت کند و با حق تألیفی که در اختیار دارد در راستای کسب سود و منفعت از اثرش قدم بردارد؛ این همان حقی است که در ماده ۲۷ اعلامیه جهانی حقوق بشر نیز به آن اشاره شده است.

۵۰-۲. انواع مصادیق سرقت علمی

سرقت علمی دارای مصادیق متعددی است که برخی از مهم‌ترین آن‌ها به شرح جدول ۵۰-۲ خواهد بود.

جدول ۵۰-۲. انواع مصادیق سرقت علمی

ردیف	انواع	توضیح
۱	استناد ندادن	استفاده از آثار و ایده‌های دیگران بدون استناددهی
۲	استناد نامتناسب	شامل استندهای ناقص، همراه‌کننده، بیش‌ازحد و نقل‌قول کوتاه ناقص
۳	ترجمه	ترجمه اثر خود به زبان دیگر بدون استناددهی و ترجمه اثر دیگری بدون استناددهی

آشکارترین نوع سرقت علمی استفاده از آثار و ایده‌های دیگران بدون استناددهی و شامل مواردی چون «نویسنده پنهان، رونویسی، مقاله معجون، استتار جزئی، تنبیل کاری و خود سرقتی»^۱ به شرح جدول ۵۰-۳ است.

جدول ۵۰-۳. انواع سرقت علمی از نوع استناد ندادن

ردیف	انواع	توضیح
۱	نویسنده پنهان	انتشار «آثار بی‌نام» بنام خود یا اشخاص دیگر
۲	رونویسی	کپی‌برداری قسمتی از متن دیگران بدون استناد
۳	مقاله معجون	کپی‌برداری از چند مطلب و تلفیق داده‌ها بدون تغییر خاص و نداشتن استناد
۴	استتار جزئی	تلاش برای تغییر ظاهر و نه محتوا با تغییر کلمات و عبارات درحالی‌که اصل ایده متعلق به دیگری است.
۵	تنبیل کاری	صرف زمان زیاد برای سرهم کردن متن‌ها و ایده‌های دیگران به‌جای تلاش برای خلق ایده و اثر
۶	خود سرقتی	استفاده فرد از آثار قبلی خودش که قبلاً منتشرشده بدون دادن استناد

در مواردی هم سرقت علمی در عین استناددهی رخ می‌دهد. ازجمله این موارد می‌توان به «استناد ناقص، استناد همراه‌کننده، نقل‌قول ناقص، استناد بیش‌ازحد و جنایت کامل»^۲ به شرح جدول ۵۰-۴ اشاره کرد (عباسیان، ۱۳۹۷).

جدول ۵۰-۴. انواع سرقت علمی در شرایط استناد دادن

ردیف	انواع	توضیح
۱	استناد ناقص	اشاره به نام نویسنده اثر اما کوتاهی در ذکر سایر مشخصات کتابشناختی برای یافتن منبع
۲	استناد همراه‌کننده	استناد کور یا نبود اطلاعات دقیق برای یافتن منبع
۳	نقل‌قول ناقص	استناد درست به منبع اما بدون درج علامت نقل‌قول برای استفاده از عین عبارت
۴	استناد بیش‌ازحد	رعایت استناد و علامت نقل‌قول اما بدون وجود هرگونه حرف جدید در متن پژوهش (فقط تکرار)
۵	جنایت کامل	رعایت اصول استناد در چند مورد اما آگاهانه برخی ایده‌ها و مطالب دیگران به خود منسوب کردن

پژوهشگر هنگام استفاده از کار دیگران در اثر خود، یکی از سه حالت به شرح جدول ۵۰-۵ را انجام می‌دهد که برای پیشگیری از سرقت علمی در هر سه حالت نیاز به استناد دارد.

جدول ۵۰-۵. انواع روش‌های استفاده از کار دیگران در پژوهش

ردیف	انواع	توضیح
۱	خلاصه‌نویسی	تلخیص و گزینش جملات و کوتاه‌تر کردن متن با استفاده از جملات متن اصلی
۲	بازنویسی	پارافریزینگ یا نقل‌قول غیرمستقیم و نقل به مضمون یا نوشتن یک ایده یا مطلب به زبان پژوهشگر
۳	نقل‌قول مستقیم	نوشتن عین مطلب از مقصد

برای استفاده از کار دیگران در یک پژوهش باید به قواعد نگارشی به شرح جدول ۵۰-۶ توجه داشت.

1. The Ghost Writer, The Photocopy, The Potluck Paper, The Poor Disguise, The Labor of Laziness, Self-Plagiarism

2. The Forgotten Footnote, The Misinformer, The Too-Perfect Paraphrase, The Resourceful Citer, The Perfect Crime

جدول ۵۰-۶. قواعد نگارشی در استفاده از کار دیگران در پژوهش

ردیف	قواعد نگارشی
۱	برای نقل قول مستقیم در فارسی از گیومه به شکل « » و در انگلیسی از کوتیشن مارک به شکل " " استفاده می‌شود.
۲	تا حد ممکن، پرهیز از آوردن علامت نقل قول انگلیسی هنگام نگارش به زبان فارسی
۳	در موارد بیش از یک جمله و در حد یک بند یا پاراگراف بودن، تأکید بر استفاده از «تورفتگی» ^۱ برای نمایش عیناً از منبع دیگر بودن
۴	تا حد ممکن پرهیز از استناد نقل قول مستقیم به بیش از یک بند (جز در موارد استثناء)
۵	استفاده از گیومه و تورفتگی در خلاصه‌نویسی به‌عنوان اقدامی ضروری و حرفه‌ای

فقدان توجه لازم به اصول استناد دادن برای استفاده از متون دیگران، احتمال ارتکاب سوء رفتار پژوهشی را افزایش می‌دهد. اگر بازنویسی به‌خوبی انجام نشود، حتی باوجود استناد آوری، احتمال چالش «محتواریایی» یا «سرقت علمی» وجود دارد. باید به‌خوبی به خواننده نشان داد که کدام قسمت از نوشته، ایده دیگران و کدام قسمت حرف‌ها و افکار خود فرد است. به «بازنویسی، پارافریزینگ یا نقل به مضمون» بر «نقل قول غیرمستقیم یا نقل معنایی» اشاره دارد. در این شکل مفهوم «بازنویسی نادرست و فریبکارانه» به شرایط عدم رعایت «اصول بازنویسی» و استفاده لفظ به لفظ «خارج از حد مجاز» از واژه‌های «متن مرجع» اشاره دارد. گاهی خود عبارت «پارافریزینگ یا بازنویسی» بسته به بافت متن، اشاره به «بازنویسی نادرست و متقلبانه» دارد (رجب‌زاده عصارها، ۱۳۹۶).

۵۰-۳. قوانین حق مؤلف

به «حق مؤلف»، «حق پدیدآورنده» یا «کپی‌رایت» هم گفته می‌شود. کسی که اثری را پدید می‌آورد، قانون او را پدیدآورنده (نویسنده، مؤلف، مصنف، شاعر و امثال آن) می‌شناسد و حقوقی را برای او لحاظ می‌کند. در ایران «قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان» به این مقوله پرداخته است. حق معنوی کتاب به اموری چون «شناخته شدن اثر به نام خود پدیدآورنده و امکان تغییر آن» می‌پردازد. قوانین حق مؤلف به دنبال مواردی به شرح جدول ۵۰-۷ هستند (قاسمی و فنزاد، ۱۳۹۷).

جدول ۵۰-۷. امور مورد تأکید در قوانین حق مؤلف

ردیف	موارد
۱	حفظ منافع قانونی و به‌حق پدیدآورندگان
۲	مصونیت پدیدآورندگان از آسیب‌های استثمار و سوءاستفاده
۳	محافظت از هرگونه تعدی به رابطه فرد با اثرش
۴	تنظیم رابطه پدیدآورنده و اثرش با جامعه و در چهارچوب قانون

باید به این نکته توجه داشت که کشورها با توجه به «فرهنگ‌ها و روش‌ها»، هرکدام چارچوب خاصی برای اجرای این امور دارند. کتاب‌ها در «صفحه حقوقی» خود، علاوه بر نام افراد صاحب حق، اغلب با نمادها و یادداشت‌ها بر حق مؤلف تأکید می‌کنند. برای نمونه در برخی کتاب‌ها جملاتی چون «حق چاپ محفوظ است»، «حق طبع محفوظ است»، «همه حقوق برای ناشر محفوظ است» یا «حقوق برای مؤلف محفوظ است» به چشم می‌خورد. عبارت‌ها به این معنی است که هیچ‌کس جز آنکه به‌حق او اشاره شده است، نمی‌تواند کتاب را چاپ کند و اگر دست به این کار بزند، با

قانون روبه‌روست. کشورهایی که به معاهده‌های حق مؤلف پیوسته‌اند از نماد © در صفحه حقوقی و وسط همین صفحه استفاده می‌کنند. برای مثال:

©2000 by L. Seashore

که معنای آن این است که این کتاب برای نخستین بار در سال ۲۰۰۰ چاپ شده و حق مؤلف از آن فردی به نام «ال. سی‌شور» است. این نماد که اکنون در شمار نمادهای بین‌المللی است در سال ۱۹۵۲ در «معاهده ژنو» برگزیده شد. نماد P داخل دایره به معنای این است که حقوق برای ناشر محفوظ است (آذرنگ، ۱۳۸۳).

همچنین تبدیل قالب کتاب به نرم‌افزار یا انتشار یک کتاب یا مقاله علمی به صورت تحریف شده در یک رسانه همگانی بدون اجازه از صاحب اثر از موارد نقض مالکیت فکری است. ماده ۷ قانون «حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان» اشاره دارد که «نقل از اثرهایی که انتشار یافته است و استناد به آن‌ها به مقاصد ادبی، علمی، فنی، آموزشی و تربیتی و به صورت انتقاد با ذکر مأخذ در حدود متعارف مجاز است». برای نقل قول از آثار دیگران چهار شرط به شرح جدول ۵۰-۸ نیاز است (قاسمی و فنازاد، ۱۳۹۷).

جدول ۵۰-۸. شرایط لازم برای نقل قول از آثار دیگران

ردیف	شرایط
۱	امکان نقل قول از آثار منتشر شده
۲	لزوم قید «مأخذ» به استثنای «جزوات درسی»
۳	نقل از اثر دیگر برای مقاصد ادبی، علمی، فنی، آموزشی و تربیتی به صورت انتقاد و تقریظ ^۱ و نه برای مقاصد تجاری
۴	رعایت حدود متعارف در نقل از اثر

چهار معیار مهم برای استفاده منصفانه از آثار دیگران به شرح جدول ۵۰-۹ وجود دارد؛ در غیر این صورت استفاده نوعی نقض کپی‌رایت است.

جدول ۵۰-۹. معیارهای استفاده منصفانه از آثار دیگران

ردیف	شرایط
۱	برای مقاصد آموزشی و غیرانتفاعی
۲	توجه به ماهیت و طبیعت اثر
۳	توجه به میزان و اهمیت ماهوی بخش مورد استفاده از کل اثر
۴	تأثیر استفاده بر بازار احتمالی یا ارزش اثری که حقوق ناشی از آن نقض شده

در حال حاضر، بیشتر نظام‌های حقوقی، قواعدی برای حمایت و حفاظت از آثار فکری وجود دارد. «حقوق پدیدآور یا مؤلف» به دو دسته «مادی و معنوی» تقسیم می‌شود. در «حقوق مادی» حق مؤلف، قابل انتقال به دیگران و محدود به زمان است؛ اما در «حقوق معنوی» حق مؤلف وضعیتی دائمی و غیرقابل انتقال به دیگران دارد. طبق اصول مسلم حقوقی، تخطی از «حقوق مادی و معنوی مؤلف»، به مثابه نقض قانون حق مؤلف و دارای پیگرد قانونی است. در اغلب موارد، «نقض حق مؤلف» به صورت غیرمستقیم و در فضای غیر قراردادی یا بدون رابطه قراردادی، با شکل‌های «رونویسی، سایه‌نویسی و سایر موارد سرقت علمی» انجام می‌شود. در سال‌های اخیر با گسترش بسترهای ارتباطی و فضای مجازی، «نقض حق مؤلف» بیشتر شده است.

۱. مطلبی را در تمجید کتاب یا نوشته‌ای نوشتن

«قواعد عام مسئولیت قراردادی» و «مسئولیت مدنی»، تکالیفی برای جبران خسارت زیان‌دیده دارند. در قوانین «ایران» و «کنوانسیون‌های بین‌المللی برن و تریپس» ضمانت اجرایی برای احقاق حق اذ دست‌رفته پدیدآوران، تحت دو عنوان «اقدامات موقتی و احتیاطی» و «جبران خسارت» به شرح جدول ۵۰-۱۰ وجود دارد.

جدول ۵۰-۱۰. انواع ضمانت اجرایی احقاق حق مؤلف

ردیف	انواع	توضیح
۱	اقدامات موقتی و احتیاطی	اقداماتی با هدف جلوگیری از نقض قریب‌الوقوع، انهدام و جمع‌آوری نسخه‌های تقلبی برای جلوگیری از ورود خسارت بیشتر و یا استمرار خسارت
۲	جبران خسارت	موظف کردن شخص ناقض حقوق به پرداخت خسارت ناشی از نقض به شخص مؤلف

در ایران از قوانین مربوط به «اقدامات موقتی و احتیاطی» آن است که شخص پدیدآور با استناد به مواد قانونی جدول ۵۰-۱۱ می‌تواند از انتشار نسخه‌های تقلبی اثرش جلوگیری کند.

جدول ۵۰-۱۱. برخی قوانین ایران برای اقدامات موقتی و احتیاطی

ردیف	قانون	توضیح
۱	ماده ۲۹ قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان	تأکید بر رسیدگی مراجع قضایی به شکایت شاکی خصوصی و در صورت تأیید صدور حکم ممانعت از نشر و پخش و عرضه آثار مورد شکایت و ضبط آن
۲	ماده ۹ قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی	تأکید بر رسیدگی مراجع قضایی به شکایت شاکی خصوصی، و در صورت تأیید جلوگیری از نشر و پخش و عرضه کتب و نشریات و آثار صوتی موضوع شکایت و ضبط آن

در ایران از قوانین مربوط به «جبران خسارت ناشی از نقض حق مؤلف» می‌توان به انواع «خسارات قابل مطالبه» از جمله خسارات مادی و معنوی مانند «هزینه‌های دادرسی و حق‌الوکاله» اشاره کرد. البته درباره «خسارت عدم‌النفع یا منافع اذ دست‌رفته شخص مؤلف» به دلیل نقض حق مؤلف، وحدت رویه‌ای وجود ندارد و این مهم در قانون مبهم باقی‌مانده است. در این شرایط شخص مؤلف می‌تواند با استناد به مواد قانونی جدول ۵۰-۱۲ علیه شخص ناقض در محاکم طرح دعوی کند و جبران خسارت را خواستار شود (نعمتی، ۱۳۹۷).

جدول ۵۰-۱۲. برخی قوانین ایران برای جبران خسارت مؤلف در قانون ایران

ردیف	قانون
۱	ماده ۲۸ قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان
۲	ماده ۷ قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی
۳	ماده ۸ قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی

۵۰-۴. انواع سامانه‌های کنترل رفتار حقوقی در پژوهش

پیشرفت‌های فناورانه علاوه بر افزایش زمینه سرقت علمی، شرایط تشخیص این اقدامات را هم آسان کرده است. «نرم‌افزارهای مشابه‌یاب» در زبان انگلیسی و در سال‌های اخیر در زبان فارسی به قابلیت‌های بالایی دست‌یافته‌اند. نحوه عملکرد این نرم‌افزارها مشابه موتورهای جستجو و برخوردار از انواع «پایگاه داده، نمایه و امثال آن» هستند تا بتوانند مشابهت‌ها را با منابع موجود تشخیص دهند. این اقدام با شناسایی موارد کپی و چسبانده شده صورت می‌گیرد. در شکل‌های پیشرفته تلاش شده تا موارد «نقل‌قول‌های غیرمستقیم یا بازنویسی‌ها»، «ترجمه‌ها» و حتی «سرقت ایده» به

کمک هوش مصنوعی قابل تشخیص شود که البته این روند در حال تکمیل است (عباسیان و رجبزاده عصارها، ۱۳۹۴).

در ایران مرکز رسمی برای انجام این کار «پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران بانام اختصاری مشهور ایرانداک» به عنوان یک پژوهشگاه در زیرمجموعه «وزارت علوم، تحقیقات و فناوری» با ایجاد انواع سامانه‌ها به شرح جدول ۵۰-۱۳ به پژوهشگران برای کنترل رفتارهای حقوقی پژوهشی کمک می‌شود.

جدول ۵۰-۱۳. انواع سامانه‌های خدمت‌رسانی به پژوهشگران در ایرانداک

ردیف	انواع	توضیح
۱	سامانه پیشینه پژوهش	برای مرور عناوین سایر پیشینه‌ها و گزارش عناوین مشابه یا تکراری
۲	سامانه همانندجو	برای مرور محتوای پایان‌نامه‌ها، رساله‌ها و وبسایت‌ها و گزارش میران موارد مشابهت‌ها
۳	سامانه ملی ثبت پایان‌نامه، رساله و پیشنهاد	امکان ثبت پیشنهاد، پایان‌نامه و رساله برای صیانت از حقوق پدیدآورندگان

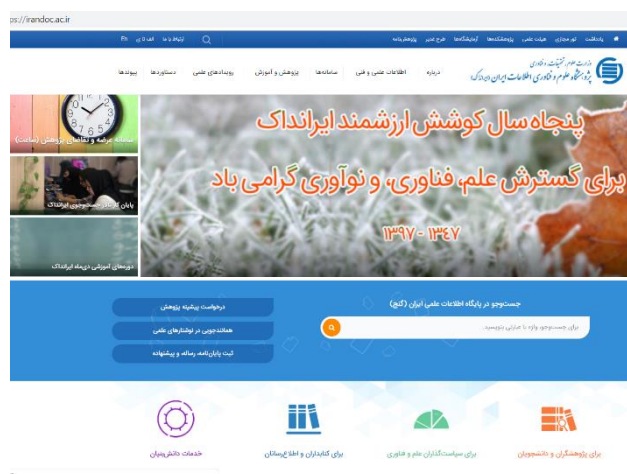
۵۰-۴-۱. سامانه پیشینه پژوهش (تکراری نبودن عنوان)

بر اساس مصوبه «وزارت علوم، تحقیقات و فناوری» برای جلوگیری از «تکرار موضوعات پژوهشی» ثبت عنوان پروپوزال‌ها در «ایرانداک» توسط دانشجویان اجباری است. دانشجویان باید برای اطمینان از تکراری نبودن «عنوان پروپوزال»، گزارشی را از سامانه پیشینه پژوهش دریافت کنند تا پروپوزال آن‌ها به تأیید گروه یا مراجع ذی‌ربط دانشگاهی برسد. دانشجویان با ارائه رسمی درخواست بر روی سامانه و پرداخت هزینه مشخص شده بر روی آن از طریق یک نامه رسمی، پاسخ خود را نشانی الکترونیکی معرفی شده، دریافت خواهند کرد. مراحل اجرای گام‌به‌گام این فرایند را می‌توان در جدول ۵۰-۱۴ مرور کرد (سامانه پیشینه پژوهش، بی‌تا).

جدول ۵۰-۱۴. مراحل ثبت عنوان تصویب‌شده در ایرانداک

ردیف	مراحل
۱	مراجعه به آدرس سایت ایرانداک به نشانی: https://irandoc.ac.ir/
۲	کلیک بر روی قسمت درخواست پیشینه پژوهش
۳	وارد شدن در قسمت «کاربر تازه هستم»
۴	وارد کردن مشخصات و زدن دکمه نام‌نویسی
۵	مراجعه به ایمیل و تأیید لینک ارتباطی ارسال‌شده از طرف ایرانداک و ورود به صفحه مربوط به ثبت عنوان
۶	دریافت پاسخ نهایی درباره موضوع در ایمیل

در ادامه هر یک از مراحل معرفی شده در جدول، به صورت تصویری ارائه می‌شود. در شکل ۵۰-۱ صفحه اصلی ایرانداک نمایش داده شده است.



شكل ۵۰-۱. صفحه اصلي ايرانداك

سپس روی قسمت پیشینه پژوهش کلیک کرده تا صفحه‌ای به شکل ۵۰-۲ باز شود.



شكل ۵۰-۲. ورود به صفحه پیشینه پژوهش

سپس روی قسمت «کاربر تازه هستم» کلیک کرده تا صفحه‌ای به شکل ۵۰-۳ برای پر کردن مشخصات و نام‌نویسی

باز شود.

کاربر گرامی!

جوابشده است پیش از پر کردن کار برگ نام‌نویسی توجه فرمایید:

- اطلاعاتی که وارد می‌کنید، اطلاعات هویتی شماست، سامان آنها را کامل و درست وارد کنید.
- اطلاعات هویتی (مانند شماره ملی، شماره تلفن همراه و رایانه (ایمیل) دیگران را به کار نبرید.
- شماره ملی و رایانه (ایمیل) را نمی‌توان ویرایش کرد پس در وارد کردن آنها دقت کنید.

رایانه:

گذرواژه:

نام:

نام خانوادگی:

نام (انگلیسی):

نام خانوادگی (انگلیسی):

نام پدر:

تاریخ تولد: / /

شماره ملی:

شماره تلفن همراه:

تعداد نام:

جنس: ☒ زن ☐ مرد

ایرانی: ☒ ☐ خارج

شماره ملی را وارد کنید:

پیامک‌های سامانه به این شماره پیامک می‌شود:

نام‌نویسی در این سامانه، درستی اطلاعات وارد شده در این فرم را تأیید و تعهد می‌کند که آن را تنها برای هدف‌های علمی، آموزشی، پژوهشی و بر پایه قانون حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان (۱۳۹۸) و الحاقات و اصلاحات بعدی آن و سایر قوانین و مقررات مربوط استفاده کند، آگاهی دارد که پاسخ‌هایی که از این سامانه دریافت می‌کند، بر پایه اطلاعات موجود در ایرانداک

ایرانی: ☒ ☐ خارج

ایرانی‌های علمی ایرانداک را به رایانه من نفرستید.

ایرانی‌های علمی ایرانداک را به شماره تلفن همراه من نفرستید.

ایرانی‌های علمی سازمان‌های دیگر را به رایانه من نفرستید.

ایرانی‌های علمی سازمان‌های دیگر را به شماره تلفن همراه من نفرستید.

رایانه‌ام را برای فرستادن آگهی‌های علمی در اختیار دانشگاه، پژوهشگاه، یا مؤسسه‌های آموزشی، پژوهشی، و قانونی نگذارید.

نام‌نویسی

شکل ۵۰-۳. ورود به صفحه نام‌نویسی

پس از پر کردن مشخصات و با کلیک روی گزینه نام‌نویسی صفحه‌ای به شکل ۵۰-۴ مقابل شما باز می‌شود.

تأیید حساب کاربری

برای تأیید حساب کاربری به رایانه خود بروید و روی پیوند فرستاده شده کلیک کنید.

برازگشت

درباره ایرانداک | پایگاه‌های اطلاعات | سامانه‌ها | منابع مرجع

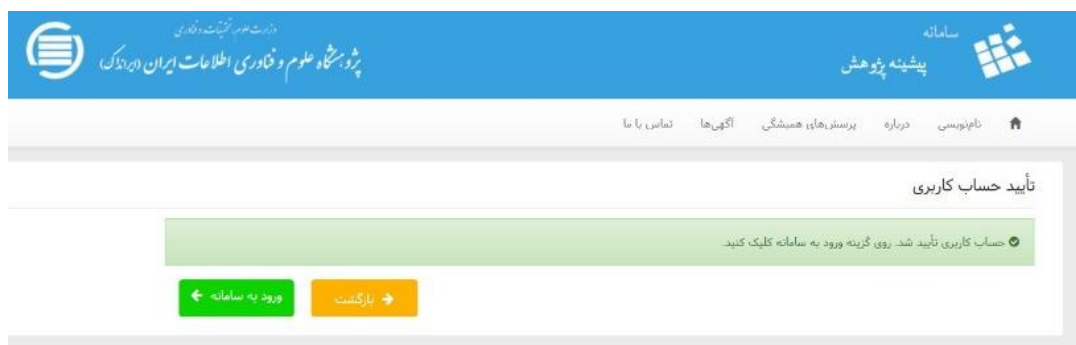
شکل ۵۰-۴. پیام ارسالی پس از نام‌نویسی در ایرانداک

با مشاهده پیام ارسالی پس از نام‌نویسی باید به ایمیل یا رایانه خود بروید و ایمیل ارسال‌شده از ایرانداک را باز کنید. در ایمیل باز شده فضایی به شکل ۵۰-۵ را مشاهده خواهید کرد.



شکل ۵۰-۵. ایمیل دریافتی از ایرانداک پس از نام‌نویسی

در این مرحله باید روی لینک ارسال شده کلیک کنید تا نام‌نویسی شما تأیید شود. پس از کلیک روی لینک صفحه‌ای به شکل ۵۰-۶ مقابل شما باز می‌شود.



شکل ۵۰-۶. ورود به سامانه ایرانداک و دریافت تأیید نام‌نویسی

در این مرحله باید روی لینک ورود به سامانه کلیک کنید تا وارد سامانه شوید. در این مرحله از شما آدرس ایمیل و پسورد انتخابی که هنگام نام‌نویسی مشخص کردید، برای ورود به سامانه خواسته می‌شود. با ورود آن‌ها شما وارد

سامانه خواهید شد. در این مرحله فضایی به شکل ۷-۵۰ به نام «پیشینه پژوهش» مقابل شما باز می‌شود.



شکل ۷-۵۰. ورود به بخش پیشینه پژوهش سامانه ایرانداک

در این مرحله باید روی ثبت درخواست پیشینه کلیک کنید تا فضایی به شکل ۸-۵۰ مقابل شما باز شود.

شکل ۸-۵۰. ورود به بخش ثبت درخواست پیشینه تازه

در این مرحله باید فرم را تکمیل و موضوع یا عنوان رساله را ثبت کرد. سپس نسبت به ثبت و پرداخت آنلاین اقدام کنید تا نتایج کار و بررسی در خصوص تکراری نبودن موضوع رساله به نشانی شما ارسال شود. در قسمت افزودن رایانامه نشانی ایمیل اساتید راهنما و مشاور را بنویسید تا نتایج برای آن‌ها نیز ارسال شود. پس از اتمام کار ظرف ۲۴ تا ۷۲ ساعت، پیامی مشابه شکل ۵۰-۹ به نشانی ایمیل شما ارسال می‌شود.

به نام خدا
گزارش پیشینه پژوهش

با سلام و احترام

جست‌وجوی اطلاعات پایان‌نامه‌ها و رساله‌های ایرانداک درباره «آزمون مدل ارتباط علی ارتباطات بازاریابی یکپارچه (IMC) و رفتار خرید مصرف‌کنندگان کتاب‌های ورزشی در ایران» به درخواست آقای/ خانم «لیلا یزدی‌پورست» با شماره ملی/ گذرنامه «۰۴۵۱۳۲۲۰۳۷» «مدارک» زیر برآوردیکد به موضوع نشان می‌دهد.

❏ کلیدواژه‌های پیشنهادی کاربر: ارتباطات بازاریابی یکپارچه، رفتار خرید مصرف‌کننده، کتاب ورزشی

❏ کلیدواژه‌های ایرانداک: ارتباطات یکپارچه بازاریابی/ رفتار خرید/ رفتار مصرف‌کننده

عنوان	نشانی
تأثیر ارتباطات بازاریابی یکپارچه بر رفتار خرید مصرف‌کننده	http://ganj-beta.irandoc.ac.ir/#/articles/54a45d9329c395b9731794c0b34b7053

یادآوری می‌شود که تصمیم‌گیری درباره پیشنهاد (پروپوزال) پایان‌نامه/ رساله دانشجویان تحصیلات تکمیلی و تصویب آن، در اختیار مؤسسه‌های محل تحصیل آنهاست و ایرانداک در این زمینه نقش و مسئولیتی ندارد و این نامه نیز تنها برای آگاهی‌رسانی است. ایرانداک از اینکه این سامانه را به کار می‌برید، از شما سپاسگزار است.

شماره جلالی: ۱۳۸۴
معاون اطلاعات، نظم و فناوری ایران

شکل ۵۰-۹. نمونه پیام دریافتی از ایرانداک برای تأیید تکراری نبودن موضوع

۵۰-۴-۲. سامانه همانندجو (بررسی میزان مشابهت در پروپوزال، پایان‌نامه و رساله)

سامانه «همانندجو» از پشته بانک «متون پایان‌نامه‌ها، رساله‌ها و دیگر مدارک علمی» برخوردار است که این بانک اطلاعاتی به‌طور پیوسته در حال بروز شدن می‌باشد. سامانه همانندجو برای بهبود اخلاق علمی و حمایت از مالکیت فکری و معنوی و همچنین پیش‌گیری از بدرفتاری‌های علمی راه‌اندازی شد. «همانندجو» با جست‌وجوی خودکار در «متن کامل پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها و دیگر مدارک علمی در ایرانداک» و همچنین در «وب»، نوشته‌های همانند را بازاریابی و «اندازه همانندی» و «منبع اطلاعات همانند» را نمایش می‌دهد. بر اساس قوانین و مقررات معرفی شده در جدول ۵۰-۱۳ استفاده از «همانندجو» برای تمام «پیشنهادها یا پروپوزال‌ها»، «پایان‌نامه‌ها» و «رساله‌ها» در حوزه‌های علمی و همچنین دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری دولتی و غیردولتی کشور اجباری است (سامانه همانندجو، بی‌تا).

جدول ۵۰-۱۳. قوانین و مقررات اجباری بودن استفاده از همانندجو برای تمامی پروپوزال‌ها، پایان‌ها و رساله‌ها در ایران

ردیف	قانون
۱	تبصره نه قانون «پیشگیری و مقابله با تقلب در تهیه آثار علمی» مصوب ۳۱ مرداد ۱۳۹۶ مجلس شورای اسلامی
۲	آیین‌نامه شماره ۱۹۵۹۲۹/ در تاریخ ۱۳۹۵/۹/۶ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

برای کاربریست این سامانه، پژوهشگران و مؤسسه‌ها و نشریه‌ها و همایش‌ها می‌توانند به عضویت این سامانه درآیند و از آن‌پس با ورود به سامانه، نوشته‌های خود را بارگذاری و نتیجه همانندجویی را در کوتاه‌ترین زمان دریافت کنند. نشانی ورود به این سامانه «<https://tik.irandoc.ac.ir/User/SignUp>» است. با انتخاب این آدرس وارد فضایی به شرح شکل ۵۰-۱۰ خواهید شد.

شکل ۵۰-۱۰. صفحه ورودی سامانه همانندجو

در این فرایند ابتدا ثبت‌نام توسط دانشگاه و با معرفی یک نماینده و عضویت آن انجام می‌شود. یک ایمیل برای نماینده ارسال می‌شود و او مجوز عضو کردن اعضا در سامانه را پیدا می‌کند. بعد از فعال شدن عضویت، یک ایمیل شامل گذرواژه و شناسه برای استاد می‌رود. شناسه شامل کد ۵ کاراکتری است که استاد باید به دانشجو برای ورود بدهد. نام‌نویسی شخص حقیقی برای دانشجوها است که از آن طریق باید ثبت‌نام خود را انجام دهند.

برای کاربریست این سامانه، پژوهشگران و مؤسسه‌ها و نشریه‌ها و همایش‌ها می‌توانند به عضویت این سامانه درآیند و از آن‌پس با ورود به سامانه، نوشته‌های خود را بارگذاری و نتیجه همانندجویی را در کوتاه‌ترین زمان دریافت کنند. مراحل استفاده دانشجو از سامانه همانندجو به شرح جدول ۵۰-۱۴ خواهد بود.

جدول ۵۰-۱۴. مراحل ثبت و استفاده از سامانه همانندجو در ایرانداک

ردیف	مراحل
۱	انتخاب گزینه نام‌نویسی از بخش «شخص حقیقی» مربوط به دانشجویان
۲	تکمیل اطلاعات شخصی در سه گام و با دقت
۳	در قسمت رایانامه، نشانی ایمیل خود را وارد کنید و در قسمت گذرواژه رمزی را انتخاب نمایید.
۴	پس از ثبت نام، پیوند فعال‌سازی به رایانامه کاربر فرستاده می‌شود و با کلیک روی آن، فعال‌سازی حساب کاربری وی انجام می‌شود. اگر رایانامه کاربر نادرست باشد یا درست وارد نشود، رایانامه فعال‌سازی برای کاربر فرستاده نمی‌شود و نام‌نویسی به پایان نمی‌رسد و کاربر نخواهد توانست همانندجو را به کار ببرد.
۵	پس از فعال‌سازی حساب کاربری، کاربر می‌تواند با رایانامه (ایمیل) و گذرواژه خود وارد سایت همانندجو شده و مراحل بعدی رو برای ثبت پروپوزال یا پایان‌نامه انجام دهد.
۶	ورود به محیط همانندجو نمایان شدن صفحه داشبورد با دو گزینه «درخواست تازه» و «درخواست‌های گذشته» که کاربرد باید روی گزینه «درخواست تازه» کلیک کند.
۷	در قسمت درخواست تازه، باید نوع درخواست را مشخص کرد و عنوان را نوشت. در ادامه متن پروپوزال، پایان‌نامه یا رساله از چکیده تا آخر نتیجه‌گیری و به استثنای فهرست مطالب، فهرست منابع و مأخذ و ضمائم از فایل اصلی فقط با فرمت Word با (A+Ctrl) انتخاب و آن را با (C+Ctrl) کپی و آن را (V+Ctrl) در کادر متن اصلی برای همانندجویی paste کنید.
۸	در گام بعد و پس از وارد کردن رایانامه (ایمیل) استاد راهنما و شناسه استاد راهنما (پنج کارکتری) که می‌توانید از استاد راهنما بگیرید. تایپ حروف بزرگ و کوچک و عدد در شناسه خیلی مهم هست اگر درست تایپ نشود ایرانداک تأیید نمی‌کند.
۹	کلیک روی دکمه تأیید و نمایش هزینه همانندجویی و با امکان پرداخت با استفاده از کارت بانکی که پس از پرداخت مرحله کار تمام می‌شود.
۱۰	پیگیری نتیجه اغلب از ۱۰ دقیقه بعد از ثبت ممکن است. برای این منظور باید به گزینه «درخواست‌های گذشته» رفت تا درصد همانندجویی را دید. محدوده مجاز همانندی حداکثر تا ۳۰ درصد است. اگر همانندی بیش از ۳۰ درصد باشد ابتدا باید اشکالات برطرف و مجدد مراحل قبل تکرار شود.
۱۱	برای دیدن اشکالات گرفته شده در قسمت علامت جستجو که نوشته شده دیدن رو بزنید می‌توانید ببیند چه قسمت‌هایی برای شما مارک‌دار شده و به عنوان ایراد باید برطرف شود.

این کار هم برای پروپوزال و هم برای پایان‌نامه و رساله باید انجام شود. میزان درصد قابل همپوشانی حداکثر تا ۳۰ درصد است. اگر همانندی از ۳۰ درصد بیشتر بود باید بخش‌هایی مانند فهرست مطالب، فهرست منابع و عناوین تکراری را حذف کرد و تا حد امکان مبانی نظری و پیشینه فصل دوم که بیشترین همانندی‌ها در آنجا گزارش می‌شود، توسط پژوهشگر بازنویسی و با زبان و جمله‌بندی جدیدتری ارائه شوند. نتایج همانندجو با رنگ‌های مختلفی ارائه می‌شود که هر رنگ نماد استفاده از یک منبع خاص است.

۵۰-۴-۳. سامانه ثبت ملی پایان‌نامه، رساله و پیشنهاد

آیین‌نامه ثبت و اشاعه پیشنهادها، پایان‌نامه‌ها، و رساله‌های تحصیلات تکمیلی و صیانت از حقوق پدیدآوران در آن‌ها (شماره ۱۹۵۹۲۹/و تاریخ ۶/۹/۱۳۹۵) از همه دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها، و مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری دولتی و غیردولتی زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری خواسته است که فایل تمام‌متن این مدارک را در پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) ثبت کنند. برای آسان‌سازی این فرایند، ایرانداک «سامانه ملی ثبت

پایان نامه، رساله، و پیشنهاد» را با نشانی «<https://sabt.irandoc.ac.ir/>» در اختیار دانشجویان قرار داده است. فرایندهای قابل استفاده در این سامانه به شرح جدول ۵۰-۱۵ می باشد.

جدول ۵۰-۱۵. کاربردهای سامانه ثبت ملی پایان نامه، رساله و پیشنهاد

ردیف	موارد	توضیح
۱	پروپوزال یا پیشنهاد	مراجعه دانشجویان به سامانه پس از تصویب پیشنهاد، ثبت اطلاعات پیشنهاد و دریافت شناسه رهگیری
۲	پایان نامه یا رساله	الف) ثبت و بارگذاری فایل تمام متن و دریافت شناسه رهگیری به منزله ثبت پایان نامه یا رساله در سامانه ب) اعلام شناسه رهگیری به مؤسسه محل تحصیل ج) ورود دانشگاه به سامانه و بررسی و تأیید اطلاعات دانشجو برای ثبت پایانی

پس از این گام ها، مدارک سازمان دهی و در چارچوب آیین نامه یاد شده در پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج) به نشانی Ganj.irandoc.ac.ir در اختیار عموم گذاشته می شود. فرایند ثبت در این سامانه به شرح شکل ۵۰-۱۱ است.



شکل ۵۰-۱۱. فرایند ثبت در سامانه

جزئیات مراحل این فرایند را می توان به صورت ساده و کاربردی از روی سامانه دید (سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله و پیشنهاد، بی تا).



ملاحظات اخلاقے پژوهش

هدف کلی: آشنایی با ملاحظات اخلاقی پژوهش

اهداف یادگیری

- آشنایی با مفهوم اخلاق پژوهش
- آشنایی با کمیته بین‌المللی اخلاق نشر (کوپ)
- آشنایی با آئین‌نامه کمیته اخلاق زیستی دانشگاه پیام نور

مقدمه

اخلاق پژوهش از یک سو به بررسی عملکرد پژوهشگر و از سوی دیگر داوری‌های ارزشی دیگران از پژوهش را مورد توجه قرار می‌دهد. در این فصل ابعاد مختلف اخلاق پژوهش مورد بحث قرار خواهد گرفت.

۵۱-۱. مفهوم اخلاق پژوهش

وجدان در ترجمه واژه Moral به قواعد و اصول تعیین‌کننده رفتارهای خوب و بد از منظر ارزش و داوری اشاره دارد؛ در حالی که اخلاق در ترجمه واژه Ethics ناظر بر قواعد اخلاقی پایشگر رفتار حرفه‌ای و کاری برای ترسیم مجموعه‌ای از ضوابط توافقی است. برخی از محققان، واژه اصول اخلاقی را از واژه اخلاق تفکیک می‌کنند و «اخلاق» را به‌طور کلی برای مشخص کردن معیارهای «رفتار نیک» اما «اصول اخلاقی» را برای معرفی یک رویکرد خردگرا و حتی علمی و توجیهی در مورد قواعد رفتاری به کار می‌برند. از آنجاکه اصول اخلاقی به‌صورت مدون و در قالب توصیه‌های مندرج در ماده‌ها و بندهای خاص عرضه می‌شوند، به حوزه حقوق نزدیک می‌شوند؛ اما تفاوتی که با مقررات حقوقی دارند، این است که مقررات حقوقی عمومیت دارند و اجرای آن برای همه افراد لازم است، در حالی که اصول اخلاقی، از ویژگی‌های اقتدارآمیز برخوردار نیستند و تنها یک گروه اجتماعی یا حرفه‌ای خاص مانند دانشجویان و اساتید را دربرمی‌گیرند و جنبه‌های الزام‌آور آن‌ها نیز محدود است (بیران، خانیکی و آطاهریان، ۱۳۹۴).

اخلاق حرفه‌ای به‌عنوان مسئولیت‌های اخلاقی یک‌نهاد یا بنگاه از جمله افراد شاغل در آن است و شامل رهنمودهای عملی و کاربردی است. ضرورت تدوین اصول اخلاق حرفه‌ای پژوهش در سال‌های اخیر مورد توجه جدی قرار گرفته است. امروزه منشورهای اخلاقی متعددی مانند کوپ وجود دارند که مورد توافق بین‌المللی قرار گرفته‌اند. اخلاق حرفه‌ای به دنبال فهمی از اخلاق معنوی یا وجدان است که در نهایت به برداشت ما به‌عنوان شخص مسئول در برابر ارزش‌ها می‌انجامد. وقتی عناصر نظام اخلاق حرفه‌ای در تعارض با اخلاق معنوی قرار می‌گیرد، فرد دچار چالش می‌شود. اخلاق‌شناسان در توجیه منطقی رفتارها و کردارها، فرد را به ترسیم اصول عمومی و پایداری همچون «احترام به کرامت انسانی، بیان حقیقت، شفافیت و التزام به ارزش‌های جمعی و اجتماعی» ترغیب می‌کنند. این اصول کانون اصلی قوانین اخلاق حرفه‌ای را تشکیل می‌دهند (خانیکی، ۱۳۸۸).

اخلاق‌شناسی حرفه‌ای در حداصل بین اخلاق و حقوق قرار دارد. قوانین دستورالعمل‌های قطعی در هر کشور یا سازمان هستند که تخطی از آن‌ها قابل پیگردهای حقوقی است و اغلب برای شکسته شدن آن‌ها تنبیهی در نظر گرفته می‌شود. نیروهای انتظامی در مقابل قانون‌شکنان واکنش نشان می‌دهند و آن‌ها را متوقف یا دستگیر کرده و به محاکم قضایی تحویل می‌دهند. محاکم قضایی نیز قانون‌شکنان را بر اساس موارد تعیین‌شده در قانون، مورد قضاوت و جریمه قرار می‌دهند. اما اخلاق بیشتر جنبه درونی دارد و با معیار اساسی وجدان کنترل می‌شود. درواقع خوب و بدهایی که در سطح جامعه و فرد، مورد پذیرش عمومی قرار گرفته یا شاخص‌مند شده، توسط فردی مانند پژوهشگر، درونی می‌شود. در صورت بی‌توجهی به این شاخص‌ها، در نخستین گام، وجدان فرد به او هشدار می‌دهد و در سطوح بعدی،

قضاوت جامعه است که پژوهشگر را اخلاق مدار یا بی اخلاق تشخیص می دهد. بسیاری از امور پژوهش هم جنبه قانونی و هم جنبه اخلاقی دارند (قاسمی و فنازاد، ۱۳۹۷).

۵۱-۲. کمیته بین المللی اخلاق نشر (کوپ)^۱

کوپ، انجمنی برای بحث و تبادل نظر بین سردبیران، داوران مجلات معتبر علمی و صاحب نظران این حوزه است. این کمیته فعالیت خود را از سال ۱۹۹۷ با گروه کوچکی از سردبیران مجلات پزشکی در انگلیس آغاز کرد و اکنون حدود ۹۰۰۰ عضو از سراسر دنیا در تمام رشته ها دارد و عضویت برای سردبیران مجلات و سایر افراد علاقه مند امکان پذیر است. بسیاری از ناشران بزرگ دنیا عضو کوپ هستند. کوپ، دستورالعمل ها و پیشنهادهایی را برای سردبیران و ناشران و داوران مجلات تهیه کرده است که هنگام برخورد با انواع رفتارهای غیر اخلاقی در پژوهش، می توانند از آن کمک بگیرند. این موارد بر رعایت اصل امانت داری و انصاف و داوری بدون تعصب و به دور از غرض و امثال آن تأکید دارند (عباسیان، ۱۳۹۴).

۵۱-۳. آئین نامه کمیته اخلاق زیستی دانشگاه پیام نور

به منظور نظارت بر رعایت اصول و ارزش های والای اخلاقی در انجام پژوهش ها در حیطه علوم پایه و علوم زیستی بر انسان یا حیوانات و تکریم رعایت حقوق تمامی افراد یا حیوانات مرتبط با پژوهش، آئین نامه ای با اهدافی به شرح جدول ۵۱-۱ شکل گرفت.

جدول ۵۱-۱. اهداف آئین نامه کمیته اخلاق زیستی دانشگاه پیام نور

ردیف	اهداف
۱	رعایت موازین شرعی، حقوقی و اخلاقی در تمامی پژوهش های تجربی
۲	مراقبت از حیوانات در برابر خطرات احتمالی ناشی از پژوهش
۳	حفظ حقوق آزمودنی، پژوهشگر و سازمان مجری پژوهش و حفظ ارزش های اسلامی در انتخاب موضوع و روند انجام پژوهش
۴	پیشگیری از اجرای طرح های پژوهش های مغایر با موازین اخلاق اسلامی و اخلاق ملی توسط پژوهشگران داخلی و خارجی
۵	ترویج فرهنگ استفاده از مشاورین اخلاقی و حقوقی در برنامه های پژوهشی

برای اجرای این آئین نامه کمیته ای متشکل از رئیس دانشگاه (به عنوان رئیس کمیته)، معاون پژوهش و فناوری، یکی از اعضای علمی رشته حقوق (حداقل استادیار)، یکی از اعضای علمی گروه معارف حداقل استادیار یا دارای مدرک حوزوی، یک نفر متخصص اخلاق پزشکی و یک نفر اعضای علمی گروه آمار (حداقل استادیار) وجود دارد.

این کمیته به بررسی طرح های پژوهشی با موضوعات انسانی یا حیوانی تأیید شده توسط شورای پژوهشی استان می پردازند. بررسی آن ها با تأکید بر رعایت ملاحظات «شرعی، حقوقی و اخلاقی» است. از ملاحظات اخلاقی مواردی چون «رضایت آگاهانه آزمودنی، رعایت حقوق و آزادی آزمودنی، حفظ آزمودنی از خطرات احتمالی پژوهش، رعایت رازداری، مراعات حقوق همکاران، استفاده صحیح از اطلاعات، حفظ ارزش های اسلامی در انتخاب موضوع و روند انجام پژوهش و امثال آن» است. بنابراین تمام پایان نامه ها و رساله های دکتری در رشته زیست شناسی و روان شناسی با

موضوعات انسانی و حیوانی به مجوز کمیته اخلاق زیستی نیاز دارند؛ در سایر رشته‌ها نیز با نظر شورای پژوهشی الزام آن مشخص می‌شود.

مبنای قضاوت اخلاقی در کمیته مرکزی علاوه بر شرع مقدس و قوانین رسمی کشور، کد مربوط به حفاظت آزمودنی انسانی و حیوانی است. بر این اساس، کمیته اخلاق زیستی باید فرم‌های لازم برای ارزیابی اخلاقی از قبیل فرم‌های «رضایت‌نامه، ارزیابی ضرر و زیان و امثال آن» را به همراه اطلاعات موردنیاز در دسترس پژوهشگر قرار دهد. کدهای مربوط به حفاظت آزمودنی انسانی به شرح جدول ۵۱-۲ است.

جدول ۵۱-۲. کدهای مربوط به حفاظت آزمودنی انسانی

ردیف	کدها
۱	ضرورت کسب رضایت آگاهانه و کتبی در کلیه پژوهش‌ها بر روی آزمودنی انسانی به‌ویژه پژوهش‌های مداخله‌ای
۲	ارجحیت منافع جامعه یا پیشرفت علم نمی‌تواند توجیه‌کننده قرار دادن آزمودنی در معرض ضرر و زیان غیرمعقول یا ایجادکننده محدودیت در اعمال اراده و اختیار او باشد.
۳	کسب رضایت آگاهانه باید فارغ از هرگونه اجبار، تهدید، تطمیع و اغوا باشد.
۴	در مواردی که محقق از نظر تشکیلاتی در بالادست آزمودنی باشد، علت انتخاب آزمودنی باید به تأیید کمیته اخلاق زیستی برسد و توسط فردی ثالث، رضایت آگاهانه کسب شود.
۵	در پژوهش بالینی درمانی یا غیردرمانی، پژوهشگر باید اطلاعات مربوط به «روش اجرا، هدف پژوهش، زیان‌های احتمالی، فواید و مدت پژوهش» را در حد مرتبط با آزمودنی به او تفهیم و به سؤالات او پاسخ دهد. این موارد باید در رضایت‌نامه قید شوند.
۶	در پژوهش‌های علوم پزشکی، باید قبل از انجام پژوهش تمهیدات لازم از قبیل امکانات پیشگیری، تشخیصی و درمانی فراهم و در صورت بروز خسارت غیرمتعارف جبران شود.
۷	نحوه گزارش یا اعلام نتیجه پژوهش، باید با رعایت حقوق مادی و معنوی عناصر ذی‌ربط (آزمودنی، پژوهش و سازمان) باشد.
۸	پژوهشگر باید به آزمودنی اعلام کند که در هر زمان می‌تواند از شرکت در پژوهش منصرف شود. در صورت انصراف، پژوهشگر باید تبعات نامطلوب احتمالی ناشی از ترک پژوهش را به ایشان تفهیم و او را حمایت کند.
۹	اگر به نظر پژوهشگر، ارائه برخی اطلاعات به آزمودنی، منجر به مخدوش شدن نتایج تحقق شود، عدم ارائه این اطلاعات باید با تأیید کمیته اخلاق در پژوهش باشد و در ضمن برنامه‌ریزی کاملی برای آگاهی به‌موقع آزمودنی از آن اطلاعات فراهم شود.
۱۰	مسئولیت تفهیم اطلاعات به آزمودنی به عهده پژوهشگر است و در مواردی که فرد دیگری این اطلاعات را به آزمودنی بدهد، از محقق سلب مسئولیت نخواهد شد.
۱۱	شرکت دادن آزمودنی در پژوهش، بدون ارائه اطلاعات مربوط به پژوهش، ممنوع است. مگر اینکه آزمودنی آگاهانه از حق خود در کسب اطلاعات صرف‌نظر کرده باشد.
۱۲	در پژوهش‌های کارآزمایی بالینی که وجود دو گروه «شاهد و مورد» ضروری است، باید به آزمودنی‌ها اطلاع داده شود که در پژوهش شرکت کرده‌اند که ممکن است به‌طور تصادفی در یکی از دو گروه «شاهد و مورد» قرار گیرند.
۱۳	در پژوهش‌های درمانی میزان ضرر و زیان باید کمتر از منافع پژوهش باشد. مرجع تشخیص کمیته اخلاق در پژوهش با اعلام نظر پس از مشورت با متخصصان حرفه‌ای رشته مربوط است.
۱۴	در پژوهش‌های غیردرمانی میزان ضرر قابل‌پذیرش نباید از میزان ضرر روزمره آزمودنی بیشتر باشد. البته در محاسبه آن باید ضرر و زیان‌های ناشی از اقتضای موقعیت و شرایط شغلی، سنی، زمانی و مکانی را استثنا کرد.
۱۵	«عملی، ساده، سریع و اقتصادی» بودن نمی‌تواند توجیهی برای مواجه کردن آزمودنی با ضرر و زیان اضافی در پژوهش باشد.
۱۶	در پژوهش‌های دارای زیان احتمالی با آزمودنی‌های دچار فقر فرهنگی و اجتماعی یا مالی باید درک صحیح آزمودنی‌ها از این زیان‌ها به تأیید کمیته اخلاق در پژوهش برسد.

۱۷	پژوهشگر موظف است که اطلاعات مربوط به آزمودنی را به عنوان «راز» تلقی و آن را افشا نکند و در ضمن شرایط عدم افشای آن را نیز فراهم کند. مگر آنکه در این مسیر محدودیتی داشته باشد که در این صورت باید از قبل آزمودنی را مطلع کند.
۱۸	در مواردی که آزمودنی، از نوع دارو در پژوهش بی اطلاع باشد، پژوهشگر بایستی ترتیبی اتخاذ کند که در شرایط ضروری اطلاعات مربوط به دارو را در اختیار آزمودنی و یا پزشک معالج او قرار دهد.
۱۹	هرگونه صدمه جسمی و زیان مالی که در پی انجام پژوهش بر آزمودنی تحمیل شود، باید مطابق قوانین موجود جبران شود.
۲۰	انجام روش های گوناگون پژوهش نباید مغایر با موازین دینی و فرهنگی آزمودنی و جامعه باشد.
۲۱	در شرایط مساوی در روند پژوهش -چه از نظر نوع آزمودنی و چه از نظر روش پژوهش، انتخاب آزمودنی از بین زندانیان و گروه های خاص (صغار، عقب ماندگان ذهنی، مبتلایان به زوال عقل، بیماران روان پریش و جنین) از طرفی و بقیه جامعه از طرف دیگر، انتخاب اولویت به عهده کمیته اخلاق زیستی است.
۲۲	شرکت زندانیان در پژوهش هایی که نتایج آن منحصر به زندانیان باشد، با کسب رضایت آگاهانه کتبی بلامانع است.
۲۳	زندانین را به علت شرایط خاص از جمله در دسترس بودن آنان، نباید به عنوان آزمودنی ترجیحی در پژوهش شرکت داد و از طرفی نیز نمی توان آن ها را از منافع پژوهش محروم کرد.
۲۴	شرکت گروه های صغار، عقب ماندگان ذهنی، مبتلایان به زوال عقل و بیماران روان پریش در کلیه پژوهش ها به شرط کسب رضایت کتبی از ولی قانونی آن ها و اثبات ضرورت انجام چنین پژوهشی بلامانع است.
۲۵	انجام پژوهش غیردرمانی بر روی جنین مجاز نیست و تنها زمانی مجاز است که به نفع جنین و مادرش باشد و ضرری متوجه هیچ یک از آنان نشود. بدیهی است کسب رضایت آگاهانه کتبی از مادر و ولی قانونی جنین ضروری است.
۲۶	انجام پژوهش بر روی جنین های سقط شده به شرط ضرورت و رعایت موازین قانونی بلامانع است.
۲۷	انجام پژوهش بر سلول های بنیادی نیاز به کسب اجازه از فرد دهنده سلول و تصویب کمیته اخلاق زیستی دارد.

همچنین کدهای مربوط به حفاظت آزمودنی حیوانی را می توان به شرح جدول ۵۱-۳ مرور کرد.

جدول ۵۱-۳. کدهای مربوط به حفاظت آزمودنی حیوانی

ردیف	کدها
۱	ضرورت استفاده از حیوانات آزمایشگاهی برای مطالعه در شرایط نبود امکان تجربه انسانی یا جایگزینی نرم افزار کامپیوتری
۲	سلامت حیوان باید هنگام تحویل تأیید و در صورت بیماری قرنطینه شود. حیوان جدیدالورود نباید تا اطمینان یافتن از سلامت عمومی به محل حیوانات دیگر منتقل شود. در صورت وجود بیماری باید حیوان تحت درمان قرار گیرد.
۳	حیوانات قبل از ورود به مطالعه پژوهشی باید با افراد و محیط سازگار شوند.
۴	شرایط لازم نگهداری حیوان بر اساس گونه حیوان و نیازهای تخصصی آن باید قبلاً فراهم شده باشد.
۵	فضای نگهداری باید امکانات لازم را داشته باشد و غذا، آب و حفاظت در برابر حیوانات دیگر و همچنین نیازهای رفتاری و اجتماعی حیوان و کنترل عوامل محیطی نظیر دمای محیط و رطوبت باید در نظر گرفته شوند.
۶	کارکنان محل نگهداری حیوانات باید در رابطه با بیماری های مشترک انسان و حیوانات مورد مطالعه و روش های جلوگیری از آن آموزش ببینند و از «لباس، دستکش، چکمه، ماسک و سایر امکانات حفاظتی لازم» برای حفظ سلامت استفاده کنند.
۷	برخی وسایل خاص مانند دستکش های مخصوص کار یا جوندگان نیز باید فراهم باشد. نوع خطر هر حیوان (چنگ زدن، گاز گرفتن، نیش زدن و امثال آن) باید برای کارکنان آموزش داده شود تا در حفاظت خود مورد استفاده قرار دهند.
۸	کارکنان بخش نگهداری حیوانات و آزمایشگاه پژوهش باید آگاهی نسبت به اهمیت موضوع پژوهش و اهمیت نقش آن ها در حفظ سلامت حیوان و در نتیجه صحت مطالعه داشته باشند.
۹	انتخاب صحیح گونه حیوان برای مطالعه خاص
۱۰	استفاده از حداقل ممکن حیوان برای مطالعه
۱۱	اجتناب از ایجاد درد یا به حداقل رساندن ناراحتی، پریشانی و درد در حیوانات
۱۲	استفاده از مسکن، بی حس کننده ها و بیهوشی مناسب

۱۳	آموزش پژوهشگر درباره ابعاد زندگی، فیزیولوژیکی، تغذیه، سلامت، بیماری، درد و تغییرات فیزیولوژیک و پاتولوژیک حیوان
۱۴	آموزش اختصاصی در مورد گونه‌های خاص مورد استفاده
۱۵	اطلاعات لازم در مورد تأثیر شرایط محیطی بر نتایج آزمایش
۱۶	عدم استفاده از حیوانات بیمار در آزمایش
۱۷	اجتناب از تکرار غیرضروری آزمایش
۱۸	مراقبت پس از آزمایش و مشاهده، نظیر ارزیابی حیوان پس از درمان یا جراحی

تضمین‌کننده این اصول همانا تقوا، احساس مسئولیت و تعهد اخلاقی در پژوهشگران است و در موارد ابهام، تفسیر مفاد آئین‌نامه بر عهده شورای پژوهشی دانشگاه است (آئین‌نامه اخلاق زیستی دانشگاه پیام نور، ۱۳۹۶).

۴-۵۱. اخلاق ارتباطی استاد و دانشجو

در کارهای پژوهشی و روابط استاد و دانشجو ملاحظات متعددی وجود دارد که برخی از آن‌ها در جدول ۴-۵۱ معرفی شده است.

جدول ۴-۵۱. ملاحظات اخلاقی روابط استاد و دانشجو در کارهای پژوهشی

ردیف	ملاحظات
۱	لزوم تعیین پروتکلی مشخص برای تماس‌های حضوری و تلفنی دانشجو با استاد از جمله «پرهیز از تماس در خارج از ساعات متعارف»، «در صورت نیاز به تماس تلفنی، استعلام آمادگی پاسخگویی از طریق پیامک» و ...
۲	لزوم پرهیز از فشار دانشجو به استاد برای تسریع در خواندن پژوهش در خارج از زمان متعارف مورد نیاز (برای نمونه مطالعه یک پایان نامه یا رساله به شکلی دقیق بین یک تا دو هفته زمان نیاز دارد و باید توقع متناسب داشت)
۳	استاد راهنما و مشاور با این پیش‌فرض مسئولیت دانشجو را پذیرفته‌اند که با روش پژوهش و تحلیل داده‌ها آشنا است. در کار رساله و پایان‌نامه فرصت برای آموزش روش پژوهش و تحلیل داده‌ها وجود ندارد.
۴	هر استاد با پذیرش نقش راهنما، مشاور یا داور متعهد به انجام وظایف مربوط در این حوزه و به‌ویژه پاسخگویی به دانشجو است.



بخش پنجم

نرم افزارهای کاربردی در پژوهش



نرم افزارهای

نگارش، ویرایش و نمایش

هدف کلی: آشنایی با انواع نرم افزارهای نگارش، ویرایش و نمایش

اهداف یادگیری

- آشنایی با نرم افزارهای نگارش
- آشنایی با نرم افزارهای ویرایش
- آشنایی با نرم افزارهای نمایش

مقدمه

یکی از پرکاربردترین نرم‌افزارهای مورد استفاده پژوهشگران، انواع نرم‌افزارهای نگارشی، ویرایشی و نمایشی است. در این فصل به معرفی انواع مهم این نرم‌افزارها و چگونگی استفاده از آن‌ها پرداخته خواهد شد.

۱-۵۲. انواع نرم‌افزارهای «نگارشی، ویرایشی و نمایشی»

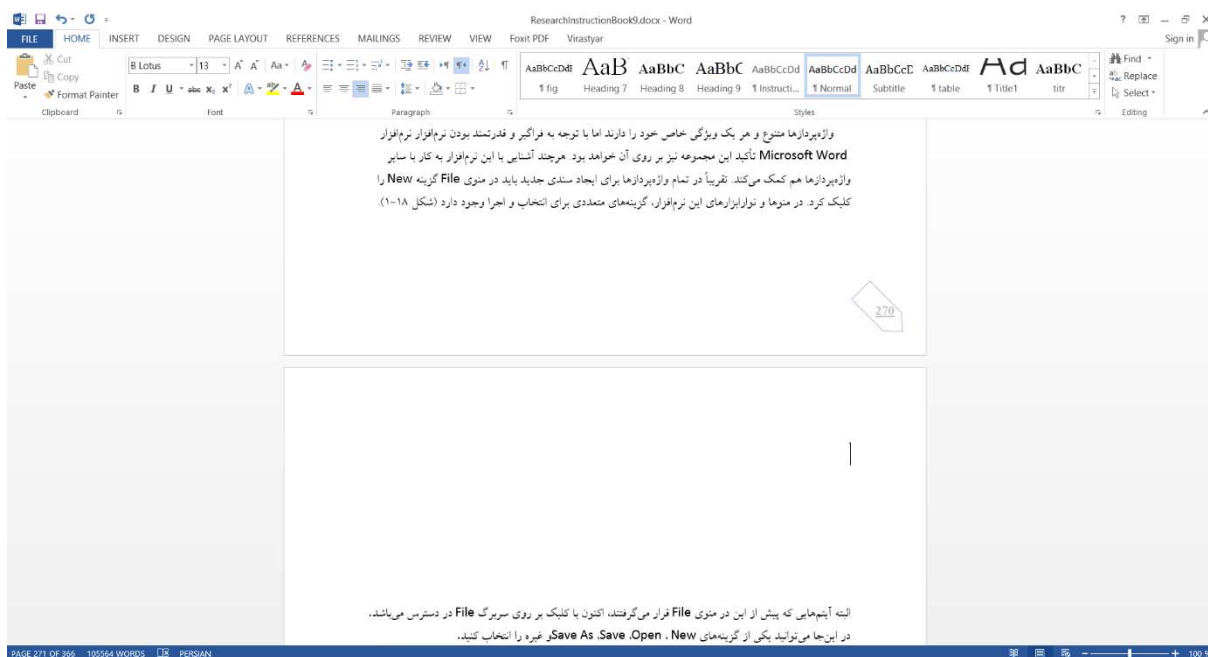
بیشترین کاربردهای روزمره پژوهشگران، مؤلفان و سخنرانان در دنیای امروز، استفاده از نرم‌افزارهای «نگارشی، ویرایشی و نمایشی» است. جدول ۱-۵۲ به معرفی ویژگی‌های این نوع برنامه‌ها می‌پردازد. برخی برنامه‌ها چندکار را با هم انجام می‌دهند اما در یکی از این سه حوزه به عنوان ابزاری تخصصی و شناخته شده تر معرفی می‌شوند.

جدول ۱-۵۲. انواع نرم‌افزارهای رایج «نگارشی، ویرایشی و نمایشی»

ردیف	نوع نرم‌افزار	توضیح و نمونه
۱	نگارشی	برای نوشتن متون در زمینه یا چارچوبی خاص مانند نرم‌افزار معروف ورد آفیس
۲	ویرایشی	برای ویرایش متنی و نشانه‌گذاری‌ها با معرفی جایگزین مناسب برای کلمات مانند «نرم‌افزار ویراستیار» به فارسی
۳	نمایشی	برای تهیه و ارائه اسلایدهای نمایشی هم‌زمان با سخنرانی‌ها یا بدون سخنرانی مانند «پاورپوینت» و «پریز»

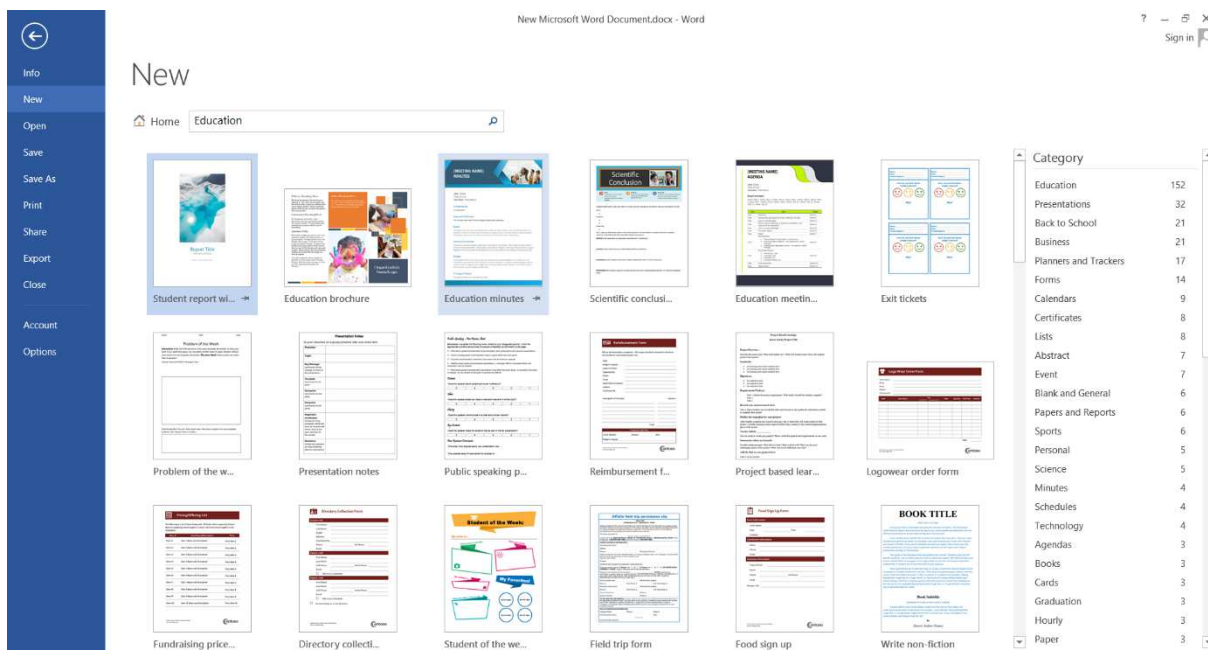
۲-۵۲. نرم‌افزارهای نگارشی یا واژه‌پرداز

واژه‌پرداز نرم‌افزاری برای ایجاد متن یا اسنادی به شکل «نامه، گزارش، بروشور و امثال آن» است. با واژه‌پردازها می‌توان انواع اسناد متنی و حتی همراه با تصویر را تهیه کرد. پرتعدادترین واژه‌پرداز، Microsoft Word به عنوان بخشی از مجموعه Microsoft Office است. همچنین برنامه‌های «WordPad و NotePad» به عنوان واژه‌پردازهایی ساده و رایگان همراه با ویندوز در همه سیستم‌ها نصب می‌شوند. این نرم‌افزارها در منوی Start و گزینه All programs و سپس گزینه Accessories قابل دسترسی هستند. در میان واژه‌پردازها نرم‌افزار Microsoft Word بسیار فراگیر است و مسلط بودن بر این نرم‌افزار به کار با سایر واژه‌پردازها هم کمک می‌کند. تقریباً در تمام واژه‌پردازها برای ایجاد سندی جدید باید در منوی File گزینه New را کلیک کرد. در آن ابزارهای متعددی برای انتخاب و اجرا وجود دارد (شکل ۵۲-۱).



شکل ۵۲-۱. یک صفحه Word مربوط به نگارش کتاب مرجع پژوهش

در شرایط عادی و با انتخاب یک فایل ورد جدید، فضای خالی اولیه در اختیار شما قرار می‌گیرد. اما شما می‌توانید از منوی File و گزینه New انواع «الگو یا قالب» یا Template را در مقابل خود داشته باشید و بر اساس آن سند یا پروژه خود را به صورت خودکار در چارچوب مشخصی قرار دهید (شکل ۵۲-۲).



شکل ۵۲-۲. انواع قالب‌های قابل انتخاب در محیط نرم‌افزار واژه‌پرداز Word

برای تدوین گزارش «پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها» و با توجه به الگوهای خاصی که در دانشگاه‌های کشور مورد تأکید قرار می‌گیرد، توصیه می‌شود که پژوهشگر به صورت دستی و بر اساس ساختار دانشگاه مقصد خود اقدام کند. با باز شدن فضای ورد و امکان شروع کار بر روی یک سند خالی، یک نشانگر چشمک‌زن دیده می‌شود که نمایشگر نقطه

شروع نوشتن است. برای رفتن به خط بعد کافی است کلید Enter را فشار دهید. این حرکت Paragraph break نام دارد. می‌توان تنظیمات را طوری انجام داد که بین خط پایان هر پاراگراف با خط اول پاراگراف بعدی مقداری فاصله ایجاد شود. هرچند نرم‌افزار هرچند دقیقه محتوا را به‌طور خودکار ذخیره می‌کند اما یکی از عادات خوب این است که به‌صورت دوره‌ای و منظم، سند در حال تایپ ذخیره شود. درنهایت به استفاده از منوی File و گزینه Save یا علامت فلاپی روی نوار بالای محیط ورد می‌توان محتوای فایل را در محل ایجادشده ذخیره کرد. با گزینه Save As می‌توان کل فایل را در محل مشخص و دیگری، غیر از جایی که ایجادشده، ذخیره شود. در بسیاری از موارد و برای انجام سریع‌تر کارها از کلیدهای میانبر اجرایی استفاده می‌شود. این دستورهای میانبر با نگه‌داشتن موس روی ابزار مربوطه دیده خواهد شد.

یکی از دیگر نرم‌افزارهای جدید و موردتوجه نگارشی، نرم‌افزارهایی هستند که «صداها و عکس‌های متنی» را به نوشتار تبدیل می‌کنند. یکی از این نرم‌افزارهای محبوب Google Keep Notes است که با ظرفیت بسیار بالایی این کارها را انجام می‌دهد. به‌ویژه برای کسانی که کار مصاحبه را انجام می‌دهند، با فعال کردن این نرم‌افزار، فرایند مصاحبه از همان ابتدا به نوشتار تبدیل‌شده و پژوهشگر تنها باید وقت خود را بر روی ویرایش آن صرف کند. وجود امکان نرم‌افزار موبایلی آن باعث شده است تا تحول عظیمی برای صرفه‌جویی در وقت پژوهشگران در کار مصاحبه‌ها انجام شود.

۳-۵۲. نرم‌افزارهای ویرایشی

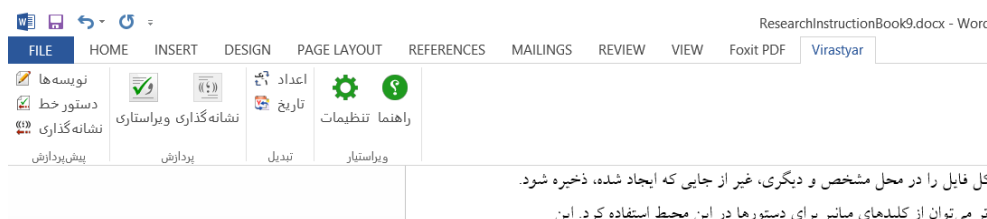
یکی از بهترین و رایج‌ترین نرم‌افزارهای ویرایش متون فارسی «ویراستیار یا Virastyar» با نمادی به شکل ۳-۵۲ است.



شکل ۳-۵۲. نرم‌افزار ویرایش متون فارسی ویراستیار

با نصب نرم‌افزار تخصصی ویراستیار، گزینه آن به منوی نرم‌افزار Word اضافه می‌شود و در نوار اولیه مانند شکل

۴-۵۲ دیده می‌شود.



، کل فایل را در محل مشخص و دیگری، غیر از جایی که ایجاد شده، ذخیره شود.
چون می‌توان از کلیدهای میانبر برای دستورها در این محیط استفاده کرد. این

شکل ۴-۵۲. فعال شدن نرم‌افزار ویراستیار بر روی Word

نرم افزار «ویراستیار» قابلیت ویراستاری متون فارسی در مواردی چون «اصلاح خطاهای املائی و انشا»، «اشتباهات ویرایشی نقطه و نشانه گذاری» و «استانداردسازی متن های فارسی» را دارد. این نرم افزار توسط «دبیرخانه شورای عالی اطلاع رسانی ایران» تهیه شده است. این نرم افزار به راحتی از طریق فضای مجازی قابل دانلود و استفاده است. در جدول ۲-۵۲ انواع قابلیت های این نرم افزار معرفی شده است.

جدول ۲-۵۲. انواع قابلیت های نرم افزار ویراستیار برای متون فارسی

ردیف	قابلیت ها	توضیح
۱	غلط یاب املائی	اصلاح «املای واژه، فاصله گذاری، چسبیدن واژه ها، واژه های با پسوند، کلمات تکراری»، «افزودن واژه های جدید به واژه نامه»، «اصلاح یک باره یک غلط خاص در کل متن» و «امکان نادیده گرفتن غلط رایج» و امثال آن
۲	اصلاح نویسه	امکان استانداردسازی نویسه ها از جمله اصلاح انواع «حروف، نشانه، ارقام، نیم فاصله و اعراب»
۳	اصلاح نشانه گذاری	تشخیص و اصلاح غلط های نشانه گذاری مانند «نقطه، ویرگول، نقطه ویرگول، علامت سؤال، علامت تعجب، نقل قول، پرانتز و گیومه»
۴	تبدیل تاریخ	تشخیص و تبدیل عبارت های تاریخ در دسته بندی هایی چون «گونه های مختلف نوشتار تاریخ به صورت عددی و نوشتاری با ارقام انگلیسی و فارسی»، «گونه های مختلف نوشتار تاریخ به زبان انگلیسی» و امثال آن
۵	سفارشی سازی	امکان سفارشی سازی ویژگی ها با اعمال تغییر در پنجره تنظیمات
۶	پینگلیش	تبدیل واژه های فارسی که با حروف انگلیسی نوشته شده اند یا همان فینگلیش به معادل فارسی
۷	پردازش املا	برای نمونه اصلاح فاصله گذاری «ها» در انتهای واژه ها یا «می» در ابتدای واژه ها
۸	تبدیل اعداد	تشخیص و تبدیل اعداد در مواردی چون «عدد طبیعی یا اعشاری با رقم های انگلیسی»، «عدد صحیح با نوشتار فارسی»، «عدد اعشاری با نوشتار فارسی» و «عدد کسری با نوشتار فارسی»
۹	سایر	مواردی چون «قابلیت تکمیل خودکار کلمات»، «قابلیت به روزرسانی لغت نامه ها» و «وجود راهنمای داخل برون ام»

نظر به ظرفیت های ارزشمند این نرم افزار به تمامی پژوهشگران توصیه می شود این نرم افزار را روی رایانه های خود نصب کنند و قبل از نهایی کردن فایل گزارش پژوهش یا رساله خود، با این نرم افزار ویرایش لازم را انجام دهند.

۳-۵۲. Endnote و پژوهیار (نرم افزارهای واژه پرداز و ویرایشی برای ارجاع دهی)

در جریان نگارش مقاله یا رساله دکتری یکی از چالش ها چگونگی سامان دهی منابع متعددی است که در جریان انجام پژوهش به آن مراجعه می شوند. از جمله این نوع نرم افزار می توان به «Endnote»، «Reference»، «Manager»، «Citative»، «Zetero» و برای منابع فارسی «پژوهیار» اشاره کرد که از کاربرپسندترین آن ها Endnote است. در فصل چهارم و بخش جستجو برای پژوهش به معرفی نرم افزار «اندنوت» و «پژوهیار» و نحوه کار با آن ها پرداخته شده است.

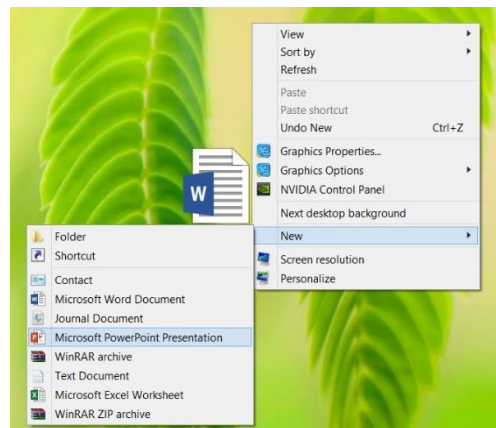
۴-۵۲. نرم افزارهای نمایشی

این نرم افزارها برای ارائه سخنرانی یا در جلسات دفاع برای ارائه نتایج پژوهش هم زمان با سخنرانی استفاده می شود. دو نرم افزار پرکاربرد در این حوزه «پاورپوینت و پرزی» هستند.

۵۲-۴-۱. نرم افزار پاورپوینت

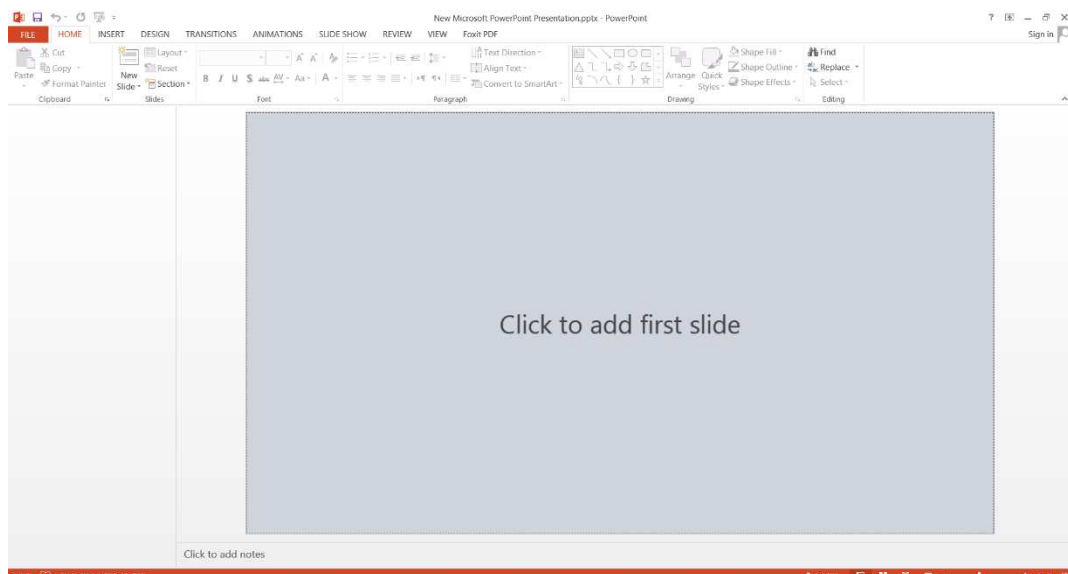
برنامه رایانه‌ای با قابلیت نمایش «متن، عکس و فیلم» بر روی پرده نمایش است که به آن پرده‌نگار هم می‌گویند. مایکروسافت پاورپوینت یا Microsoft PowerPoint یک برنامه نمایشی پرکاربرد است. از مزیت‌های این نرم‌افزار اصلاح خودکار غلط‌های املائی است.

برای ساده‌سازی ارائه دانشجویان دکتری مرکز تحصیلات تکمیلی یک نمونه الگو یا قالب شکلی با عناوین لازم برای طراحی اسلایدهای پاورپوینت جلسه دفاع بر روی وب‌سایت این مرکز قرار داده شده است. کسانی که تمایل دارند، خود نسبت به طراحی اسلاید اقدام کنند به شکل ساده می‌توانند گام‌هایی به شرح جدول ۵۲-۳ را دنبال کنند. برای فعال کردن پاورپوینت با کلیک راست در فضای باز Desktop به گزینه New بروید و در صورت نصب بودن این نرم‌افزار بر روی رایانه شما یکی از گزینه‌های قابل انتخاب پاورپوینت (PowerPoint) خواهد بود (شکل ۵۲-۵).



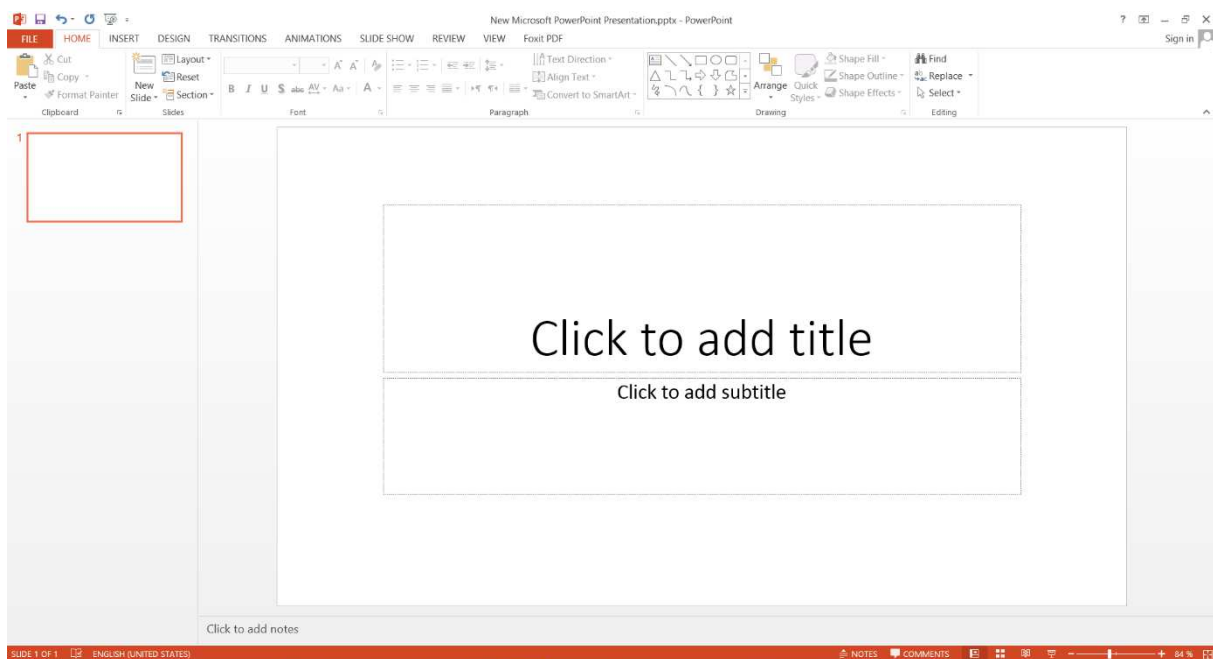
شکل ۵۲-۵. راه‌اندازی یک فایل پاورپوینت جدید

پس از کلیک روی گزینه پاورپوینت، صفحه‌ای به شکل ۵۲-۶ باز می‌شود.



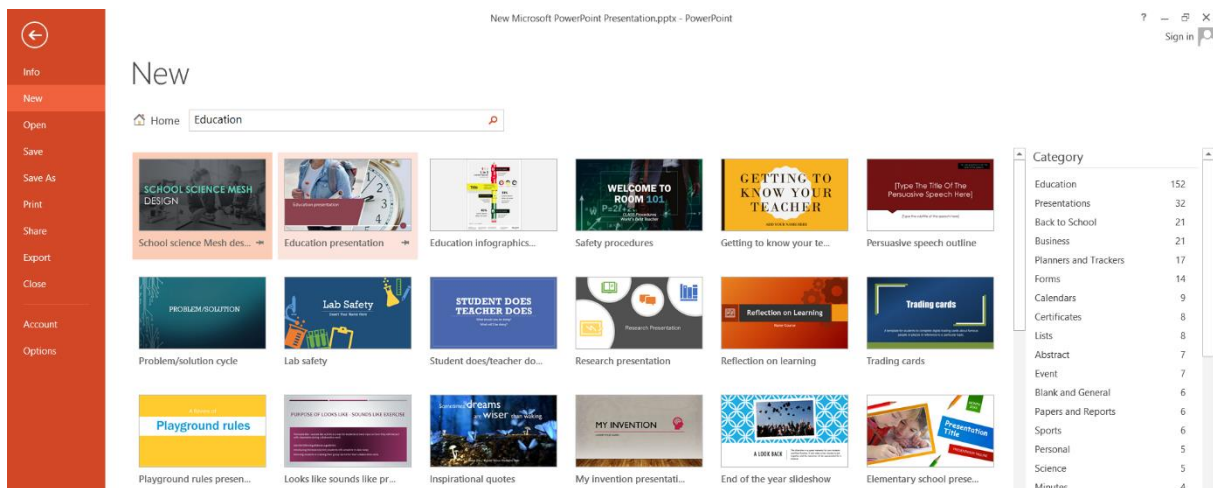
شکل ۵۲-۶. باز شدن صفحه اول فایل جدید پاورپوینت

با کلیک روی فضای وسط که شما را برای شروع کار هدایت می‌کند، صفحات کاری اسلاید برای طراحی شروع می‌شود. اولین اسلاید به شکل ۵۲-۷ دیده می‌شود.



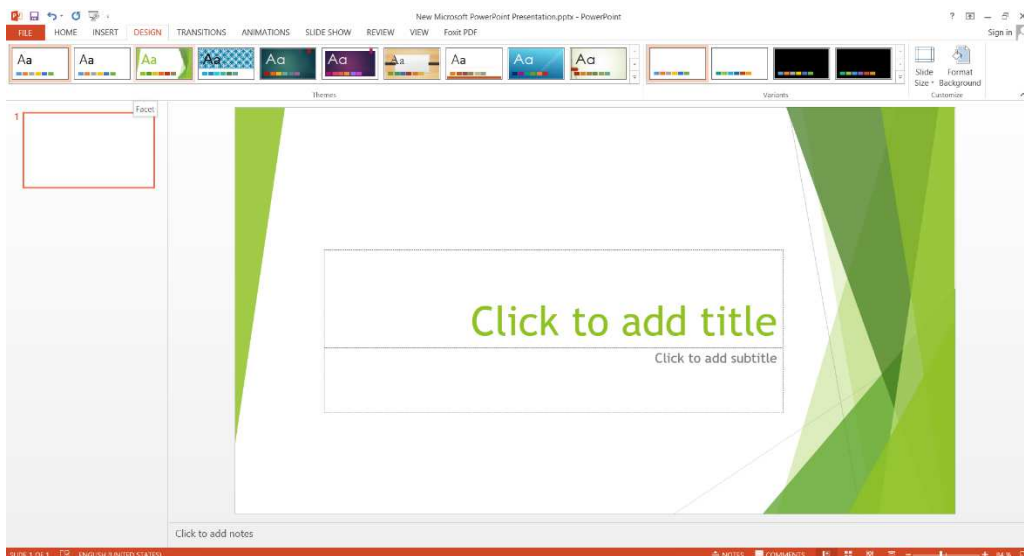
شکل ۵۲-۷. فعال شدن پاورپوینت برای شروع طراحی

برای استفاده از انواع قالب‌های شکلی یا تمپلیت‌ها در این محیط می‌توانید به منوی فایل و گزینه New بروید تا الگوهایی در موضوعات مختلفی چون «آموزش، کسب‌وکار، سخنرانی، پزشکی، هنری، آلبوم عکس و امثال آن» برای انتخاب ظاهر شوند. برای نمونه در شکل ۵۲-۸ الگوی آموزشی انتخاب شده است.



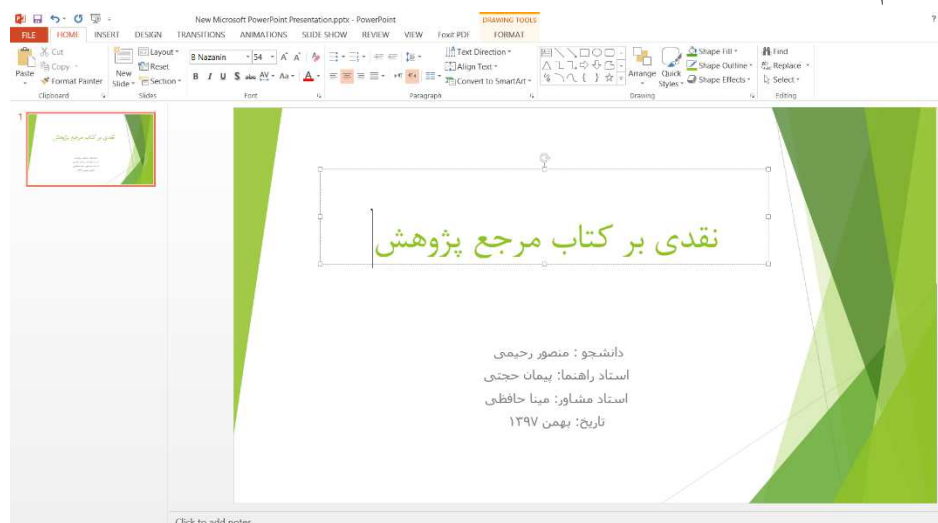
شکل ۵۲-۸. استفاده از منوی File و گزینه New برای انتخاب انواع قالب‌های موضوعی و شکلی

پیشنهاد می‌شود در صورتی که قالب موضوعی و شکلی نمونه در دانشگاه خود ندارید، خود نسبت به طراحی ساده آن اقدام کنید. بر این اساس با کلید open مجدداً به فضای اولیه بازگردید و این بار از منوی Design مطابق شکل ۵۲-۹ یک طرح را برای تهیه پاورپوینت خود انتخاب کنید.



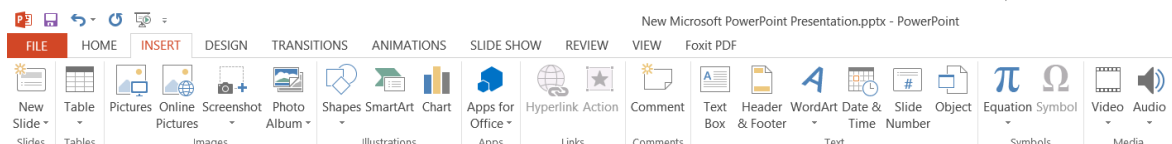
شکل ۵۲-۹. انتخاب یک طرح از منوی Design

ابزارهای این محیط به‌ویژه در منوی Home شباهت‌های زیادی با محیط Word دارد و در آن می‌توانید اقداماتی چون «انتخاب نوع فونت، سایز فونت، بولدکردن، ایتالیک کردن، خط‌کشی زیرمتن، ایجاد توان و امثال آن را» به شرح شکل ۵۲-۱۰ انجام داد.



جدول ۵۲-۱۰. منوی Home برای انواع تغییرات در متن و انتخاب الگوهای صفحه‌آرایی در چپش متن

به همین نحو هر یک از منوهای هم‌ردیف Home به شرح شکل ۵۲-۱۱ امکانات و ابزارهایی را برای تهیه‌کننده پاورپوینت فراهم می‌کنند.



شکل ۵۲-۱۱. انواع منوها در نرم‌افزار پاورپوینت

هر یک از منوها، ابزارهای متنوعی را برای انواع تغییرات دلخواه در پاورپوینت فراهم می‌کند. جدول ۵۲-۳ به ابزارهای مهم داخل هر یک از این منوها اشاره دارد.

جدول ۵۲-۳. انواع ابزارهای مهم در داخل هر یک از منوهای نرم افزار پاورپوینت

ردیف	منوها	ابزارها
۱	File	Open (بازکردن مجدد فایل)، New (امکان انتخاب انواع قالب های شکلی و موضوعی)، Save (امکان ذخیره کردن در آدرسی که فعال است)، Save as (امکان ذخیره کردن در آدرسی جدید)، Print (پرینت گرفتن) و...
۲	Home	Clipboard (کپی، پیست، برش)، Slides (اسلاید جدید و انتخاب الگوی صفحه آرایشی)، Font (انتخاب نوع، سایز متن)، Paragraph (شماره گذاری پاراگراف، جهت چینش، تعداد ستون، فاصله خط)، Drawing (ورود شکل آماده، موقعیت شکل، رنگ کردن شکل ها، افکت تصویری) و Editing (پیدا کردن کلمات و جایگزینی)
۳	Insert	Slides (ایجاد اسلاید جدید با قالب منتخب)، Tables (ایجاد جدول)، Images (انتخاب تصویر از آرشیو یا اینترنت)، Illustration (داخل کردن شکل یا نمودار)، Apps (اضافه کردن نرم افزار کمکی)، Links (اتصال متن یک اسلاید به سایر اسلایدها)، Comments (دادن پیشنهاد و نوشتن متن در کنار اسلاید و به طور مستقل)، Text (ایجاد یک جعبه جدید برای نوشتن متن، ایجاد سرصفحه و زیرصفحه یا هدر و فوتر، انتخاب الگوهای نگارش هنری کلمات، اضافه کردن تاریخ و زمان فعلی و شماره به صفحه)، Symbols (اضافه کردن انواع معادله های ریاضی یا سمبل ها با حروف) و Media (انتقال فایل های صوتی و تصویری به اسلاید)
۴	Design	Themes (انتخاب تم یا قالب شکلی اسلاید)، Variants (انتخاب رنگ)، Customize (سفارشی سازی یا اعمال تغییرات اختصاصی بر روی تم ها یا قالب ها)
۵	Transitions	Transition to this Slide (پیش نمایش انتخاب نوع انتقال مانند برش، ورق خوردن، از حالت محو پدیدار شدن) و Timing (انتخاب صدای خاص با هر انتقال از اسلاید انتخاب قبلی به انتخاب جدید و انتخاب زمان موردنظر برای انتقال و حتی امکان انتقال آن به همه صفحات یا با استفاده از ابزارهایی مانند موس)
۶	Animations	حرکت دادن عناصر داخل هر اسلاید با توجه به زمان
۷	SlideShow	Start Slide Show (انتخاب الگوی تمام صفحه نمایش)، Set Up (استفاده از الگوهای پیشرفته برای نمایش اسلایدها) و Monitors (انتخاب مونیتور برای نمایش اسلایدها یا تقسیم مانیتور در یک صفحه)
۸	Review	Proofing (بررسی صحت کلمات، جستجوی کلمات و منابع و فرهنگ های جامع)، Language (انتخاب زبان)، Comments (گذاشتن پیشنهاد) و Compare (مقایسه و ترکیب با اسلایدهای دیگر)
۹	View	Presentation Views (انتخاب الگوی نمایش برای پرینت)، Master View (اعمال تغییرات روی الگو)، Show (فعال سازی خط کش های طولی و عرضی اسلاید، صفحات شطرنجی)، Direction (انتخاب جهت چینش صفحه)، Zoom (انتخاب بزرگنمایی)، Color/Grayscale (انتخاب نمایش رنگی یا سیاه و سفید)، Window (ایجاد پنجره های جدید با نمایش پهلوه به پهلوه) و Macros (دیدن ماکروس های قابل استفاده)
۱۰	Foxid PDF	امکان تبدیل فایل های پاورپوینت به PDF

علاوه بر استفاده از ابزارهای مورد اشاره برای انتقال عکس، متن، نمودار و امثال آن می توان آن ها را کپی و در اسلاید موردنظر چسباند. با تکمیل اسلاید، می توان از منوهای Transition یک افکت برای انتقال اسلاید یا Animation برای حرکت عناصر اسلاید استفاده کرد. انیمیشن های روی تصاویر یا متن به ۴ دسته به شرح ۵۲-۴ تقسیم می شوند.

جدول ۵۲-۴. انواع انیمیشن ها در پاورپوینت

ردیف	انواع	توضیح
۱	Entrance Effects	انیمیشن های ورود با نمایش عنصر موردنظر
۲	Emphasis Effects	انیمیشن های تأکید با ایجاد حرکت و تأکید روی سوژه موردنظر
۳	Exit Effects	انیمیشن های خروج با محو شدن و از بین رفتن موضوعی خاص
۴	Motion paths Effects	انیمیشن های پیویشر با حرکت شی به شیوه های مختلف مانند حرکت روی شعاع یک دایره

برای اسلایدهای در سطح رساله دکتری بهتر است که این افکت‌ها ساده‌تر و کمتر باشند. برای نمایش از slideshow پاورپوینت یا دکمه‌های Alt+S می‌توان استفاده کرد. در انتها لازم است تا فایل تهیه‌شده را در محل موردنظر ذخیره کرد. برای محتوای اسلایدها از الگوی معرفی‌شده در فصل سوم استفاده کنید.

۵۲-۴-۲. نرم‌افزار نمایشی پرزی

نرم‌افزار پرزی مانند پاورپوینت، برای اسلایدسازی و ارائه مطلب و سخنرانی استفاده می‌شود. این نرم‌افزار مبتنی بر فضای ابری و ارائه به صورت آنلاین است. پرزی در لغت شکل کوتاه شده پرزنتیشن یا ارائه (Presentation) در زبان مجارستانی است و در سال ۲۰۰۸ در این کشور معرفی شد. این نرم‌افزار در نسخه‌های مختلفی ارائه‌شده که اصلی‌ترین نسخه آن نسخه آنلاین است که شما به‌رایگان می‌توانید به فایل‌های ارائه خود دسترسی داشته باشید. اگر خواسته باشید بدون نیاز به اینترنت ارائه خود را بسازید، باید نسخه دسکتاپ آن را تهیه کنید. نسخه دسکتاپ و رایگان این نرم‌افزار به صورت ۱۴ روز قابل استفاده است و بعد از آن شما باید آن را خریداری کنید.



شکل ۵۲-۱۲. نرم‌افزار پرزی از دیگر نرم‌افزارهای نمایشی

در نرم‌افزار پاورپوینت صفحات مختلفی وجود دارد و این صفحات است که عوض می‌شود اما در نرم‌افزار پرزی یک صفحه بزرگ وجود دارد که در آن حرکت می‌کنیم و در بخش‌های مختلف آن زوم می‌کنیم. به عبارت دیگر دوربین در روی صفحه بزرگ حرکت کرده و روی نقاط مختلف زوم می‌کند. اینکه کدام نرم‌افزار بهتر است به مسائل مختلفی بستگی دارد. اگر زمان ارائه شما طولانی است و تاکنون با پرزی کار نکرده‌اید، پاورپوینت گزینه بهتری است. محتوای ارائه نیز در انتخاب نرم‌افزار تأثیر دارد. برای نمونه برای کارهای گرافیکی زیاد پرزی گزینه مناسبی نیست. خلاقیت در ارائه و سخنرانی، یکپارچگی و انسجام مطالب در پرزی بیشتر است. ضمن این‌که پرزی به نصب نرم‌افزار نیازی ندارد و به صورت آنلاین و آفلاین قابل استفاده خواهد بود. یکی از ویژگی‌های کلیدی و خوب پرزی ذخیره‌سازی خودکار پروژه است. چون شما به صورت آنلاین کار می‌کنید امکان پاک شدن اطلاعات شما وجود ندارد. کار کردن با پرزی برخلاف تصور ساده است. از ویژگی‌های نرم‌افزار پرزی می‌توان به مواردی به شرح جدول ۵۲-۵ اشاره کرد.

جدول ۵۲-۵. برخی قابلیت‌های نرم‌افزار پریزی

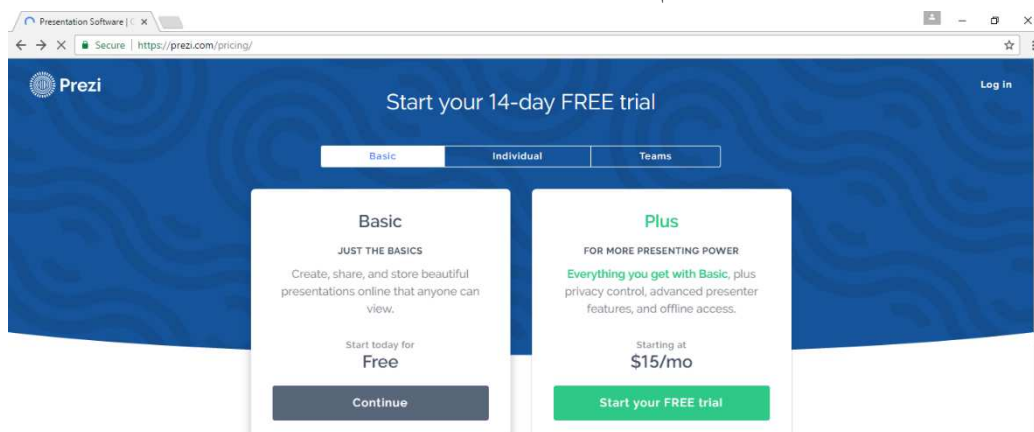
ردیف	قابلیت‌ها
۱	امکان ساخت ارائه به صورت آنلاین و آفلاین
۲	امکان استفاده از قابلیت‌های آنلاین به صورت کاملاً رایگان
۳	امکان تهیه خروجی به صورت exe در نسخه دسکتاپ
۴	قابلیت پویانمایی بسیار قدرتمند با استفاده از امکان زوم بدون افت کیفیت و بازگشت ساده
۵	همگام‌سازی با اکانت آنلاین سایت پریزی
۶	محیط کاربری ساده
۷	سازگاری با نسخه‌های مختلف ویندوز

مهم‌ترین گام‌های کار با نرم‌افزار پریزی در جدول ۵۲-۶ ارائه شده است.

جدول ۵۲-۶. مهم‌ترین گام‌های کار با نرم‌افزار پریزی «Prezi»

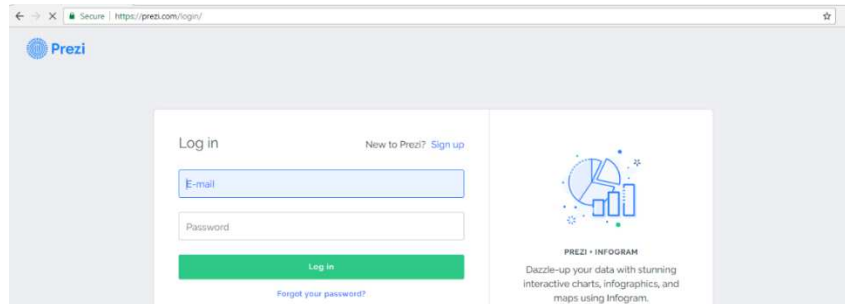
ردیف	گام‌ها	توضیح
۱	ساخت حساب کاربری در وب-سایت پریزی	در نشانی http://prezi.com روی گزینه «Get Started» کلیک و سپس از قسمت Basic بخش Free گزینه Continue را فعال کنید و حساب کاربری بسازید (شکل ۵۰-۱۳).
۲	ورود	مرحله ورود به محیط پریزی
۳	انتخاب عکس پس‌زمینه برای ارائه	انتخاب هرگونه عکس یا تصویر برای ورود به اسلاید موردنظر
۴	کار بر روی Frame ها	جابه‌جایی و تغییر اندازه‌ها
۵	نوشتن متن	وارد کردن متن موردنظر در فریم‌ها
۶	اضافه کردن محتواها	هرگونه متن، عکس، فیلم و صوت
۷	اضافه کردن arrow، symbol	هرگونه خط و نمادها و اشکال هندسی
۸	تعیین ترتیب نمایش Frame ها	انتخاب ترتیب اسلایدها برای نمایش
۹	انیمیشنی کردن Frame ها	حرکت دادن به محتوای درون اسلاید
۱۰	تعیین نام ارائه	انتخاب نام برای پروژه
۱۱	ذخیره‌سازی ارائه	فرایند ذخیره کردن تغییرات و طراحی‌های انجام شده

برای استفاده از سایر امکانات و به‌ویژه امکان استفاده آنلاین از نرم‌افزار قیمت‌های مختلفی ارائه شده است که علاقه‌مندان می‌توانند با توضیحات مقایسه‌ای واحدهای قابل انتخاب بر اساس هزینه، در صورت نیاز گزینه موردنظر خود را انتخاب کنند. در اغلب موارد پولی هم فرصت فعالیت ۱۴ روزه رایگان پیشنهاد داده شده است.



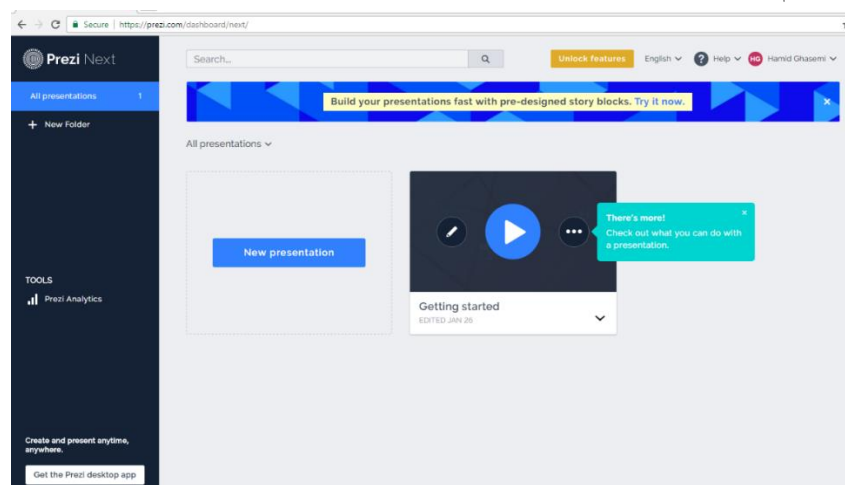
شکل ۵۲-۱۳. مرحله ورود به سایت پریزی، انتخاب بخش Basic و کلیک Continue برای ساخت حساب کاربری

پس از تأیید حساب کاربری، شما می‌توانید با ورود نشانی ایمیل و پسورد وارد نرم‌افزار شوید (شکل ۱۴-۵۲).



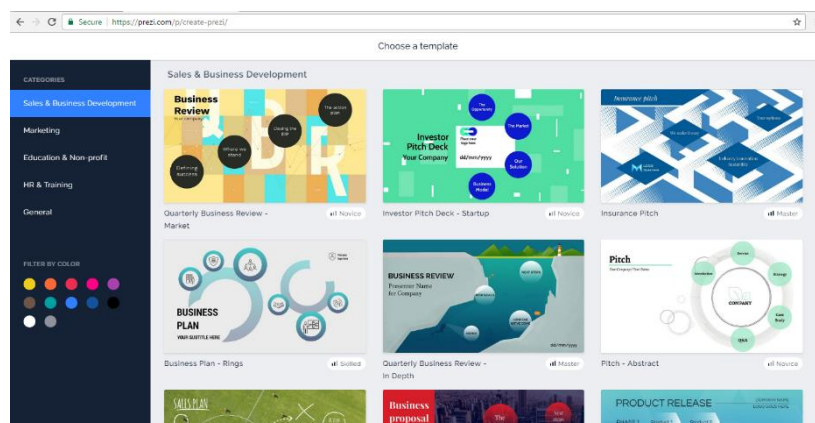
شکل ۱۴-۵۲. مرحله ورود به نرم‌افزار با حساب کاربری ایجادشده

با ورود به فضای نرم‌افزار محیطی به‌مانند شکل ۱۵-۵۲ در مقابل شما ایجاد می‌شود.



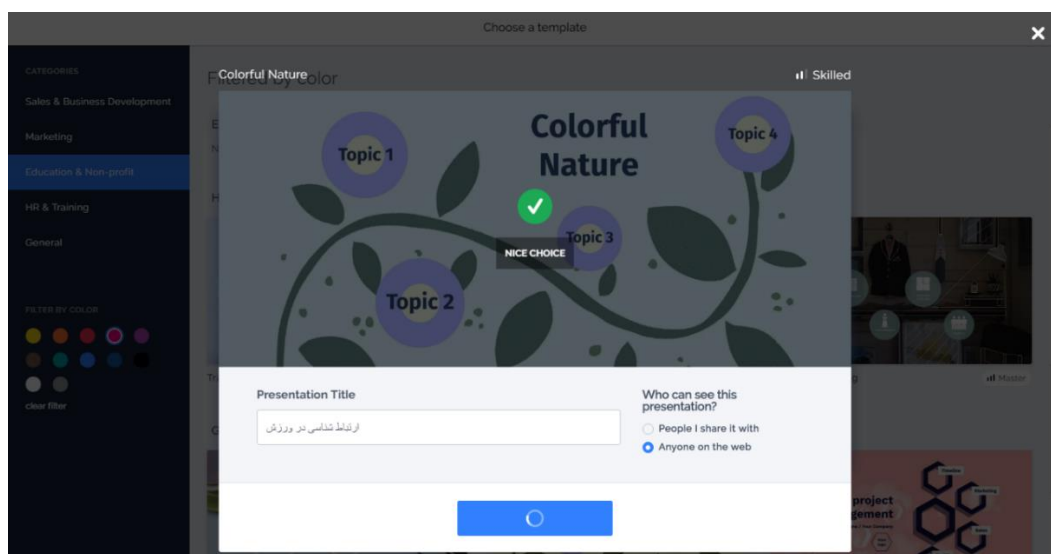
شکل ۱۴-۵۲. مرحله ورود به نرم‌افزار با حساب کاربری ایجادشده

محیطی که پس از log in شدن یا ورود ملاحظه می‌کنید شامل گزینه‌های «جستجو»، «فایل‌های ساخته‌شده قبلی»، «ایجاد فایل جدید»، «ساخت یک ارائه جدید» و دیگر موارد است که در این مرحله باید برای ساخت یک ارائه جدید روی گزینه «New Presentation» در وسط صفحه کلیک کرد. در ادامه و بلافاصله محیط جدیدی برای فرایند تولید محتوای ارائه به شکل ۱۵-۵۲ ظاهر می‌شود. در این مرحله قالب‌های شکلی متعددی برای انتخاب ارائه‌شده است.



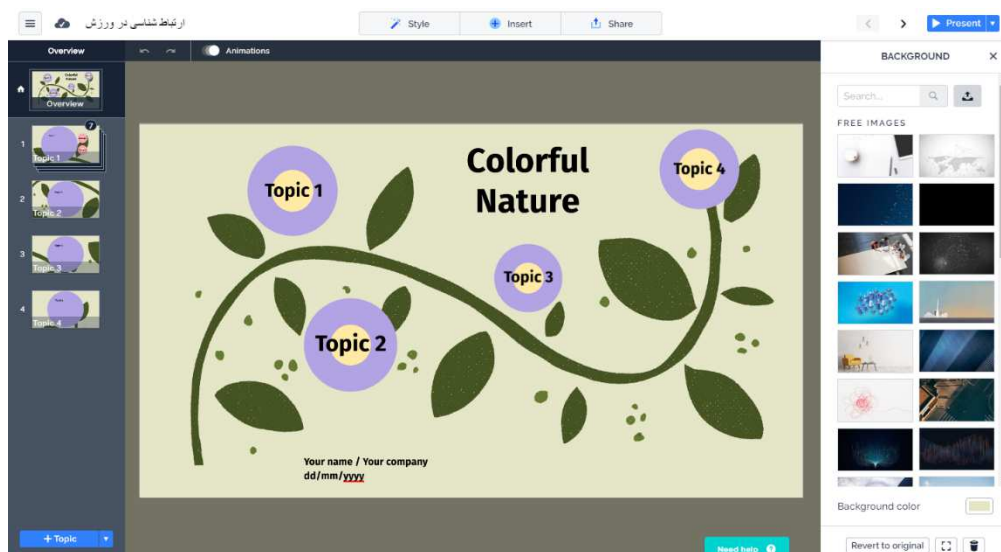
شکل ۱۵-۵۲. ورود به مرحله اول ساخت یک ارائه جدید

در بالای صفحه با عبارت Choose template خواسته شده تا قالب شکلی منتخب را انتخاب کنید. در سمت چپ صفحه امکان نمایش و انتخاب از میان طبقات وجود دارد. در زیر طبقات با کلیک روی انواع رنگ‌های دایره‌ای امکان فیلتر شدن قالب‌های شکلی بر اساس رنگ محوری منتخب فراهم خواهد شد. پس از انتخاب قالب شکلی موردنظر، از شما عنوانی برای ارائه درخواست می‌شود. وقتی عنوان مشخص شد از شما پرسیده می‌شود که قصد دارید این ارائه را افراد خاصی ببینند یا همه افراد در محیط وب امکان آن را دارند. شما باید با زدن تیک به یکی از این دو گزینه پاسخ دهید تا بتوانید گام به مرحله بعد بگذارید (شکل ۱۶-۵۲).



شکل ۱۶-۵۲. انتخاب قالب شکلی و تعیین عنوان برای ارائه

در این مرحله پرده اصلی نمایش در مقابل شما باز می‌شود و شما بر اساس قابل شکلی که انتخاب کرده‌اید می‌توانید ارائه خود را ساماندهی و طراحی کنید (شکل ۱۷-۵۲).



شکل ۱۷-۵۲. صفحه یا پرده نمایش برای طراحی ارائه

در این پرده نمایش مهم که محل انجام کار شماست، فضای بسیار ساده و کاربردی وجود دارد که برای استفاده مؤثر از آن‌ها باید به اجزایی به شرح جدول ۷-۵۲ توجه داشته باشید.

جدول ۷-۵۲. اجزای کلیدی صفحه‌نمایش برای طراحی

ردیف	بخش‌ها	توضیح
۱	کادر دستورات سریع	کادر مربعی که سه خط در داخل آن کشیده شده و در سمت چپ بالای صفحه قرار دارد. با کلیک چپ بر روی آن گزینه‌هایی به شرح «New presentation»، «My presentation»، «save»، «Undo»، «Redo»، «Cut»، «Copy»، «Paste»، «Select all» و دیگر موارد وجود دارد.
۲	All your changes are synced	گزینه ایجاد هماهنگی در تغییرات و به شکل ابر مانند که داخل آن تیک خورده
۳	Title	کادر بعدی یا عنوان که پیشتر انتخاب شده با امکان تغییر
۴	Style	واقع در سه کادر کلیدی ردیف بالا که با کلیک روی آن دو گزینه «Background» و «color» برای هرگونه تغییرات در این زمینه فعال می‌شوند.
۵	Insert	امکان انتقال و ورود انواع «موضوع، عکس، متن، فیلم، موسیقی و...»
۶	Share	امکان انتخاب پخش برای ارائه یا الگوهای دیگر
۷	<>	امکان جلو و عقب بردن اسلایدها
۸	Present	امکان انتخاب انواع الگوی ارائه
۹	Overview	امکان مروری بر اسلایدها در زیر آن
۱۰	دو فلش خمیده	امکان فعالیت رفتن به یک مرحله عقب‌تر یا جلوتر (Undo & Redo)
۱۱	Animation	امکان حرکت بخشی به اسلایدها
۱۲	Background	امکان انتخاب زمینه پشت کار با رنگ یا تصویر موردنظر از سیستم یا اینترنت
۱۳	Tpoic	امکان اضافه کردن موضوعات به مجموعه طراحی (در پایین سمت چپ)
۱۴	Need Help	امکان استفاده از راهنمایی نرم‌افزار برای هر مرحله از اجرای کار
۱۵	Revert to original	بازگشت به مبدأ اصلی
۱۶	Fit image to Overview	متناسب سازی عکس برای دیدن
۱۷	Delete	گزینه‌ای برای حذف عکس‌ها

با راست کلیک روی صفحه هم گزینه‌هایی چون «Back»، «Forward»، «Reload»، «Save as»، «Print» و امثال آن فعال می‌شوند. برای کسانی که امکان خرید نرم‌افزار را ندارند می‌توانند به صورت آنلاین و موردی به طراحی با آن بپردازند. باید توجه داشت که نرم‌افزار پرزی از زبان فارسی پشتیبانی نمی‌کند و برای این کار باید با پی‌دی‌اف طراحی را به زبان فارسی را آماده و وارد آن کرد.

نرم افزارهای تحلیل داده های کمی

هدف کلی: آشنایی با انواع نرم افزارهای تحلیل داده های کمی

اهداف یادگیری

- آشنایی با نرم افزار SPSS
- آشنایی با نرم افزار AMOS
- آشنایی با دیگر نرم افزارهای تحلیل آماری

مقدمه

نرم افزارهای تحلیل داده‌های کمی بسیار متنوع و هرکدام دارای ظرفیت خاص خود هستند. در این فصل به معرفی انواع نرم افزارهای آماری و ویژگی‌های هر یک برای استفاده پرداخته خواهد شد.

۵۳-۱. انواع نرم افزارهای آماری

نرم افزارهای متعددی برای انجام تحلیل آماری مورد استفاده قرار می‌گیرند که هر یک ویژگی و خصوصیت خاص خود را دارند. تسلط به تمامی این نرم افزارها بسیار دشوار است، بنابراین بهتر است در یک یا دو نرم افزار جامع تسلط پیدا کرد و از بقیه به تناسب نیاز و به کمک همکار و مشاور بهره گرفت. در جدول ۵۳-۱ برخی از رایج‌ترین این نرم افزارها معرفی شده است.

جدول ۵۳-۱. برخی از مهم‌ترین نرم افزارها برای تجزیه و تحلیل آماری

ردیف	نام نرم افزار	توضیح
۱	Excel	نرم افزاری از بسته آفیس با روش‌های آماری محدود و اغلب با کاربرد ورود داده و کارهای آماری ساده
۲	SPSS	برای تجزیه و تحلیل آماری بخصوص تحلیل نتایج پرسشنامه‌های میدانی
۳	SAS	اجرای روش‌های رایج آماری و امکان برنامه‌نویسی برای تحلیل‌های پیشرفته بخصوص تحلیل‌های ماتریسی
۴	Lisrel	برای مدل‌سازی معادله ساختاری، روایی پرسشنامه، آزمون‌های تحلیل مسیر، تحلیل عاملی و تحلیل خوشه‌ای
۵	Statistica	امکان ارتباط بین عملیات با ویژوال بیسیک و انعطاف‌پذیری، قابلیت‌های گرافیکی و نمودارهای زیبا
۶	Minitab	ظرفیت خاص کاربردی در صنعت و اقتصاد، رسم نمودارهای سه‌بعدی از مشاهدات، تولید اعداد تصادفی از توزیع‌های آماری خاص مانند توزیع نرمال، کی دو و گاما، خروجی دقیق و مناسب (در حد هزارم اعشار)
۷	NCSS	رگرسیون خطی و غیرخطی، سازگاری با نسخه‌های مختلف ویندوز، رسم انواع نمودار و آمار توصیفی با بیش از ۲۰۰ ابزار گرافیکی و آماری
۸	Eview	روش‌های اقتصادسنجی، روش‌های VAR (نامحدود و ساختاری) و مدل‌های ARIMA
۹	R	اپن سورس، اجرای روش‌های آماری مدرن، رایگان، بدون منو و همه‌چیز با دستورات و کدنویسی
۱۰	Expert Choice	اغلب برای انجام تحلیل سلسله مراتبی یا AHP و مقایسات زوجی
۱۱	Microfit	ویژه اقتصادسنجی و کاربرد آمار در اقتصاد با قابلیت‌هایی در انجام روش‌های رگرسیونی و آزمون‌های مکمل
۱۲	Amos	با کاربرد مدل‌سازی معادله ساختاری به علاوه برخورداری از ظرفیت انواع تحلیل‌های آماری معمول
۱۳	PLS	برای مدل‌سازی معادله ساختاری و استفاده از روش‌های تحلیلی چند متغیره نظیر رگرسیون، تحلیل عاملی، همبستگی و تحلیل واریانس

با توجه به تعدد انواع برنامه‌های آماری تنها به فرایند کار با نرم افزار آماری پرتفردار و رایج SPSS و AMOS پرداخته خواهد شد.

۵۳-۲. اکسل Excel

اکسل به عنوان یکی از نرم افزارهای بسته آفیس به صورت صفحه گسترده و برای انجام فعالیت‌های آماری طراحی شده است. به دلیل محدودیت در روش‌های آماری کمتر در پژوهش‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد ولی به دلیل فراگیر بودن و امکان ورود داده و حفظ آن در یک فایل صفحه گسترده مناسب و قابل انتقال به سایر نرم افزارها از آن استفاده می‌شود.

به همین منظور اکثر آماريست‌ها از نرم‌افزار Excel برای وارد کردن داده‌ها استفاده می‌کنند که از کیفیت و دقت بالایی در ورود اعداد و حروف برخوردار و روی اکثر سیستم‌ها نیز نصب است.

برخی کارشناسان پیشنهاد ترکیب نرم‌افزار Winstat با Excel را می‌دهند. با نصب نرم‌افزار مورد اشاره، به‌طور خودکار روی Excel نصب می‌شود و با باز کردن Excel در قسمت Toolbars خواهید دید که گزینه Winstat اضافه شده است که شامل ۴ منوی اصلی و ۴ منوی فرعی است. منوهای اصلی شامل الف) Statistics برای «مقایسه دو گروه، مقایسه N گروه، انواع ضرایب همبستگی، رگرسیون، تحلیل عاملی و امثال آن»، ب) Graphics برای انواع نمودار و جدول، ج) Data و د) Help Winstat خواهد بود. از آنجایی که این نرم‌افزار یک برنامه ترکیبی است برای شناخته شدن آن توسط Excel یک‌بار باید روی تمام آیکون‌های آن کلیک کنید. برای بار دوم که وارد شوید دیگر با این مشکل روبرو نخواهید بود. ضمناً با نصب این برنامه، قسمتی در منوی all program ویندوز تحت عنوان Winstat for Excel نیز نصب می‌شود که در آن یک راهنما به شکل Winstat Manual با فرمت PDF وجود دارد.

۳-۵۳. SPSS

نرم‌افزار SPSS مخفف Statistical Package for the Social Sciences و به معنای «بسته آماری برای علوم اجتماعی» است. این نرم‌افزار رایج امکان «آماده‌سازی، تحلیل و ارائه گزارش‌های تحلیلی، گرافیکی و مدل‌ها» را برای داده‌های کمی فراهم می‌کند. دامنه محاسبات آماری آن، از «درصدگیری ساده» تا «تحلیل پیچیده واریانس، رگرسیون چندگانه و مدل‌های عمومی خطی» است. داده‌ها در SPSS در قالب یک جدول دویبعی «ردیف‌ها و ستون‌ها» مرتب می‌شوند. در ردیف‌ها موارد یا نمونه‌ها مانند افراد مورد بررسی و در قسمت ستون‌ها متغیرهای مورد بررسی مانند «سن، جنس یا درآمد» قرار دارند. پژوهشگر داده‌های جمع‌آوری شده را مستقیم یا با واسطه دیگر ابزارها مانند پرسشنامه و برگه کدگذاری وارد نرم‌افزار می‌کند و در ادامه به تحلیل آن‌ها به کمک نرم‌افزار می‌پردازد. فرایندهای کاربرد نرم‌افزار SPSS شامل سه گام به شرح جدول ۲-۵۳ خواهد بود.

جدول ۲-۵۳. سه گام اصلی در کاربرد نرم‌افزار SPSS

ردیف	گام	توضیح
۱	ورود داده‌ها	تعریف متغیرها و مشخصات در نرم‌افزار و ورود داده‌ها بر اساس آن
۲	تحلیل داده‌ها	استفاده از دستورات مختلف نرم‌افزار مبنی بر روش‌های آماری بر اساس سؤالات و فرضیه‌های پژوهش
۳	خروجی نرم‌افزار	گرفتن خروجی و ساماندهی جداول با الگوی زبان فارسی

نرم‌افزار SPSS می‌تواند داده‌های موجود در فایل‌های دیگر صفحات گسترده را نیز بخواند.

۳-۵۳-۱. پنجره‌های SPSS: قبل از هر اقدامی در نرم‌افزار SPSS باید با پنجره‌ها یا صفحاتی آشنا شد که پس از باز شدن نرم‌افزار دیده می‌شوند یا پس از تغییرات و تحلیل‌ها قابل مشاهده هستند. دو پنجره کلیدی این نرم‌افزار به شرح جدول ۳-۵۳ هستند که هر کدام دو نوع صفحه به شرح شکل ۱-۵۳ دارند.

جدول ۵۳-۳. انواع پنجره‌ها در نرم‌افزار SPSS

ردیف	انواع	توضیح
۱	Data Editor	شامل دو نوع صفحه Variable View و Data View
۲	SPSS Viewer	شامل دو نوع صفحه Syntax View و Output View

The Data View

The Variable View

The Output View

Value	Count	Percent	Cumulative Percent
Incident Cases	660	21.0	21.0
Experience Enthusiasts	1154	38.0	59.0
Practical Gardeners	730	24.0	83.0
Gaming Connoisseurs	244	8.0	91.0
Other Regions	60	2.0	93.0
Case Regions	3802	125.0	100.0
Total	3156	100.0	

The Syntax View

```

GET
  FILE='C:\Documents and Settings\jagular\Desktop\SPSS\example File_Haraha'+
  '.sav'
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
FREQUENCIES
  VARIABLES=Segment
  /ORDER= ANALYSIS .

```

شکل ۵۳-۱. انواع پنجره‌های قابل مشاهده در نرم‌افزار SPSS

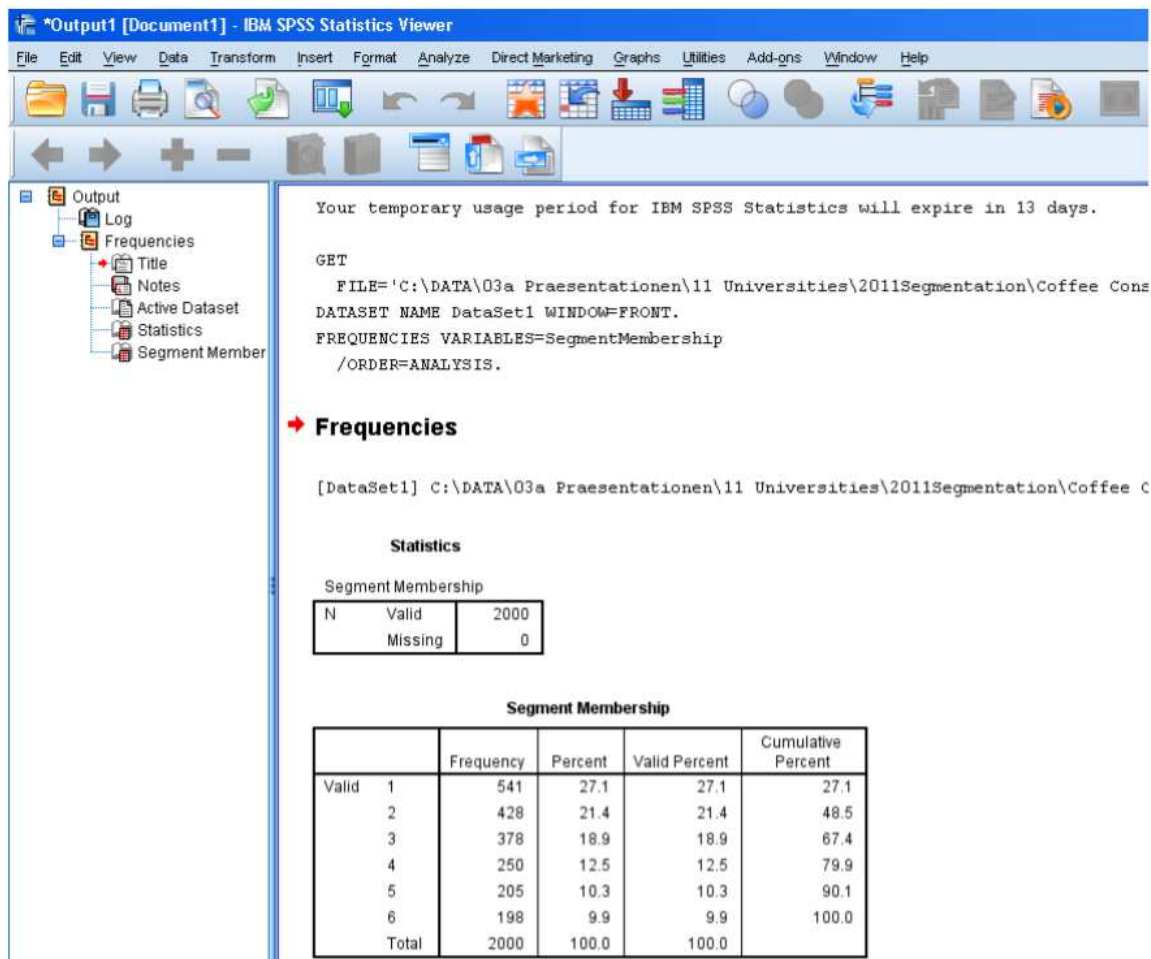
۵۳-۳-۲. پنجره Data Editor: این پنجره نمایشگر محتوای فایل داده است و در آن می‌توان فایل‌های جدید ایجاد یا فایل‌های موجود را اصلاح کرد. با باز کردن نرم‌افزار SPSS در رایانه ابتدا صفحه Data View باز می‌شود. این صفحه همان صفحه داده‌ها و اصلی‌ترین صفحه SPSS برای ورود داده‌ها است. تا زمانی که مقدار یا عددی به این صفحه وارد نشود، هیچ عملی انجام نخواهد شد. صفحات از نوع گسترده است که موردهای مطالعه یا موارد ثبت‌شده در ردیف‌ها و متغیرها در ستون‌ها نمایش داده می‌شوند. مقادیر کدها یا ارزش‌های مربوط به پاسخگویان یا مشاهدات در ردیف و زیر هر یک از متغیرها یا سؤالات مربوط به آن نمایش داده می‌شوند. برای نمایش این صفحه باید دقت کرد که روی کادر پایین صفحه گزینه مربوط به آن فعال باشد (شکل ۵۳-۲).

شکل ۵۳-۲. صفحه Data View مربوط به پنجره Data Editor

صفحه Variable View تعریف هر متغیر برای مجموعه‌ای از داده‌ها را نمایش می‌دهد. تفاوت Data View با Variable View در این است که «پنجره داده‌ها یا Data View»، مقادیر داده‌های جمع‌آوری شده از «متغیر» و «پنجره متغیرها یا Variable View» به تعریف یا معرفی ویژگی‌های هر متغیر اختصاص دارد. شکل ۵۳-۳ یک نمونه صفحه پنجره متغیرها است که با گزینه مشخص شده در زیر صفحه باز می‌شود و ماهیت و کیفیت هر متغیر را نشان می‌دهد.

شکل ۵۳-۳. صفحه Variable View مربوط به پنجره Data Editor

۵۳-۳-۳. پنجره SPSS Viewer: تمامی نتایج آماری پس از اجرای یک دستور آماری به شکل «جدول» و «نمودار» در پنجره output View ظاهر می‌شوند. شکل ۵۳-۴ یک نمونه از این پنجره را نشان می‌دهد که در آن می‌توان شاهد نتایج انواع دستورهای آماری از جمله «توزیع فراوانی، جداول متقاطع، آزمون‌های آماری و نمودارها» بود.



شکل ۵۳-۴. صفحه Output View از پنجره SPSS Viewr

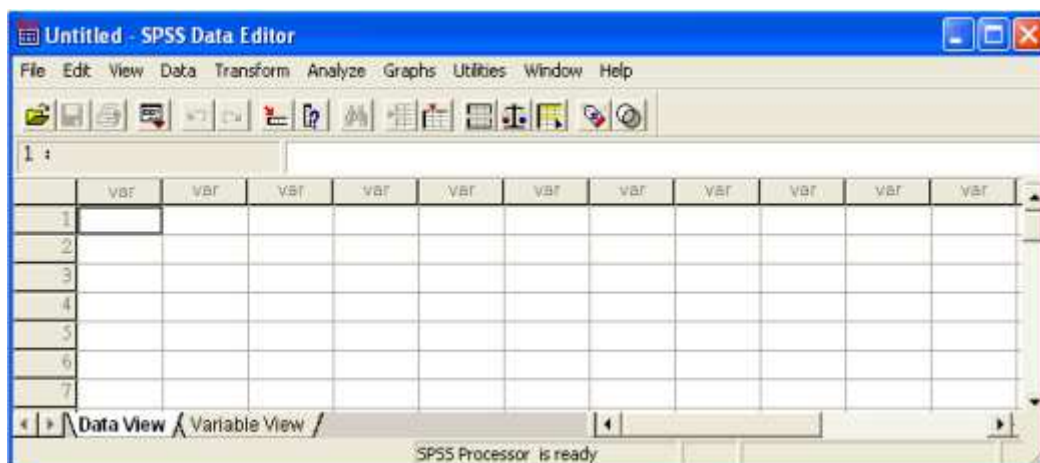
برای انواع فعالیت در صفحه Output viewer می‌توان از گزینه‌های به شرح جدول ۵۳-۴ در منو استفاده کرد.

جدول ۵۳-۴. توضیح اجمالی از فهرست منوی نرم‌افزار SPSS

ردیف	فهرست	توضیح
۱	Draft Viewer	به‌جای جداول تعاملی و تقاطعی به‌صورت یک متن ساده
۲	Pivot Table Editor	امکان تغییر جدول، رنگ و...
۳	Chart Editor	امکان اصلاح نمودارها، رزولوشن، رنگ، فونت، اندازه قلم و...
۴	Text Output Editor	امکان اصلاح متن جدول و ویژگی فونت مانند نوع، سبک، رنگ و اندازه
۵	Syntax Editor	قرار دادن دستورهای انتخابی در آن و استفاده از آن‌ها برای دستورهای بعدی
۶	Script Editor	امکان سفارشی کردن خودکار دستورهای SPSS

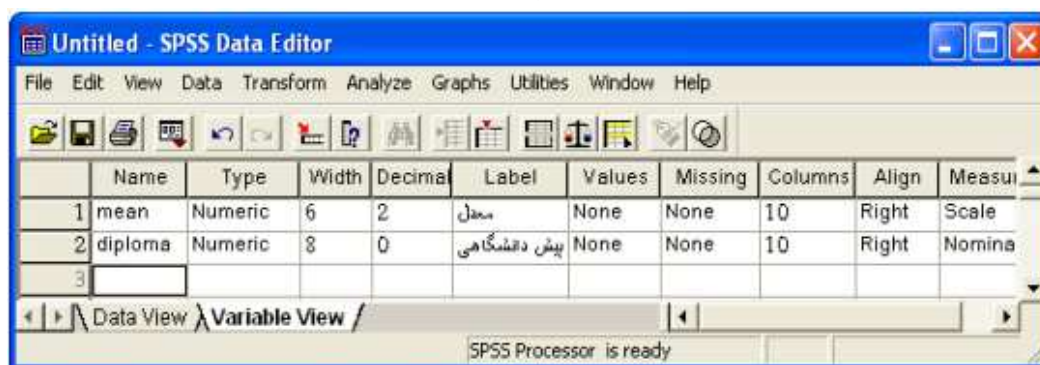
صفحه The Syntax View نیز به نمایش انواع دستورهای صادره و گزارش روش‌های آماری مورد استفاده یا تشریح زبان محاسبات یا دستوری می‌پردازد. برای بازگشت از صفحات پنجره SPSS Viewer به Data View می‌توان بر روی شکل‌های صفحه گسترده در منوی ابزار کلیک کرد.

۵۳-۳-۴. ورود داده‌ها: برای ورود داده از صفحات Data Editor استفاده می‌شود. همان‌طور که گفته شد با باز کردن نرم‌افزار SPSS روی کامپیوتر صفحه Data View از پنجره Data Editor به شکل ۵۳-۵ نمایان می‌شود.



شکل ۵-۵۳. باز شدن نرم‌افزار SPSS با صفحه Data View از پنجره Data Editor

اما باید متوجه بود که قبل از ورود هرگونه داده به این صفحه باید آن را برای ورود داده‌ها با تنظیمات موردنظر آماده کنیم. این تنظیمات شامل تعریف متغیرها و ویژگی‌های آن است. برای این کار باید از کادر پایین صفحه با انتخاب صفحه Variable View به صفحه‌ای به شکل ۵-۵۳ برویم.



شکل ۵-۵۴. انتخاب صفحه Variable View از پنجره Data Editor

برای تنظیمات و آماده‌سازی صفحه متغیرها باید در صفحه متغیرها ویژگی‌های هر یک از متغیرها را در ۱۰ شاخص نمایش داده‌شده در ستون‌ها به شرح جدول ۵-۵۳ تنظیم شوند.

جدول ۵۳-۵. انواع ویژگی‌های یک متغیر بر اساس ۱۰ متغیر در صفحه Variable View

ردیف	انواع	توضیح
۱	Name	برای نام‌گذاری خودکار مانند VAR00001 یا دستی و تایپ کردن نام متغیر در حداکثر ۸ حرف
۲	Type	نوع متغیر از نظر عددی، رشته‌ای و ... (پرکاربردترین همان عددی یا Numeric است).
۳	Width	تعداد کاراکتر در داخل خانه‌های Data View (با پیش‌فرض ۸ کاراکتر یا حرف)
۴	Decimals	انتخاب تعداد رقم اعشار برای مقادیر (با پیش‌فرض دو رقم اعشار)
۵	Label	برچسب عنوان هر متغیر قابل‌نمایش در قسمت Data View (با امکان نوشتن کل سؤال یا گویه)
۶	Values	تعیین ارزش یا کدهای هر متغیر اسمی یا رتبه‌ای همراه با برچسب آن مانند کد ۱ برای مرد و ۲ برای زن
۷	Missing	تعیین ارزش برای مقادیر گمشده یا وارد نشده مربوط به داده‌های جمع‌آوری شده مانند سؤالات بدون پاسخ
۸	Columns	تعیین مقدار عرض ستون‌ها (با پیش‌فرض ۸ کاراکتر یا حرف)
۹	Align	نحوه چینش مقادیر در داخل خانه‌ها از نظر راست‌چین، چپ‌چین یا وسط‌چین
۱۰	Measure	تعیین مقیاس در سه سطح سنجش فاصله‌ای و نسبی (Scale)، رتبه‌ای (Ordinal) و اسمی (Nominal)

پس از انجام تنظیمات به صفحه Data View بازمی‌گردیم. حالا در بالای صفحه Data View تمام متغیرهای تعریف و تنظیم‌شده قابل مشاهده هستند. در این مرحله ورود داده‌های عددی یا کدهای مربوط به هر متغیر یا مقوله با توجه به شماره ردیف یا شماره نمونه انجام می‌شود. این عمل برای تمامی نمونه‌ها صورت می‌گیرد. به این ترتیب مهم‌ترین گام در فرایند کار با نرم‌افزار SPSS یعنی ورود داده‌ها به نرم‌افزار انجام می‌شود. شکل‌های ۵۳-۷ و ۵۳-۸ نمونه‌هایی از صفحات کامل شده را نشان می‌دهند.

سن	قومیت	تحصیلات پدر	تعداد اعضا	جنس	شماره پاسخگو
22	2	1	7	1	1
26	5	2	5	1	2
29	4	2	4	1	3

شکل ۵۳-۷. نمونه‌ای از ورود داده به نرم‌افزار SPSS

	sex	race	region	happy	life	sibs	child	age	educ	paeduc
1	1	1	1	1	0	7	5	59	10	8
2	1	2	1	1	1	7	3	46	10	8
3	1	2	1	2	1	6	0	72	9	12
4	1	1	1	2	1	6	0	72	9	12
5	1	1	1	2	1	6	0	33	18	11
6	1	3	1	2	1	7	1	23	14	12
7	1	1	1	2	1	6	1	60	14	6
8	1	1	1	1	1	6	2	77	9	0
9	1	1	1	1	3	5	1	55	7	96
10	1	1	1	3	1	7	0	47	12	97
11	1	1	1	1	0	1	2	57	19	16
12	1	3	1	1	1	1	2	44	18	15
13	1	1	1	2	0	2	1	49	13	8
14	1	1	1	1	0	2	0	22	14	12
15	1	1	1	2	0	1	2	48	19	15
16	1	1	1	1	1	1	0	56	15	97

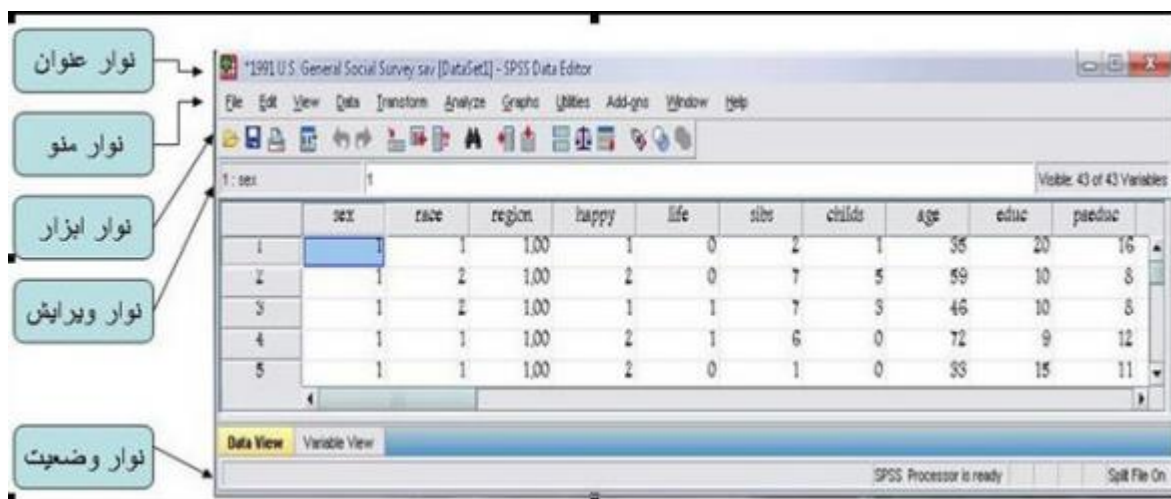
شکل ۵۳-۸. نمونه‌ای از ورود داده به نرم‌افزار SPSS

در صفحه Data View بخش‌هایی به شرح جدول ۵۳-۶ از بالا به پایین وجود دارد.

جدول ۵۳-۶. اجزای صفحه Data View در پنجره Data Editor از بالا به پائین

ردیف	اجزا	توضیح
۱	نوار عنوان	نخستین نوار که در سمت چپ «عنوان» و در سمت راست سه گزینه شامل «بستن»، «کوچک‌سازی» و «بزرگ کردن پنجره» وجود دارد.
۲	منوی اصلی	در ردیف دوم و شامل دستورات قابل اجرایی چون: File, Edit, View, Data, Transform, Analyze, Graphs, Utilities, Window, Help
۳	نوار ابزار	در ردیف سوم و شامل: باز کردن فایل، ذخیره کردن فایل، چاپ، بازخوانی آخرین پنجره، تغییر ورود داده‌ها، نمودار و...
۴	میله فرمول یا نوار ویرایش	نشان‌دهنده محتویات سلول فعال
۵	نوار نمایش داده‌ها و متغیر	نوارهای افقی مربوط به موردی که اعداد مربوط به هر متغیر (محور عمودی) در راست و پائین صفحه ویرایشگر داده‌ها با قابلیت حرکت دادن صفحه
۶	کادرهای انتخاب صفحه داده یا صفحه متغیر	در سمت چپ و پائین پنجره ویرایشگر داده‌ها با دو گزینه Data View و Variable View مشخص می‌شود. اولی نمایشگر اطلاعات و دومی نمایشگر متغیرهاست.
۷	نوار وضعیت	آخرین ردیف است و با پیغام موجود در آن می‌توان فهمید که برنامه برای ورود داده آماده است.

شکل ۵۳-۹ اجزای صفحه Data View معرفی شده در جدول فوق را نشان می‌دهد.



شکل ۵۳-۹. اجزای صفحه Data View

نوار منوی نرم‌افزار از مواردی تشکیل شده که هرکدام دارای کارکرد خاصی برای انجام تحلیل‌های پژوهشگر خواهد بود. شکل ۵۳-۱۰ انواع فهرست این منوها را نشان می‌دهد.

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Window Help

شکل ۵۳-۱۰. فهرست منوی نرم‌افزار SPSS

جدول ۵۳-۷ به توضیح اجمالی از فهرست منوی نرم‌افزار SPSS پرداخته می‌شود.

جدول ۵۳-۷. توضیح اجمالی از فهرست منوی نرم افزار SPSS

ردیف	فهرست	توضیح
۱	File	برای کار با پرونده‌ها و استفاده از انواع دستورهای ایجاد فایل جدید، باز کردن فایل موجود، ذخیره و...
۲	Edit	برای رفتن یک مرحله عقب تر یا جلوتر، برش و چسباندن، کپی و پاک کردن یک ستون یا سطر
۳	View	نمایش یا پنهان سازی میله ابزار، خط وضعیت، خطوط زمینه صفحه کاربرگ، تغییر قلم و نمایش برچسب متغیر
۴	Data	تعریف ویژگی‌های متغیر، مرتب سازی متغیرها، ادغام پرونده‌ها، وزن گذاری پاسخ‌ها، انتخاب موارد و...
۵	Transform	ترکیب چندستون و ساخت یک شاخص، شمارش مقادیر خاصی از پاسخ‌ها، جایگزینی مقادیر گمشده و...
۶	Analyze	برای اجرای روش‌های آمار توصیفی و استنباطی و تحلیل داده‌ها
۷	Graphs	برای رسم، اصلاح و بازسازی انواع نمودارها متناسب با مقیاس داده‌ها (به خصوص در آمار توصیفی)
۸	Utilities	امکان استخراج شناسنامه متغیرهای فایل از قبیل اطلاعات متغیرها و فایل‌ها و ...
۹	Add-ons	در ورژن‌های بالاتر از ۱۶ و معرف سایت‌هایی برای کسب اطلاعات بیشتر در خصوص منوها
۱۰	Windows	برای شکستن پنجره داده‌ها به دو نیم برابر، کوچک کردن صفحات داده‌ها و نتایج و...
۱۱	Help	انواع راهنمایی برای کار با SPSS برحسب عناوین، مطالعات موردی و...

۵۳-۳-۵. تحلیل داده‌ها و گرفتن خروجی: مرحله بعد از ورود داده‌ها، پردازش داده‌ها و گرفتن خروجی در صفحه Output نرم افزار SPSS است. در ادامه چگونگی انواع دستورات مربوط به تحلیل‌های آماری و گرفتن خروجی معرفی خواهد شد.

۵۳-۳-۵-۱. جدول و نمودار توزیع فراوانی‌ها (آمار توصیفی): به این نوع جدول یک بعدی هم گفته می‌شود و شامل اطلاعات یک موضوع در یک جدول دارای شماره و عنوان (تیترا) است و برای هر متغیر یا مقوله یک جدول جداگانه ترسیم می‌شود. در این وضعیت، موضوع، متغیر یا مقوله موردنظر همان عنوان یا تیترا جدول خواهد بود و سؤالات یا زیرمقوله‌های آن در ستون سمت راست جدول نوشته و مقابل آن فراوانی و درصد زیرمقوله‌ها آورده می‌شود. به این ترتیب جداول یک بعدی تنها توصیف کننده وضعیت موجود است. مراحل تهیه جداول یک بعدی در جدول ۵۳-۸ ارائه می‌شود.

جدول ۵۳-۸. مراحل تهیه جدول یک بعدی (جدول و نمودار توزیع فراوانی‌ها) در SPSS

ردیف	مراحل
۱	کلیک روی Analyze از نوار منو
۲	در کادر جدید روی Descriptive Statistic کلیک و با باز شدن کادر جدید انتخاب Frequencies
۳	انتخاب موارد یا گویه‌های متغیر در سمت چپ صفحه Frequencies و انتقال به کادر سمت راست با دبل کلیک
۴	انتخاب گزینه Charts برای «نمودار و جدول» و باز شدن صفحه Frequencies Charts با چهار فرصت «الف) None (بدون نمودار)، ب) Bar Charts (نمودار ستونی)، ج) Pie Charts (نمودار دایره‌ای) و د) histograms (نمودار هیستوگرام)»
۵	در انتها انتخاب یکی از دو گزینه Frequencies (فراوانی) یا Percentages (درصد) و اغلب انتخاب درصد به دلیل خوانش بهتر و سپس کلیک روی continue
۶	کلیک روی عبارت OK برای نمایش جدول تک بعدی و نمودار آن

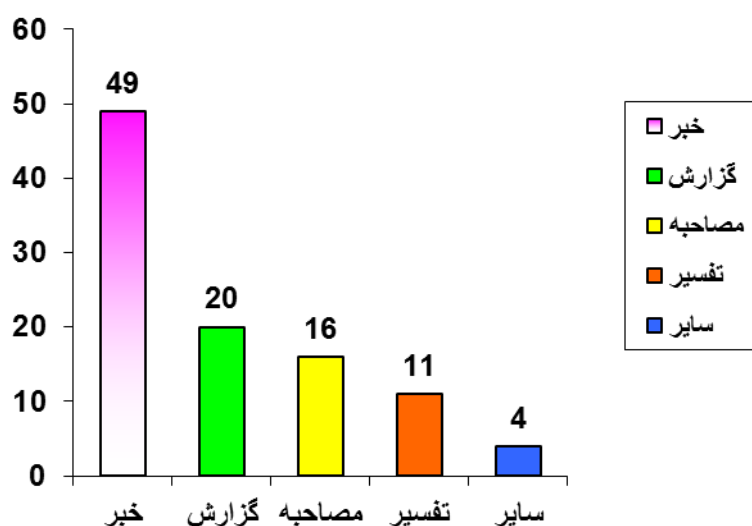
البته نباید چند جدول یا نمودار را یک جا استخراج کرد زیرا باعث سردرگمی می‌شود. در ادامه جدول و نمودار را به نرم افزار Word منتقل کنید. برای این کار می‌توان عمل copy در spss و عمل paste در word را انجام داد. سعی

کنید جدول انگلیسی چپ به راست با اعداد انگلیسی را به جدول فارسی راست به چپ با متن و کلمات فارسی مانند جدول ۹-۵۳ تبدیل کرد.

جدول ۹-۵۳. توزیع فراوانی و درصد سبک مطالب در یک روزنامه

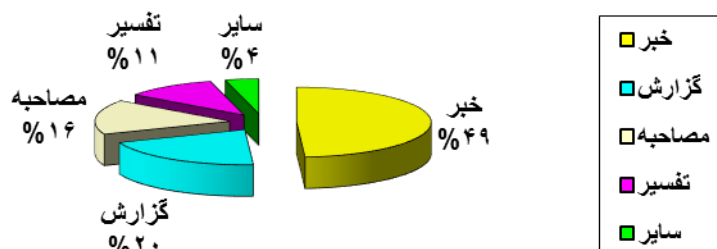
ردیف	سبک مطالب	فراوانی	درصد
۱	خبر	۵۴	۴۹
۲	گزارش	۲۲	۲۰
۳	مصاحبه	۱۸	۱۶
۴	تفسیر و تحلیل	۱۲	۱۱
۵	سایر	۵	۴
جمع کل		۱۱۱	۱۰۰

در آمار توصیفی دو نمودار ستونی و دایره‌ای بیشترین کاربرد را دارد اما پژوهشگر می‌تواند از انواع نمودارها استفاده کند. برای ترسیم نمودار ستونی سطر افقی به گویه‌ها یا سؤالات و خط عمودی به درصد فراوانی آن‌ها اختصاص داده می‌شود. شکل ۱۱-۵۳ یک نمونه نمودار ستونی وضعیت چند مقوله یا متغیر را در یک روزنامه نشان می‌دهد.



شکل ۱۱-۵۳. نمودار نمونه توزیع درصد فراوانی سبک مطالب در یک روزنامه

برای ترسیم نمودار دایره‌ای با استفاده از درصد فراوانی الگویی مانند شکل ۱۲-۵۳ ترسیم می‌شود.



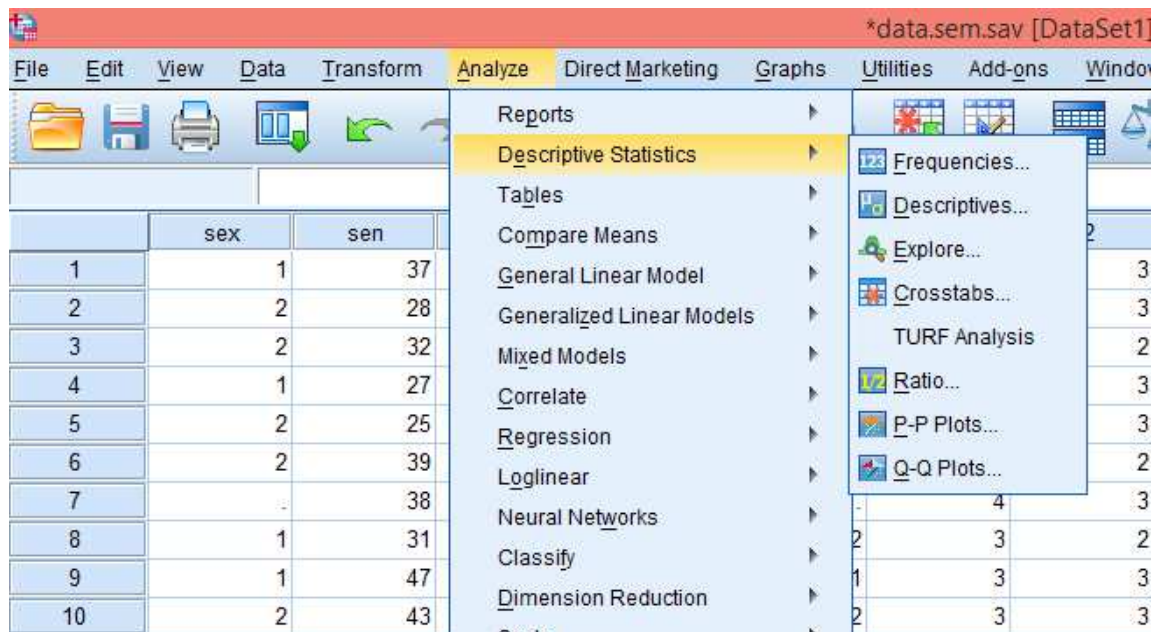
شکل ۱۲-۵۳. نمودار نمونه توزیع درصد فراوانی سبک مطالب در یک روزنامه

۵۳-۳-۵-۲. فرایند اجرای آزمون خی دو (کای دو): کاربرد آزمون خی دو مشخص می کند که آیا رابطه بین دو متغیر اسمی، تصادفی یا واقعی (قابل تعمیم به جامعه) است. این آزمون مبتنی بر فراوانی مورد انتظار، فراوانی مشاهده شده و تعداد نمونه برای هر مقوله است. به عنوان نمونه به فرضیه های زیر توجه کنید.

فرضیه صفر: بین انواع خبرگزاری ها و سبک مطالب آن ها تفاوت وجود ندارد.

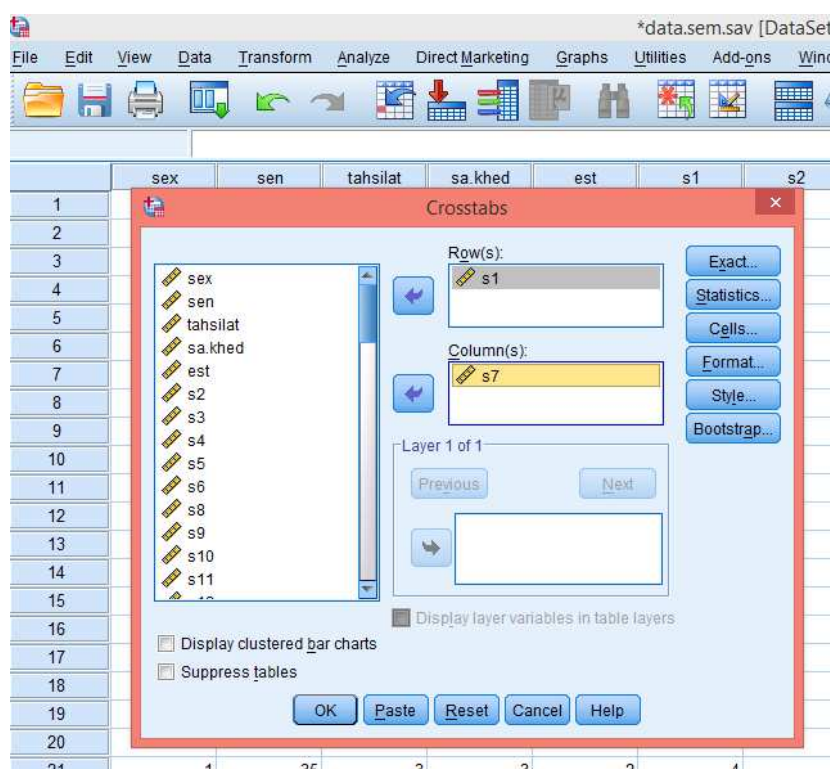
فرضیه مقابل: بین انواع خبرگزاری ها و سبک مطالب آن ها تفاوت وجود دارد.

برای اجرا در SPSS ابتدا از منوی Analyze گزینه Descriptive و سپس گزینه Crosstabs را انتخاب و کلیک کنید (شکل ۵۳-۱۳).



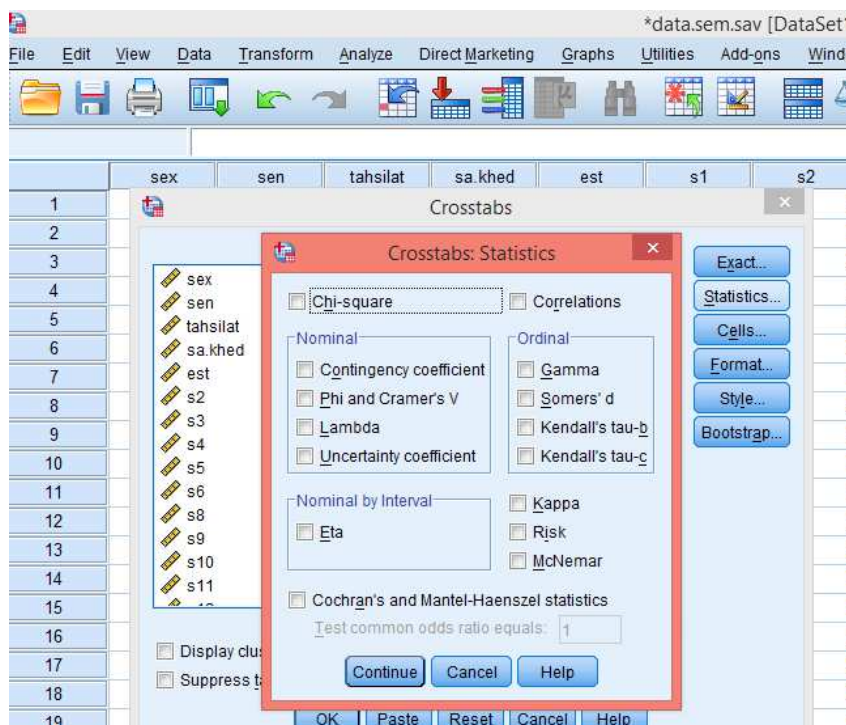
شکل ۵۳-۱۳. انتخاب Crosstab از گزینه Descriptive Statistic از منوی Analyze

با دستور Crosstab صفحه ای به شکل ۵۳-۱۴ پدیدار می شود.



شکل ۵۳-۱۴. نمایش صفحه Crosstab

متغیرهای موردنظر را به کادرهای Row و Column (سطر و ستون) منتقل کنید. روی هر متغیر از کادر سمت چپ می‌توان یک یا آن را انتخاب و سپس با کلیک روی فلش آن را به کادر مقابل آن انتقال داد. در ادامه روی گزینه دوم از گزینه‌های قابل انتخاب در مقابل کادرها یعنی گزینه Statistic کلیک تا پنجره شکل ۵۳-۱۵ باز شود.



شکل ۵۳-۱۵. صفحه Crosstab Statistic و انتخاب Chi-Square

گزینه Chi-Square را تیک بزنید و در ادامه گزینه Continue و سپس Ok را انتخاب و کلیک کنید. در ادامه خروجی آن دو جدول خواهد بود که جدول اول صرفاً توصیفی است و کاربردی برای شما ندارد، اما جدول دوم مانند نمونه جدول ۵۳-۱۰ است که به تحلیل داده و آزمون فرضیه کمک می‌کند.

جدول ۵۳-۱۰. نمونه یک جدول خروجی معنی‌داری آزمون خی دو

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2.571	1	.109		
Continuity Correction	1.143	1	.285		
Likelihood Ratio	2.657	1	.103		
Fisher's Exact Test				.286	.143
Linear-by-Linear Association	2.388	1	.122		
N of Valid Cases	14				

جهت بررسی نتیجه آزمون فرضیه ابتدا باید به مقدار Asymp Sig. توجه کرد. اگر مقدار آن از ۰/۰۵ کمتر باشد، فرضیه صفر رد می‌شود و اختلاف معنی‌دار وجود دارد. اگر مقدار از ۰/۰۵ بیشتر بود یعنی اختلافی وجود ندارد و فرضیه صفر تأیید می‌شود. در مثال بالا چون عدد ۰/۱۰۳ بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است (۰/۱۰۳ > ۰/۰۵). پس فرضیه صفر تأیید می‌شود یعنی «اختلاف در سطح آماری معنی‌دار» نیست. به علت آنکه آزمون خی دو یک آزمون ناپارامتری است و نمی‌تواند جهت‌گیری یا وضعیت برتری یا بهتری را مشخص کند، صرفاً متفاوت بودن وضعیت را با توجه به نوع متغیر نشان خواهد داد. برای تعیین شدت رابطه می‌توان از آزمون «وی کرامر» استفاده کرد.

برای گزارش نهایی خود، جدول خی دو را به word منتقل نکنید بلکه سه عبارت «خی دو» از «سطر pearson Chi-Square» و «ستون Value» و همچنین درجه آزادی df «از همان سطر و ستون بعدی» و در نهایت ضریب خطا p «از سطر Likelihood Ration و از ستون Asymp.sig» را انتخاب و در یک جدول ساده مانند جدول ۵۳-۱۱ وارد کنید.

جدول ۵۳-۱۱. نمونه جدول مستخرج از جدول خروجی خی دو در محیط ورد

۲/۵۷۱	خی دو محاسبه شده (χ^2)
۱	درجه آزادی (df)
۰/۱۰۳	سطح معنی‌داری (p)

د) تفکیک اطلاعات در SPSS: در مواقعی نیاز است که فقط اطلاعاتی خاصی مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. برای نمونه در مواردی چند روزنامه با هم تحلیل محتوا می‌شوند و در مواردی از میان آن‌ها فقط اطلاعات یک روزنامه، به‌طور مجزا آورده می‌شود. برای این عمل مراحل به شرح جدول ۵۳-۱۲ طی خواهد شد.

جدول ۵۳-۱۲. تفکیک اطلاعات یک روزنامه از بین چند روزنامه تحلیل محتوا شده در SPSS

ردیف	مراحل
۱	انتخاب گزینه Select Cases از دستور Data و باز شدن Select Cases
۲	در بخش Select کتار گزینه if condition is saticefid تکمیل و سپس گزینه if کلیک تا صفحه Select Cases:if باز شود(در سمت چپ آن مقوله‌های تحلیل محتوا قرار دارند).
۳	انتقال مقوله موردنظر مانند یک روزنامه در مورد فوتبال و انتقال به قسمت سمت راست
۴	انتخاب فرمول بر اساس تعریف زیرمقوله‌ها مانند انتخاب زیرمقوله شماره یک در جلوی موضوع موردنظر و ورود علامت مساوی» و سپس «عدد یک» و در ادامه زدن گزینه «Continue»
۵	به این ترتیب فقط اطلاعات روزنامه اول محاسبه و «جدول، نمودار و آزمون آماری» برای آن روزنامه محاسبه می‌شود.
۶	پس از اتمام این قسمت از عملیات تحلیل باید به حالت اول برگشت که برای این منظور مجدد صفحه Select Cases را باز و Reset را انتخاب و سپس OK کنید تا تمامی حالت‌ها به شرایط اول بازگردد.

۵۳-۳-۵. فرایند اجرای آزمون همبستگی: برای اجرای این آزمون باید از نوار منو به گزینه Analyze سپس گزینه Correlate و بعد Bivariate به شرح شکل ۵۳-۱۶ خواهیم رفت.

The **bivariate correlation** is for situations where you are interested in the relationship between different variables (e.g. could be run before a factor analysis)

To obtain correlations, click on the variable names in the variable list on the left side of the dialog box. Each variable listed in the Variables box will be correlated with every other variable in the box.

شکل ۵۳-۱۶. فرایند اجرای آزمون همبستگی در نرم‌افزار SPSS

یک ضریب همبستگی ارزشی از منفی یک تا مثبت یک دارد. هر چه قدر عدد به منفی یک یا مثبت یک نزدیک‌تر باشد، نشان از وجود رابطه منفی یا مثبت بین متغیرها دارد. جدول ۵۳-۱۳ یک نمونه جدول خروجی مربوط به همبستگی را نشان می‌دهد.

جدول ۵۳-۱۳. یک نمونه خروجی دستور آماری بررسی همبستگی بین دو متغیر

Correlations						
		Q1_1_When buying a boat, I do a lot of shopping around and visit multiple dealers	Q1_2_When buying a boat, getting the lowest price is more important than the boat brand	Q1_3_The brand of boat I buy says a lot about who I am	Q1_4_I only consider buying a boat from a reputable brand	Q1_5_I am willing to pay a premium for a brand with a reputation for high quality
Q1_1_When buying a boat, I do a lot of shopping around and visit multiple dealers	Pearson Correlation	1	.009	.107**	.198**	.184**
	Sig. (2-tailed)		.634	.000	.000	.000
	N	2813	2813	2813	2813	2813
Q1_2_When buying a boat, getting the lowest price is more important than the boat brand	Pearson Correlation	.009	1	-.030	-.210**	-.206**
	Sig. (2-tailed)	.634		.117	.000	.000
	N	2813	2813	2813	2813	2813
Q1_3_The brand of boat I buy says a lot about who I am	Pearson Correlation	.107**	-.030	1	.264**	.400**
	Sig. (2-tailed)	.000	.117		.000	.000
	N	2813	2813	2813	2813	2813
Q1_4_I only consider buying a boat from a reputable brand	Pearson Correlation	.198**	-.210**	.264**	1	.367**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	2813	2813	2813	2813	2813
Q1_5_I am willing to pay a premium for a brand with a reputation for high quality	Pearson Correlation	.184**	-.206**	.400**	.367**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	2813	2813	2813	2813	2813

در جدول خروجی نمونه بر اساس اعداد مشخص شده با دایره، ضریب همبستگی مثبت ۰/۴ نشان از معناداری آماری در سطح خطای ۰/۰۰۱ ($p < .001$) رابطه خطی بین دو متغیر مورد بررسی دیده می شود.

۵۳-۳-۴. فرایند اجرای آزمون تحلیل عاملی: برای اجرای تحلیل عاملی ابتدا باید متغیرهای مورد نظر را بر اساس شکل ۵۳-۱۷ انتخاب کرد.

2013 Feb 03 Boating Segmentation - case ALL VARIABLES.sav

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Add...

Reports
Descriptive Statistics
Tables
Compare Means
General Linear Model
Generalized Linear Models
Mixed Models
Correlate
Regression
Loglinear
Classify
Dimension Reduction
Scale
Nonparametric Tests
Exporting

Factor...

Variables:
Q1_1_When buying...
Q1_2_When buying...
Q1_3_The brand of...
Q1_4_I only consid...
Q1_5_I am willing to...
Q1_6_Owning a bo...
Q1_7_Owning a bo...
Q1_8_When buying...
Q1_9_I see my boat...
Q1_10_When buyin...

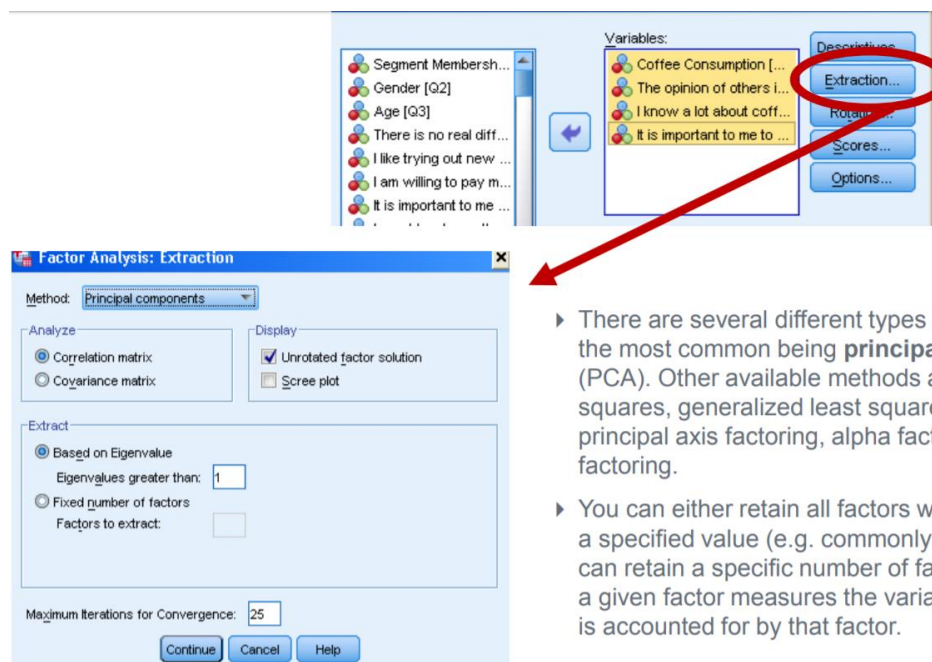
Selection Variable:
Value...

OK Paste Reset Cancel Help

Select variables that you want to include

شکل ۵۳-۱۷. مراحل انتخاب عامل یا متغیرها برای تحلیل عاملی

برای استخراج عوامل از مجموعه داده‌ها شیوه‌های مختلفی وجود دارد که رایج‌ترین آن‌ها بنام تحلیل مؤلفه‌های اصلی (PCA) در شکل ۱۸-۵۳ نمایش داده شده است.

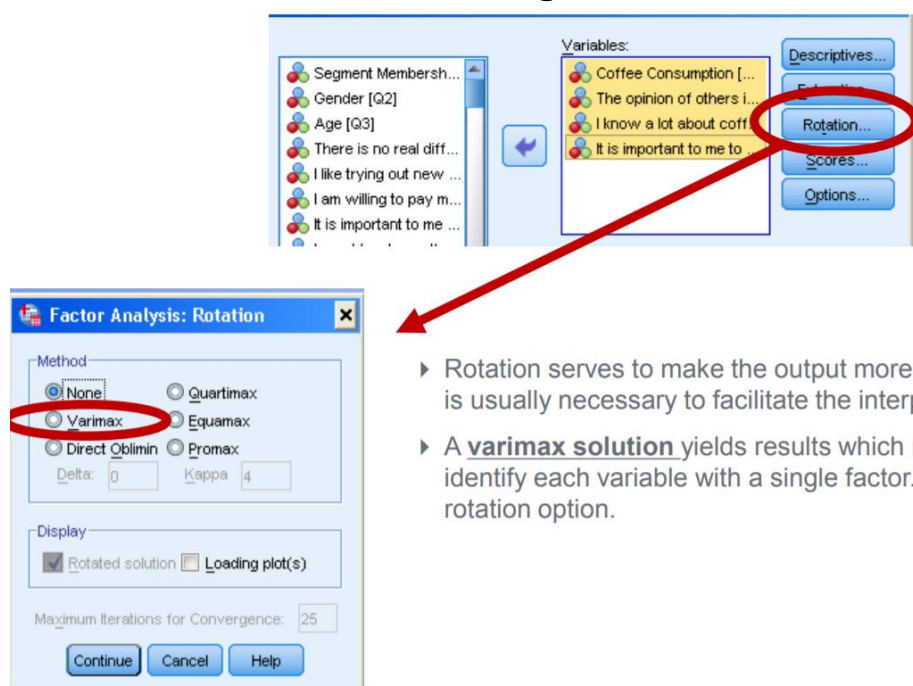


There are several different types of factor analysis, with the most common being **principal components analysis (PCA)**. Other available methods are unweighted least squares, generalized least squares, maximum likelihood, principal axis factoring, alpha factoring, and image factoring.

You can either retain all factors whose eigenvalues exceed a specified value (e.g. commonly used value is 1), or you can retain a specific number of factors. The eigenvalue for a given factor measures the variance in all the data which is accounted for by that factor.

شکل ۱۸-۵۳. مراحل استخراج عوامل از راه تحلیل مؤلفه‌های اصلی (PCA)

خدمات چرخشی خروجی‌های کار را قابل فهم‌تر می‌کند و در اغلب موارد این گام تفسیر عوامل را تسهیل می‌کند. برای این منظور چرخش واریماکس منجر به نتایجی برای ساده‌تر شدن هر متغیر با یک عامل منفرد خواهد بود. این فرایند که در شکل ۱۹-۵۳ نمایش داده شده از گزینه‌های رایج چرخش است.



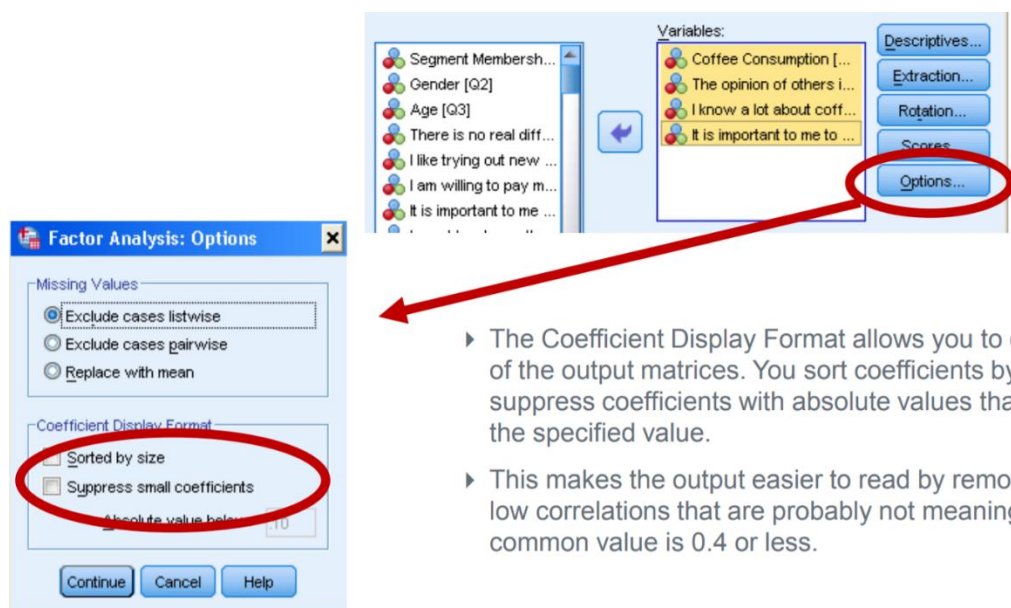
Rotation serves to make the output more understandable and is usually necessary to facilitate the interpretation of factors.

A **varimax solution** yields results which make it easier to identify each variable with a single factor. This is a common rotation option.

شکل ۱۹-۵۳. مراحل استفاده از چرخش واریماکس برای عوامل



برای دستیابی به خروجی‌های خواندنی‌تر باید به نکاتی توجه داشت. نرم‌افزار SPSS به صورت پیش فرض متغیرها را بر اساس ترتیب ورود به صفحه پردازشگر داده‌ها فهرست می‌کند. اگرچه این فرمت اغلب متقاعدکننده است اما در زمان تفسیر عوامل در خروجی‌های بزرگ فهرست متغیرها بر اساس اندازه یا ارزش‌های کمتر از ارزش ویژه مفیدتر است. فرمت نمایش ضریب به شما اجازه می‌دهد تا ابعاد درون خروجی کنترل شود. می‌توان ضرایب را بر اساس ساین و ضرایب با ارزش‌های واضح کمتر از ارزش‌های ویژه مرتب کرد. این اقدام باعث سادگی خروجی برای خواندن می‌شود که با از بین بردن درهم‌ریختگی روابط سطح پایین غیر معنی‌دار صورت می‌گیرد. یک ارزش رایج به میزان ۰/۴ یا کمتر است. برای این کار از شکل ۵۳-۲۰ استفاده کنید.



▶ The Coefficient Display Format allows you to control aspects of the output matrices. You sort coefficients by size and suppress coefficients with absolute values that are less than the specified value.

▶ This makes the output easier to read by removing the clutter of low correlations that are probably not meaningful anyway. A common value is 0.4 or less.

شکل ۵۳-۲۰. استفاده از فرمت نمایش ضریب

راه‌حل‌های ایجادشده در ماتریس مؤلفه چرخش یافته برای فهمیدن ساده و روشن هستند. بار سطح بالا نشان از این امر دارد که متغیرها بیشترین همراهی را با عامل شماره یک دارند. نام‌گذاری عامل‌ها به تفسیر و توضیح خروجی کمک می‌کند. دامنه ارزش‌ها از منفی یک تا مثبت یک است. میزان بزرگی در سطح منفی یا مثبت کلیدی برای درک عوامل خواهد بود. بارهای زیر ۰/۴ از تحلیل خارج می‌شوند. برای نمونه به جدول ۵۳-۱۴ توجه کنید.

جدول ۵۳-۱۴. جدول خروجی نمونه از ماتریس مؤلفه‌های چرخش یافته

Rotated Component Matrix ^a						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
I like trying out new things (i.e. new flavors) of the brands that I already use	.774					
I like trying out new coffee product brands	.635					
A broad selection of flavors and degrees of boldness is important to me	.603					
I am curious, like making new discoveries and learning new things.	.570					
I drink coffee to indulge myself	.410					
I drink different coffee products at different times of the day (e.g. sometimes with and sometimes without milk)						
Style, design and fashion are important to me.		.772				
I am a trend setter		.713				
I like to see and be seen.		.703				
Coffee machines must match the rest of my kitchen (e.g. design, color,		.617				

► The high loadings indicate that these variables are most associated with Factor 1

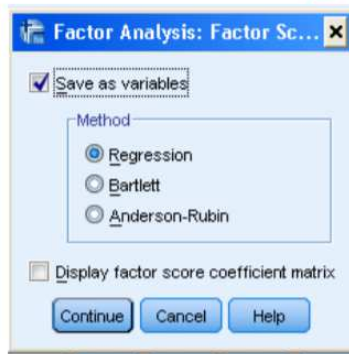
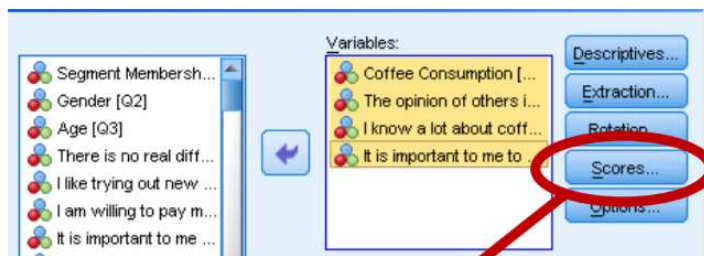
► Naming the factors help interpretation and explanation of output (e.g. factor 1 = "gambling excitement")

► Values range from -1 to +1

► Magnitude is the key to understanding the factors, so .703 is as important as -.703

► Loadings below .4 are often ruled out for analysis

برای ذخیره کردن امتیازات عامل و استفاده از آن‌ها برای تحلیل آتی می‌توان از مسیری به شکل ۵۳-۲۱ استفاده کرد. امتیازات عامل با عنوان متغیرها در فایل اطلاعات در طول هر ستون از اطلاعات ذخیره می‌شود.



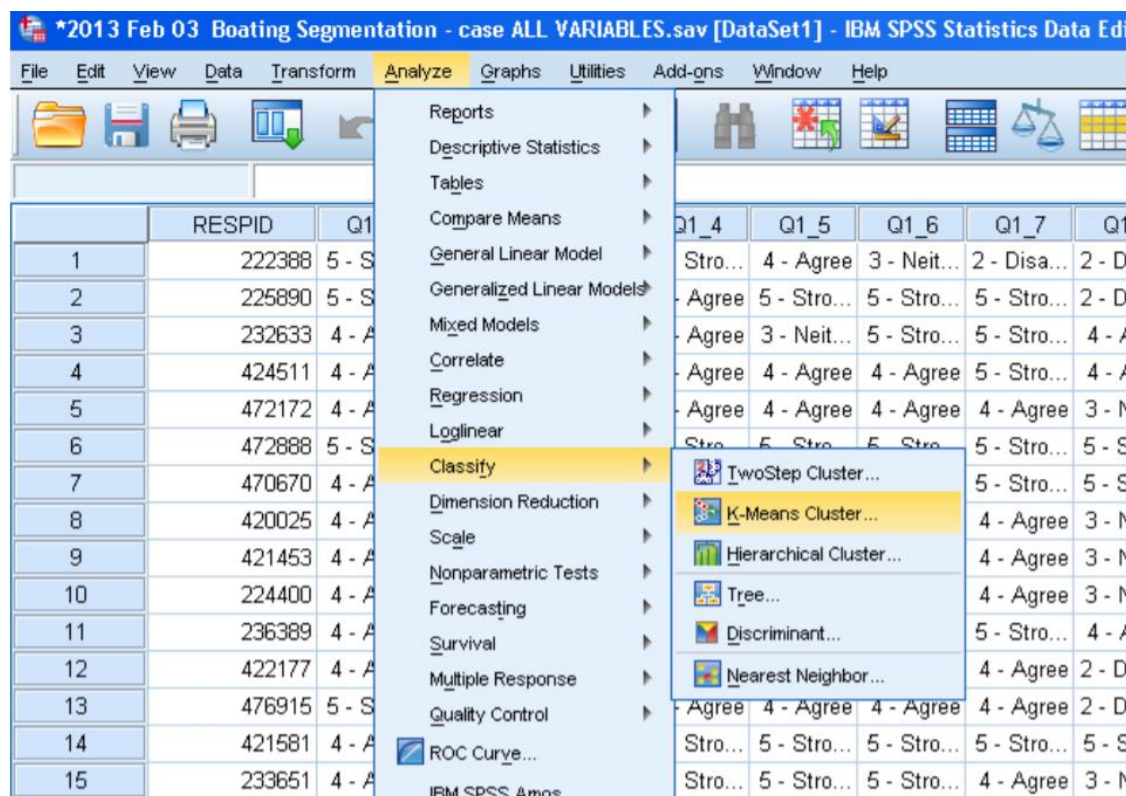
► The factor scores can be saved so that they can be used for future analysis

► Factor scores are saved as variables in the data file, at the very last columns of the data so far

*Coffee Consumer Research - in class exercise.sav [Data View]		
	FAC11_1	FAC12_1
1	-.09816	-1.97377
2	.73432	-.60905
3	-1.09638	.30678
4	-.39893	-2.13461
5	.46777	-.01842
6	-.22388	.77206
7	1.22355	1.08076
8	.05403	.39978
9	.49087	.77546
10	-1.12026	.61926
11	-.49719	1.74094
12	-1.41749	-2.22824
13	.94342	.58449
14	-.90551	1.19690
15	-.77472	.43126
16	1.86200	.75719
17	.14304	1.14467
18	-.24986	-.51328
19	.31634	1.01852
20	-.16812	1.87391
21	.49004	.43376
22	-1.89802	2.57524
23	-1.05444	-.10417
24	.05927	.91721
25	-1.70410	1.03829

شکل ۵۳-۲۱. فرایند ذخیره امتیازات عامل

۵۳-۵-۵. فرایند اجرای آزمون تحلیل داده‌های خوشه‌ای (K-Means): برای تشخیص گروه‌های مشابه پاسخ-دهنده یا خوشه‌ها از نوار منو به گزینه Analyze سپس گزینه Classify و بعد گزینه K-means cluster می‌رویم. این مسیر در شکل ۵۳-۲۲ نمایش داده شده است. با تحلیل خوشه‌ای Kmeans می‌توان تعداد خوشه‌ها یا بخش‌های مناسب را تشخیص داد و پاسخ‌دهنده‌ها را در درون خوشه یا بخش خاصی قرار داد و آن خوشه یا بخش را تعریف کرد. در شرایط وجود تعداد زیاد متغیر این روش مناسب نیست. اگر تعداد متغیر زیاد بود بهتر است از روش تحلیل عاملی برای کاهش ابعاد داده‌ها استفاده کرد.



شکل ۵۳-۲۲. فرایند اجرای آزمون تحلیل خوشه‌ای K-means

برای اجرای «تحلیل خوشه‌ای» ابتدا «متغیرهای مورد استفاده برای گروه پاسخ‌ها» انتخاب می‌شود. نرم‌افزار SPSS از یک الگوریتم برای گروه‌بندی پاسخ‌دهندگان به سؤالات خاص استفاده می‌کند. می‌توان عضویت خوشه‌ها را برای تحلیل بعدی ذخیره کرد. عضویت خوشه دوباره و بعد از آخرین ستون داده‌های شما اضافه خواهد شد (شکل ۵۳-۲۳).

SPSS uses an algorithm to group respondents based on their answers to the questions you selected.

You can also 'save' the cluster membership so you can tell which respondents fall into which group and you can do further analyses. The cluster membership will be added again after the last column of your data.

K-Means Cluster: Save...

☐ Cluster membership
☐ Distance from cluster center

Continue Cancel Help

شکل ۵۳-۲۳. ذخیره تحلیل خوشه‌ای Kmeans

خروجی تحلیل خوشه‌ای به ما خواهد گفت که پاسخ‌دهندگان مشابه در صورت نیاز ما به خوشه‌های کمتر بر اساس میزان فاصله آن‌ها از خوشه مرکزی و تعداد پاسخ‌دهندگان در هر گروه چگونه خواهند بود. اجرای تحلیل‌های متعدد با تعداد متفاوت خوشه‌ها امکان انتخاب بهترین راه را فراهم می‌کند. برای نمونه می‌توان به «مراکز خوشه‌ها» مشخص شده با بیضی زردرنگ در شکل ۵۳-۲۴ توجه کرد. برای شناسایی «تفاوت» در بین گروه‌ها در حداقل چند سؤال باید تفاوت‌های موجود بین گروه‌ها را تشخیص داد. با توجه به تعداد پاسخ‌دهنده در هر خوشه می‌توان متوجه توزیع آن‌ها در هر گروه شد. اگر خوشه‌ها چولگی زیاد به سمت «یک یا دو گروه» داشت، یعنی به تعداد کافی گروه وجود ندارد.

Final Cluster Centers

	1	2	3	4
Q505_1 How important: Feels exciting, high-energy	6.50	7.96	4.72	6.91
Q505_2 How important: Feels lucky, like people are winning	6.42	8.01	4.68	7.50
Q505_3 How important: Feels comfortable	7.67	8.90	7.05	8.63
Q505_4 How important: Is a place I would take my friends	7.23	8.55	6.27	7.78
Q505_5 How important: I would describe as upscale	5.97	7.59	4.43	6.51
Q505_6 How important: Is in a convenient location	7.13	8.06	6.59	7.49

Number of Cases in each Cluster

	Unweighted	Weighted
Cluster 1	313.000	1153.130
Cluster 2	296.000	1199.164
Cluster 3	211.000	627.604
Cluster 4	140.000	451.462
Valid	960.000	3431.360
Missing	120.000	469.495

Run several analyses with a different number of clusters then choose the best solution

Look at the cluster centers to see if you have unique segments

You want to see differences across the segments on at least several questions so you know there is a difference across segments

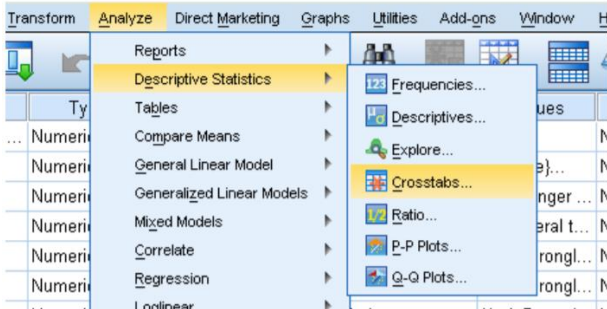
Look at the number of respondents in each cluster to see if they are distributed across segments

If your clusters are heavily skewed towards one or two groups you may not have enough clusters

شکل ۵۳-۲۴. نمونه خروجی یک تحلیل خوشه‌ای K-means

وقتی خوشه‌ها نهایی شدند می‌توان از آمار توصیفی برای تحلیل بهتر آن‌ها استفاده کرد. برای این منظور می‌توان از Analyze به آمار گزینه Descriptive Statistics و پس از آن به Crosstabs رفت. به یاد داشته باشید که عضویت خوشه‌ای باید ذخیره شده باشد. در ادامه مانند شکل ۵۳-۲۵ روی بخش کلیک کنید و سپس روش فلش بعدی برای ستون‌ها کلیک کنید تا متغیرها وارد کادر ستون‌ها بشود. در ادامه گزاره‌ها را به کادر ردیف‌ها وارد کنید.

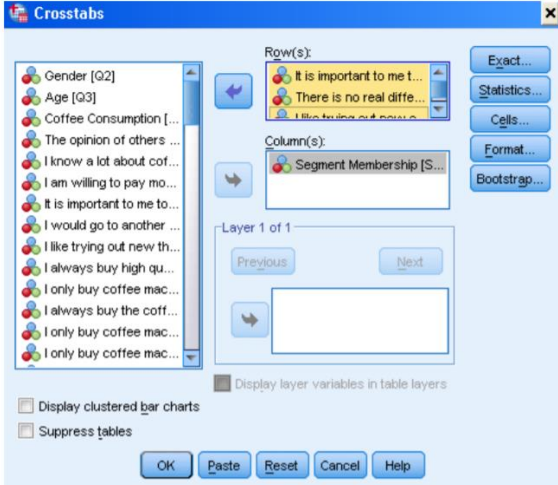
► From the menu, select Analyze → Descriptive Statistics → Crosstabs



► Remember that cluster membership should have been saved, and it should appear at the end of the data (last column)

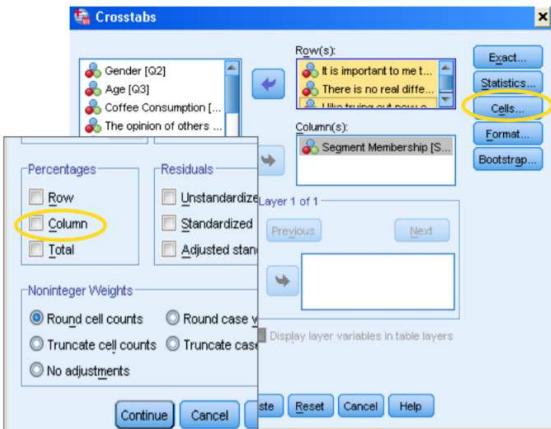
► Click once on Segment, then click the right arrow next to Column(s) to move the variable to the Columns pane.

► Now move the statements to the Row(s) pane. Click OK.



شکل ۵۳-۲۵. استفاده از آمار توصیفی برای تحلیل خوشه‌ای

می‌توان از درصدها در جدول متقاطع برای درک فراوانی توزیع به منظور مقایسه گروه‌های مختلف استفاده کرد. بعد از انتخاب و ورود متغیرها به ردیف‌ها و ستون‌ها روی دکمه Cells کلیک می‌کنیم. از خروجی این بخش برای کنترل کادر ستون بر مبنای درصد استفاده می‌شود با کلیک بر روی گزینه Continue جدولی به مانند شکل ۵۳-۲۶ ایجاد می‌شود که درصدهای درون هر بخش را نمایش می‌دهد.



always buy the coffee machines and coffee products with the lowest price * Segment Membership

		Segment Membership			
		1	2	3	4
1 Strongly disagree	Count	51	167	75	8
	% within Segment Membership	9.4%	39.0%	19.6%	3.2%
2 Disagree	Count	156	198	143	67
	% within Segment Membership	28.8%	46.3%	37.8%	26.8%
3 Neutral	Count	196	62	118	79
	% within Segment Membership	36.2%	14.5%	31.2%	31.6%
4 Agree	Count	108	1	37	85
	% within Segment Membership	20.0%	.2%	9.8%	34.0%
5 Strongly agree	Count	30	0	5	11
	% within Segment Membership	5.5%	0.0%	1.3%	4.4%
Count		541	428	378	250
% within Segment Membership		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Top 2 Box: 25.5% vs. 38.4%

شکل ۵۳-۲۶. گرفتن خروجی با توجه به درصدها برای مقایسه تحلیل‌های خوشه‌ای

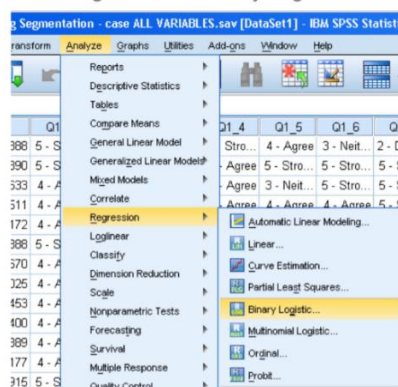
از دیگر ابزارهای مفید برای کمک به درک راه‌حل بخشی و تحلیل خوشه‌ای مقایسه میانگین‌ها و همچنین استفاده از انحراف استاندارد، مجموع و دیگر موارد آماری است که نمونه آن را می‌توان در جدول ۵۳-۱۵ مشاهده کرد.

جدول ۵۳-۱۵. نمونه خروجی نتایج تحلیل خوشه‌ای با انواع آمارها برای مقایسه تفاوت خوشه‌ها

Report							
Segment Membership		The opinion of others is important to me when it deals with the purchase of coffee machines	I know a lot about coffee products and make my decisions based on my own knowledge	It is important to me to purchase the coffee products that I grew up with	There is no real difference between the various brands for coffee products	I like trying out new coffee product brands	I am willing pay more for coffee brand that I have a emotional relationship with
1	Mean	2.91	2.93	2.33	2.39	3.37	2.
	N	541	541	541	541	541	5
	Std. Deviation	1.053	.979	.978	1.049	.976	1.0
2	Mean	2.78	3.54	2.14	1.61	3.79	3.
	N	428	428	428	428	428	4
	Std. Deviation	1.051	.824	.917	.877	.926	1.1
3	Mean	2.93	2.91	2.22	2.00	3.44	3.
	N	378	378	378	378	378	3
	Std. Deviation	.980	.904	.935	1.000	.857	1.0
4	Mean	3.18	2.97	2.10	1.98	3.70	2.
	N	250	250	250	250	250	2
	Std. Deviation	.955	.873	.821	.986	.848	1.1
5	Mean	2.58	3.39	1.95	1.85	3.59	2.
	N	205	205	205	205	205	2
	Std. Deviation	1.107	.882	.833	1.088	.964	1.0
6	Mean	2.52	3.04	1.93	1.77	3.17	2.
	N	198	198	198	198	198	1
	Std. Deviation	1.116	.854	.887	.947	1.112	1.1
Total	Mean	2.85	3.12	2.16	1.98	3.52	2.
	N	2000	2000	2000	2000	2000	20
	Std. Deviation	1.055	.934	.924	1.031	.961	1.1

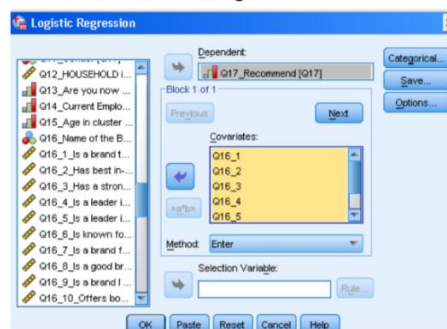
۵۳-۳-۵-۶. فرایند اجرای آزمون رگرسیون لجستیک دوتایی: ابتدا باید متغیرهای پیش‌بین را شناسایی کرد. سپس از نوار منو با انتخاب Analyze سپس گزینه Regression و در مرحله بعد Binary Logistic را انتخاب کرد. حالا باید بر اساس شکل ۵۳-۲۷ متغیر مستقل را انتخاب و به کادر Dependent منتقل نمود. در کادر متغیر وابسته (کواریت) چندین متغیر پیش‌بین در شکل وارد شده است. کادر بانام Method امکان انتخاب یک روش از پنج روش موجود را فراهم می‌کند. گزینه Enter رویکردی استاندارد در مدل‌های رگرسیون است.

- From the menu, select Analyze → Regression → Binary Logistic



- Chose the variable "Recommend" as the dependent variable.

- In the Independent(s) box, several predictor variables have been entered, e.g.Q16



شکل ۵۳-۲۷. فرایند اجرای آزمون رگرسیون لجستیک دوتایی

در نهایت می‌توان با دستور ok خروجی به شرح شکل ۵۳-۲۸ گرفت. ستون (B) Exp که در شکل مشخص شده است، اهمیت هر متغیر را نشان می‌دهد.

a. The cut value is .500

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Q16_1	.040	.044	.823	1	.364	1.040
	Q16_2	-.209	.060	12.166	1	.000	.812
	Q16_3	.017	.068	.061	1	.805	1.017
	Q16_4	-.079	.068	1.361	1	.243	.924
	Q16_5	.017	.064	.070	1	.792	1.017
	Q16_6	-.082	.070	1.375	1	.241	.921
	Q16_7	-.016	.068	.059	1	.808	.994
	Q16_8	.101	.064	2.490	1	.115	1.106
	Q16_9	.140	.061	5.285	1	.022	1.150
	Q16_10	.213	.057	14.085	1	.000	1.238
	Q16_11	-.091	.052	3.065	1	.080	.913
	Q16_12	.166	.054	9.616	1	.002	1.181
	Q16_13	-.140	.060	5.497	1	.019	.870
	Q16_14	-.112	.072	2.444	1	.118	.894

شکل ۵۳-۲۸. نمونه جدول خروجی رگرسیون لجستیک دوتایی

۵۳-۴. نرم‌افزارهای مدل‌سازی معادله ساختاری با تأکید بر AMOS

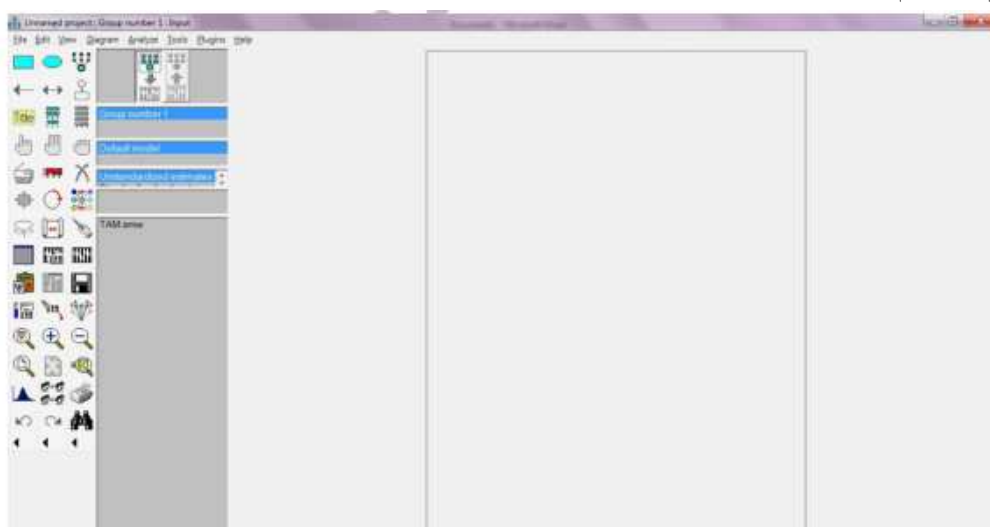
نرم‌افزارهای متعددی برای مدل‌سازی معادله ساختاری طراحی شده است که از پرکاربردترین آن‌ها می‌توان به «AMOS»، «LISREL» و «PLS» اشاره کرد. برای انتخاب نرم‌افزار مناسب «مدل‌سازی معادله ساختاری» توصیه می‌شود به ملاحظات استفاده از هر روش توجه شود. روش معادله ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (SEM-PLS) یکی از رویکردهای نسل دوم معادله ساختاری و «مؤلفه محور» است که ویژگی‌های در مقایسه با روش‌های نسل اول یا «کوواریانس محور» با نرم‌افزارهایی چون (LISREL, EQS, AMOS) به شرح جدول ۵۳-۱۶ دارد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

جدول ۵۳-۱۶. ویژگی‌های استفاده از روش نسل دوم مدل‌یابی معادله ساختاری PLS در مقایسه با نسل اولی‌ها یا لیزرل و ایموس

ردیف	ویژگی
۱	امکان کار با حجم نمونه اندک برخلاف روش‌های نسل اول با نیاز به تعداد نمونه زیاد
۲	روش تعیین حداقل نمونه لازم برای PLS از دیدگاه بارکلائی و همکاران (۱۹۹۵) = بزرگ‌ترین مقدار حاصل از دو قاعده: (الف) دو ضرب در تعداد شاخص‌های الگوی اندازه‌گیری با بیشترین شاخص در میان الگوهای اندازه‌گیری پژوهش (ب) دو ضرب در بیشترین روابط موجود در بخش ساختاری الگوی اصلی پژوهش در ارتباط با یک متغیر
۳	امکان استفاده از الگوهای اندازه‌گیری با یک شاخص (سؤال) برخلاف نیاز روش‌های نسل اول به منظور آزمودن روایی همگرا به حداقل سه سؤال به ازای هر سازه
۴	امکان استفاده از PLS برای حتی داده‌های با توزیع غیرنرمال برخلاف پیش‌شرط روش‌های نسل اول بر نرمال بودن توزیع داده‌ها

روش PLS از دو مرحله اصلی «بررسی برازش الگوهای اندازه‌گیری، الگوی ساختاری و الگوی کلی» و «آزمودن روابط میان سازه‌ها» تشکیل شده است.

نرم‌افزار AMOS مخفف عبارات Analysis of Moment Structures و از نرم‌افزارهای طراحی شده توسط شرکت مربوط به SPSS برای مدل‌سازی معادله ساختاری است. هرچند هدف از طراحی آن مدل‌سازی است اما قابلیت انجام انواع تحلیل‌های آماری معمول را هم دارد. با توجه به توضیح مبانی و مقدماتی در فصل پژوهش پیمایشی در خصوص مدل‌سازی معادله ساختاری در این فصل تنها به روند انجام کار با نرم‌افزار پرداخته می‌شود. مانند هر نرم‌افزار دیگری نخستین گام باید نرم‌افزار را با کلیک روی آیکون اجرا یا باز کرد تا صفحه‌ای به شکل ۵۳-۲۹ نمایان شود.



شکل ۵۳-۲۹. محیط نرم‌افزار ایموس

۵۳-۴-۱. فرایند کار با AMOS برای تحلیل مسیر: برای اجرا ابتدا به یک مدل مفهومی نیاز است. پس از نهایی شدن مدل مفهومی، مراحل به شرح جدول ۵۳-۱۷ برای تحلیل مسیر در نرم‌افزار و محیط مورد اشاره دنبال می‌شود.

جدول ۵۳-۱۷. فرایند کار با نرم افزار AMOS برای تحلیل مسیر

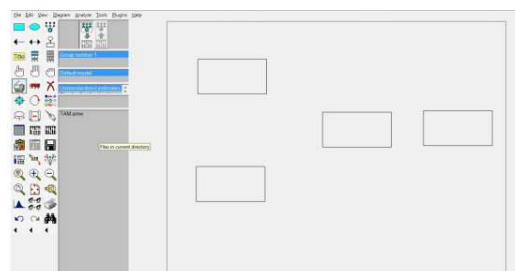
ردیف	مراحل	توضیح
۱	ترسیم مدل نظری	ترسیم مدل در صفحه نرم افزار
۲	ورود داده ها	وارد کردن متغیرها با فایل داده به نرم افزار
۳	عنوان و توضیحات مدل	نام گذاری متغیرها در نرم افزار و ذخیره آنها
۴	آزمون مدل	آزمون مدل و تحلیل مسیر
۵	خروجی متنی	استفاده از خروجی های متنی برای تفسیر و تحلیل مسیر با جزئیات

۵۳-۴-۲. ترسیم مدل نظری در نرم افزار: از منوی File گزینه new انتخاب و سپس برای طراحی مدل نظری خود، از منوی Diagram گزینه Draw Observed را انتخاب کنید. برای تغییر نحوه قرارگیری مدل در صفحه، از منوی View گزینه Interface Properties... را انتخاب کنید. صفحه ای به شکل ۵۳-۳۰ باز می شود.



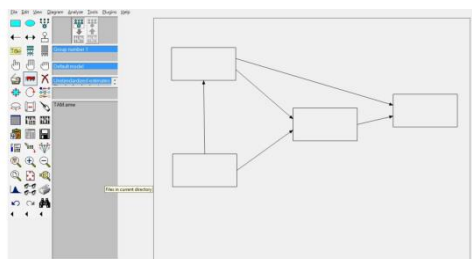
شکل ۵۳-۳۰. صفحه تنظیمات Interface Properties

پس از طراحی یکی از متغیرها در صفحه، برای ایجاد متغیرهای دیگر، از منوی Edit گزینه Duplicate را انتخاب کنید. در این حالت نشانگر ماوس تغییر می کند. دکمه چپ ماوس را روی متغیری که طراحی نموده نگه داشته و آن را بکشید. در این حالت یک متغیر دیگر همانند متغیر قبلی طراحی می شود. شکل ۵۳-۳۱ نمونه ای از انجام کار در این مرحله را نشان می دهد.



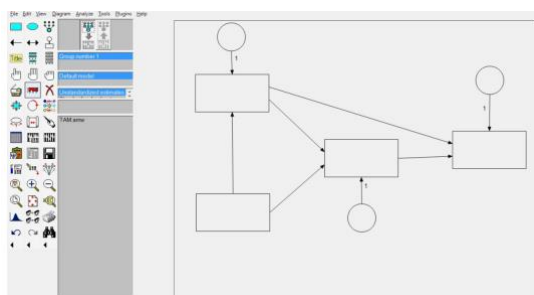
شکل ۵۳-۳۱. طراحی متغیرها در ایموس

برای طراحی مسیرها از منوی Diagram گزینه Draw path را انتخاب کنید و مسیرها را مطابق مدل مفهومی خود مانند شکل ۵۳-۳۲ ترسیم کنید.



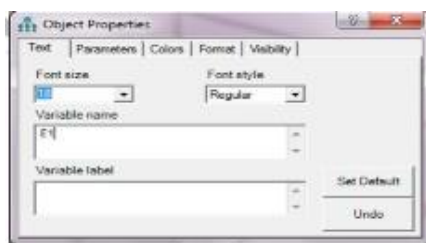
شکل ۵۳-۳۲. طراحی مسیرها در ایموس

برای طراحی واریانس خطا، از منوی Diagram گزینه Draw unique variable را انتخاب کنید. سپس در داخل هر یک از متغیرهایی که مسیر به سمت آن‌ها رفته است (متغیرهای وابسته یا درون‌زا) کلیک کنید. در این صورت واریانس خطا به شکل دایره طراحی می‌شود. برای جابه‌جایی محل قرارگیری این اشکال پس از طراحی آن‌ها داخل مستطیل موردنظر کلیک کنید تا محل قرارگیری آن تغییر کند (مانند شکل ۵۳-۳۳).



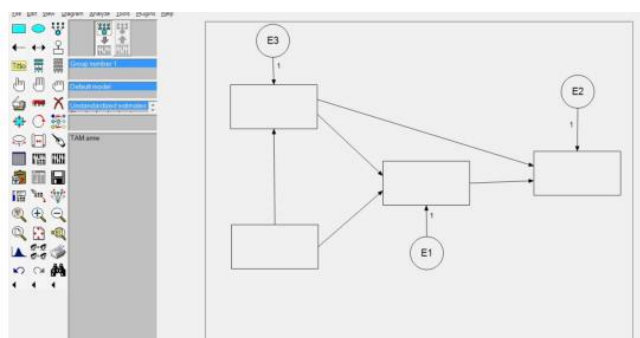
شکل ۵۳-۳۳. طراحی واریانس خطا در ایموس

برای نام‌گذاری واریانس خطا، روی دایره‌ها راست کلیک و object properties... را انتخاب می‌کنیم تا صفحه‌ای به شکل ۵۳-۳۴ نمایان شود.



شکل ۵۳-۳۴. صفحه تنظیمات object properties

در قسمت Variable name نامی برای واریانس خطا مانند E1 وارد کنید و سپس کادر را ببندید. اسم داده‌شده در داخل دایره نمایش داده می‌شود. این کار را برای سه واریانس خطای دیگر مانند شکل ۵۳-۳۵ انجام دهید.



شکل ۵۳-۳۵. ویرایش نام واریانس خطا در ایموس

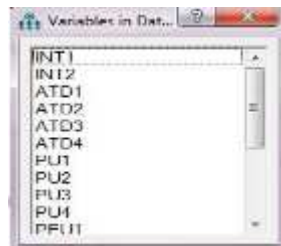
در صورتی که در مدل شما بیش از دو متغیر مستقل یا برونزا (متغیری که هیچ مسیری به طرف آن نرفته) با استفاده از منوی Diagram و گزینه Draw متغیرهای مستقل را به هم وصل کنید.

۳-۴-۵۳. ورود داده‌ها: برای وارد کردن داده‌ها از SPSS از منوی Files گزینه Data Files را انتخاب تا شکل ۳۶-۵۳ نمایان شود.



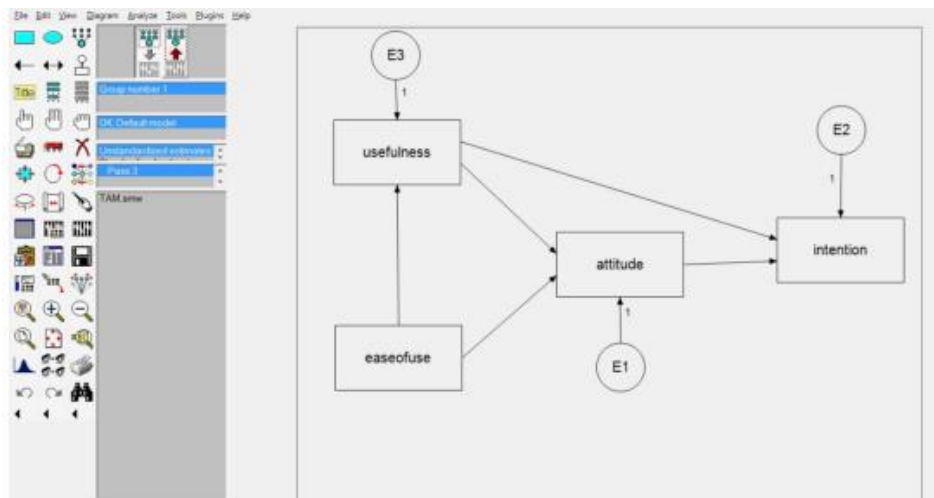
شکل ۳۶-۵۳. صفحه تنظیمات Data Files

با کلیک روی File Name کادر دیگری باز می‌شود که باید فایل Spss موردنظر را از آنجا انتخاب و روی Open و سپس Ok کلیک کنید. برای وارد نمودن متغیرهای مشاهده‌شده به درون مدل از منوی View گزینه Variables In Dataset را انتخاب تا صفحه‌ای به شکل ۳۷-۵۳ با نمایش متغیرهای موجود در فایل نمایان شود.



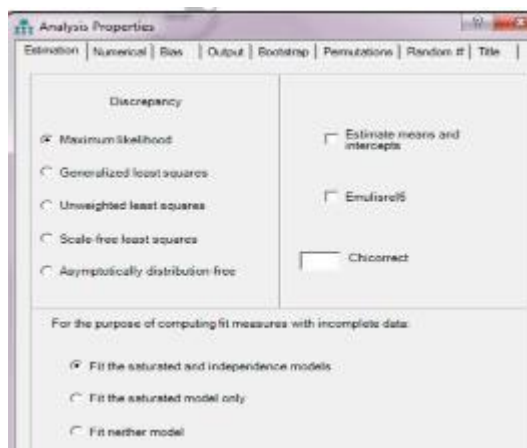
شکل ۳۷-۵۳. صفحه متغیرهای موجود در فایل داده‌ها

نوار پیمایش سمت راست این کادر را پایین کشیده تا به انتهای متغیرها برسید. متغیرهای موردنظر را مانند شکل ۳۸-۵۳ از درون کادر بکشید و درون مستطیل‌های شکل پی اندازید و سپس این کادر را ببندید.



شکل ۳۸-۵۳. مدل تکمیل شده پس از ورود متغیرها با فایل داده به کادر مربوطه

۴-۴-۵۳. عنوان و توضیحات مدل: جهت مشخص نمودن نحوه آزمون مدل توسط نرم‌افزار، از منوی View گزینه Analysis Properties را انتخاب تا شکل ۳۹-۵۳ نمایان شود.



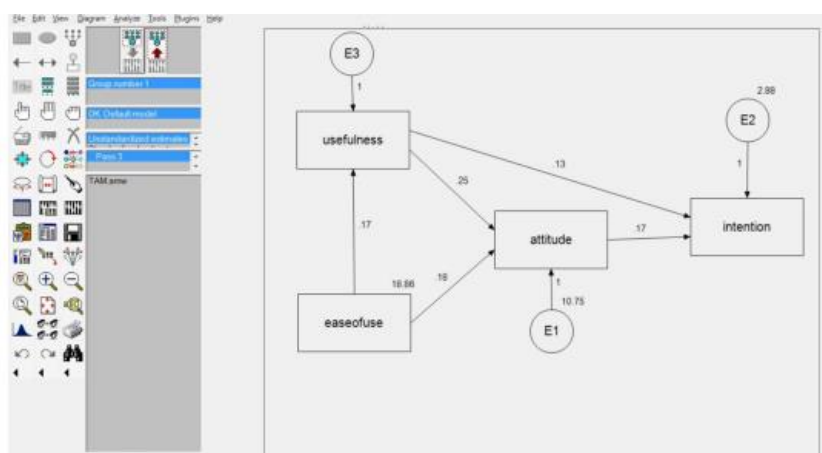
شکل ۳۹-۵۳. صفحه تنظیمات مشخصات تحلیل

روی گزینه Output در بالای کادر کلیک و کادر را تکمیل کنید. گزینه indirect, direct & total effects مربوط به اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل است. همچنین عبارت test for normality and outliers نیز به بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها می‌پردازد. برای محاسبه معنی‌داری اثرات غیرمستقیم و کل، گزینه bootstrap را انتخاب و آن را تکمیل کنید و سپس کادر را ببندید. در قسمت Number of bootstrap samples تعداد زیر نمونه‌های این آزمون را (اغلب بین ۲۰۰ تا ۵۰۰) مشخص کنید، بقیه گزینه‌ها نیازی به تغییر ندارند. بوت استرپ نوعی روش نمونه‌گیری مجدد است. این روش با استفاده از سرگیری، تعدادی مشخصی نمونه از روی نمونه اصلی می‌سازد و شاخص‌هایی مانند میانگین، انحراف استاندارد و غیره را برای این نمونه‌ها محاسبه می‌کند. در مرحله بعد برای ذخیره نمونه مدل، از منوی File گزینه Save را انتخاب و در صفحه باز شده نامی برای مدل خود انتخاب و روی save کلیک کنید.

۴-۴-۵۳. آزمون مدل: برای آزمون مدل از منوی Analyze گزینه calculate estimates انتخاب تا مدل موردنظر

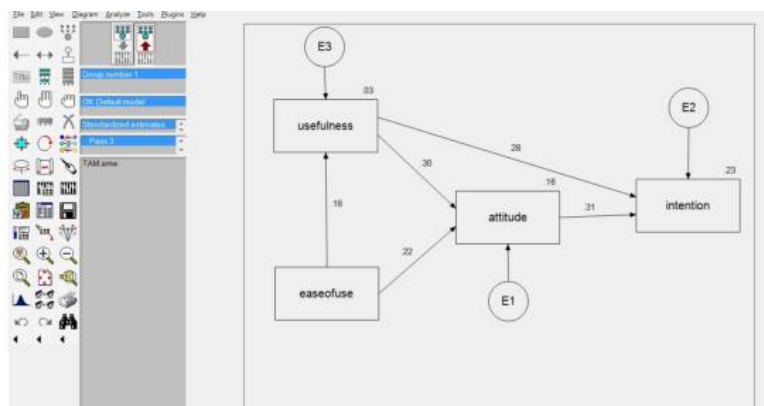


آزمون شود. پس از آزمون برای مشاهده نتایج آزمون مدل به صورت گرافیکی، روی آیکون  کلیک تا شکل ۴۰-۵۳ نمایان شود.



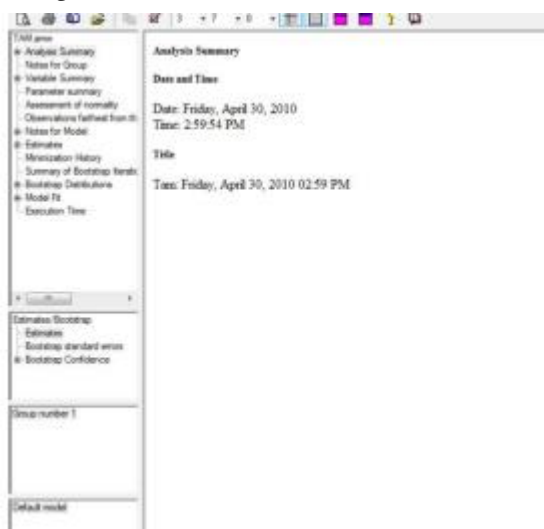
شکل ۴۰-۵۳. مدل آزمون شده نمونه

در شکل ۵۳-۴۰ پارامترهای استاندارد نشده مدل آزمون گزارش و در ستون وسط و کنار شکل عبارت unstandardized estimates فعال می‌شود. برای مشاهده پارامترهای استاندارد شده روی عبارت مورد اشاره کلیک و گزینه standardized estimates انتخاب شود تا شکل ۵۳-۴۱ نمایان گردد.



شکل ۵۳-۴۱. پارامترهای استاندارد شده مدل آزمون شده نمونه

در این شکل اعداد روی مسیرها همان وزن‌های مسیر یا بتا هستند و اعداد روی مستطیل‌ها به میزان واریانس تبیین شده اشاره دارند. برای نمونه واریانس تبیین شده تصمیم به استفاده ۲۳٪ یا ۲۳ درصد است. ۵۳-۴-۶. خروجی متنی: نتایج ارائه شده گرافیکی بسیار خلاصه هستند و برای مشاهده جزئیات مدل آزمون شده می‌توان از منوی View گزینه text output را انتخاب کرد تا صفحه‌ای به شکل ۵۳-۴۲ نمایش داده شود.



شکل ۵۳-۴۲. صفحه نمایش متنی ایموس

در این صفحه جزئیات مدل آزمون شده به صورت متنی گزارش می‌شوند. مثلاً برای مشاهده ضرایب مسیر، سطح معنی‌داری، میزان واریانس تبیین شده، اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل در قاب بالا سمت چپ، روی Estimates کلیک تا شکل ۵۳-۴۳ پدیدار شود.

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
usefulness <--- easeofuse	.174	.056	3.138	.002	
attitude <--- usefulness	.251	.045	5.517	***	
attitude <--- easeofuse	.185	.044	4.169	***	
intention <--- attitude	.166	.029	5.699	***	
intention <--- usefulness	.128	.025	5.197	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
usefulness <--- easeofuse	.179
attitude <--- usefulness	.297
attitude <--- easeofuse	.224
intention <--- attitude	.307
intention <--- usefulness	.280

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
easeofuse	18.863	1.543	12.227	***	
E3	17.443	1.427	12.227	***	
E1	10.753	.879	12.227	***	
E2	2.875	.218	12.227	***	

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

شکل ۵۳-۴۳. نتایج Estimates

بسته به اهداف پژوهش خود، می‌توانید از نتایج این قاب استفاده کنید. برای مشاهده شاخص‌های برازش مدل خود می‌توان از Model Fit استفاده کرد تا صفحه‌ای به شکل ۵۳-۴۴ نمایان شود.

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	9	.005	1	.944	.005
Saturated model	10	.000	0		
Independence model	4	140.956	6	.000	23.494

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.009	1.000	1.000	.100
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	2.732	.784	.641	.471

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
Default model	1.000	1.000	1.007	1.044	1.000
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

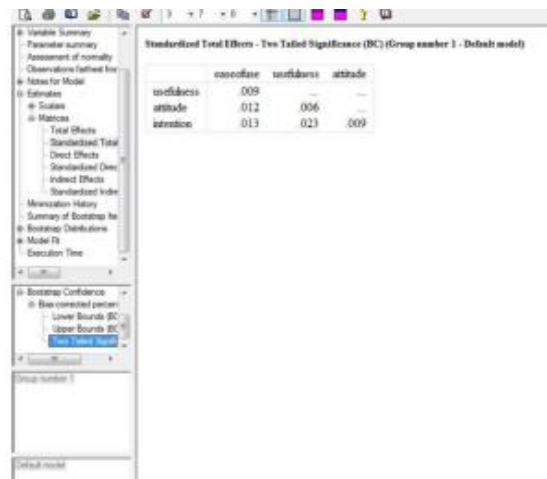
Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.167	.167	.167
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

SNCF

شکل ۵۳-۴۴. نتایج Model Fit

در این صفحه CMIN همان آماره χ^2 دو است. برای مشاهده سطح معنی‌داری اثرات غیرمستقیم و کل، روی علامت + کنار Estimates کلیک کنید تا باز شود. سپس علامت + کنار Matrices را انتخاب کنید. سپس روی Standardized Total Effects مربوط به اثرات کل، کلیک کنید. در ادامه در صفحه Estimates/ Bootstrap روی + کنار Bootstrap Confidence کلیک کنید. سپس علامت + کنار Bias- Corrected Percentile Method را انتخاب کنید. در نهایت روی Two Tailed Significance(BC) کلیک تا شکل ۵۳-۴۵ نمایان شود.



شکل ۵۳-۴۵. سطح معنی داری اثرات کل

برای نمونه در این شکل اثرات کل سهولت استفاده ادراک شده (Easofuse) در سطح ۰/۰۱ معنی دار است. برای مشاهده سطح معنی داری اثرات غیرمستقیم نیز در بالا سمت چپ، standardized indirect effects را انتخاب کنید.

۷-۴-۵۳. مدل سازی معادله ساختاری با نرم افزار AMOS: مدل سازی معادله ساختاری ترکیبی از تحلیل تأییدی و رگرسیون چند متغیره است که آزمون کلی مدل می تواند شامل آزمون مدل اندازه گیری (بررسی پایانی و روایی) و آزمون مدل ساختاری (ضریب مسیر و واریانس تبیین شده) باشد. مزیت معادله ساختاری بر تحلیل مسیر این است که این روش با حذف خطاهای اندازه گیری، نتایج معقول تر و نزدیک به واقعیت دارد. مراحل اجرای مدل سازی معادله ساختاری با نرم افزار در جدول ۵۳-۱۷ ارائه شده است.

جدول ۵۳-۱۷. فرایند کار با نرم افزار AMOS برای مدل سازی معادله ساختاری

ردیف	مراحل	توضیح
۱	طراحی مدل اندازه گیری	ترسیم مدل مفهومی موردنظر در نرم افزار و ورود داده های آن
۲	آزمون تحلیل تأییدی مدل	تحلیل عامل تأییدی و بررسی اعتبار افتراقی و اطمینان از سنجش درست سازه ها توسط متغیرهای مشاهده شده یا گویه های پرسشنامه
۳	آزمون مدل اندازه گیری	آزمون مدل شامل کلیه متغیرهای مکنون و قابل مشاهده
۴	آزمون مدل ساختاری	ارزیابی و تفسیر مدل نهایی

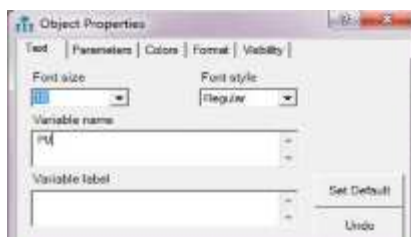
۵۳-۴-۷-۱. طراحی مدل اندازه گیری: این کار با تحلیل عامل تأییدی و بررسی اعتبار افتراقی و اطمینان از سنجش درست سازه ها توسط متغیرهای مشاهده شده یا گویه های پرسشنامه صورت می گیرد. برای بررسی پایانی یعنی ضریب آلفا می توان از نرم افزار SPSS استفاده و سؤالاتی که با حذف آن ها ضریب آلفا افزایش می یابد را برای تحلیل های بعدی علامت گذاری کرد. در مدل سازی معادله ساختاری، ابتدا هر یک از سازه های پژوهش را تحلیل و در نهایت کل ابزارهای اندازه گیری باهم تحلیل تأییدی می شوند. برای تحلیل تأییدی پرسشنامه موردنظر در نرم افزار ایموس صفحه جدیدی از منوی File و گزینه New ایجاد می کنیم. برای رسم مدل اندازه گیری سازه از منوی Diagram گزینه Draw

variable indicator را انتخاب و روی صفحه طراحی کلیک کنید تا یک متغیر مکنون (دایره) ایجاد شود. سپس به تعداد سؤالات پرسشنامه یا متغیرهای مشاهده‌شده داخل دایره کلیک کنید تا شکلی مانند ۵۳-۴۶ ایجاد گردد.



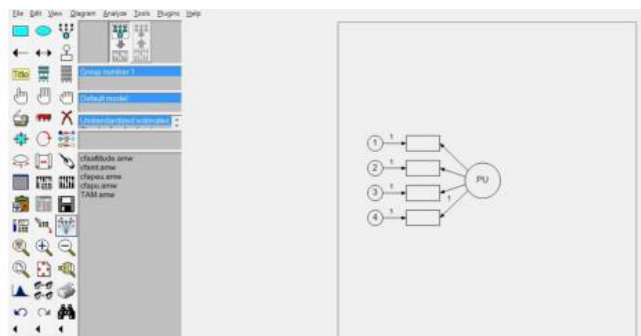
شکل ۵۳-۴۶. طراحی مدل تحلیل تأییدی

پس از طراحی مدل، گزینه  را از نوار ابزار انتخاب کنید تا متغیر مکنون به همراه نشانگرهایش جابه‌جا شوند. از منوی Edit گزینه Rotate را انتخاب کنید تا با کلیک داخل متغیر مکنون، بتوانید نشانگرها در جهت مطلوب خود بچرخانید. سپس با استفاده از منوی Edit و گزینه Move را انتخاب و روی یکی از متغیرهای مشاهده‌شده (مربع) کلیک کنید و آن را بکشید. متغیرهای مشاهده‌شده دیگر نیز به همراه این متغیر کشیده می‌شوند. روی واریانس خطا (دایره‌ها) کلیک کرده و آن را نیز بکشید. برای تغییر اندازه متغیرها، از منوی Edit می‌توان Shape of Object را انتخاب و روی متغیر مکنون دکمه چپ ماوس را نگه‌داشته و اندازه آن را تغییر داد. در مورد متغیرهای مشاهده‌شده و واریانس خطا نیز این کار قابل انجام است. برای نام‌گذاری متغیر مکنون و واریانس‌های خطا، روی هر یک از متغیرها کلیک راست کرده و Object properties را انتخاب کنید تا کادر Object properties ظاهر شود. سپس در قسمت Variable name گزینه text می‌توان نامی برای متغیر مانند شکل ۵۳-۴۷ انتخاب کرد.



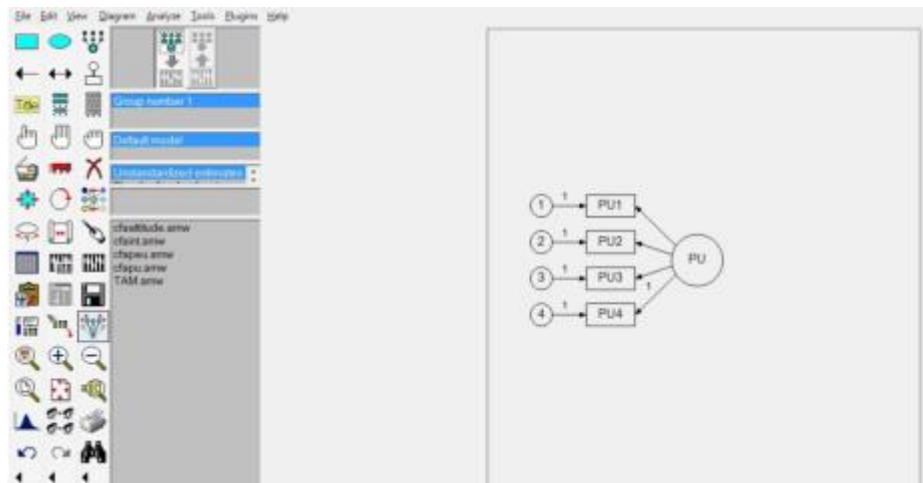
شکل ۵۳-۴۷. کادر محاوره‌ای Object properties

پس از اعمال دستور صفحه‌ای مانند شکل ۵۳-۴۸ نمایان می‌شود.



شکل ۵۳-۴۸. مدل تحلیل تأییدی تکمیل شده برای یک متغیر نمونه

پس از کامل نمودن طراحی مدل، داده‌ها به شرح پیش گفته وارد می‌شوند و صفحه‌ای مانند ۴۹-۵۳ نمایان می‌شود.



شکل ۴۹-۵۳. مدل آماده آزمون پس از ورود داده‌ها

در شکل ۴۹-۵۳ در مسیرهای متغیر مکنون به متغیرهای مشاهده‌شده در یک مورد عدد یک نمایش داده‌شده است. این عمل برای رفع مشکل عدم تعیین واحد اندازه‌گیری متغیر مکنون انجام می‌شود. از آنجایی که واحد اندازه‌گیری متغیر مکنون در مدل‌سازی معادله ساختاری معلوم نیست. با ثابت کردن یکی از مسیرها با عدد ۱ موجب استاندارد شدن واحد اندازه‌گیری متغیر مکنون می‌شویم.

۴-۷-۲. آزمون تحلیل تأییدی مدل: در ادامه برای انجام آزمون تحلیل تأییدی پرسشنامه مدل را ذخیره و از منوی View گزینه Analysis properties را انتخاب و روی صفحه ظاهرشده گزینه Output را انتخاب تا شکلی مانند ۵۰-۵۳ نمایان شود.



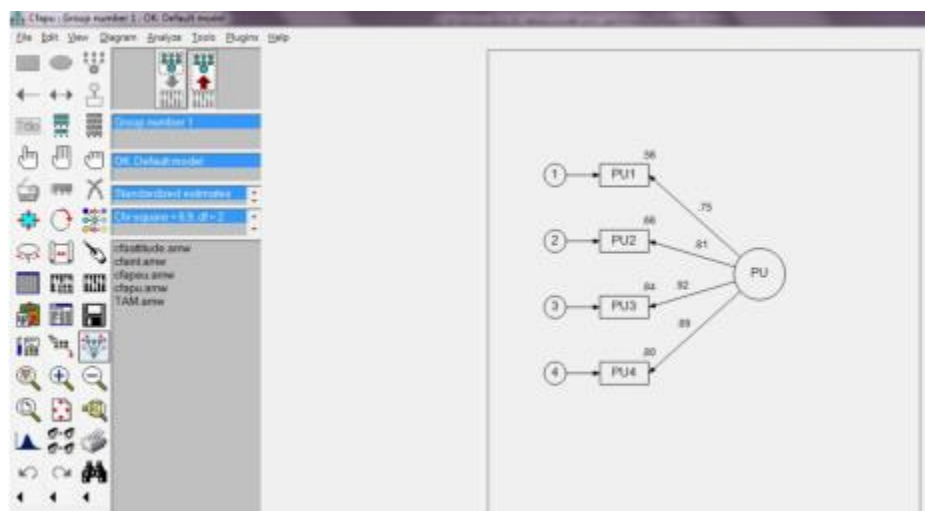
شکل ۵۰-۵۳. صفحه Analysis properties

در این کادر، Standardized Estimates، بارهای عاملی و Squared Multiple Correlations واریانس تبیین شده سؤال‌ها توسط متغیر مکنون هستند. Test for normality and Outlier نیز به بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای مشاهده‌شده می‌پردازد. پس از تکمیل، این کادر را ببندید.

در ادامه برای انجام آزمون تحلیل تأییدی، از منوی Analyze گزینه Calculate estimates را انتخاب و سپس برای

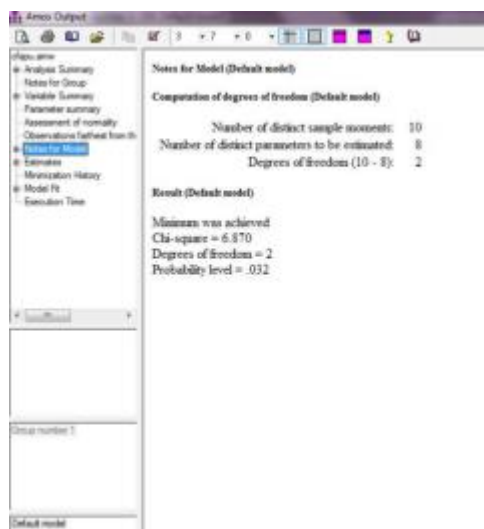


مشاهده نتیجه گرافیکی روی کلیک کنید. برای مشاهده بارهای عاملی و واریانس تبیین شده سؤالات روی Standardized estimates در ستون کنار شکل کلیک کنید تا صفحه‌ای مانند شکل ۵۳-۵۱ نمایان شود.



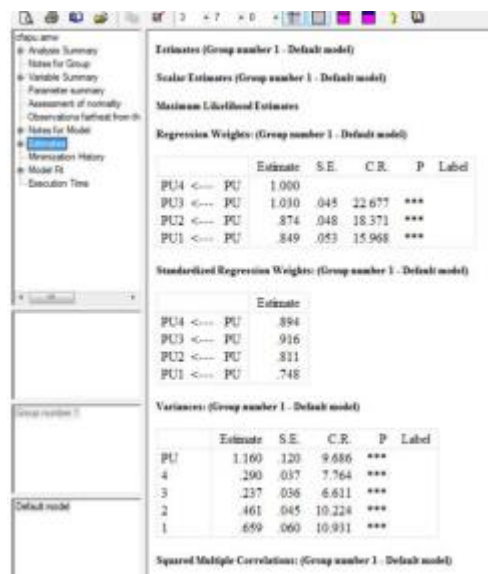
شکل ۵۳-۵۱. نتیجه آزمون تحلیل تأییدی نمونه

همان‌طور که در شکل می‌بینید، سؤال سوم بیشترین بار ۰.۹۲ را بر روی سازه خود دارد. جهت بررسی معنی‌داری بارهای عاملی و شاخص‌های برازش، از منوی View گزینه Text output را انتخاب کنید. برای بررسی همانندی مدل روی Note for model در کادر سمت چپ، بالا کلیک کنید تا صفحه‌ای مانند شکل ۵۳-۵۲ پدیدار شود.



شکل ۵۳-۵۲. صفحه‌نمایش نتیجه بررسی همانندی مدل

با توجه به شکل از آنجایی که درجه آزادی مدل مثبت است، بنابراین برای بررسی معنی‌داری بارهای عاملی روی Estimates کلیک کنید تا شکل ۵۳-۵۳ نمایان شود.



Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PU4 <--- PU	1.000				
PU3 <--- PU	1.010	.045	22.677	***	
PU2 <--- PU	.874	.048	18.371	***	
PU1 <--- PU	.849	.053	15.968	***	

Standardized Regression Weights (Group number 1 - Default model)

	Estimate
PU4 <--- PU	.894
PU3 <--- PU	.916
PU2 <--- PU	.811
PU1 <--- PU	.748

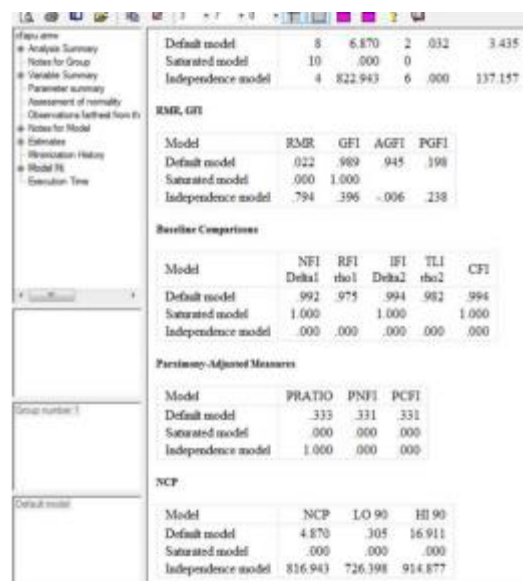
Variances (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PU	1.160	.120	9.686	***	
4	.290	.037	7.764	***	
3	.237	.036	6.611	***	
2	.461	.045	10.224	***	
1	.659	.060	10.911	***	

Squared Multiple Correlations (Group number 1 - Default model)

شکل ۵۳-۵۳. نتیجه بررسی معناداری بارهای عاملی

با توجه به شکل همه بارهای عاملی در سطح ۰/۰۰۱ معنی دارند (عبارت p مربوط به سطح معنی داری و C.R. آماره تی) برای مشاهده برازش مدل روی MODEL Fit کلیک کنید تا شکل ۵۳-۵۴ ظاهر شود.



Default model

	8	6.870	2	.032	3.435
Saturated model	10	.000	0		
Independence model	4	822.943	6	.000	137.157

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.022	.989	.945	.398
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.794	.396	.006	.238

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
Default model	.992	.975	.994	.982	.994
Saturated model	1.000		1.000	1.000	1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.333	.331	.331
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

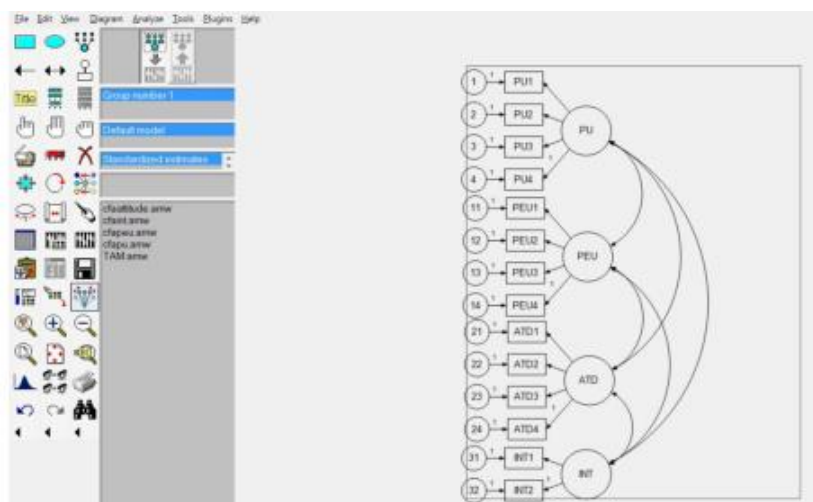
Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	4.870	.305	16.911
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	816.943	726.398	914.877

شکل ۵۴-۵۳. بررسی برازش پرسشنامه نمونه یا PU

شاخص‌های برازش نیز نشانگر برازش نسبتاً مناسب این پرسشنامه است. پس از انجام تحلیل تأییدی برای یک پرسشنامه این عمل باید برای دیگر پرسشنامه‌ها نیز تکرار شود. هنگام انجام تحلیل تأییدی اگر باری معنی دار نبود آن را حذف و مدل را دوباره آزمون کنید. اگر همه بارهای عاملی معنی دار بودند ولی مدل برازش نداشته باشد، ابتدا سؤالاتی را حذف کنید که با حذف آن‌ها مقادیر آلفا افزایش پیدا می‌کنند. مدل را دوباره آزمون کنید و اگر برازش پایین بود متغیرها را دوباره به مدل اضافه کنید. یکی دیگر از عوامل عدم برازش نرمال بودن توزیع متغیرهای مشاهده شده است. برای بررسی این امر در پنجره Text Output روی Assessment Of normality کلیک تا شاخص‌های چولگی

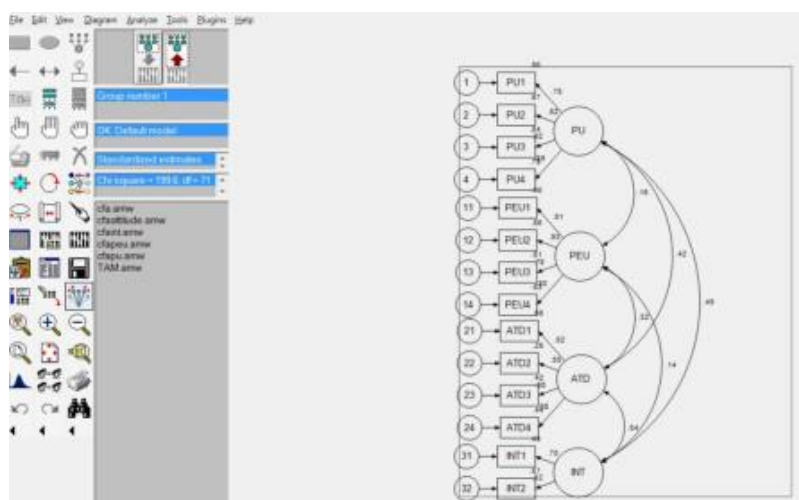
و کشیدگی مربوط به سؤالات را مشاهده کنید. سؤالات با بیشترین کشیدگی و چولگی (بیشتر از ۱ و کمتر از -۱) را حذف و مدل را مجدد آزمون کنید.

۵۳-۴-۷-۳. آزمون مدل اندازه‌گیری: برای آزمون مدل اندازه‌گیری باید همه متغیرهای مکنون با متغیرهای مشاهده‌شده مربوط طراحی و شاخص‌های برازش آن‌ها بررسی شوند. برای نمونه به مدلی مانند ۵۳-۵۵ توجه کنید. برای طراحی همبستگی بین متغیرهای مکنون از منوی Diagram گزینه Draw covariance را انتخاب و متغیرهای مکنون را به هم وصل کنید. داده‌ها را نیز همانند قسمت قبل به مدل اضافه کنید.



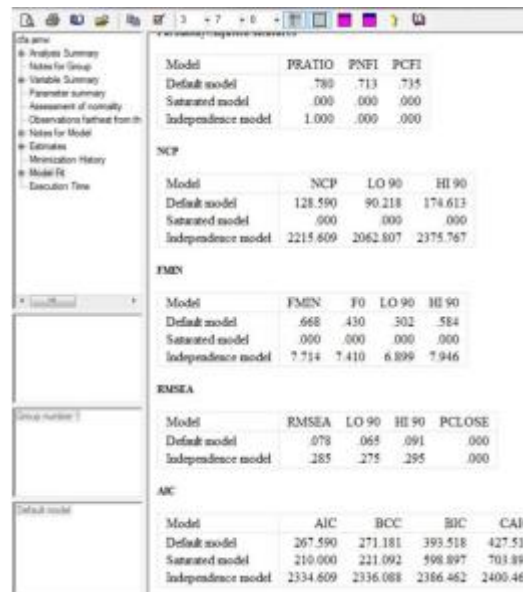
شکل ۵۳-۵۵. طراحی مدل اندازه‌گیری

پس از طراحی مدل، Analysis properties آن را همانند قسمت قبل کامل نموده و آن را آزمون کنید تا شکلی مانند ۵۳-۵۶ نمایش داده شود.



شکل ۵۳-۵۶. آزمون مدل اندازه‌گیری پذیرش فناوری

Text output را از منوی View انتخاب کرده و در پنجره خروجی متنی به بررسی معنی‌داری بارهای عاملی و واریانس تبیین شده سؤالات بپردازید. همچنین به همانندی مدل و بررسی شاخص‌های برازش بپردازید. در شکل ۵۳-۵۷ شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری ارائه شده‌اند.



Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.780	.713	.735
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	128.590	90.218	174.613
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	2215.609	2062.807	2375.767

Model	FMEN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.668	.430	.302	.584
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	7.714	7.410	6.899	7.946

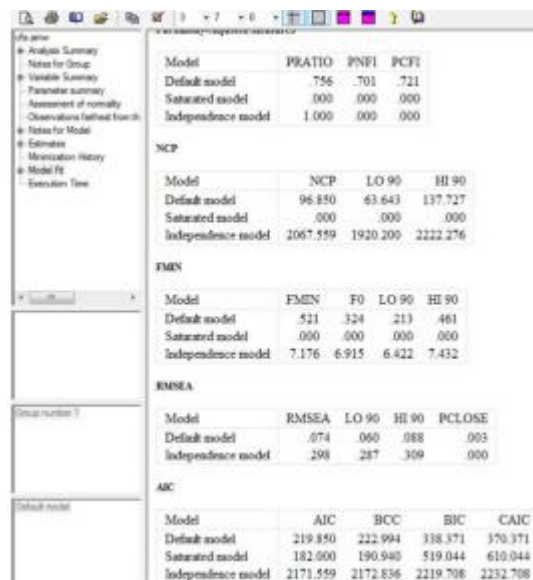
Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.078	.065	.091	.000
Independence model	.285	.275	.295	.000

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	267.590	271.181	393.518	427.518
Saturated model	210.000	221.092	598.897	701.897
Independence model	2334.609	2336.088	2366.462	2400.462

شکل ۵۳-۵۷. شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

همان‌طور که در شکل می‌بینید، شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری به جز RMSEA که ۰/۰۸ است در حد مطلوبی قرار دارند. برای اصلاح مدل. روی Assessment of normality کلیک کرده و سؤالی که بیشترین کشیدگی و چولگی را دارد از (ATD3) مدل حذف کنید. سپس مدل را مجدداً آزمون کنید. همان‌طور که در شکل ۵۳-۵۸ می‌بینید،

با حذف ATD3 برازش مدل بهتر می‌شود. برای برگشتن به حالت طراحی می‌توان روی  کلیک کرد.



Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.756	.701	.721
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	96.850	63.643	137.727
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	2067.559	1920.209	2222.276

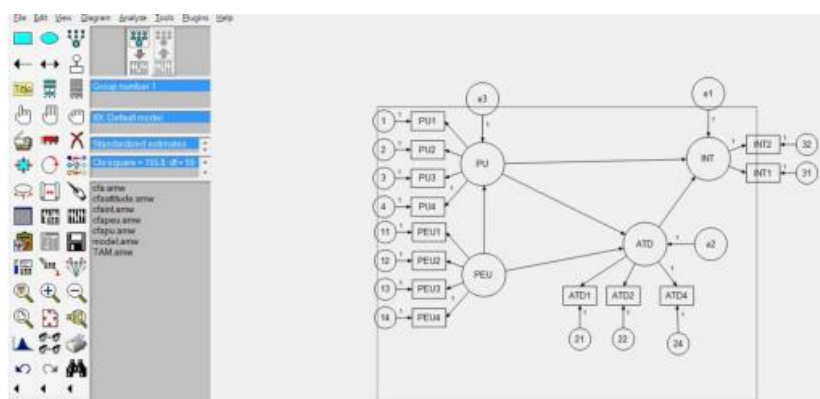
Model	FMEN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.511	.324	.213	.461
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	7.176	6.915	6.422	7.432

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.074	.060	.088	.003
Independence model	.298	.287	.309	.000

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	219.850	222.994	338.371	370.371
Saturated model	182.000	190.940	519.044	610.044
Independence model	2171.559	2172.836	2219.708	2232.708

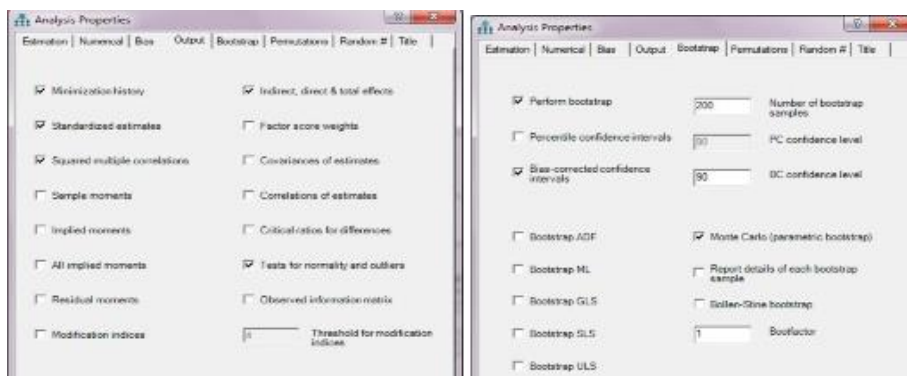
شکل ۵۳-۵۸. شاخص‌های برازش بعد از اصلاح مدل

۴-۷-۴-۵۳. آزمون مدل ساختاری: برای آزمون مدل ساختاری از منوی File گزینه Save as را انتخاب و در صفحه ظاهر شده نام جدیدی برای مدل نوشته و روی Save کلیک کنید. سپس از منوی Edit گزینه Erase را انتخاب و تمامی مسیرهای همبستگی را حذف کنید. پس از آن Move را از منوی Edit انتخاب و متغیرهای مکنون را همانند شکل ۵۳-۵۹ مرتب و واریانس خطای متغیرهای وابسته را رسم و در نهایت مسیر علی بین آن‌ها را رسم کنید.



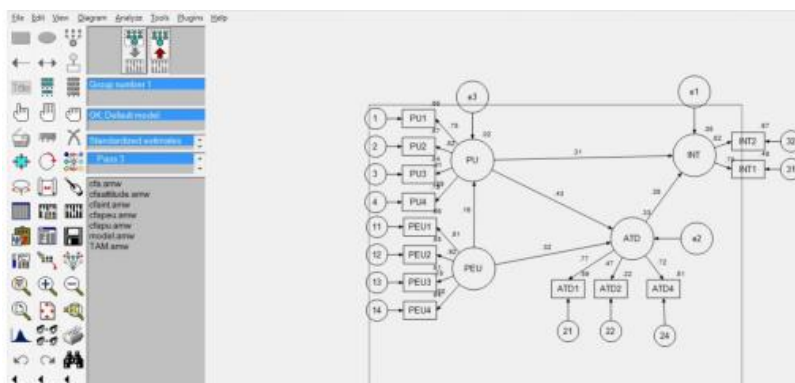
شکل ۵۳-۵۹. مدل ساختاری پذیرش فناوری

از منوی View گزینه Analyze Properties را انتخاب و آن را همانند شکل‌های ۵۳-۶۰ تکمیل کنید.



شکل ۵۳-۶۰. کادر محاوره‌ای Analyze Properties

پس از تکمیل، مدل را آزمون کنید تا صفحه‌ای مشابه شکل ۵۳-۶۱ نمایش داده شود.



شکل ۵۳-۶۱. مدل آزمون شده پذیرش فناوری

برای مشاهده خروجی متنی روی Text Output کلیک کنید تا تصویری به شکل ۵۳-۶۲ نمایان شود.

Estimates (Group number 1 - Default model)					
Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)					
Maximum Likelihood Estimates					
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)					
		Estimate	S.E.	C.R.	P Label
PU	<---> PEU	.179	.072	2.495	.013
ATD	<---> PEU	.284	.060	4.714	***
ATD	<---> PU	.340	.054	6.237	***
INT	<---> ATD	.397	.092	4.304	***
INT	<---> PU	.255	.063	4.050	***
PU4	<---> PU	1.000			
PU3	<---> PU	1.031	.045	22.680	***
PU2	<---> PU	.885	.048	18.610	***
PU1	<---> PU	.852	.053	15.954	***
PEU4	<---> PEU	1.000			
PEU3	<---> PEU	1.041	.071	14.736	***
PEU2	<---> PEU	1.219	.068	17.930	***
PEU1	<---> PEU	1.146	.074	15.588	***
ATD4	<---> ATD	1.000			
ATD2	<---> ATD	.764	.112	6.828	***
ATD1	<---> ATD	.908	.098	9.235	***
INT2	<---> INT	1.000			
INT1	<---> INT	.859	.112	7.689	***
Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)					
		Estimate			
PU	<---> PEU	.156			
ATD	<---> PEU	.316			

شکل ۵۳-۶۲. خروجی متنی مدل آزمون شده

تفسیر این بخش نیز همانند تحلیل مسیر است که پیشتر به آن اشاره شد.

۵-۵۳. نرم افزار لیزرل^۱

نرم افزار لیزرل از شناخته شده ترین نرم افزارها در زمینه مدل سازی معادله ساختاری است. لیزرل مخفف شده «روابط ساختارمند خطی» است که برای «مدل سازی معادله ساختاری»^۲ استفاده می شود. این برنامه قادر است از داده های سایر نرم افزارها نظیر SPSS استفاده کند. تکنیک تحلیل چندمتغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چندمتغیری است که به پژوهشگر این امکان را می دهد تا مجموعه ای از معادلات رگرسیونی را بر مبنای ماتریس کواریانس - واریانس آزمون کند. به بیان ساده تر، لیزرل بر تجزیه و تحلیل هم زمان چند متغیر مکنون مستقل و وابسته (مدل ساختاری) از طریق متغیرهای مشاهده پذیر (مدل اندازه گیری یا تحلیل عاملی تأییدی) به مدل سازی معادله ساختاری، مدل سازی مبتنی بر ماتریس کواریانس، تحلیل مسیر تأییدی (تحلیل مسیر و تحلیل عاملی تأییدی) تأکید دارد. مدل روابط ساختاری خطی (LISREL) یا Linear Structural RELationships در کلی ترین شکل خود، شامل مجموعه ای از روابط ساختاری خطی است که با دو مسئله اساسی «اندازه گیری متغیرها با ابزار اندازه گیری معتبر» و «روابط علی میان متغیرها و توان تبیین این روابط یا روابط ساختاری» سرکار دارد و مقصود از آن کمک به حل این دو مسئله است. کاربرد مدل سازی معادله ساختاری شامل مواردی به شرح جدول ۵۳-۱۸ است.

1. LISREL (Linear Structural Relationships)
2. SEM (Structural Equation Modeling)

جدول ۵۳-۱۸. کاربرد مدل‌سازی معادله ساختاری

ردیف	کاربردها
۱	ایجاد مدل ساختاری یا مدل‌سازی روابط بین متغیرهای مستقل (برون‌زا) و وابسته (درون‌زا)
۲	ایجاد مدل اندازه‌گیری یا مدل‌سازی روابط متغیرهای پنهان (مکنون) و آشکار
۳	مدل‌سازی خطاهای اندازه‌گیری متغیرهای مشاهده‌پذیر
۴	تحلیل مسیر و تحلیل عاملی تأییدی با آزمون فرضیات استنباط شده از ادبیات موردبررسی به کمک داده‌های عینی
۵	تحلیل هم‌زمان چندین متغیر مکنون (مستقل و وابسته)

از آنجایی که مدل‌سازی معادله ساختاری بر روابط خطی متغیرهای مکنون با یکدیگر و متغیرهای مکنون با متغیرهای مشاهده‌پذیر تأکید دارد، در تحلیل خود از حداکثر درستنمایی (Maximum Likelihood) استفاده می‌کند.

فرایند کار با نرم‌افزار لیزرل را می‌توان در مراحل به شرح جدول ۵۳-۱۹ دنبال کرد.

جدول ۵۳-۱۹. فرایند کار با نرم‌افزار لیزرل

ردیف	مراحل	توضیح
۱	ورود داده‌ها	به‌گونه‌ای مستقیم یا انتقال از فرمت‌های دیگر مانند SPSS
۲	دستور ساخت مدل تحلیل مسیر	ایجاد صفحه‌ای برای رسم مدل
۳	عنوان و توضیحات مدل	تعیین عنوان مدل، گروه‌ها و متغیرهای آشکار و پنهان
۴	تنظیم متغیرها در فضای تحلیل مسیر	تعیین متغیرهای مستقل و وابسته و انتقال به صفحه و تنظیم روابط تحلیل عامل و مسیر
۵	مبنا قرار دادن یک متغیر پنهان	مبنا قرار دادن یکی از شاخک‌های هر متغیر پنهان در مدل برای محاسبات تحلیل عامل
۶	دستور ساخت فایل متنی	مدل به لحاظ ظاهری آماده است ولی بدون ساختن فایل متنی قابلیت اجرا ندارد.
۷	اجرای برنامه	اجرای برنامه و ظاهر شدن مدل معادله ساختاری
۸	پیرایش مدل	حذف کردن رابطه‌های غیر معنی‌دار
۹	آرایش مدل	اجرای پیشنهادی آرایشی خود نرم‌افزار برای بهبود آماره‌های برازش کل مدل
۱۰	ذخیره‌سازی	ذخیره‌سازی و اجرای دستور ساخت مجدد فایل متنی

پس از آن که مدل معادله ساختاری در لیزرل ساخته شد و در نتیجه اصلاحات انجام‌شده، مدل نهایی به‌دست آمد می‌توان آن را در محیط Word کپی کرد تا قابلیت ارائه گزارش و کاربری بیشتری داشته باشد (علی‌بابایی، ۱۳۹۲).

از آنجایی که شباهت‌های اقدامی در این نرم‌افزار با نرم‌افزار قبل وجود دارد، فقط به تفاوت‌های شکلی و عملی خاص اشاره خواهد شد. از آنجایی که مدل‌سازی معادله ساختاری تأکید بر روابط خطی متغیرهای مکنون با یکدیگر و متغیرهای مکنون با متغیرهای مشاهده‌پذیر دارد، در تحلیل خود از حداکثر درستنمایی استفاده می‌کند.



نرم افزارهای

تحلیل داده های کیفی

هدف کلی: آشنایی با انواع نرم افزارهای پر کاربرد برای تحلیل داده های

کیفی

اهداف یادگیری

- آشنایی با مبانی و کاربرد نرم افزارهای تحلیل داده های کیفی
- آشنایی با دسته بندی نرم افزارهای کیفی
- آشنایی با مبانی و کاربرد نرم افزار اطلس تی آی

مقدمه

نرم افزارهای متعددی برای تجزیه و تحلیل داده های کیفی وجود دارد. در این فصل به معرفی انواع نرم افزارهای پرکاربرد برای تحلیل داده های کیفی پرداخته خواهد شد.

۱-۵۴. مبانی کار روش پژوهش کیفی

ساده ترین تعریف از پژوهش کیفی تأکید بر یافته پژوهشی است که ارائه یافته های آن از طریق روش های آماری و یا سایر ابزارهای کمی ساز نباشد. بنا بر دیدگاه اشتراوس کوربین^۱ (۱۹۹۸) پژوهش کیفی بیشتر در زمان «وجود اطلاعات کم در مورد مسئله» یا «اطلاعات بیش از حد بدون ایجاد ادراک جدید» کاربرد دارد. هر پژوهش کیفی شامل سه جزء اصلی به شرح جدول ۱-۵۴ است.

جدول ۱-۵۴. سه جزء اصلی در پژوهش کیفی

ردیف	ویژگی
۱	جمع آوری داده از منابع متنوعی مانند مصاحبه، مشاهده و اسناد
۲	تحلیل داده ها با شیوه هایی چون مفهوم پردازی و کاستن از حجم داده ها، تشکیل مقوله ها و برقرار کردن شبکه مفاهیم
۳	ارائه گزارش

گیدنز هدف از انجام پژوهش کیفی را پاسخ به سؤال کلیدی «چگونگی مطالعه دنیای واقعی» می داند. در دنیای واقعی هر انسانی در زندگی خود نقش های متعددی را با توجه به موقعیت های «زندگی روزمره، آموزشی، اجتماعی و حرفه ای» می پذیرد. بنابراین برای تحلیل و بررسی پدیده ها در محیط طبیعی خود باید از پژوهش کیفی بهره مند شد. بنابراین از ویژگی های پژوهش های کیفی می توان به مواردی به شرح جدول ۲-۵۴ اشاره کرد.

جدول ۲-۵۴. برخی ویژگی های پژوهش کیفی

ردیف	ویژگی
۱	مطالعه افراد و پدیده ها در محیط طبیعی خود آنها
۲	تعامل با عوامل مورد بررسی، با توجه به خصوصیات خودشان
۳	ارائه نتایج به صورت تفسیری
۴	فقدان اصول و قواعد از پیش تعیین شده و استاندارد برای روش شناسی و تحلیل داده ها به مانند پژوهش های کمی
۵	تسخیر و کشف معنای داده ها با ورود عمیق پژوهشگر به آنها
۶	معنادگی به مفاهیم به صورت تم ها، مضامین و مشترکات
۷	ساخت سنجه های کلی و غالباً حساس به محیط پژوهش خاص
۸	جمع آوری داده ها به شکل کلمات و برگرفته از اسناد، مشاهدات و دست نوشته ها
۹	دارای سؤالات علی یا غیر علی و اغلب با رویکرد پاسخ دهی به روش استقرائی
۱۰	خاص بودن پژوهش ها و کم بودن تعداد تکرار آنها

برخی از این موارد باعث ایجاد نگرانی از غیرقابل اطمینان بودن نتایج و ورود قضاوت های شخصی پژوهشگر به جریان پژوهش می شود. بنابراین بهره گیری از ابزارهای استاندارد تحلیل داده ها (نرم افزارهای تحلیل داده های کیفی)

به‌منظور اطمینان از صحت نتایج به‌مانند تحقیقات کمی، لازم و ضروری است. نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی به استانداردسازی پژوهش‌های کیفی می‌پردازند. این نرم‌افزارها گرچه اصول و قواعدی خاص، برای تحلیل داده‌ها ارائه نمی‌دهند، ولی با نظارت بر مسیر انجام پژوهش یعنی «جمع‌آوری داده‌ها، سازمان‌دهی داده‌ها و ارائه گزارش‌ها» به وضعیت این نوع پژوهش سروسامان می‌دهد (دولانی، حریری، حسن‌زاده اسفنجانی و ولی‌نژادی، ۱۳۹۱).

برای روایی و پایایی نتایج در پژوهش‌های کیفی می‌توان از چهار ملاک اعتبارپذیری (اعتبار درونی)، انتقال‌پذیری (اعتبار بیرونی)، قابلیت اطمینان (پایایی) و تأییدپذیری (عینیت) نام برد. درواقع به این سؤال پاسخ داد که چرا مخاطب باید به نتایج پژوهش اعتماد داشته باشد. بنابراین دلایل وجود روایی بسیار مهم هستند.

۵۴-۲. مبانی نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی

نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی متفاوت از نرم‌افزارهای کمی مانند SPSS و امثال آن هستند و از اصول و قواعد یکسانی پیروی نمی‌کنند. با ورود داده‌های خام به یک نرم‌افزار تحلیل داده‌های کمی، فرایند تحلیل با اصول و قواعد ریاضی و آمار و به‌صورتی از پیش تعیین‌شده انجام می‌شود. اما در نرم‌افزار تحلیل داده کیفی فرایند تحلیل، پس از ورود داده به همین شکل و بر مبنایی از پیش تعیین‌شده اجرا نمی‌شود. این نرم‌افزارها قابلیت «جستجو و سازمان‌دهی» نظام‌مند و منطقی داده‌ها و برجسته‌سازی برخی اطلاعات بر اساس الگوریتم‌های موجود را خواهند داشت. پژوهش کیفی به‌جای اعداد بر کلمات تأکید دارد. نرم‌افزار کیفی فرایند پژوهش را به‌صورت الکترونیکی در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهد. درواقع این نرم‌افزارها به‌صورت بالقوه باعث تسهیل انجام کلیت پژوهش می‌شوند؛ درحالی‌که نرم‌افزارهای تحلیل کمی، داده‌های واردشده را طی فرایندی تعریف‌شده به نتایج نهایی مبدل می‌سازند (دولانی، حریری، حسن‌زاده اسفنجانی و ولی‌نژادی، ۱۳۹۱).

تجزیه و تحلیل در پژوهش کیفی یک فرآیند هم‌زمان با جمع‌آوری داده‌هاست و بدون شک مرحله «تحلیل داده‌ها» از پیچیده‌ترین و اسرارآمیزترین مراحل یک پژوهش کیفی محسوب می‌شود. پژوهشگر باید به‌طور عمیق در داده‌ها غوطه‌ور شود. تحلیل داده‌ها در پژوهش کیفی هم‌زمان با شروع جمع‌آوری داده‌ها آغاز می‌شود؛ زمانی که پژوهشگر به‌دنبال اجرای مصاحبه یا مشاهده است، هم‌زمان به‌مرور موارد ثبت‌شده می‌پردازد تا به کشف سؤالاتی دیگر یا توصیف و تشریح بیشتر یافته‌ها نائل شود. اغلب این سؤالات یا موارد تشریحی در لابه‌لای مصاحبه‌ها و مشاهدات وجود دارند. این مرحله اغلب به صرف زمانی زیاد و گاهی هفته‌ها و ماه‌ها برای تحلیل داده‌ها نیاز دارد (اسپیژال، استروبرت و کارپنتر، ۲۰۱۱).^۱

چگونگی کنترل داده‌ها در پژوهش کیفی روی سهولت کاربرد و تحلیل آن‌ها تأثیر زیادی دارد. پژوهشگران از روش‌های گوناگونی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده می‌کنند، ذخیره و بازبایی این داده‌ها خود مسئله مهم دیگری است. پژوهشگران بر افزایش دقت به دست‌نوشته‌ها تأکید زیادی دارند و معتقدند که باید تمامی داده‌های جمع‌آوری‌شده را در تمامی مراحل پژوهش کنترل کرد. این عمل نیازمند کنترل و تطبیق دقیق تمامی جزئیات مصاحبه‌های انجام‌شده

است. برای پژوهشگران کیفی که قصد استفاده از نرم‌افزار رایانه‌ای جهت تحلیل داده‌های کیفی دارند، ضرورت دارد که با کار این گونه نرم‌افزارها و امکان استفاده از بهترین مورد برای کار خود آشنا شوند (پولایت و بک، ۲۰۱۲).^۱

روش‌های مختلفی برای سازمان‌دهی و مدیریت داده‌های کیفی به کار گرفته شده‌اند. قبل از ظهور برنامه‌های کامپیوتری برای مدیریت داده‌های کیفی، روند اصلی با تأکید بر ایجاد فایل‌های مفهومی بود. این روش شامل ایجاد یک فایل فیزیکی برای هر طبقه و سپس برش و وارد کردن فایل تمامی اطلاعات مرتبط با آن طبقه بود. این روش و ایجاد فایل‌های مفهومی کاری دشوار و فشرده است. هر چند روش‌های دستی سنتی برای سازمان‌دهی داده‌های کیفی سابقه طولانی و معتبری دارد؛ اما برنامه‌های کامپیوتری پیچیده برای مدیریت داده‌های کیفی در سال‌های اخیر رواج گسترده‌ای پیدا کرده است. این برنامه‌ها امکان ورود فایل داده‌های کامل به کامپیوتر را فراهم کرده‌اند. هر بخشی از مصاحبه یا صدا قابل مشاهده و گزارش است. در ادامه این مسیر می‌توان بخش‌های متناسب با کدهای خاص تحلیل را بازیابی و پرینت گرفت یا اینکه روی صفحه نشان داد. نسل جدید برنامه‌ها همچنین دارای ویژگی‌هایی فراتر از دسته‌بندی و بازیابی داده‌ها هستند و امکاناتی را برای بررسی واقعی و ترکیب داده‌ها ارائه می‌دهند. نسل جدید نرم‌افزارهای کامپیوتری، دشواری‌های «برش و خواندن صفحه به صفحه اسناد» را برطرف کرده‌اند. برخی پژوهشگران کیفی به مدیریت داده‌های کامپیوتری روی آورده‌اند زیرا این کار زمانشان را آزاد می‌کند و به آن‌ها اجازه می‌دهد تا بیشتر به مسائل پنداشتی مهم‌تر توجه کنند (گراو، برنز و گرای، ۲۰۱۲).^۲ به‌طور سنتی جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی به‌صورت دستی بود. پژوهشگران داده‌ها را روی تکه‌های کوچک کاغذ یا کارت‌های یادداشت‌برداری، ثبت می‌کردند. سپس به‌دقت آن‌ها را کدگذاری و سازمان‌دهی و در پایان جمع‌آوری داده‌ها به‌طور روزانه بایگانی می‌کردند. تحلیل کیفی مستلزم چک کردن متقابل هر قطعه از داده‌ها با تمام قسمت‌های دیگر داده‌ها است؛ بنابراین احتمال اینکه برخی داده‌ها در انبوهی از کاغذها گم شوند و از نظر دور بمانند بسیار زیاد است. حفظ خط سیر ارتباط بین واژه‌های مختلف داده‌ها به ثبت و ضبط بسیار دقیق و موشکافانه نیاز دارد. با توجه به اهمیت حفظ ارتباط نزدیک پژوهشگر کیفی با داده‌ها، حتی غرق شدن در آن‌ها نرم‌افزارهای کامپیوتری ظهور یافتند. استفاده از این نرم‌افزارها موجب تحلیل سریع‌تر و آسان‌تر داده‌ها بدون بروز وقفه و اختلال در تماس مداوم پژوهشگر با داده‌ها شد. با نرم‌افزارهای کامپیوتری می‌توان کدهایی را که می‌شود کنار هم قرارداد جستجو نمود، به‌آسانی به داده‌ها دسترسی داشت و امکان جستجوی گروهی نیز وجود دارد. می‌توان از کامپیوتر در فعالیت‌هایی مانند پردازش، ذخیره و نگهداری، بازیابی، فهرست کردن و دسته‌بندی کردن کمک گرفت. اما نکته کلیدی و مهم این است که فعالیت‌های تحلیلی باید توسط خود محقق صورت گیرد (پولایت و بک، ۲۰۱۲). در مجموع، مهم‌ترین مزایای استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی را می‌توان به شرح جدول ۳-۵۴ مرور کرد (اسپیژال و همکاران، ۲۰۱۱؛ گراو و همکاران، ۲۰۱۲)

جدول ۵۴-۳. مهم‌ترین مزایای استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی

ردیف	مزایا
۱	توانایی باز کردن چندین سند روی صفحه رایانه به صورت مجزا
۲	تسهیل مشاهده متون از طریق صفحه رایانه و امکان حذف و جایگزینی جملات، کلمات و فایل‌ها
۳	شکل‌دهی و قالب‌بندی فایل‌ها
۴	توانایی به‌کارگیری تصاویر، نمودارها و جداول جهت تشریح داده‌ها
۵	توانایی اضافه کردن داده‌های تصویری یا صوتی
۶	توانایی جستجوی متون
۷	تسهیل چاپ و گرفتن تأییدیه آن
۸	برقراری ارتباط میان متون و امکان حرکت از متنی به متن دیگر همراه با تحلیل و حاشیه‌نویسی
۹	تسهیل یادداشت‌برداری در مورد اطلاعات شناخته شده

بعضی از موارد به‌کارگیری مشاورین در این جهت هدایت توانایی‌ها و ویژگی‌های خاص و متنوع این برنامه‌ها لازم و ضروری است (گراو و همکاران، ۲۰۱۲).

نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی روی «مدیریت اطلاعات» در جریان پژوهش و به‌نوعی «مدیریت پژوهش کیفی» تأکید دارند. تفسیری بودن نتایج آن احتمال اشتباه پژوهشگر را افزایش می‌دهد و برای کاهش این احتمال باید به جامعیت داده‌ها و مدیریت اطلاعات در حین جمع‌آوری داده‌ها توجه داشت. سؤالات جدول ۵۴-۴ به درک میزان الزام برای استفاده از نرم‌افزار تحلیل داده کیفی کمک می‌کند (دولانی، حریری، حسن‌زاده اسفنجانی و ولی‌نژادی، ۱۳۹۱).

جدول ۵۴-۴. سؤالاتی برای تعیین الزام استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی

ردیف	محور	سؤالات
۱	روش‌ها و ابزار پژوهش	چطور می‌توان مورد X را انجام، تولید، تکامل و یا به‌طور خودکار ایجاد نمود و کدام‌یک از روش‌های موجود برای ساخت، انجام، تعدیل و تکامل مورد X بهتر است؟
۲	روش تحلیل و ارزیابی	چطور می‌توان مورد X را از نظر کیفیت و درستی ارزیابی نمود؟ چطور و بر اساس چه استانداردی از بین مورد X و Y انتخاب کنیم؟
۳	طراحی، ارزیابی و تحلیل موارد خاص	مزیت مورد Y چیست؟ وجه تمایز روش X از Y کدام است؟ بهترین طراحی، اجرا، نگهداری از مورد یا روش X چیست؟ چطور می‌توان روش یا مورد X را با Y مقایسه نمود؟ وضعیت حال حاضر X و Y به چه صورتی است؟
۴	تعریف جزئیات طرح و ارائه دید کلی از طرح	در صورت ارائه X عامل Y چه وضعیتی خواهد داشت؟ توسط عامل X دقیقاً چه ادعایی می‌توان داشت؟ و خصوصیات بارز X چه خواهد بود؟ چه مدل رسمی یا تجربی را می‌توان برای X قائل بود؟ متغیرهای X کدام‌ها هستند و چطور می‌توان آن‌ها را تعریف نمود؟
۵	قابل اجرا بودن طرح و نحوه جستجو	آیا واقعاً عامل X وجود دارد؟ و در صورت مثبت بودن جواب چه چیزی را می‌توان مصداقی برای آن دانست؟ آیا امکان دارد نتوانیم عامل یا روش X را انجام دهیم؟

سؤالاتی دو گروه اول جدول برای بسط و گسترش پژوهش و تحلیل آن به کار می‌روند. اغلب پژوهشگران این دو مقوله را در یک مطالعه و برخی جدا از هم مورد مطالعه قرار می‌دهند. سؤالات گروه سوم در مقایسه‌ها و انتخاب الگوها، روش‌ها و طراحی‌های متفاوت در ابزار و روش کاربرد دارند. سؤالات گروه چهارم منجر به دید کلی‌تر از پژوهش و ارائه تعاریف موجود در پژوهش می‌شود. سؤالات گروه پنجم نیز درباره عملی بودن یا نبودن روش است که می‌توان از آن برای مقایسه پروژه با پروژه‌های مشابه استفاده کرد و در صورت وجود روش جدید منجر به بهبود

روش‌های قبلی شد. سؤالات گروه پنجم یا آخر را می‌توان به بحث قابلیت اطمینان در پژوهش کیفی مرتبط دانست. همچنین می‌توان از این سؤالات برای ارائه پیشنهادها استفاده کرد.

الگوی ارائه نتایج در نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی از دو منظر «جدید بودن نتایج و یافته‌های پژوهش» و «کاربردی بودن نتایج» موردتوجه قرار می‌گیرند. به‌طورکلی بر اساس تقسیم‌بندی‌های رایج، خروجی‌های نرم‌افزارهای پژوهشی شامل «ارائه روش یا الگو، ارائه تکنیکی برای تحلیل و یا اجراء، بسط موضوع، یا الگوی کلی تعمیم‌یافته از موردی خاص و یا خروجی و نتایج به‌صورت ابداع ابزارها، راه‌حل‌ها و یا کشف الگوریتم سیستم‌های مورد مطالعه» هستند. انواع نتایج خروجی نرم‌افزارهای پژوهش کیفی را می‌توان در جدول ۵۴-۴ مرور کرد (شاو^۱، ۲۰۰۱، به نقل از دولانی و همکاران، ۱۳۹۱). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تحلیل داده‌های کیفی به کمک نرم‌افزارها از اعتبار بیشتری نسبت به نوع دستی آن برخوردار است.

برای همخوانی استراتژی‌های تحلیلی با موضوع موردبررسی باید ظرفیت‌های نرم‌افزارهای مختلف را به‌خوبی شناخت. برخی قابلیت‌های نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی از طریق واژه‌پرداز فارسی در دسترس و قابل‌استفاده است اما برای تحلیل‌های پیچیده به نرم‌افزارهای خاص با قابلیت کار با متون فارسی نیاز است. تحلیل داده‌ها بر فرایند «تدوین، تنظیم، شالوده‌ریزی و بیان مفهوم یا معنی انبوهی از داده‌های جمع‌آوری‌شده» تأکید دارد. نرم‌افزارهای رایج تحلیل داده‌های کیفی اغلب در اموری چون «آماده‌سازی متن از طریق پیاده کردن آن به کمک رایانه»، «ویرایش متون مصاحبه و حتی یادداشت‌های صفحه مصاحبه»، «ذخیره‌سازی اطلاعات»، «نوشتن گزارش و مقاله» و «ذخیره کردن و بازیابی اطلاعات به شکل‌های مختلف کمک می‌کنند. همچنین اغلب نرم‌افزارهای تخصصی مربوط به مطالعات کیفی، قادر به ارائه طیفی از وظایف گوناگون و مشابه به شرح جدول ۵۴-۵ هستند (یمانی و همکاران، ۱۳۸۶؛ زلکویتز و دلورس^۲، ۱۹۹۷ به نقل از دولانی و همکاران، ۱۳۹۱).

جدول ۵۴-۵. موارد استفاده از نرم‌افزارهای رایانه‌ای در مطالعات کیفی

ردیف	موارد	توضیح
۱	ثبت یادداشت میدانی	ثبت موارد یادداشت شده هنگام جمع‌آوری داده در میدان
۲	پیاده‌سازی	نوشتن یا پیاده‌سازی یادداشت‌های میدانی
۳	ویرایش	تصحیح، گسترش یا بازنگری یادداشت‌های میدانی
۴	کدبندی	اتصال برچسب یا واژه کلیدی به قطعاتی از متن برای بازیابی‌های بعدی
۵	ذخیره	نگهداری متن در یک بانک اطلاعاتی سازمان‌دهی شده
۶	جستجو و بازیابی	نشان‌کردن قطعات مرتبط در متن و در دسترس قرار دادن آن‌ها برای مشاهده، همچنین انجام جستجوی پیشرفته با استفاده از اپراتورهای منطقی
۷	مرتب کردن	مرتب کردن و سازمان‌دهی قطعات کدگذاری شده
۸	برقراری ارتباط بین داده‌ها	مرتبط ساختن قطعات متنی به یکدیگر (لینک)، ساخت طبقه‌ها، خوشه‌ها یا شبکه‌ای از اطلاعات
۹	یادداشت برداری شخصی	نوشتن برداشت‌های شخصی یا پیشنهادها بر برخی جنبه‌های اطلاعات به‌عنوان پایه‌ای برای تحلیل عمیق‌تر اطلاعات (ضمیمه‌سازی یادداشت‌های تحلیلی به کدها یا متن)
۱۰	تحلیل محتوا	شمارش فراوانی‌ها، ترتیب داده‌ها یا موقعیت کلمات یا عبارات

1. Shaw

2. Zelkowitz and Delores

۱۱	نمایش داده‌ها	قرار دادن داده‌های انتخاب شده در یک فرمت سازمان‌دهی شده
۱۲	نتیجه‌گیری- اثبات صحت داده‌ها	کمک به تحلیلگر در تفسیر اطلاعات و تأیید یافته‌ها
۱۳	ساخت نظریه	ارائه توضیح نظام‌مند، منطقی و منسجم در مورد یافته‌ها
۱۴	نقشه گرافیکی	ایجاد نمودار نشان‌دهنده یافته‌ها و نظریه‌ها
۱۵	نقل قول‌ها	استخراج نقل قول‌ها برای گزارش‌نویسی
۱۶	نمودار	آماده کردن نمودارها بر اساس یافته‌ها
۱۷	گزارش‌نویسی	آماده‌سازی گزارش‌های بین کار و گزارش نهایی

قبل از شروع تحلیل، می‌توان داده‌ها را در نرم‌افزار واژه‌پردازی مانند word تایپ کرد تا به آسانی وارد افزارهای تخصصی تحلیل داده‌های کیفی شوند. زمانی که داده‌ها وارد شد، به تمامی قسمت‌های متن، آدرس خاصی اختصاص می‌یابد تا هنگام کدبندی داده‌ها بتوان آدرس و موقعیت دقیق هر کد را مشخص کرد. بعد از این مرحله است که فرایند اتصال و برقراری ارتباط بین کدها آغاز می‌شود. پژوهشگر با استفاده از نرم‌افزارها به هر یک از خطوط متن موجود در پایگاه اطلاعاتی شماره‌ای اختصاص داده، و هر قسمت را به بخش‌های معناداری تجزیه می‌کند. قطعه یا بخش، که واحد معنادار یا واحد تحلیل نیز نامیده می‌شود، قسمتی از یک متن است که در آن یک فقره از اطلاعات جامع وجود دارد به گونه‌ای که حتی در خارج از بافت متن قابل درک باشد. هر قطعه یا بخش می‌تواند هر طول یا اندازه‌ای داشته باشد. پژوهشگر هر قطعه یا بخش را با شماره سطری که قطعه با آن شروع شده و شماره سطری که در آن خاتمه یافته، تعیین می‌کند. بر اساس قابلیت‌های نرم‌افزاری انواع استانداردها برای سنجش روایی در جدول ۵۴-۶ ارائه شده است (زلکویتز و دلورس^۱، ۱۹۹۷ به نقل از دولانی و همکاران، ۱۳۹۱). در پژوهش کیفی باید روش سنجش روایی را به‌طور کامل توضیح داد تا درستی آن مشخص شود.

جدول ۵۴-۶. انواع استانداردها برای سنجش روایی نتایج پژوهش کیفی

ردیف	انواع	توضیح
۱	تحلیل نتایج	برای نتایج در قالب یک مدل و الگو، ارائه دلایل و مدارک و پیشنهاد منابع و مأخذ معتبر برای روایی آن
۲	ارزیابی	توجیه علمی نتایج و ارائه دلایل خارجی و عینی
۳	بر اساس تجربه	توجیه علمی و ارائه دلایل خارجی و عینی
۴	مقاعدسازی	تشریح مراحل انجام کار و دلیل نتایج ارائه شده با ارائه دلیل و مدرک
۵	بدیهی بودن نتایج	بی‌نیازی به ارائه دلایل برای روایی بر اساس وجود نتایج قطعی، آشکار و بدیهی

در نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی پس از ورود داده‌ها، فرایند تحلیل با «دسته‌بندی‌های جدید آن‌ها» دنبال می‌شود. این امر با «جستجو و سازمان‌دهی» نظام‌مند و منطقی داده‌ها و برجسته‌سازی برخی از آن‌ها بر اساس الگوریتم-های موجود صورت می‌گیرد. این نرم‌افزارها اغلب اهمیت یک موضوع نسبت به موضوع دیگر را نشان نمی‌دهند بلکه با سازمان‌دهی منطقی، نظام‌مند و چینش‌های مختلف اطلاعات، باعث تسهیل روند ادراک و پویش اطلاعات از سوی پژوهشگر می‌شوند. با الکترونیکی کردن پژوهش کیفی، تمامی مراحل پژوهش مانند گردآوری داده‌ها براساس استانداردهای تعریف شده صورت می‌گیرد. البته این نرم‌افزارها، داده‌ها و اطلاعات پژوهش را مدیریت‌پذیر می‌کنند و

به‌طور مستقیم قادر به ارائه اطلاعات معنی‌دار و معقول نیستند. همچنین آن‌ها به‌طور خودکار داده‌های پژوهش کیفی را تحلیل نمی‌کنند. باید توجه داشت که تحلیل نهایی توسط خود پژوهشگر انجام می‌شود و نرم‌افزار تنها نقش تسهیل‌کننده دارد. در این مسیر داده‌ها باید به‌طور دقیق وارد نرم‌افزار شود و با رویکرد «مدیریت اطلاعات» نسبت به «ذخیره، بازیابی، ارائه چینه‌های متفاوت از اطلاعات، مرتبط کردن مفاهیم در شکل‌های متفاوت، ارائه فرضیه‌ها و نظریه‌ها و ایجاد نمودارها با توجه به چینه‌های مفروضه» اقدام کرد. در این شرایط پژوهشگر با تسلط بر اطلاعات و مشاهده شبکه‌های مختلف از ارتباطات و مفاهیم، نتایج را ارائه می‌دهد (دولانی و همکاران، ۱۳۹۱). نرم‌افزارها برای تسهیل اموری چون «دسترسی، مرتب‌سازی، بازیابی و تحلیل» داده‌های کیفی در حال رشد هستند و فناوری رایانه به بهبود فرایندهای «داده‌پردازی، بازیابی و مرتب‌کردن داده‌های پیچیده» می‌پردازند.

۵۴-۳. مبانی دسته‌بندی نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی

نسخه‌های اولیه نرم‌افزارها بیشتر بر قابلیت‌هایی از قبیل «کدگذاری و جستجوی متن برای دفعات تکرار کدها» تکیه داشتند تا ضمن صرفه‌جویی در وقت، بتوان به‌صورت نظام‌مند جستجو کرد. نسخه‌های بعدی و پیشرفته‌تر روی قابلیت‌های نظریه‌پردازی تکیه کردند. منظور از نظریه‌پردازی جستجو برای تعداد دفعات وقوع کدها در متن، مشخص کردن کدهای همزمان یا در کنار هم و تعیین کدهایی است که در یک قطعه یکسان از داده وجود دارند. در ادامه این نرم‌افزارها در پی یافتن ارتباطات احتمالی بین کدها بودند. این تحلیل‌ها همچنین با ربط یادداشت یا نکات یادآوری‌کننده به کدها یا ایجاد یادداشت‌های جداگانه از عقاید همراه می‌شود. جستجوی این یادداشت‌ها برای یافتن موارد مشترک نیز امکان‌پذیر است. اغلب نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی در دو نوع عمومی یا تخصصی به شرح جدول ۵۴-۷ هستند.

جدول ۵۴-۷. انواع نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی

ردیف	انواع	شامل نرم‌افزارهای
۱	عمومی	الف) «واژه‌پرداز»، ب) «بازیابی‌کننده متن»، ج) «مدیریت متن»
۲	تخصصی	الف) «کدگذاری و بازیابی»، ب) «ساخت نظریه»، ج) «شبکه مفهومی»

۵۴-۳-۱. نرم‌افزارهای عمومی

از نرم‌افزارهای عمومی تحلیل داده‌های کیفی می‌توان به انواع «واژه‌پردازها»، «بازیابی‌کننده‌ها» و «مدیریت‌کننده‌های متن» به شرح جدول ۵۴-۸ پرداخت (یمانی و همکاران، ۱۳۸۶).

جدول ۵۴-۸. انواع نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی عمومی

ردیف	انواع	توضیح
۱	واژه‌پرداز	ازجمله Word با قابلیت‌های «ثبت، پیاده‌سازی و ویرایش»، «آماده‌سازی متن برای «کدگذاری»، «نوشتن متن گزارش»، «ذخیره اطلاعات با سبک موردنظر»، «قابلیت «بازیابی، ویرایش و بازنگری»، «قابلیت جستجوی کلمه و عبارت در متن»، «امکان ایجاد و ارتباط ابرمتن‌ها»، «امکان تایپ کدها داخل آکولاد {} و سپس جستجوی آن‌ها»، «امکان کپی تمام قسمت-های کدگذاری شده در جای دیگر»
۲	بازیابی‌کننده متن	ازجمله «متامورف، سونار، نکست کالکتور و اوربیس» ^۱ و با امکان «جستجوی تمامی موارد یک کلمه یا عبارت در متن یا چند فایل»، «تشخیص غلط املائی و تلفظ مشابه»، «علامت‌گذاری، مرتب‌کردن کلمات در یک فایل جدید، ضمیمه‌کردن توضیحات به کلمات»، «استفاده در تحلیل محتوا با شمارش، نشان‌دادن کلمات در زمینه اصلی و ایجاد فهرستی از کلمات»
۳	مدیریت متن	ازجمله «زی‌اینس‌دکس، فویوس ویو و اسکسام» ^۲ و با امکان «سازمان‌دهی، مرتب کردن و علامت‌گذاری زیرگروه‌ها»، «جستجو و بازیابی کلمات، عبارات، و قطعات کدبندی‌شده»، «سازمان‌دهی متن به هر دو صورت عددی و متنی یا کمی و کیفی»، «قابلیت ایجاد ابرمتن» و «انجام عملیات کدگذاری»

باوجود ظرفیت‌های مورد اشاره جستجوی پاراگراف‌های کدبندی‌شده با کدهای مختلف یا ترکیبی از کدها به آسانی از طریق «ورد» میسر نیست. درمجموع باوجود نرم‌افزارهای تخصصی تحلیل کیفی، استفاده از «ورد» برای این منظور چندان مقرون به صرفه نیست. به همین نحو با توجه به وجود بسیاری از قابلیت‌ها در نرم‌افزارهای تخصصی تحلیل داده‌هایی کیفی، اغلب کاربرد این نرم‌افزارها بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

۵۴-۳-۲. نرم‌افزارهای تخصصی تحلیل داده‌های کیفی

از نرم‌افزارهای تخصصی تحلیل داده‌های کیفی می‌توان به انواع «کدگذاری و بازیابی»، «ساخت نظریه» و «شبکه مفهومی» به شرح جدول ۵۴-۹ اشاره کرد (یمانی و همکاران، ۱۳۸۶).

جدول ۵۴-۹. انواع نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی تخصصی

ردیف	انواع	توضیح
۱	کدگذاری و بازیابی	ازجمله «اتنوگراف، کوال‌پرو، نودیست و هایپرکوال» ^۳ با امکان «تبدیل متن به قطعات و اتصال کدهایی به آن قطعات»، «بازیابی و نمایش تمام قطعات دارای کد مشخص یا ترکیبی از کدها»، «جستجوی زنجیره‌ای از حروف»، «ایجاد ابرمتن» و در مواردی «ساخت نظریه»
۲	ساخت نظریه	ازجمله «هایپر ریسرچ، نودیست، اطلس‌تی آی و آکواد» ^۴ با امکان «همان مشخصات برنامه‌های کدگذاری و بازیابی» به علاوه «برقراری ارتباط بین کدها»، «ساخت نوع پیشرفته‌تری از طبقه‌بندی‌ها»، «فرموله کردن اظهارات افراد بر اساس دلالت آن بر ساختاری مفهومی منطبق بر اطلاعات و داده‌ها» و «آزمون میزان انطباق اظهارات با مفاهیم مشخص شده»
۳	شبکه مفهومی	ازجمله «سم نت و مگا» ^۵ با امکان «ساخت نظریه و آزمایش آن»، «ایجاد شبکه‌های گرافیکی نظام‌مند»، «دیدن متغیرها به صورت متصل شده با سایر متغیرها بر اساس عوامل ارتباطی خاص»، «ایجاد شبکه از داده‌ها، مفاهیم و ارتباطات بین آن‌ها»

1. Metamorph, Sonar Professional, Text collector and Orbis
2. ZyINDEX, Foios VIEWS and Asksam
3. Ethnograph, Qualpro, Nudist and Hyperqual
4. Hyperresearch, Nudist, Atlas/ti and Aquad
5. Sem net and MECA

لازم به توضیح است که هیچ برنامه‌ای قادر به ساخت «نظریه» به مفهوم اصلی آن نیست. زیرا رایانه فکر نمی‌کند و قادر به درک معانی اطلاعات در یک مطالعه کیفی نیست، اما برنامه‌های نرم‌افزاری در میزان حمایتی که از تلاش‌های پژوهشگر در راستای ساخت نظریه دارند، تفاوت‌ها و اثربخشی خود را مشخص می‌کنند. برخی برنامه‌های نرم‌افزاری این دسته، قابلیت‌های جستجوی پیشرفته‌تری دارند. برخی قابلیت کدگذاری و بازیابی سایر انواع داده‌ها به‌غیر از متن همچون «تصویر، صوت و فیلم» را دارند. این برنامه‌ها با استفاده از سخت‌افزارهای خاصی می‌توانند مشخص کنند که قطعه‌ای از فیلم که کد خاصی گرفته است، در کدام قسمت فیلم است و آن را برای شما نمایش می‌دهند. بسیاری از بسته‌های نرم‌افزاری، تصاویر گرافیکی را در بانک اطلاعاتی ذخیره می‌کنند، ولی همه آن‌ها قادر به کار کردن با فیلم نیستند. ازجمله برنامه‌های با قابلیت کار روی فیلم می‌توان به «ویتلوگال، سی ویدئو و ویدئو لاگر»^۱ اشاره کرد (یمانی و همکاران، ۱۳۸۶). درمجموع برخی از مهم‌ترین نرم‌افزارهای تخصصی رایج در تحلیل داده‌های کیفی را می‌توان در جدول ۵۴-۱۰ مرور کرد.

جدول ۵۴-۱۰. برخی نرم‌افزارهای پرکاربرد تحلیل داده‌های کیفی

ردیف	انواع نرم‌افزار	توضیح
۱	MAXQDA	برای و تحلیل داده‌های گردآوری‌شده توسط روش‌های کیفی و ترکیبی
۲	AtlasTi	برای کار با داده‌ها در گراند تئوری و دارای ابزارهایی برای مدیریت، استخراج، مقایسه، کشف، و بازسازی دوباره بخش‌های معنی‌دار انبوه داده‌ها
۳	NVivo	برای پژوهش‌های مبتنی بر متون بسیار غنی یا اطلاعات چندرسانه‌ای و سطوح عمیق تحلیل در حجم کوچک یا بزرگ داده‌ها
۴	Hyper research	با قابلیت تحلیل کیفی، کدگذاری و بازیابی داده‌های کدگذاری شده و تولید گزارش‌های مختلف
۵	Nud*ist	تحلیل داده کیفی در طی پنج سطح
۶	AnSWR	با امکان تولید بیش از ۳۰ نوع گزارش متفاوت از پژوهش

در اغلب نرم‌افزارها امکان بهره‌برداری رایگان از نسخه آزمایشی به‌صورت موقت وجود دارد.

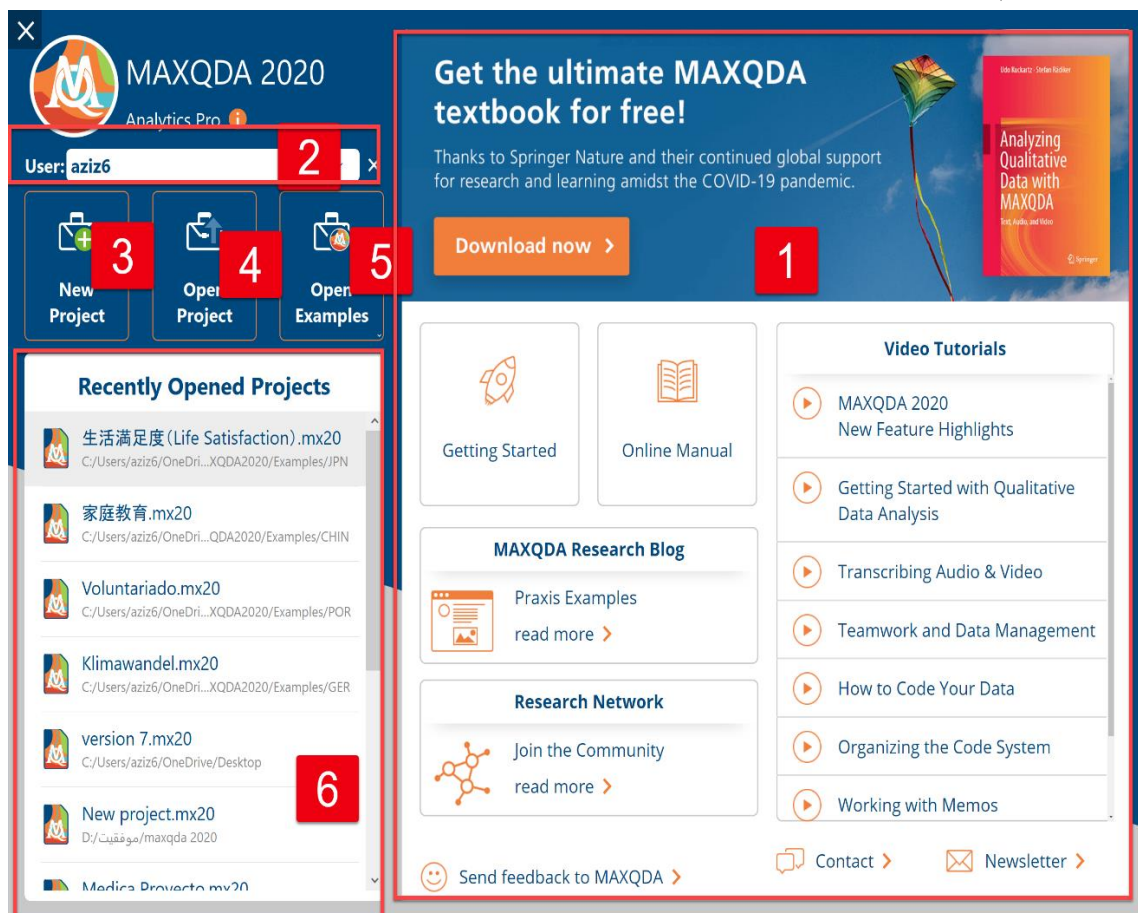
۵۴-۴. مکس کیو دی ای MAXQDA

نرم‌افزار MAXQDA (Qualitative Data Analysis) نرم‌افزاری حرفه‌ای برای تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده توسط روش‌های کیفی و ترکیبی است. این نرم‌افزار محدود به یک رویکرد پژوهشی یا روش نیست. در تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از «گراند تئوری، گروه‌های متمرکز، پدیدارشناسی، قوم‌نگاری، تحلیل گفتمان، تحلیل روایت و تحلیل محتوای کیفی» می‌توان از این برنامه استفاده کرد. سازمان‌دهی، ارزیابی، کدگذاری، حاشیه‌نویسی و تفسیر انواع داده‌ها، دستیابی آسان به گزارش‌ها و تصاویر و اتصال و اشتراک‌گذاری با پژوهشگران دیگر ازجمله قابلیت‌های این نرم‌افزار است. نرم‌افزار MAXQDA ساخت شرکت Verbi آلمان است و با زبان فارسی سازگاری بالایی دارد و یک بسته نرم‌افزاری پیشگام در جهان برای پژوهش‌ها کیفی است. این نرم‌افزار از جامع‌ترین برنامه‌ها در این زمینه شناخته می‌شود که توسط هزاران محقق در بیش از ۱۵۰ کشور جهان مورد استفاده قرار دارد. اولین نسخه این نرم‌افزار در سال ۱۹۸۹

تحت عنوان MAX برای سیستم عامل DOS طراحی و وارد بازار شد. سپس در فواصل مختلف نسخه‌های جدیدتر آن به بازار آمد. جدیدترین نسخه این نرم افزار در سال ۲۰۱۹ تحت عنوان MAXQDA 2020 ارائه شده است که قابلیت‌ها و کاربردهای متنوع و عالی دارد.

نرم افزار MAXQDA کاربردهای متنوعی دارد. این نرم افزار به جمع آوری، سازمان دهی، تجزیه و تحلیل، به تصویر کشیدن و انتشار داده‌ها کمک می‌کند و امکان تحلیل داده‌ها با حداکثر انعطاف پذیری و طیف وسیعی از داده‌ها را دارد. با آن می‌توان «اسناد، فایل‌های PDF، جداول، تصاویر، فایل‌های ویدئویی، تویت‌های توئیتر، نظرات یوتیوب، منابع جغرافیایی، اطلاعات کتابشناسی و غیره» را وارد نرم افزار و آسان آن‌ها را تحلیل کرد. قابلیت کار با فایل‌های مختلف یکی از ویژگی‌های بارز نرم افزار MAXQDA است. قابلیت کار تیمی به عنوان یکی از اهداف پژوهش در نرم افزار MAXQDA برای هدایت تیمی پژوهش پیش‌بینی شده است. قابلیت به تصویر کشیدن تحلیل‌ها در نرم افزار MAXQDA را می‌توان یک امتیاز ویژه دانست. یک تصویر بیش از ۱۰۰۰ کلمه می‌تواند حرف بزند. نرم افزار MAXQDA در هر مرحله از «جمع آوری داده‌ها»، «تحلیل داده‌ها» و «انتشار یافته‌ها» قابل استفاده است. با استفاده از این نرم افزار کار پژوهش و تحلیل کیفی کاری جذاب و مفرح کرده است؛ به شرط آن‌که به درستی از ظرفیت‌های آن استفاده شود.

با باز کردن نرم افزار MAXQDA صفحه‌ای ورودی به شکل ۵۴-۱ نمایان می‌شود.



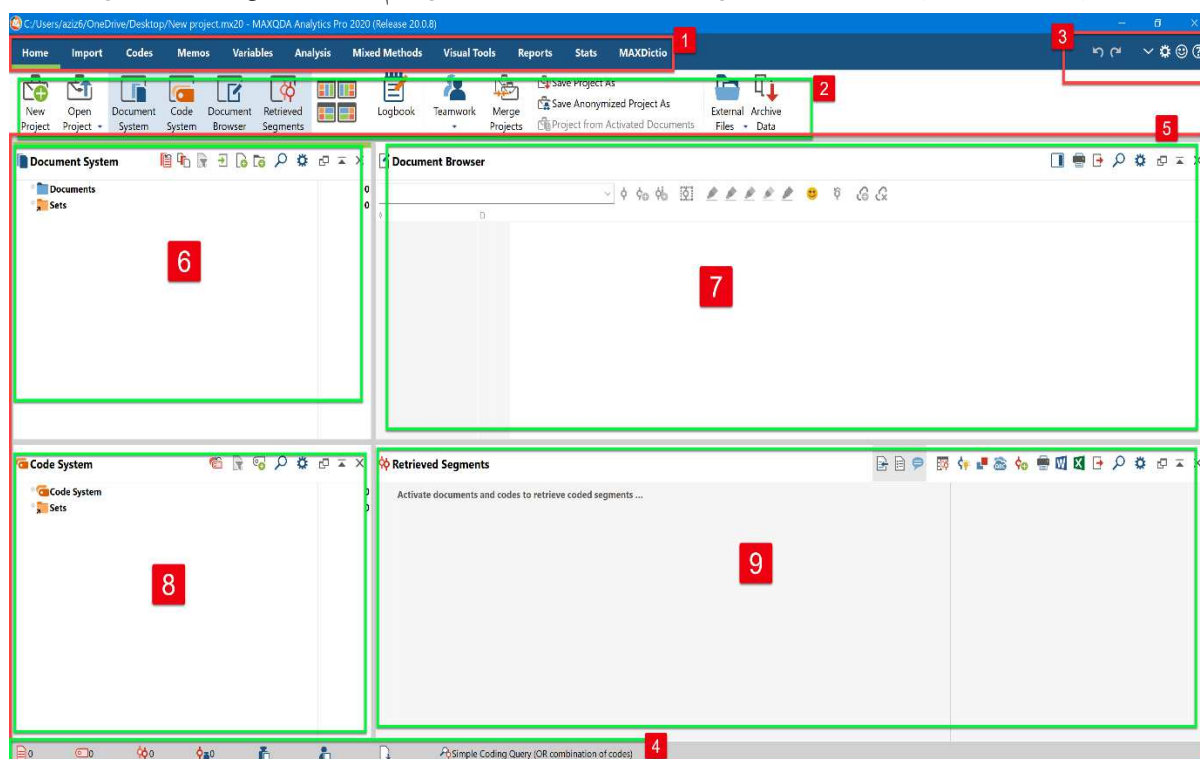
شکل ۵۴-۱. صفحه ورودی نرم افزار MAXQDA و اجزای آن

صفحه ورودی نرم افزار MAXQDA دارای بخش های مختلفی به شرح جدول ۵۴-۱۱ است.

جدول ۵۴-۱۱. اجزای صفحه ورودی نرم افزار به ترتیب شماره های مشخص شده

ردیف	اجزا	توضیح
۱	تازه ها	بخش اخبار و تازه های نرم افزار MAXQDA
۲	انتخاب کاربر	انتخاب کاربر برای ورود به نرم افزار و اغلب مناسب برای کارهای گروهی و با قابلیت تعریف رمز ورود
۳	ایجاد پروژه جدید	در شروع کار با نرم افزار و نبود پروژه قبلی با امکان تعریف یک پروژه جدید و ذخیره آن در مکان مناسب
۴	بازکردن پروژه موجود	امکان انتخاب و بازکردن پروژه های موجود در کامپیوتر شما
۵	باز کردن پروژه نمونه	وجود پروژه های پیش فرض و نمونه در نرم افزار MAXQDA به ۵ زبان مختلف
۶	باز کردن پروژه اخیر	امکان باز کردن پروژه ای که اخیراً توسط نرم افزار باز شده

با ایجاد پروژه جدید یا پروژه های فعال قبلی، صفحه کار یا صفحه اصلی نرم افزار به شکل ۵۴-۲ باز می شود.



شکل ۵۴-۲. صفحه اصلی یا صفحه کار در نرم افزار MAXQDA

صفحه اصلی یا صفحه کار در نرم افزار MAXQDA دارای بخش هایی به شرح جلد ۵۴-۱۲ است.

جدول ۵۴-۱۱. اجزای صفحه ورودی نرم افزار MAXQDA به ترتیب شماره های مشخص شده

ردیف	اجزا	توضیح
۱	منوهای اصلی	منوهای اصلی نرم افزار MAXQDA
۲	زیرمنوها	دسترسی به آن ها از طریق کلیک روی هر منوی اصلی (در تصویر زیر منوهای بخش Home باز شده)
۳	تنظیمات نرم افزار	شامل بازگشت به عقب یا به جلو و همچنین دسترسی به آموزش های آنلاین و سؤالات متداول
۴	نوار وضعیت نرم افزار	نشان دهنده تعداد سند و کد در حالت انتخاب
۵	پنجره های اصلی	چهار پنجره اصلی نرم افزار MAXQDA
۶	پنجره Document system	پنجره محل ورود هر سند به نرم افزار با امکان انتخاب کردن و دسته بندی کردن اسناد

۷	پنجره Document browser	نمایش هر سند انتخاب شده از پنجره قبل با امکان کدگذاری روی محتوای آن
۸	پنجره Code system	نمایش هر کد اختصاص یافته در پنجره قبل به صورت تجمعی و پشت سر هم با امکان ویرایش و دسته‌بندی آن‌ها در این محیط
۹	پنجره Retrieved segments	برای تشخیص کدهای اختصاص یافته به بخش‌های مختلف اسناد (برای آن باید حداقل یک سند و یک کد در پنجره‌های Document system و Code system با کلیک راست روی اسناد و کدها فعال شده باشند).

وارد کرد اسناد به نرم‌افزار MAXQDA به در فرایندی به شرح شکل ۵۴-۳ اتفاق می‌افتد.



شکل ۵۴-۳. فرایند وارد کردن اسناد به نرم‌افزار MAXQDA

مراحل فرایند وارد کردن اسناد به نرم‌افزار در جدول ۵۴-۱۲ مرور شده است.

جدول ۵۴-۱۲. مراحل وارد کردن اسناد به نرم‌افزار MAXQDA به ترتیب شماره‌های مشخص شده

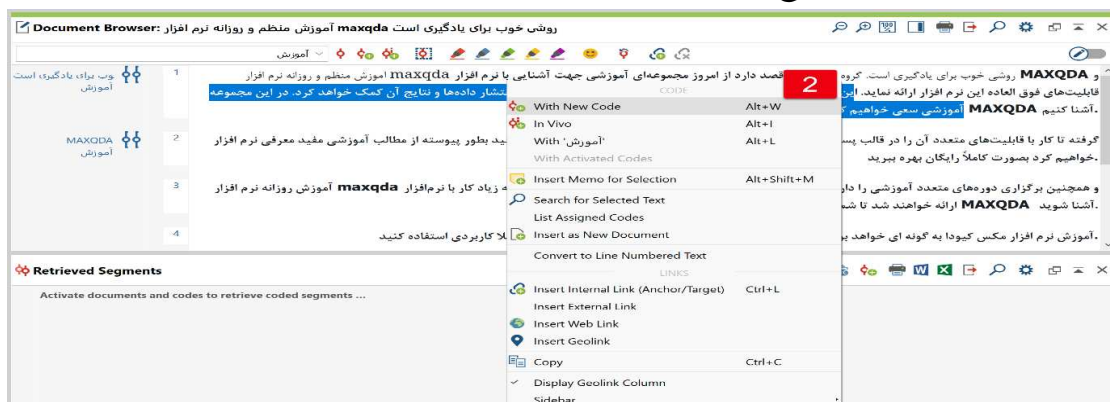
ردیف	مراحل	توضیح
۱	انتقال	استفاده از بخش Import برای وارد کردن اسناد به نرم‌افزار (برای نمونه وارد اسناد متنی از نرم‌افزار ورد از بخش اول و وارد کردن فایل‌های تصویری و صوتی و ویدئویی از بخش‌های مربوطه مانند تصویر)
۲	استقرار	استقرار هر سند وارد نرم‌افزار شده در پنجره Document system
۳	نمایش	نمایش هر سند منتخب به کمک مداد یا نشانگر موجود در صفحه در پنجره Document system در پنجره Document browser

برای کدگذاری اسناد باید سند موردنظر را در «پنجره Document browser» بازکرد و قطعه‌ای از متن دارای «یک معنا و مفهوم واحد» یا به اصطلاح «یک واحد معنایی» را انتخاب کرد و با کلیک راست روی آن قطعه انتخاب شده کدگذاری را انجام داد. در ادامه این مراحل به ترتیب در تصاویر نشان داده شده است. در تصویر ۵۴-۴ گام نخست یا انتخاب قطعه موردنظر و دارای «یک واحد معنایی منحصر به فرد» و «با امکان برداشت یک مفهوم از آن» انتخاب می‌شود.

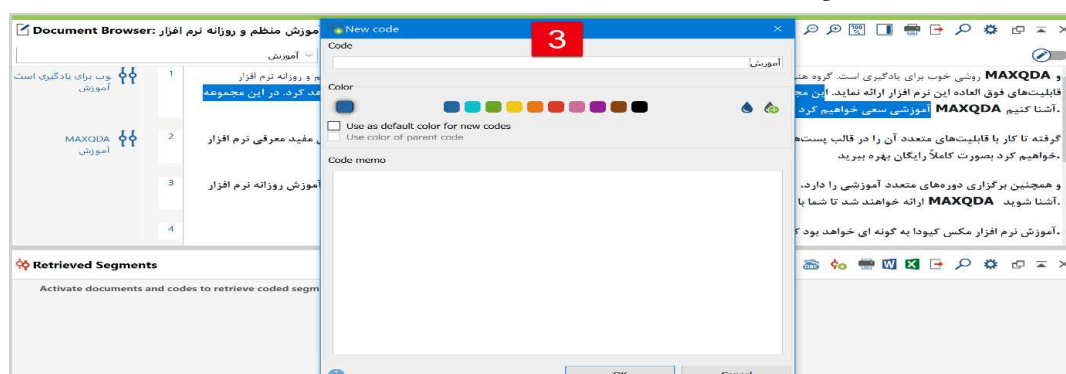


شکل ۵۴-۴. گام اول کدگذاری و انتخاب قطعه دارای معنای خاص از متن

در گام دوم با کلیک راست روی بخش انتخاب شده پنجره‌ای به شکل ۵۴-۵ باز می‌شود و شما می‌توانید با انتخاب گزینه اول عملیات کدگذاری را شروع کنید.



شکل ۵۴-۵. گام دوم کدگذاری و کلیک راست روی متن انتخاب شده و انتخاب دستور ایجاد کد جدید در گام سوم و با باز شدن پنجره کدگذاری، باید در جعبه مشخص شده «برچسب یا کد موردنظر» برای بخش انتخاب شده را تعیین کرد (شکل ۵۴-۶).

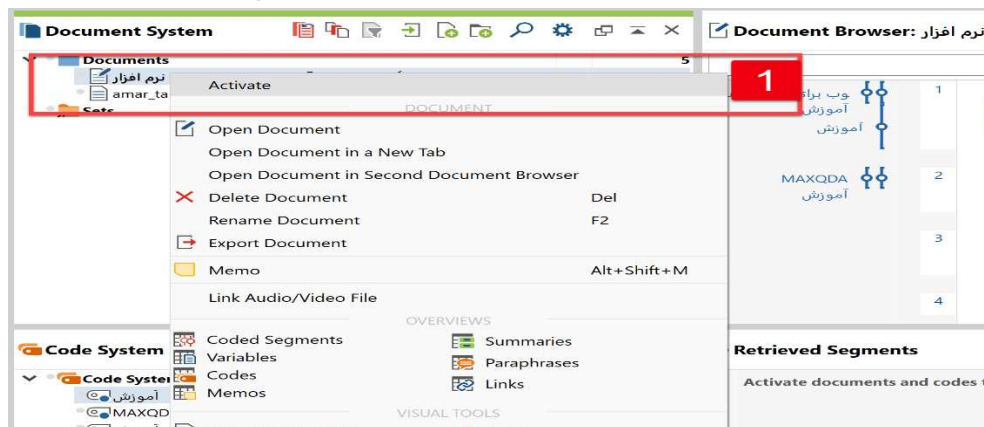


شکل ۵۴-۶. گام سوم کدگذاری و انتخاب کد در کادر ایجاد شده در گام چهارم و بعد از کلیک روی OK در پایین پنجره کدگذاری، کد موردنظر به بخش انتخاب شده اختصاص می‌یابد و هم‌زمان در هر دو پنجره Document browser و Code system به نمایش درمی‌آید (شکل ۵۴-۷).



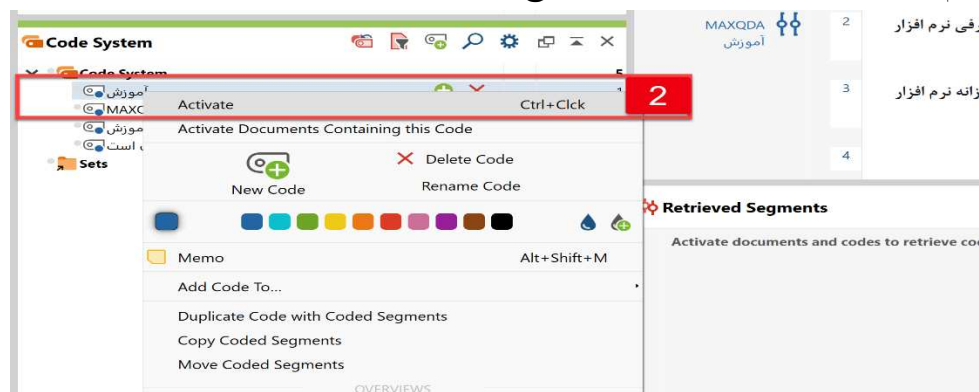
شکل ۵۴-۷. گام چهارم کدگذاری و کلیک روی اوکی برای اختصاص کد و نمایش آن در دو پنجره برای بازبینی کردن بخش‌ها و قطعات کدگذاری شده از «پنجره Retrieved segments» استفاده می‌شود. برای این منظور باید حداقل یکی از اسناد و حداقل یکی از کدها فعال شده باشد. کاربرد این پنجره که یکی از مفیدترین پنجره‌های

نرم‌افزار MAXQDA است بازیابی قطعات کدگذاری شده برای مقایسه و کمک به تحلیل پیشرفته است. در ادامه مراحل این کار در سه گام «فعال کردن سند مورد نظر»، «فعال کردن کد مورد نظر» و «بازیابی قطعه مورد نظر» به صورت تصویری معرفی خواهد شد. در گام اول فعال کردن سند مورد نظر به شرح شکل ۵۴-۸ صورت می‌گیرد.



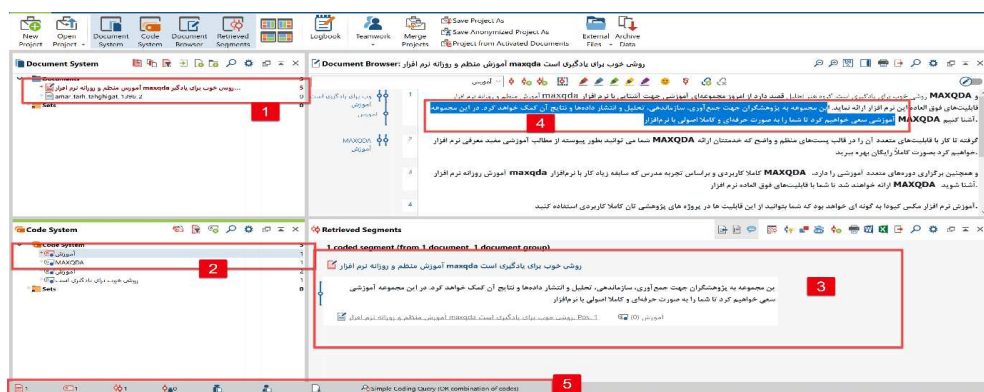
شکل ۵۴-۸. گام اول بازیابی قطعات کدگذاری شده و فعال کردن سند مورد نظر

در گام دوم باید «کد یا کدهای موردنظر» را به شرح شکل ۵۴-۹ فعال کرد.



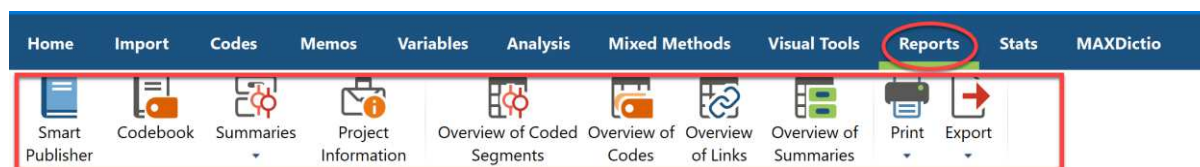
شکل ۵۴-۹. گام دوم بازیابی قطعات کدگذاری شده و فعال کردن کد یا کدهای مورد نظر

گام سوم و نهایی «بازیابی شدن قطعه موردنظر» از سند موردنظر کدگذاری شده است. در تصویر ۵۴-۱۰ بخش‌های شماره‌گذاری شده فعالیت‌های منجر به بازیابی قطعه موردنظر، در کنار هم نمایش داده می‌شود. در شماره ۵ روی تصویر یا «نوار وضعیت»، تعداد اسناد و کدهای انتخابی و تعداد قطعات بازیابی شده قابل دیدن است.



شکل ۵۴-۱۰. گام نهایی و مرور مراحل مختلف بازیابی قطعات کدگذاری شده در یک تصویر

پس از پایان کار با نرم‌افزار MAXQDA باید از آن خروجی گرفت. راه‌های مختلفی برای خروجی گرفتن از نرم‌افزار MAXQDA وجود دارد که یکی از این راه‌ها بخش Report است. این بخش که در منوی اصلی نرم‌افزار قرار دارد، روش‌های مختلف خروجی گرفتن را در برمی‌گیرد (شکل ۵۴-۱۱).



شکل ۵۴-۱۱. مسیر گرفتن خروجی از نرم‌افزار MAXQDA از طریق بخش Report

۵-۵۴. نرم‌افزار اطلس AtlasTi

امکان کار با داده‌ها در گراندد تئوری و برخوردار از ابزارهایی برای «مدیریت، استخراج، مقایسه، کشف و بازسازی دوباره بخش‌های معنی‌دار انبوه داده‌ها» است. این نرم‌افزار دارای امکانات «استخراج داده از دیگرام‌های فازی»، «محاسبات درصد جرمی و حجمی فازها» و «محاسبه ضریب توزیع در سیستم‌های انجماد دوتایی» است. به علاوه می‌توان داده‌های نرم‌افزار را به صفحه گسترده Excel نیز انتقال داد. اصول اصلی فلسفه Atlas-Ti بانام اختصاری ابتدای کلمات به شرح جدول ۵۴-۱۳ است.

جدول ۵۴-۱۳. اصول فلسفی اطلس تی‌ای به‌عنوان VISE

ردیف	انواع نرم‌افزار	توضیح
۱	Visualization	تجسم
۲	Integration	یکپارچه‌سازی
۳	Serendipity	قلاب اندازی
۴	Exploration	اکتشاف

این نرم‌افزار ابزارهای متنوعی برای ایجاد رویکردی نظام‌مند به «داده‌های بی‌ساخت» یا داده‌های غیرقابل تحلیل معنادار توسط رویکردهای آماری دارد. نرم‌افزار اطلس تی‌ای با محیط کاری قدرتمند برای تجزیه و تحلیل‌های کیفی به‌خصوص گروه‌های بزرگ داده‌های «متنی، گرافیکی، صوتی و ویدئویی» است. این نرم‌افزار به‌جای تحلیل‌های کمی با تحلیل‌های کیفی به تعیین عناصر دربرگیرنده داده‌ها و تفسیر معنی آن‌ها می‌پردازد و به کشف پدیده‌های پیچیده در پشت داده‌های بی‌ساخت کمک می‌کند. محاسبات این نرم‌افزار به شرح جدول ۵۴-۱۴ است.

جدول ۵۴-۱۴. انواع محاسبات نرم‌افزار Atlas-Ti

ردیف	انواع
۱	انجام محاسبات قانون اهرم در ناحیه دو فاز مشخص
۲	محاسبه درصد وزنی و حجمی فازها و چگالی نظری فازها و رسم آن
۳	محاسبه درصد حجمی فازها و امکان ارسال داده‌های آن به نرم‌افزار Excel
۴	انجام محاسبه با داده‌های برداری و تعیین تغییرات چگالی ترکیبات
۵	ترسیم ارتباط گرافیکی مناسب
۶	محاسبه میانگین ضریب توزیع در یک بازه دمایی مشخص با استفاده از داده‌برداری خطوط Solidus و Liquidus
۷	رسم تغییرات ضریب توزیع نسبت به دما برای هر سیستم دوتایی دلخواه و مشخص کردن مقدار با درون‌یابی و میانگین‌گیری

یک نرم‌افزار نظریه‌ساز مبتنی بر کد است. این نرم‌افزار برای ایجاد پیوند بین کدها و یا برچسب‌ها با متن یا قسمتی از متن به کار می‌رود. در ادامه پژوهشگر با جستجوی کدها و برچسب‌ها به اطلاعاتی درباره نمونه‌های پژوهش دسترسی پیدا می‌کند. همچنین این نرم‌افزار با رده‌بندی کدها در مقوله‌های متفاوت، مدلی مفهومی از ساختار داده‌های جمع‌آوری شده ارائه می‌دهد. این نرم‌افزار دارای دو فایل راهنما برای «مبتدیان و حرفه‌ای‌ها» است. نرم‌افزار اطلس تی‌آی قابلیت تحلیل داده‌های «متنی، صوتی و تصویری» را دارد. شاخصه اصلی این نرم‌افزار تحلیل داده‌ها با استفاده از روش هرمنوتیک است. بدین صورت که داده‌های هر پژوهش در این نرم‌افزار به اصطلاح واحد هرمنوتیک (HU) خوانده می‌شود. پس از وارد کردن داده‌ها در قالب «کلمات، عبارت و یا پاراگراف‌ها» می‌توان به کدگذاری آن‌ها پرداخت. بعد از کدگذاری می‌توان داده‌های دلخواه را در اشکال مختلف مانند متن یا نمودار مشاهده و ذخیره کرد. همچنین این نرم‌افزار قابلیت انتقال داده‌های موردنیاز به سایر نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کمی را هم دارد. برای نمونه نرم‌افزارهای SPSS از نسخه ۶ به بعد و Microsoft Excel می‌توانند داده‌های این نرم‌افزار را بخوانند. نرم‌افزار اطلس دارای امکانی برای انتشار اطلاعات ذخیره شده بر روی صفحات وب است. بدین صورت که می‌توان اطلاعات انتخاب شده را در قالب صفحه وب ذخیره کرد و حتی بین صفحات مختلف ارتباط ایجاد نمود و در اینترنت منتشر کرد.

۵۴-۶. نرم‌افزار ان وی‌و NVivo

این نرم‌افزار برای «جمع‌آوری، سازمان‌دهی و تحلیل داده‌های کیفی» استفاده می‌شود. با این نرم‌افزار تمامی «اسناد، مدارک و اطلاعات» جمع‌آوری شده به صورت یک پروژه الکترونیکی سازمان‌دهی خواهند شد. این داده‌ها می‌تواند شامل انواع «اطلاعات، دیده‌ها، شنیده‌ها، تجارب و افکار» پژوهشگر درباره نمونه موردبررسی باشد. برخی کارشناسان این نرم‌افزار را یک راهنمای خوب برای پژوهشگران مبتدی و ناآشنا با مفاهیمی مانند «توصیف داده‌ها، تحلیل داده‌ها، پایایی و روایی یافته‌ها» می‌دانند. این نرم‌افزار قابلیت بالایی در اجرای پژوهش‌های کیفی، به عنوان یک وسیله ارتباطی استاندارد دارد. در استفاده از آن باید تمامی مراحل انجام تحقیق از جمله «جمع‌آوری، سازمان‌دهی و تحلیل داده‌ها» به صورت استاندارد طراحی شود تا خوانندگان بتوانند به راحتی اطلاعات موجود را درک کنند.

این نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی بر پژوهش‌های مبتنی بر متون بسیار غنی یا اطلاعات چندرسانه‌ای با سطوح عمیق تحلیل در حجم کوچک یا بزرگ داده‌ها تأکید دارد. از ظرفیت‌های آن «طبقه‌بندی و ساماندهی اطلاعات»، «بررسی رابطه داده‌ها»، «تحلیل داده‌ها»، «آزمایش نظریه‌های پژوهش» و «شناسایی روند داده‌ها» است. نرم‌افزار NVivo داده‌ها را در قالب‌های «صوتی، فیلم‌ها، تصاویر دیجیتالی، Word، PDF، Excel، وبسایت و انواع داده‌های رسانه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، تویتر، یوتیوب» پشتیبانی می‌کند. همچنین می‌توان داده‌ها را از برنامه‌های کاربردی مانند «word»، «Excel»، «SPSS»، «EndNote» و موارد مشابه دیگر را به این نرم‌افزار وارد کرد.

۵۴-۷. نرم افزار Hyper Research

از قابلیت های نرم افزار می توان به «تحلیل های کیفی»، «کدگذاری داده ها»، «بازیابی داده های کدگذاری شده»، «تولید گزارش های مختلف در حین و در اتمام پژوهش»، «تولید و تحلیل گزارش ها در قالب متن، تصویر، نمودار، صوت» و «ساخت فرضیه» اشاره کرد. این نرم افزار دارای یک منوی راهنمای آسان برای استفاده کاربران است.

۵۴-۸. نرم افزار Nud*ist

این نرم افزار تحلیل داده کیفی در پنج سطح کارکردی از پایین به بالا در جدول ۵۴-۱۵ معرفی شده است.

جدول ۵۴-۱۵. سطوح عملیاتی در نرم افزار Nud*ist

ردیف	سطوح
۱	بازیابی اطلاعات و داده های کیفی وارد شده به نرم افزار
۲	مدیریت اطلاعات و داده های متنی
۳	بازیابی و کدگذاری داده ها
۴	تولید فرضیه و نظریه بر اساس اطلاعات کدگذاری شده
۵	تولید شبکه مفاهیم از اطلاعات و داده های موجود

۵۴-۹. نرم افزار AnSWR

نرم افزاری با قابلیت تحلیل داده کیفی در سطحی وسیع و انجام کار گروهی و حتی محدود و انفرادی است. در استفاده از این نرم افزار سه پیش شرط «طراحی پژوهش بر پایه اصول علمی و سیری نظام مند»، «سازمان دهی و تعریف عوامل و داده های مرتبط در یک نظم منطقی و در ابتدای پژوهش» و «تعریف هر داده بر اساس کاراکترها، عوامل یا متغیرهای مربوط به خود برای ورود به نرم افزار» برخوردار است. شاخصه اصلی نرم این افزار امکان تولید بیش از ۳۰ نوع گزارش متفاوت از پژوهش است که پژوهشگر می تواند از این گزارش ها برای خلاصه کردن و معرفی پژوهش در قالب «متن، جدول، نمودار» و امثال آن استفاده کند.

۵۴-۱۰. مزایا و معایب نرم افزارهای تحلیل داده های کیفی

برخی از مزایای استفاده از نرم افزارهای تحلیل داده های کیفی در جدول ۵۴-۱۶ ارائه شده است.

جدول ۵۴-۱۶. مزایای استفاده از نرم افزارهای تحلیل داده های کیفی

ردیف	موارد	توضیح
۱	اثر بخشی بیشتر	توانایی مدیریت حجم وسیع اطلاعات
۲	صرفه جویی در وقت	انجام کار بیشتر در زمان کوتاه تر پس از تسلط بر نرم افزار
۳	قابلیت انعطاف و دقیق بودن شیوه برخورد با اطلاعات	امکان کدگذاری، حذف کدها، جابه جا کردن و تلفیق کدها و همچنین جستجوی کدها و اضافه کردن ایده ها به صورت یادداشت به آن ها
۴	افزایش صحت و اعتبار داده ها	بررسی دقیق تر و کامل تر داده ها توسط نرم افزار و امکان ارزیابی از ابعاد مختلف
۵	امکان انجام تحلیل های پیچیده تر	بهره گیری از ابرمتن یا جستجوی پیشرفته، بررسی روابط بین داده ها با ظرفیتی فراتر از توان معمول انسانی

برخی از معایب استفاده از نرم افزارهای تحلیل داده های کیفی در جدول ۵۴-۱۷ ارائه شده است.

جدول ۵۴-۱۷. معایب استفاده از نرم‌افزارهای کامپیوتری در تحلیل داده‌های کیفی

ردیف	موارد	توضیح
۱	تمرکز بر کمیت به جای معانی	احتمال اقدام به تحلیل سطحی با حجم زیاد داده به جای تحلیل عمیق با داده کمتر
۲	یکنواختی رویکردهای تحلیل	کمرنگ شدن عنصر تخصص به عنوان شرط لازم رویکرد استقرایی در تحلیل داده‌ها و ساخت طبقه‌ها و چارچوب مفهومی
۳	محوریت کدگذاری	تأکید بر کدگذاری و بازیابی برای ساخت نظریه با شکستن داده‌ها به قطعات و احتمال از دست رفتن معنای داده در متن اصلی
۴	فاصله گرفتن از داده‌ها	فاصله گرفتن پژوهشگر از داده‌ها و احتمال از دست رفتن معانی واقعی داده‌ها
۵	کاربرد نامناسب فناوری	احتمال ایجاد انحراف از تفکر عمیق درباره داده‌ها

در جمع‌بندی استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل داده کیفی می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که این امر به «ماهیت پژوهش، حجم مطالعه، تجربه پژوهشگر و منابع در دسترس» بستگی دارد. پژوهشگران همواره باید حق انتخاب داشته باشند. به منظور حمایت از تنوع خلاقیت، عقاید نو، نوآوری، و پیشرفت در پژوهش‌های کیفی، پژوهشگران باید داده‌های هر پژوهش کیفی را بر اساس «هدف، سؤال و روش‌ها» تحلیل کنند. با توجه به مزایا و معایب بیان‌شده هر پژوهشگر با توجه به شرایط مطالعه و امکانات در دسترس در این مورد قضاوت خواهد کرد. اگر حجم داده‌ها وسیع باشد، استفاده از نرم‌افزار بهترین راه است. پژوهشگر باید تمام محدودیت‌ها را در نظر داشته باشد و با رعایت یک سری نکات، سعی کند که این محدودیت‌ها را به حداقل برساند. برای نمونه باید دقت داشت که در عین توجه به کمیت داده‌ها، کیفیت و عمق تفسیر آن‌ها را از دست نداد و از داده‌ها فاصله نگرفت و با خواندن مکرر مصاحبه‌ها به طور عمیق درگیر داده‌ها شود. همچنین در پژوهش‌های مختلفی که انجام می‌دهد، رویه یکسانی را پیش نگیرد و با توجه به نوع داده‌ها در مورد شیوه تحلیل و تفسیر داده‌ها تصمیم‌گیری کند. به عبارت دیگر، خود را در محور تحلیل و تفسیر قرار دهد و از نرم‌افزار تنها به عنوان ابزار کمکی استفاده کند. در ادامه، باید در انتخاب نرم‌افزار برای تحلیل داده‌ها با توجه به شرایط پژوهش، نوع داده‌ها و امکانات دقت داشت.

مشخص کردن بهترین نرم‌افزار برای تحلیل داده‌های کیفی ممکن نیست، زیرا انتخاب نرم‌افزار مناسب برای هر پژوهشگر می‌تواند متفاوت باشد و به عواملی از قبیل «میزان آشنایی و تسلط بر رایانه»، «وقت مورد انتظار برای کار»، «هزینه اختصاص داده‌شده»، «پروژه موردنظر و نوع تحلیل مورد انتظار» بستگی دارد. البته معیارهای دیگری چون «انعطاف‌پذیری برنامه و قابلیت استفاده در امور مختلف» نیز مهم است. اگرچه نرم‌افزارهای زیادی برای تحلیل داده‌های کیفی وجود دارد، اما هنوز نرم‌افزار کامل و تخصصی برای تحلیل متون فارسی در دسترس نیست. البته واژه‌نگارهای فارسی و حتی سایر نرم‌افزارهایی که الزاماً برای این کار طراحی نشده‌اند، قادرند بخشی از تحلیل‌های موردنیاز را انجام دهند (یمانی و همکاران، ۱۳۸۶).





بخش ششم

مفہوم شناسے و معادل یا بے دریژوہش



مفهوم شناسی در پژوهش

هدف کلی: آشنایی با انواع مفاهیم در حوزه پژوهش

اهداف یادگیری

- آشنایی با انواع معادل‌ها برای کلمات کلیدی در پژوهش
- آشنایی با انواع تفاوت و تمایزهای مفهومی میان کلمات کلیدی در پژوهش
- آشنایی با بهترین معادل‌های ترجمه برای کلمات کلیدی در پژوهش

مقدمه

در این فصل تلاش می‌شود تا واژگان کلیدی پژوهش دارای معادل‌های چندگانه یا مبهم در ترجمه با انتخاب یک معادل مناسب از سوی اساتید دنبال شود.

۵۵-۱. واژه پژوهش و انواع معادل‌های نزدیک به آن

واژه پژوهش (Research) و مترادف‌های آن مانند «جستجو، پژوهش، مطالعه، تفحص و امثال آن» از فعالیت‌های علمی انسان با هدف شناخت امور ناشناخته است. این واژه در زبان عامیانه به همه شکل‌های مختلف فعالیت علمی اطلاق می‌شود. از جمله کاربردهای عامیانه این کلمه تخصصی در اموری چون «دقت در گفته‌های دیگران»، «بررسی‌های ساده درباره افراد، اشیاء و پدیده‌ها»، «مطالعه عمیق یک روزنامه»، «مطالعه عمیق کتاب»، «بازجویی‌های یک مأمور انتظامی یا یک بازپرس» و امثال آن است. در این تعبیر نادرست پژوهش بر هرگونه برخورد انسان با یک مشکل، خواه روشمند یا غیرروشمند و انواع جستجو اطلاق می‌شود. اما مهم‌ترین محور تعریف پژوهش «فرایند منظم جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها بر اساس اهدافی معین» است.

اغلب تعاریف از مفهوم پژوهش با رویکرد اثبات‌گرایی و پژوهش تجربی با تأکید بر شناخت واقعیت در علم است. متخصصان «علوم انسانی» بر این باور هستند که همه سؤالات انسان درباره پدیده‌های مختلف جهان هستی را نمی‌توان با «پژوهش تجربی» پاسخ داد. درواقع برای «رسیدن به حقیقت» باید «تحقیق» کرد. با این رویکرد برخی «پژوهش را تلاشی برای شناسایی واقعیت» و «تحقیق را مفهومی جامع‌تر و عمیق‌تر برای رسیدن به حقیقت» معرفی می‌کنند. در این کتاب مفهوم «پژوهش» به‌عنوان کلمه‌ای فارسی با معادل عربی «تحقیق» و معادل انگلیسی «Research» است که بر جستجوی مکرر و نظام‌مند برای رسیدن به پاسخ سؤال یا حل مسئله یا شناخت حقیقت به‌کار می‌رود. واژه‌های متعددی در حوزه پژوهش وجود دارد که اغلب آن‌ها در منابع مختلف با عنوان پژوهش و تحقیق ترجمه می‌شوند. در جدول ۵۵-۱ به مهم‌ترین این واژگان و تفاوت‌های آن‌ها با پژوهش و دیگر مفاهیم مشابه به همراه معادل مناسب ارائه شده است.

جدول ۵۵-۱. انواع مفاهیم نزدیک به پژوهش یا Research

ردیف	واژه	معنی و معادل فارسی
۱	Research	پژوهش یا تحقیق به معنای جستجوی مکرر و نظام‌مند برای رسیدن به پاسخ سؤال یا حل مسئله یا شناخت حقیقت
۲	Search	جستجو به معنای اقدامی برای کسب اطلاعات محدودتر
۳	Investigation	کاوش به معنای جستجوی تخصصی در زمینه خاص مانند تلاش کارآگاهان
۴	Inquiry	پرس‌وجو به معنای جستجو برای یافتن پاسخ یک سؤال جزئی یا درخواست اطلاعات
۵	Probing	ژرفکاوی به معنای عمیق شدن جستجو در یک موضوع محدود و مشخص
۶	Exploring	اکتشاف به معنای تلاش برای شناخت ناشناخته‌ها و رویکردی در روش پژوهش
۷	Question	سؤال کردن یا تلاشی برای دریافت پاسخ یا اطلاعات

۵۵-۲. نمونه گیری

«نمونه گیری» معادل کلمه Sampling است که در فارسی برای آن ترجمه های مختلف دیگری چون «نمونه برداری»، برداشت نمونه، انتخاب نمونه و دیگر موارد» استفاده می شود. در این مرجع عنوان های «نمونه گیری و نمونه برداری» به عنوان بهترین و فراگیرترین ترجمه ها انتخاب شده است.

۵۵-۳. پیشنهادها

پیشنهادها معادل کلمه Suggestions یا Recommendations است که در اغلب موارد به عنوان غلط رایج به شکل «پیشنهادهای» نوشته می شود. از آنجایی که «پیشنهاد» کلمه ای فارسی است بنابراین جمع بستن آن با «ات» صحیح نیست. در این مرجع در تمامی بخش های مرتبط گزارش های پژوهشی، بر معادل «پیشنهادهای» تأکید می شود. همچنین برای «پیشنهادهای برخاسته از تحقیق» معادل «پیشنهادهای کاربردی» و برای «پیشنهادهایی برای پژوهشگران آتی» معادل «پیشنهادهای پژوهشی» مورد تأکید قرار می گیرد.

۵۵-۴. تفاوت کمیته راهبردی و کمیته راهبری

کمیته راهبردی معادل کلمه لاتین «Strategic Committee» و کمیته راهبری معادل کلمه «Steering Committee» است. تفاوت این دوم مفهوم در جدول ۵۵-۲ ارائه شده است.

جدول ۵۵-۲. تفاوت دو مفهوم کمیته راهبردی و کمیته راهبری در مطالعات راهبردی

ردیف	مفهوم	توضیح
۱	کمیته راهبردی	نقش مشاوره برای برنامه ریزی راهبردی و شامل افراد متخصص و خبره
۲	کمیته راهبری	نقش هدایت و هماهنگی سازمان در مسیر مأموریت و اهداف سازمان و شامل مدیران ارشد

۵۵-۵. مفهوم 3C برای هر موضوع پژوهشی

در این رویکرد مفهومی تأکید بر آن است که هر موضوع در سه ویژگی به شرح جدول ۵۵-۳ کاملاً روشن باشد.

جدول ۵۵-۳. سه بعد لازم برای هر موضوع پژوهشی

ردیف	ابعاد	توضیح
۱	Context	موضوعیت دانشی (برآمده از بستر دانش)
۲	Content	داشتن محتوای مشخص
۳	Concept	داشتن مفهوم مشخص

۵۵-۶. اقدام پژوهی و سایر معادلها

برای اصطلاح «Action research» در متون مختلف از ترجمه هایی چون «اقدام پژوهی»، «تحقیق در عمل»، «تحقیق توأم با عمل» و «تحقیق عمل نگر» استفاده شده است. در این کتاب با توجه به کثرت استفاده از واژه «اقدام پژوهی» در منابع نسبت به دیگر ترجمه ها از آن به عنوان معادل و معرف اصلی استفاده شده است.

۵۵-۷. انواع داوری یا ارزیابی متون علمی

کلمه «Review» بر ارزیابی انواع «متون، فیلم، کتاب، موسیقی، بازی و نمایش‌های هنری» تأکید دارد. این مفهوم در متون علمی کاربرد زیادی دارد. برخی از کاربردهای فراگیر این مفهوم در متون علمی در انواع متون علمی با مفاهیم مختلفی از داوری و ارزیابی به شرح ۴-۵۵ ارائه شده است.

جدول ۴-۵۵. انواع مفاهیم داوری و ارزیابی متون علمی

ردیف	مفهوم	توضیح
۱	Peer reviewed	«داوری همتا» با تأکید آن بر داوری علمی و دقیق برای اطمینان از کیفیت مقاله
۲	Systematic review	ارزیابی و مرور نظام‌مند مطالعات با معیارهای مشخص و به‌تعبیری «مطالعه مطالعات»
۳	Literature review	ارزیابی و مرور ادبیات پژوهش یا مرور وضعیت پژوهش‌های انجام‌شده در یک حوزه خاص
۴	scope review	جمع‌آوری سریع موضوعات کلیدی در حوزه خاص مطالعاتی و تعیین محدوده کلی آن
۵	Mapping Review	جستجوی ادبیات برای طبقه‌بندی و ایجاد ساختار در زمینه موردبررسی
۶	Book review	ارزیابی و نقد کتاب از ابعاد مختلفی چون «صوری، ساختاری و محتوایی»

مفهوم Peer review یا «داوری همتا» یا در ترجمه دیگر «همترازخوانی» بر ارزیابی انتقادی و سازنده از «مقالات ارائه‌شده به مجلات یا Manuscript» تأکید دارد که توسط افراد متخصص و هم‌تراز با «نویسنده مقاله ارائه‌شده» صورت می‌گیرد. در نظام دانشگاهی این نوع داوری به فرایند ارزیابی مقالات ارائه‌شده به نشریات توسط داوران حداقل هم‌تراز با نویسندگان مقاله تأکید دارد. این نوع داوری باعث اعتبار پژوهش و دارای یک روش نظام‌مند در ارزیابی است. اغلب نشریات با ضریب تأثیر بالا از این نوع داوری بهره می‌گیرند؛ البته در مواردی نشریات دانشجویی که قادر به پرداخت هزینه داوران نیستند از این نوع داوری استفاده نمی‌کنند. «داوری همتا» یا «همترازخوانی» دارای انواعی به شرح به شرح جدول ۵-۵۵ است.

جدول ۵۵-۵. انواع «داوری همتا» یا «همترازخوانی»

ردیف	مفهوم	ترجمه	توضیح	تصویر نمایشگر
۱	Single blind peer review	همترازخوانی پنهان یک طرفه	مخفی بودن اسامی داوران برای نویسنده اما قابل تشخیص بودن نویسنده برای داور	
۲	Double blind peer review	همترازخوانی پنهان دو طرفه	مخفی بودن اسامی داوران برای نویسنده و برعکس	
۳	Open peer review	همترازخوانی باز	قابل تشخیص بودن داوران و نویسندگان برای یکدیگر	
۴	Collaborative peer review	همترازخوانی مشارکتی	مبتنی بر پلتفرم‌هایی که در آن داوران با نویسندگان در رابطه با اصلاحات مقاله بحث می‌کنند و اغلب در آن داوران پنهان می‌مانند.	
۵	Third-party peer review	همترازخوانی سوم شخص	قراردادن مقالات به افراد هم‌تراز برای بررسی، قبل از ارسال به مجلات (برخی شرکت‌ها خدمات همترازخوانی را انجام می‌دهند)	
۶	Post publication peer review	همترازخوانی پس از انتشار	ایجاد پلتفرمی برای اظهار نظر خوانندگان درباره مقاله منتشر شده	
۷	Cascading peer review	همترازخوانی آبشاری	مقاله ارائه شده در اولویت نشریه یا موضوعیت نشریه قرار ندارد و پیشنهاد ارائه آن به یکی از فهرست‌های موجودش طرح می‌شود.	

۵۵-۸. مفاهیم مقاله در نشریات پژوهشی

انواع مفاهیم مقاله برای نشریات پژوهشی را می‌توان به شرح جدول ۵۵-۶ مورد توجه قرار داد.

جدول ۵۵-۶. انواع مفاهیم مقاله

ردیف	مفهوم	توضیح
۱	Draft	متنی که هنوز به نشریه علمی تسلیم نشده و همچنان روی آن کار می‌شود.
۲	Manuscript	متن ارائه شده به نشریه علمی برای داوری و پذیرش
۳	Preprint	متنی که توسط نشریه علمی پس از تأیید داوری مورد پذیرش قرار می‌گیرد.
۴	Paper	متن پذیرش شده‌ای که توسط نشریه علمی چاپ می‌شود.
۵	Article	مشابه قبل و همان متن چاپ شده توسط نشریه علمی

هرچند در بیشتر منابع دو نوع مقاله پژوهشی «Paper» و «Article» به صورت مشابه در نظر گرفته شده و به جای هم به کار می‌روند اما در برخی منابع به تفاوت‌هایی در بین دو نوع به شرح جدول ۵۵-۷ اشاره شده است (english.stackexchange, 2015).

جدول ۵۵-۷. تفاوت دو نوع مقاله پژوهشی «Paper» و «Article»

ردیف	نوع مقاله	توضیح
۱	Paper	تأکید بر مقاله‌های چاپ‌شده دانشجویی در نشریات معمول پژوهشی
۲	Article	تأکید بر مقاله‌های چاپ‌شده پژوهشگران و دانشمندان باکیفیت بالا در نشریات سطح بالا

۵۵-۹. انواع مفاهیم کاربردی در نشریات علمی

برای آشنایی با نشریات علمی لاتین و بالا رفتن ظرفیت‌های لازم در ارسال مقاله به این‌گونه نشریات، آشنایی با مفاهیمی به شرح جدول ۵۵-۸ مفید است.

جدول ۵۵-۸. انواع مفاهیم کاربردی و مهم در نشریات علمی

ردیف	مفاهیم	توضیح
۱	Proof	مقاله یا متن آماده چاپ
۲	Score Sheet	صفحه امتیازدهی داور به مقاله
۳	Author name	نام نویسنده
۴	Instructions	دستورالعمل نشریه برای نوشتن مقاله یا داوری در نشریه
۵	Submit	ارسال مقاله به نشریه برای قرارگرفتن در فرایند داوری یا ارائه مقاله داوری شده داور به نشریه
۶	Accept	قابل‌پذیرش و چاپ شدن بودن مقاله از نظر داور
۷	Minor Revision	نیازمند اصلاحات جزئی توسط نویسنده برای گرفتن پذیرش از نظر داور
۸	Major Revision	نیازمند اصلاحات اساسی توسط نویسنده برای گرفتن پذیرش از نظر داور
۹	Reject & Resubmit	رد مقاله از دید داور و نیاز به اصلاحات اساسی و ارسال مجدد
۱۰	Reject	رد مقاله و غیرقابل چاپ بودن مقاله از دید داور و بدون قابلیت اصلاح و ارسال مجدد
۱۱	Confidential Comments	پیشنهادهای محرمانه داور برای دبیر نشریه
۱۲	Editor	دبیر نشریه با ایفای نقش کلیدی و اجرایی در نشریه علمی
۱۳	Assistant Editor	دستیار دبیر و همکاری بر اساس مسئولیت‌های واگذارشده از سردبیر (مشابه مدیر داخلی)
۱۴	Associate Editor	دستیار ارشد دبیر و همکاری بر اساس مسئولیت‌های واگذارشده از سردبیر (مشابه معاون علمی)
۱۵	Asterisk	بخش‌های ستاره‌دار و لازم به تکمیل شدن در محیط‌های آنلاین برای رفتن به مرحله بعد
۱۶	Review Overdue	مهلت پایان‌یافته داور برای انجام داوری
۱۷	Decision letter	نامه رسمی از طرف نشریه به نویسنده
۱۸	Declined	عدم پذیرش مقاله برای داوری توسط داور
۱۹	Agreed	پذیرش داور برای داوری کردن مقاله
۲۰	Unavailable	عدم پذیرش مقاله برای داوری توسط داور به دلیل در دسترس نبودن
۲۱	Rescind	ارسال مقاله به داور برای داوری توسط دبیر
۲۲	Editor In Chief (EIC)	سردبیر نشریه
۲۳	Subscription	عضویت در نشریه
۲۴	Entitled	مقاله معرفی شده با عنوان ...
۲۵	Production Editor	مدیرمسئول نشریه با وظیفه مدیریت نشر و کارکنان نشریه
۲۶	Peer Review	داوری همتا یا هم‌ترازخوان
۲۷	Invited Papers	فراخوان نوشتن مقاله یا دعوت رسمی از نویسندگان برای ارائه مقاله به نشریه

۵۵-۱۰. مفاهیم کلیدی برای ارتباط با دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های بین‌المللی

بسیاری از دانشجویان و پژوهشگران برای جمع‌آوری داده یا همکاری پژوهشی و یا فرصت مطالعاتی و دیگر فعالیت‌های پژوهشی به شناخت مفاهیمی به شرح جدول ۵۵-۹ نیاز دارند.

جدول ۵۵-۹. مفاهیم پایه برای ارتباط دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های بین‌المللی

ردیف	انواع	توضیح
۱	Program requirements	نیازمندی‌های برنامه یا مروری بر برنامه آموزشی
۲	Coursework	تکلیف دانشجویی یا دانش‌آموزی به‌جای دادن آزمون و شامل مواردی چون: تمرین، آزمایش، پژوهش یا نوشتن کتاب، مقاله و گزارش پژوهشی
۳	Extracurricular	فوق‌برنامه
۴	Course	یک عنوان درسی برای یک‌ترم دانشگاهی یا یک‌ترم دانشگاهی
۵	Course of study	یک‌رشته دانشگاهی یا برنامه آموزشی منجر به مدرک خاص
۶	Credit	واحد درسی مانند یک درس دو واحدی در نظام دانشگاهی
۷	Credit hours	ساعات تکلیفی برای حضور فرد در کلاس درس یا درس مربوطه درترم تحصیلی
۸	Semester or Term	نیمسال تحصیلی در طول یک سال تحصیل، ترم یا نیمسال (اول و دوم)
۹	Freshman Year	سال تحصیلی اول برای دانشجویان مبتدی یا تازه‌وارد (شامل دو ترم)
۱۰	Sophomore Year	سال دوم ورود دانشجویان یا دانش‌آموزان
۱۱	Junior Year	سال سوم ورود دانشجویان یا دانش‌آموزان
۱۲	Senior Year	سال چهارم ورود دانشجویان
۱۳	Tenured and tenure-track positions	عضو علمی یا استاد دائمی دارای درجه دکتری و یکی از مرتبه‌های استادیاری، دانشیاری، استاد تمامی یا استادممتازی
۱۴	Non-tenure-track positions	عضو علمی کارشناسی ارشد برای تدریس کارشناسی به پایین و شامل «مربی عملی، دستیار آموزش، مدرس فصلی، مربی، مدرس، استاد مدعو و پژوهشگر مدعو»
۱۵	Retired faculty	عضو علمی بازنشسته با ارتباط رسمی یا غیررسمی با دانشگاهش با امتیازهای استفاده از کتابخانه یا فضا و دفتر کاری در دانشگاه
۱۶	Professor and professor	با پی بزرگ تأکید بر اساتید با درجه دکتری و مرتبه‌های استادیار به بالا و با پی کوچک شامل هرگونه مدرس دانشگاهی
۱۷	Assistant Professor	استادیار یا سطح مقدماتی استاد دائمی بعد از دریافت درجه دکتری (در نظام دانشگاهی آمریکا تبدیل به عضو دائمی بعد از ۷ سال)
۱۸	Associate Professor	دانشیار یا سطح میانه استاد دائمی
۱۹	Full Professor	استاد تمام یا استاد ارشد دائمی
۲۰	Distinguished Professor or Endowed Chair	استاد ممتاز و درجه‌ای افتخاری با امکان افزایش حقوق یا حمایت فرد یا سازمانی خصوصی برای پرداخت هزینه‌های پژوهشی و امثال آن (در نظام دانشگاهی ایران با حداقل ۱۰۰ استاد معتبر در سطح بین‌المللی برای رشته‌های علوم تجربی یا ۵۰ استاد معتبر برای رشته‌های علوم انسانی و استاد راهنمایی حداقل ۱۰ دانش‌آموخته در سطح دکترا و ۲۰ دانش‌آموخته در سطح کارشناسی ارشد، حداقل ۱۰ سال سابقه تدریس و تحقیق موفق پس از نیل به مرتبه استادی)
۲۱	Instructor	آموزگار یا مدرس و مورد استفاده برای هر نوع مدرس در دانشگاه و مدارس
۲۲	Professors of the Practice, and Professors of Professional Practice	مربیان عملی دارای مهارت‌های عملی مانند مربیان ورزش

دستیار آموزش فنی برای دانشجویان کارشناسی ارشد	Teaching assistant (TA)	۲۳
دستیار آموزشی برای دانشجویان کارشناسی ارشد	graduate teaching assistant (GTA)	۲۴
دستیار آموزشی برای دانشجویان کارشناسی ارشد	course assistant (CA)	۲۵
دستیار آموزشی برای دانشجویان کارشناسی ارشد	teaching fellow (TF)	۲۶
دستیار آموزشی برای دانشجویان کارشناسی ارشد	instructional student assistant (ISA)	۲۷
دستیار آموزشی برای دانشجویان کارشناسی ارشد	graduate student instructor (GSI)	۲۸
انواع عضو علمی پاره‌وقت، حق‌التدریسی یا مربی و اغلب افراد تمام‌وقت در دانشگاه‌های دیگر	Adjunct Faculty – professor/lecturer/instructional or sessional lecturer	۲۹
مربی و شامل دامنه گسترده‌ای از عضو علمی تمام‌وقت، نیمه‌وقت، پاره‌وقت و حتی مدرسان در مدارس (بالا‌ترین درجه آن مربی ارشد)	Lecturer	۳۰
استاد همکار یا فنی یا بالینی با مرتبه یا بدون مرتبه و بیشتر شامل اساتید تخصصی و عملی در یک حوزه برای همکاری با اعضای علمی دائمی	Collegiate or teaching or clinical professor	۳۱
استاد مدعو با مرتبه یا بدون مرتبه و مخصوص اساتید خاصی که هم‌زمان با حضور به‌عنوان فرصت مطالعاتی در یک دانشگاه به امر آموزش نیز می‌پردازند. همچنین به اساتیدی که دانشگاه خود را برای مدتی ترک و در دانشگاهی دیگر با وظیفه عضو علمی همکاری می‌کنند.	Visiting professor	۳۲
پژوهشگر مدعو یا بازدیدکننده	Visiting scholar	۳۳
استاد پژوهشی با وظایف صرفاً پژوهشی	Research professor	۳۴
برنامه‌ریزی آموزشی یا سازمان‌دهی فعالیت‌های آموزشی، تجهیز منابع انسانی و غیرانسانی برای تحقق اهداف آموزشی	Educational planning	۳۵
برنامه محتوای درسی و جزئی از برنامه‌ریزی آموزشی و شامل: (الف) سازمان‌دهی فعالیت‌های آموزشی، یادگیری و ارزیابی (در قالب واحدهای درسی، یادگیری و ارزیابی، سیاست رتبه‌بندی و اولویت دروس) (ب) طرح برنامه و نحوه آموزش (شامل سرفصل محتوای آموزش، معرفی منابع، رویکرد انتقال محتوا و نیازهای آموزشی) (ج) شرایط ورود به دوره آموزشی	Curriculum planning	۳۶
سرفصل‌ها یا خلاصه موضوعات یک درس که باید در طول یک‌ترم آموزش داده شود و همین‌طور منابع، تعداد واحدها و اهداف درس	Syllabus	۳۷
برنامه آموزش یک درس در یک دوره: برنامه مدرس برای آموزش یک درس مشخص در طول یک دوره و اغلب شامل «عنوان، خلاصه درس، اهداف کلی و یادگیری درس، مواد موردنیاز آموزشی و محتوا و شیوه آموزشی در هر هفته آموزشی» (مانند برنامه آموزشی استاد برای یک درس در طول یک نیمسال تحصیلی)	Unit plan	۳۸
برنامه درس در یک جلسه: یا برنامه برای هر جلسه از یک دوره یک درس و شامل «عنوان سرفصل»، «تاریخ برگزاری جلسه آموزشی»، «هدف یادگیری»، «زمان لازم برای آموزش»، «مواد موردنیاز برای آموزش»، «فرایند آموزش یا تقسیم زمان به انواع گام‌های آموزش در یک جلسه»، «تکلیف خانگی»	Lesson plan	۳۹
دفتر پذیرش	Admission office	۴۰
میان‌ترم	Midterm	۴۱
هزینه‌های لازم برای استفاده پژوهشگر یا دانشجو و استاد از امکانات و منابع سایر دانشگاه‌ها مانند فضای اداری، کتابخانه و آزمایشگاه	Bench fee	۴۲

۵۵-۱۱. فرصت‌های پژوهشی و مطالعاتی در سایر دانشگاه‌ها

در نظام دانشگاهی آمریکا اسامی چون:

«visiting scholar»، «visiting researcher»، «visiting fellow»، «visiting lecturer» و «visiting professor»

برای شرایط ایجاد فرصت مطالعاتی و پژوهشی یک عضو علمی در یک دانشگاه دیگر با پروژه‌هایی چون «آموزش، سخنرانی یا پژوهش» در حوزه تخصصی میهمان تأکید می‌شود. اغلب این فرصت‌ها بدون پرداخت حقوق است زیرا پژوهشگر یا استاد مدعو حقوق خود را در قالب سفر مطالعاتی یا «Sabbatical leave» از دانشگاه مبدأ یا محل خدمت خود دریافت می‌کند. البته در موارد خاصی هم هزینه یا حقوقی پرداخت می‌شود. زمان این دوره می‌تواند از دو ماه تا یکسال و در مواردی بیشتر باشد. در مواردی دانشگاه میزبان برای پژوهشگر یا استاد مدعو امکان سکونت موقت را فراهم می‌کند. با توجه به لزوم دعوت شدن یک استاد و پژوهشگر از طرف دانشگاه مقصد، فرد باید از برجستگی‌های محرز در زمینه تخصصی و مورد مطالعه برخوردار باشد. برجستگی‌ها بارز و مورد توجه تقاضای فرصت پژوهشی و مطالعاتی باعث می‌شود تا اعضای علمی برجسته و پژوهشگران شاخص دانشگاه مقصد، این همکاری مطالعاتی را با یک فرد خارج از دانشگاه و کشور بپذیرند.

در نظام دانشگاهی انگلستان «visiting scholar» و «visiting academic» اغلب با پرداخت هزینه‌هایی از طرف میهمان به دانشگاه مقصد است تا فرد بتواند به فضای اداری و دیگر تسهیلات و منابع دانشگاهی همچون کتابخانه، دسترسی داشته باشد. مقدار این هزینه «Bench fee» در دانشگاه‌های انگلستان متفاوت است.

در مجموع، هدف برنامه‌های «استاد یا پژوهشگر مدعو» فراهم آوردن فرصتی توسط دانشگاه یا مؤسسه آموزشی برای پژوهشگر ارشدی است که بتواند با مشارکت و پژوهشگران دانشگاه مقصد به نتایج بین‌المللی دست یابد. بنابراین استاد مدعو باید مشارکت فعالانه‌ای در عرصه‌هایی به شرح جدول ۵۵-۱۰ داشته باشد.

جدول ۵۵-۱۰. فعالیت‌های یک استاد مدعو در فرصت‌های مطالعاتی و پژوهشی

ردیف	فعالیت‌ها
۱	انجام پژوهش در زمینه‌ای خاص
۲	ارائه یک سخنرانی رسمی برای مؤسسه میزبان
۳	مشارکت فعالانه رسمی یا غیررسمی با دانشجویان پژوهشگر مقطع تحصیلات تکمیلی
۴	متعهد شدن به مشارکت و همکاری پژوهشی با یک عضو علمی یا همکار دانشگاه مقصد
۵	مشارکت کردن در آموزش دانشگاهی با ارائه سخنرانی یا سمینارهای علمی ارائه شفاهی مقاله به‌عنوان بخشی از برنامه سمینار دانشگاه

فرصت‌های «Visiting Fellows» متعددی توسط نهادهای مختلفی در حال برگزاری است. برای نمونه فرصت پژوهشگران فوق دکتری «post-doctoral scholars» روی یکی از موضوعات برخی از این مؤسسات همراه با ارائه امکانات مشخصی فراهم می‌شود. همچنین دوره‌های کوتاه‌مدت «Short-Term Visitors» حدود ۴ هفته‌ای نیز در این زمینه دیده می‌شود.

۵۵-۱۲. مفاهیم پایه مبانی نظری پژوهش

۵۵-۱۲-۱. مفهوم یا **Concept**: از اجزای سازنده انواع مبانی نظری و بیانی انتزاعی برای توصیف واقعیت است که اغلب با یک نام کلی مطرح می‌شود.

۵۵-۱۲-۲. سازه یا **Construct**: همان مفهوم با این تفاوت که سازه‌ها کلی‌تر و انتزاعی‌تر هستند.

۵۵-۱۲-۳. متغیر یا **Variable**: وقتی مفاهیم و سازه‌ها با رویکردی قابل اندازه‌گیری و عینی‌تر مطرح شوند، به آن متغیر گفته می‌شود. متغیر یک نسخه قابل اندازه‌گیری از مفهوم یا سازه است که می‌تواند دو یا چند مقدار یا ارزش را بپذیرد. یک مقدار یا ارزش نماینده بعضی بخش‌ها یا کمیت‌های یک متغیر است. برای مثال تحصیلات می‌تواند مقداری مانند «زیردیپلم، دیپلم، کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری» را اخذ کند.

۵۵-۱۲-۴. مفاهیم نظری **Theoretical Concepts**: اصطلاحاتی که از طریق معنای ایجادشده با ارتباط یا استعمال آن‌ها در رابطه با دیگر اصطلاحات قابل مشاهده مستقیم تعریف می‌شوند.

۵۵-۱۲-۵. سازه‌های نظری **Theoretical Constructs**: اشاره بر عناصر سازنده یک مفهوم که به صورت مستقیم قابل مشاهده نباشند.

۵۵-۱۲-۶. رویدادهای قابل مشاهده **Observable Events**: اصطلاحی عملیاتی که مشخص‌کننده فعالیت‌ها یا عملیات ضروری مورد نیاز برای اندازه‌گیری آن است.

۵۵-۱۲-۷. اصل یا قانون **Discipline**: در زبان ساده می‌توان آن را نظریه‌هایی دانست که به بالاترین درجه از مقبولیت عمومی و اجرا در عمل دست یافته‌اند. نظریه‌های انیشتین و قوانین نیوتن را می‌توان از این دست قلمداد کرد که بیانی از قوانین طبیعی هستند که البته هر یک از آن‌ها تنها توضیح بخشی از کارکردهای جهان است. نظریه بیانگر حکمی کلی از دانسته‌ها و باورها اما قوانین بیان‌کننده نظم جهانی هستند. بسیاری از نظریه‌ها بر پایه قوانین علمی یا دیگر نظریه‌های قطعی‌تر مرتبط ساخته می‌شوند (ویلیامز، ۱۳۸۶).

۵۵-۱۲-۸. پارادایم یا **Paradigm**: یکی از معادل‌ها برای آن «سرمشق» است. اغلب بر معنای مجموعه‌ای از قواعد و مقررات تأکید دارد اما تعاریف و مفاهیم متعدد باعث ایجاد ابهام‌هایی در درک معنایی شفاف برای آن شده است. از میان تعارف و مفاهیم متعدد پارادایم بهترین مفهوم با تأکید بر رویکردهای پژوهشی بر «خلاصه‌سازی باورهای پژوهشگر از تلاش‌هایش برای خلق دانش با رویکردهایی چون جهان‌بینی، معرفت‌شناسی، باورهای مشترک در یک حوزه پژوهشی و نمونه‌های مدل» است (محمدپور، ۱۳۹۲). از دیدگاه کوهن وقتی یک نظریه قابلیت برتری نسبت به نظریه‌های رقیب پیدا می‌کند به جایگاه پارادایم می‌رسد و الگوی راهنمای فرد در پژوهش خواهد شد.

۵۵-۱۲-۹. چرخش نظری یا **Theoretical Turn**: عنوان دوره زمانی از دهه ۸۰ میلادی و پس‌از آن که روش‌های متعددی در خلاف رویکردهای اثبات‌گرایانه و با تأکید بر روش‌های کیفی ظهور یافتند (محمدپور، ۱۳۹۲).

۵۵-۱۳. فلسفه پژوهش

در اغلب کتاب‌های مربوط به پژوهش، بحث‌های مفصلی در خصوص فلسفه پژوهش وجود دارد که برخی از مفاهیم آن‌ها با ترجمه‌های چندگانه، ابهام‌هایی را برای خوانندگان این عرصه ایجاد می‌کند. در این بخش مهم‌ترین مفاهیم و واژگان کلیدی این حوزه در جدول ۵۵-۱۱ ارائه شده است.

جدول ۵۵-۱۱. انواع مفاهیم پایه در فلسفه پژوهش

ردیف	انواع	توضیح
۱	True	یا T به معنای حقیقت بزرگ یا مطلق و چیزی که شاید در پایان تاریخ به دست آید.
۲	true	یا t به معنای حقیقت کوچک یا حقایق ابزاری و مشروط حاصل با آزمایش و خطا و برای زندگی
۳	Fact	به معنای واقعیت یا همان چیزی که برای ما عینی شده و قابل تجربه است.
۴	Ideographic	ایدیوگرافیک یا اندیشه‌نگارانه و نوعی بیش خاص یا تخصصی
۵	Nomothetic	نوموتتیک یا جهان‌شمول و نوعی بیش عام با نظامی از قوانین جهان‌شمول فرازمان و فرامکان
۶	Worldview	جهان‌بینی
۷	Cosmology	کیهان‌شناسی
۸	Theology	الهیات
۹	Ontology	هستی‌شناسی با تأکید بر شناخت شکل و ماهیت واقعیت در جهان واقعی
۱۰	Epistemology	معرفت‌شناسی با تأکید بر شناخت شکل و ماهیت روابط بین واقعیت‌های شناخته شده در هستی‌شناسی
۱۱	Methodology	روش‌شناسی با تأکید بر روش‌های شناخت شکل و ماهیت واقعیت و روابط آن‌ها در جهان واقعی
۱۲	Positivism	پارادایم اثبات‌گرایی با تأکید بر روش‌شناسی‌های کمی و آزمایشی
۱۳	post positivism	پارادایم پسااثبات‌گرایی با تأکید بر روش‌شناسی‌های کمی تعدیل شده و در مواردی روش کیفی
۱۴	Criticism	پارادایم انتقادی با تأکید بر روش‌شناسی‌های کمی و کیفی با توجه به گفتگو و جدل
۱۵	Constructivism	پارادایم برساخت‌گرایی یا تفسیری با تأکید بر روش‌شناسی‌های کیفی با توجه به تأویل و جدل
۱۶	Feminism	پارادایم فمینیسم با تأکید بر روش‌شناسی‌های کیفی و کمی با توجه به گفتگو، تأویل و جدل
۱۷	Postmodernism	پارادایم پست‌مدرنیسم با تأکید بر روش‌شناسی‌های ساختارشکن با توجه به گفتگو و نقد باور موجود
۱۸	Pragmatism	پارادایم پراگماتیسم با تأکید بر روش‌شناسی‌های ترکیبی (تلفیق دو روش کمی و کیفی)
۱۹	Methodological Collectivism	جمع‌گرایی روش‌شناختی و نام دیگری برای پارادایم اثبات‌گرایی با تأکید بر روش بررسی تجربی-مشاهده‌ای
۲۰	Actual	وضعیت حقیقی امور یا نسخه بازنمایی شده واقعی از واقعیت‌های موردبررسی
۲۱	Reductionist	تقلیل‌گرا
۲۲	Determinism	جبرگرایی یا رهیافتی به عامل انسانی با فرض قابل‌شناسایی بودن کنش‌های انسانی ناشی از نیروهای خارجی مؤثر بر افراد
۲۳	Dualist	دوگرایی با تأکید بر جدا بودن پژوهشگر از موردپژوهش و امکان بررسی بدون آثار متقابل آن‌ها بر هم
۲۴	Essentialist	ذات‌گرایی با تأکید بر این فرض تجربه مستقیم انسان و انعکاس ماهیت واقعیت
۲۵	Common Sense	باور عمومی یا دانش عامه
۲۶	Structural Explanation	تبیین ساختاری با تأکید بر چرایی رخداد رویدادها و چگونگی کار کردن اشیاء با تشریح ساختار کلی
۲۷	Theoretical Explanation	تبیین نظری با تأکید بر استدلال منطقی یا داستانی درباره چرایی رخدادهای خاص با ارجاع به ایده‌های عمومی‌تر
۲۸	Casual Explanation	تبیین علی با تأکید بر چرایی رخدادها و چگونگی کار کردن اشیاء بر اساس علت‌ها و معلول‌ها
۲۹	Instrumentalist	ابزارگرایی با تأکید بر دانش به‌عنوان وسیله و ابزاری برای کنترل محیط یا دستیابی به اهداف

۳۰	Technocratic	رویکردی کاربردی با تأکید بر پذیرش مسئله و ارائه پاسخ با پژوهش
۳۱	Etic	اتیک یا بیرون‌نگر با تأکید بر نقش پژوهشگر به عنوان نظاره‌گر از بیرون رویداد و سوژه
۳۲	Emic	امیک یا درون‌نگر با تأکید بر نقش پژوهشگر به عنوان نظاره‌گر از درون و با مشارکت محوری در رویداد
۳۳	Qusi Science	شبه‌علم با تأکید بر نتایج پژوهش‌هایی بدون ویژگی درک تجربی
۳۴	Anti Naturalism	ضدطبیعی‌گرایی و اصطلاحی برای پارادایم برساخت‌گرایی یا تفسیری
۳۵	Anti Positivism	ضد اثبات‌گرایی و اصطلاحی برای پارادایم برساخت‌گرایی یا تفسیری
۳۶	Meta Positivism	فرااثبات‌گرایی و اصطلاحی برای پارادایم برساخت‌گرایی یا تفسیری
۳۷	Relativism	نسبی‌گرایی با تأکید بر وجود نداشتن هیچ نقطه‌نظر یا وضعیت ارزشی واحد یا برتر
۳۸	Socially Constructed	برساخته‌های اجتماعی با تأکید بر کنش‌ها، واکنش‌ها و تعامل‌هایی با معنا و نماد انسانی قراردادی
۳۹	Sharing Managing System	نظام معنایی مشترک یا طرز تلقی مشترک انسان‌ها یا رویه‌های مشترک عمومی شده برای درک معنا
۴۰	Inter Subjectivity System	نظام میان ذهنیتی ساخته‌شده و یاد داده به‌طور پیوسته توسط انسان‌ها
۴۱	Historical Realism	واقع‌گرایی تاریخی با تأکید بر قابل درک بودن واقعیت‌های وجودی در زمان و متأثر از عوامل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و امثال آن
۴۲	Real	واقعی با تأکید بر واقعیت‌های طبیعی
۴۳	Explanatory Critique	نقد تبیینی با تأکید بر توضیح چرایی وقوع رویدادها و شکل انتقادی و نمایش اختلاف‌ها یا تناقض‌ها
۴۴	Epoché	اپوخه با تأکید بر داخل پراتز گذاردن یک پدیده و توصیف آن به اتکای ویژگی‌های ذاتی آن پدیده، بدون رجوع به عادت‌های اندیشه، تفکر پیشین یا فرضیه‌های نظری قبلی خود
۴۵	Stances	موضع یا دیدگاه منتخب فرد نسبت به یک موضوع

پیوستار واقعیت در پارادایم‌های کمی‌گرا تا کیفیت‌گرا شامل انواع واقعیت به مثابه «ساختار عینی، فرایند واقعی، میدان بستر اطلاعات، حوزه گفتمان نمادین، برساخت اجتماعی و انعکاس تخیل انسانی» است (محمدپور، ۱۳۹۲).

۵۵-۱۴. تفاوت رویکردهای امیک (Emic) و اتیک (Etic) در پژوهش

در انسان‌شناسی، فرهنگ‌شناسی و علوم اجتماعی و رفتاری، امیک و اتیک به دو نوع تحقیقات میدانی بر اساس دو دیدگاه متفاوت اشاره دارند. در امیک یا Emic مطالعه از درون گروه اجتماعی و از منظر مشارکت‌کننده صورت می‌گیرد اما در اتیک یا Etic مطالعه از خارج گروه اجتماعی و از دید ناظر انجام می‌شود.

۵۵-۱۵. تفاوت نقش (Role) و کارکرد (Function)

هرچند در برخی موارد این دو مفهوم به جای هم به کار می‌روند اما تفاوت اساسی دارند. نقش به معنای راه یا شیوه‌ای برای مشارکت یک فرد یا شیء در یک فعالیت یا موقعیت خاص است. اما کارکرد به معنای هدف یک کار یا یک شیء است. این بدان معناست که یک شیء یا پدیده به منظور انجام کارکرد خاصی ساخته شده است. برای نمونه یک توپ فوتبال کارکردش «ابزاری برای ورزش فوتبال» است که با هدف استفاده در زمین فوتبال ساخته می‌شود اما همین توپ می‌تواند در خانه یک نقش تزئینی پیدا کند (خنیر، مصطفی زاده و همایی لطیف، ۱۳۹۷).

۵۵-۱۶. تفاوت بین انواع معادل‌های داور و ارزیاب در کارهای پژوهشی

مفاهیم متعددی با تفاوت‌های خاص وجود دارند که با عنوان داور یا ارزیاب مورد استفاده قرار می‌گیرند. در جدول ۵۵-۱۲ این کلمات همراه با معادل مناسب و مفهوم آن ارائه شده است.

جدول ۵۵-۱۲. انواع مفاهیم مرتبط با داوری و ارزیابی

ردیف	انواع	توضیح
۱	Referee	داور یا فرد ارزیابی‌کننده مقالات و اغلب به صورت ناشناس
۲	Reviewer	مرورگر یا فرد نویسنده نقد یا نظر درباره مقاله‌های منتشر شده و برای انتشار عمومی
۳	Reviser	اصلاح‌کننده یا بازنگری‌کننده محتوای مورد بررسی
۴	Auditor	ممیز کتاب بر اساس شاخص‌های از پیش تعیین شده

۵۵-۱۷. تفاوت کلمات کلیدی در رابطه با داده‌ها و تغییرات آن در پژوهش

در رابطه با داده‌ها و تغییرات آن در طول گزارش‌های پژوهشی مفاهیمی به شرح جدول ۵۵-۱۳ وجود دارد.

جدول ۵۵-۱۳. انواع مفاهیم مرتبط با داده‌ها و تغییرات آن در گزارش پژوهش

ردیف	انواع	توضیح
۱	Data Gathering	اقدام جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش به کمک انواع ابزارهای جمع‌آوری داده
۲	Finding	یافته‌ها یا حاصل جمع‌آوری داده‌ها و به تعبیری کل داده‌ها یا آنچه به دست آمده
۳	Result	نتیجه یا حاصل تحلیل داده‌ها با روش‌های آماری یا کیفی
۴	Discussion	بحث روی نتایج به دست آمده از مرحله قبل
۵	Conclusion	نتیجه‌گیری یا جمع‌بندی نهایی پژوهشگر از مجموعه بحث‌های انجام شده در مرحله قبل

۵۵-۱۸. مفاهیم مربوط به جستجو در پایگاه‌های اطلاعات

در جستجوی پایگاه‌های اطلاعات مفاهیم مختلفی وجود دارد که با شناخت آن‌ها می‌توان جستجوی بهتری را انجام داد. جدول ۵۵-۱۴ برخی از مهم‌ترین این مفاهیم را معرفی می‌کند.

جدول ۵۵-۱۴. انواع مفاهیم مرتبط با جستجو

ردیف	انواع	توضیح
۱	Source	منبع یا مواردی چون مقاله و کتاب
۲	Reference	مرجع یا منبع استفاده شده در یک کار پژوهشی یا مقاله و کتاب تألیفی
۳	Bibliography	کتابشناسی یا همان مرجع با این تفاوت که فراتر از مرجع بر هر نوع منبع برای تولید ایده یک موضوع
۴	Citation	پایگاه استنادی
۵	Indexing	نمایه‌سازی
۶	Key Words	کلیدواژه‌ها، واژگان کلیدی یا کلمات کلیدی (برای جستجو)
۷	Search Engines	موتورهای جستجو
۸	Auto Correction	سیستم اصلاح خودکار
۹	Boolean Operator	عملگر بولی
۱۰	H-Index	شاخصی برای شناسایی پژوهشگران تأثیرگذار و متمایز کردن آن‌ها از دارندگان کمیت بدون اثر
۱۱	With all of the words	جستجوی با همه کلمات موجود در عبارت معرفی شده برای جستجو

جستجو با عین عبارت معرفی شده برای جستجو	With the exact phrase	۱۲
جستجو با حداقل یکی از کلمات موجود در عبارت معرفی شده برای جستجو	With at least one of the words	۱۳
جستجو بدون وجود عبارت یا کلمه معرفی شده	Without the words	۱۴
کنار این عبارت آیتی وجود دارد با عبارت anywhere in the article و به این معنی که، کلمه موردنظر در هر جای مقاله جستجو می شود و یا می توان بر روی آیت in the title of the article کلیک کرد تا جستجو تنها در عنوان مقاله ها انجام شود.	Where my words occur	۱۵
Impact Factor یا ضریب تأثیر به عنوان یکی از شاخص های اصلی برای بررسی اعتبار مجلات علمی و محاسبه بر اساس تقسیم تعداد موارد ارجاع به مقاله های دو سال گذشته آن مجله در سال جاری در تمامی مجله ها، به تعداد مقاله های منتشر شده در آن مجله در بازه دو سال گذشته	IF	۱۶
شاخص آنی یا فوریت با تقسیم تعداد ارجاع سالانه به تعداد مقاله چاپ شده در همان سال (گزارش میزان مراجعه در همان سال چاپ مقاله برای شناسایی مقاله مورد اقبال سریع دیگر پژوهشگران)	Immediately Index	۱۷
نیمه عمر استناد و تعداد سال هایی که از سال ارزیابی باید به عقب برگشت تا شاهد پنجاه درصد کل ارجاعات به مجله در سال مورد ارزیابی بود. این شاخص نشان دهنده مدت زمانی است که نیمی از کل استنادات به آن مجله صورت پذیرفته باشد و به نوعی سرعت کاهش میزان ارجاعات به مجله را بیان می کند. هر چه نیمه عمر استناد بیشتر باشد یعنی ارزش مقاله های مجله در طول زمان بیشتر حفظ شده و هنوز مورد ارجاع قرار دارند.	Cited Half Life	۱۸
Decipline Impact Factor ضریب تأثیر رشته با هدف شناسایی و معرفی مجلات یک رشته علمی	DIF	۱۹
شاخص هرش (شاخصی برای سنجش برون داد علمی - پژوهشی پژوهشگران به صورت انفرادی)	Hirsch Index or H Index	۲۰
شاخص جی (نشان دهنده مقاله های پر استناد پژوهشگر و تعداد مقالاتی که دو بار یا بیشتر به آن استناد شده باشد).	G Index	۲۱
شاخص وای و حاصل ضرب «عامل تأثیر» در «رتبه پیچ»	Y Index	۲۲
ارزش متیو (شکل اصلاح شده ضریب تأثیر با تقسیم تعداد استنادها به مقاله های یک مجله در یک دوره پنج ساله بر تعداد مقاله های همان مجله در همان دوره زمانی)	Matew	۲۳

کلمات Source و Resource هر دو در فارسی منبع ترجمه می شود اما این دو کلمه هر چند در انگلیسی هم در جاهایی مشابه به کار می روند اما دارای تفاوت هستند. کلمه Source به منبعی اشاره دارد که چیزی را می توان از آن به دست آورد اما Resource شامل مواد، افراد، ابزارها و دیگر چیزهایی می شود که برای انجام یک کار به طور اثربخش مورد نیاز است. بنابراین وقتی از یک کتاب یا مقاله در کار پژوهش استفاده می کنیم، برای ما نقش سرچشمه، مبنا یا منبع اطلاعات یا Source تلقی می شود اما وقتی از یک کتاب یا جنبه ابزاری برای راهنمای سفر استفاده می کنیم، یک Resource یا منبعی برای انجام کاری خاص خواهد بود. در یک منبع یا Source مانند کتاب یا مقاله اغلب مرجع ها یا References یا منابعی وجود دارند که در متن کتاب یا مقاله به آن ها استناد داده شده و در اغلب پایان فهرست آن ها با نشانی کامل معرفی می شوند.

با شاخص H-Index می توان پژوهشگران برتر یک حوزه کاری یکسان را شناسایی کرد. امکان دسترسی به اچ-ایندکس ها توسط پایگاه های «اسکوپوس، آی اس آی و گوگل اسکالر» برای مقالات انگلیسی زبان و توسط پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) برای مقالات فارسی زبان امکان پذیر شده است. محاسبه ایندکس اچ بر پایه توزیع استنادات داده شده به آثار منتشره یک فرد یا گروهی از افراد صورت می گیرد. به زبان دقیق تر، وقتی اچ-ایندکس برای شخصی

به میزان h است، یعنی تعداد h مورد اثر انتشاراتی (مثل مقاله) دارد که به هر کدام از آن‌ها دست کم h بار استناد شده است. مثلاً اگر ایندکس تأثیرگذاری علمی فردی ۵ باشد، یعنی این شخص ۵ اثر انتشاراتی مثل مقاله دارد که به هر کدام از این ۵ مقاله، دست کم ۵ بار استناد شده است. این ضریب تأثیر کم کم دارد جای خیلی از ضریب تأثیرهای دیگر را در این زمینه می‌گیرد. از آنجایی که فقط مقالاتی تعیین کننده ضریب اچ هستند که تعداد یادکرد بالایی بدانند، برآورد این نوع ضریب تأثیر بسیار آسان است. Hirsch نشان داد که شناسه اچ تأثیر زیادی در پیشگویی افرادی دارد که بعداً نشان‌های افتخار می‌گیرند از جمله جایزه نوبل. او نشان داد که فیزیکدانان دارای شناسه اچ ۱۲ می‌توانند دانشیار دانشگاه باشند و با شناسه ۱۸ می‌توانند استاد تمام باشند و با ۱۵ تا ۲۰ می‌توانند عضو انجمن فیزیک آمریکا باشند و با بیش از ۴۵ می‌توانند عضو آکادمی ملی علوم در آمریکا باشند. برای محاسبه ضریب تأثیر هر نشریه از فرمولی به شرح شکل ۵۵-۱ استفاده می‌شود.



شکل ۵۵-۱. نحوه محاسبه ضریب تأثیر

فرضاً اگر در سال ۲۰۰۶ جمعاً ۴۰ ارجاع به یک مجله صورت گرفته باشد و در آن مجله در سال ۲۰۰۴ تعداد ۲۶ مقاله و در سال ۲۰۰۵ تعداد ۲۴ مقاله چاپ شده باشد، ضریب ارجاع آن مجله، از تقسیم ۴۰ بر ۵۰ ($۵۰ = ۲۶ + ۲۴$) به دست می‌آید که ۰٫۸ است؛ یعنی به‌طور متوسط، هر مقاله آن نشریه ۰٫۸ مرتبه مورد استناد مقاله‌های دیگر قرار گرفته است (فراهانی، راسخ و اسلامی، ۱۳۹۷).

۵۵-۱۹. مفاهیم عملیاتی در پژوهش

برخی مفاهیم عملیاتی در پژوهش وجود دارد که درک آن‌ها به کاربرد و اجرای آن‌ها بیشتر کمک می‌کند. در جدول ۵۵-۱۵ به برخی از این مفاهیم مهم اشاره می‌شود (فتوحی، ۱۳۸۵: ۲۸-۳۱).

جدول ۵۵-۱۵. انواع مفاهیم عملیاتی در پژوهش

ردیف	انواع	توضیح
۱	Examine	تأمل در یک موضوع یا نظریه و بررسی و بازآزمایی آن به‌طور دقیق برای یافتن خطاها یا نارسایی‌ها
۲	Refute	ابطال یا رد یک نظریه بر اساس دلایل و شواهد و توضیحات منطقی
۳	Evaluate	ارزیابی و قضاوت درباره ارزش و کیفیت یک پدیده از طریق سنجش آن به‌وسیله یک الگو یا معیارها
۴	Documentation	استناد یا ارائه سند دقیق برای نقل قول‌ها و ادعاها
۵	Example	ارائه نمونه یا شواهد برای اثبات و تأیید یک موضوع یا به‌منظور توضیح بیشتر
۶	Review	بازآزمایی و واریسی دقیق درباره یک چیز تا بتوان تصمیم گرفت که آیا نیاز به تغییر دارد یا نه؟

۷	Discuss	بخش اصلی گفتار یا نوشتار که جنبه‌های مختلف یک موضوع را از جهات مختلف به بحث می‌گذارد و درباره آن استدلال می‌کند. در آن یک مسئله از چند دیدگاه شرح و بسط داده می‌شود.
۸	Analyze	تجزیه یا جداسازی اجزای یک کل و تفکیک بخش‌های آن
۹	Synthesis	پیوند اجزای مرتبط در قالب یک پیکره و توضیح چگونگی ارتباط اجزاء با ساختار کلی موضوع
۱۰	Define	بیان ویژگی‌های ذاتی و خاص یک پدیده یا بیان معنی دقیق و روشن یک اصطلاح
۱۱	Identify	توصیف برخی جنبه‌های مهم یک پدیده و متمایزکننده آن از دیگر چیزها
۱۲	Interpret	توضیح معنی و شاخص‌ها یا بیان یک مجموعه از اطلاعات با تأکید بر شرح نتایج حاصل از یافته‌ها
۱۳	Contrast	تقابل یا کنار هم قرار دادن دو یا چند امر برای نمایش تفاوت آن‌ها
۱۴	Justify	توجیه یا بیان اینکه چرا یک وضعیت یا دیدگاه درست یا خوب است.
۱۵	Describe	توصیف یا بیان ویژگی‌های خاص و صفات عمومی یک پدیده
۱۶	Explain	توضیح یا روشن ساختن چیزی، نشان دادن یک جریان، تحلیل این‌که یک چیز چگونه کار می‌کند. همچنین بر ساده‌سازی مطلبی برای فهم بهتر یا ارائه دلیل و بیان منظور با شیوه‌ای روشن تأکید دارد.
۱۷	Classify	رده‌بندی یا منظم کردن انواع پدیده‌ها بر اساس مشخصه‌ها و عناصر مشترک
۱۸	Outline	سرفصل‌ها و فهرست کردن رئوس مطالب با سامان‌دهی مجموعه‌ای از مطالب مرتبط با یک موضوع
۱۹	Compare	مقایسه یا کاربرد نمونه‌ها برای این‌که نشان دادن همسانی یا تفاوت‌های میان پدیده‌ها
۲۰	Reflect	واکنش و بازتاب با بازنگری و تأمل در موضوعات مهم برای شخص و دلیل اهمیت آن

۵۵-۲۰. مفاهیم پایه در روش تحلیل گفتمان

برخی مفاهیم عملیاتی در روش تحلیل گفتمان در جدول ۵۵-۱۶ معرفی شده است.

جدول ۵۵-۱۶. انواع مفاهیم در روش تحلیل گفتمان

ردیف	انواع	توضیح
۱	Adjacency pair	جفت هم‌جوار (جفت پاره‌گفتار در مکالمه که قسمت دوم پاسخ قسمت اول مانند پرسش و پاسخ).
۲	Ambiguity	ابهام (ویژگی چندمعنایی عناصر و ساخت‌های زبانی با ایجاد معنای دوگانه برای یک متن)
۳	Anaphora	پیش‌مرجع (ضمیر برای ارجاع به موضوعات پیشتر مطرح‌شده)
۴	Cataphoric	پس‌مرجع (ضمیر برای ارجاع به موضوعات پس‌از آن)
۵	Coherence	انسجام برون‌متنی
۶	Cohension	انسجام درون‌متنی
۷	Collocation	باهم‌آیی
۸	Communicative competence	توانش ارتباطی
۹	Cocordance	تطابق
۱۰	Connotation	معنای تلویحی یا معنای دلالت‌کننده
۱۱	Constituent	سازه (اجزای دستوری سازنده جمله)
۱۲	Context	محتوای دربردارنده متن (عناصر احاطه‌کننده یک واحد زبانی)
۱۳	Conversational implicature	تلویح مکالمه‌ای یا اشارات ضمنی
۱۴	Co-operative Principle	اصل همکاری
۱۵	Corpus	پیکره
۱۶	Co-text	هم‌متن

تحلیل گفتمان انتقادی	Critical Discourse Analysis (CDA)	۱۷
دانش خبری	Declarative knowledge	۱۸
اشاری (عناصر زبانی خاص که بخشی از مفهوم خود را از اشاره به بیرون خود کسب می کنند)	Deixis	۱۹
معنای تحت اللفظی یا شناختی واژگان در رمزگذاری	Denotation	۲۰
جامعه گفتمانی (گروهی از افراد با استفاده از نوع خاصی از قراردادهای زبانی یا ژانر)	Discourse community	۲۱
ژانر	Genre	۲۲
مفروض	Given	۲۳
طرح‌واره ذهنی	Ideational schema	۲۴
کنش بیانی	Illocutionary act	۲۵
روال‌های بین فردی	Interpersonal rutiness	۲۶
طرح‌واره بین فردی	Interpersonal schemate	۲۷
عنصر واژگانی	Lexical item	۲۸
واژگان	Lexis	۲۹
توانش زبانی	Lingustic competence	۳۰
ماکسیم‌ها یا قواعد کلی	Maxims	۳۱
فرازبانی	Paralanguage	۳۲
جایگاه	Position	۳۳
معنی کاربردشناختی یا کاربردی	Pragmatic meaning	۳۴
گزاره یا محتوای یک پاره گفتار	Proposition	۳۵
قاعده کمیت	Quantity maxim	۳۶
طرح‌واره	Schema	۳۷
مؤلفه‌های معنایی	Semantic feaures	۳۸
عروض معنایی	Semantic prosody	۳۹
موقعیت یا شرایط	Situation	۴۰
رخداد گفتاری	Speech event	۴۱
متن	Text	۴۲
متنی کردن (در نظر گرفتن عبارت آشکار زبانی در متن برای بیان مقصود موردنظر)	Textualize	۴۳
بافت	texture	۴۴

۵۵-۲۱. تفاوت «methodology»، «method»، «technique» و «procedure»

تفاوت مفاهیم مورد اشاره در جدول ۵۵-۱۷ معرفی شده است (فرام، ۲۰۱۳).

جدول ۵۵-۱۷. تفاوت انواع مفاهیم «methodology»، «method»، «technique» و «procedure»

ردیف	انواع	توضیح
۱	Methodology	«روش‌شناسی» یا روشی مبتنی بر نظریه خاص برای تفکر و مطالعه واقعیت اجتماعی
۲	Method	«روش» یا مجموعه‌ای از رویه‌ها و فنون جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها
۳	Technique	«فن» یا جنبه‌های عملی در یک روش یا زمینه معین و دارای الزاماتی رسمی
۴	Procedure	«رویه» یا یک سری اقدامات قابل انجام با ترتیب یا روشی خاص

۵۵-۲۲. تفاوت «Theory formal» با «Substantive theory»

تفاوت مفاهیم مورد اشاره در جدول ۵۵-۱۸ معرفی شده است.

جدول ۵۵-۱۸. تفاوت «Theory formal» با «substantive theory»

ردیف	انواع	توضیح
۱	Theory formal	«نظریه رسمی» با کاربرد در چندین زمینه و موضوع خاص و براساس نتیجه گیری های معتبر و قابل تعمیم درمورد مطالعات متعدد و پوشش کل جمعیت پژوهش با استنتاج از منطق قیاسی از نظریه های تجربی معتبر
۲	Substantive theory	«نظریه حقیقی» یا نظریه اختصاصی و مبتنی بر یک موضوع خاص و کاربرد در همان موضوع خاص (یک مدل نظری ارائه دهنده یک نظریه برای عمل در یک زمینه یا نظریه اختصاصی غیر قابل تعمیم)

۵۵-۲۳. تفاوت بین «Sampling» با «Resampling»

نمونه گیری یا «Sampling» فرایند فعال جمع آوری مشاهدات با هدف برآورد متغیر جمعیت است؛ اما نمونه گیری مجدد یا «Resampling» یک روش اقتصادی با استفاده از یک نمونه داده برای بهبود دقت و تعیین کمی عدم قطعیت یک پارامتر جمعیت است. نمونه گیری مجدد روشی است که شامل ترسیم نمونه های تکراری از نمونه های داده اصلی و یک روش غیر پارامتری استنباط آماری است که به یکی از سه روش زیر انجام می گیرد.

۵۵-۲۳-۱. بوت استرپینگ یا «Bootstrapping»: روش محاسباتی-آماري-کامپیوتری برای تعیین میزان دقت برآوردگرهای حاصل داده نمونه است. در آن تعداد زیادی از نمونه های کوچک تر از همان اندازه به طور مکرر و با جایگزینی از یک نمونه اصلی تهیه می شوند. پیش فرض آن این است که نمونه ها از یک جامعه آماری واقعی گرفته شده است. در این حالت یک توزیع نمونه از نمونه های بزرگ بیرون کشیده می شود. یعنی از همان نمونه، بارها و بارها نمونه های کوچکی ترسیم خواهد شد که علاوه بر صرفه جویی در وقت و هزینه، می توانند تقریب خوبی برای پارامترهای جمعیت باشند. بوت استرپینگ در واقع تخمین ویژگی هایی مانند واریانس یک برآوردگر است که با استفاده از اندازه گیری این ویژگی ها در یک توزیع تقریبی از کل داده های نمونه به دست می آید.

۵۵-۲۳-۲. آزمون جایگشتی یا «Permutation»: برخلاف بوت استرپینگ، نمونه برداری جایگشتی به «جامعه آماری» نیاز ندارد. نمونه برداری فقط به انتساب واحدها به گروه ها بستگی دارد. این واقعیت که شما به جای جمعیت با نمونه های واقعی سر و کار دارید، یکی از دلایلی است که گاهی از آن به عنوان روش استاندارد بوت استرپینگ یاد می شود. تفاوت مهم دیگر این است که نمونه برداری جایگشتی یک روش نمونه گیری بدون جایگزین است.

۵۵-۲۳-۳. روش اعتبارسنجی متقابل «Cross Validation»: روشی برای اعتبارسنجی یک مدل پیش بینی است. زیر مجموعه های داده ها حذف می شوند تا به عنوان یک مجموعه اعتبارسنجی استفاده شوند. داده های باقیمانده برای تشکیل یک مجموعه و پیش بینی مجموعه اعتبارسنجی مورد استفاده قرار می گیرند (گود، ۲۰۰۶).^۱

واژه‌نامه انگلیسی به فارسی و فارسی به انگلیسی

هدف کلی: آشنایی با انواع معادل‌های انگلیسی به فارسی و برعکس در پژوهش

اهداف یادگیری

- آشنایی با معادل‌های انگلیسی به فارسی
- آشنایی با معادل‌های فارسی به انگلیسی

مقدمه

یکی از موارد نیاز در مطالعه متون پژوهشی اطمینان از صحت ترجمه معادل‌های فارسی برای هر یک از مفاهیم لاتین پژوهشی و همین‌طور شناخت دقیق معادل لاتین برای هر یک از واژه‌های فارسی برای مطالعات بیشتر و ترجمه متون پژوهشی به زبان انگلیسی است. در این فصل تلاش می‌شود تا عمده واژگان کلیدی در پژوهش از فارسی به انگلیسی و برعکس معرفی شوند.

۱-۵۶. آشنایی با معادل‌های فارسی برای کلمات کلید پژوهش به انگلیسی

در جدول پیوسته ۱-۵۶ انواع واژگان تخصصی انگلیسی در حوزه پژوهش بر اساس حروف الفبا تنظیم شده‌اند و در برابر هر یک معادل یا معادل‌های فارسی آن قرار گرفته است.

جدول ۱-۵۶. واژه‌نامه تخصصی انگلیسی به فارسی

A	
Absolute fit indices	شاخص‌های برازش مطلق
Abstract	چکیده
Academic Research	پژوهش دانشگاهی
Accretion Measures	سنجه‌های افزایشی (در روش پژوهش متمرکز)
Action research	اقدام‌پژوهی
Add in	افزونه (نرم‌افزاری که قابلیت اضافه شدن به نرم‌افزارهای دیگر دارد)
Adjusted goodness of fit index (AGFA)	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده
Against Method	علیه روش (اشاره به روش کیفی)
Akaik's Information Criterion (AIC)	معیار اطلاعات آکایک
Analogical Reasoning	استدلال قیاسی
Analytic categories	دسته‌های تحلیلی
Analytical Generalization	تعمیم تحلیلی
Analytical Hierarchy Process (AHP)	فرایند تحلیل سلسله مراتبی
Analytic Notes	یادداشت‌های تحلیلی
ANOVA	تحلیل واریانس تک متغیره
Anthropology	انسان‌شناسی
Applied research	پژوهش کاربردی
Archival Records	ثبت‌های آرشیوی یا داده‌های آرشیوی (در روش غیر واکنشی)
Article for press	مقاله مطبوعاتی
Artifacts	مصنوعات (مربوط به روش غیرواکنشی)
Auto Correcting	اصلاح خودکار غلط‌های املائی (در پاورپوینت)
Asymptotically distribution-free method (ADF)	روش توزیع آزاد مجانبی
Average Squared Multiple Colleration (ASMC)	میانگین مجذور همبستگی‌های چندگانه
Axial coding	کدگذاری محوری
Axiology	ارزش‌شناسی
B	

Back Casting	پس‌نگری
Bolean/logic	اپراتورهای منطقی (برای جستجوی پیشرفته در نرم‌افزارها)
Bar chart	نمودار میله‌ای
Bartlett's test of sphericity	آزمون کرویت بارتلت
Basic research	پژوهش بنیادی
Biographical Questions	سؤالات زندگینامه‌ای
Bogardos scale	مقیاس بورگاردوس (فاصله اجتماعی)
Book review	نقد کتاب
Boston Consulting Group (BCG) Matrix	ماتریس گروه مشاوران بستن
Bricolage	بریکلاژ
C	
Camprative fit index (CFI)	شاخص برازش تطبیقی
Captive Sampling	نمونه‌گیری حبسی
Case	مورد مطالعه
Case study	پژوهش موردی / مطالعه موردی
Categorizing	طبقه‌بندی / مقوله‌بندی
Causal-comparative	علی مقایسه‌ای
Casual Reasoning	استدلال علی
Census	تمام شمار / سرشماری
Chart	نمودار
Chi-square	کای اسکوئر / خی دو / مجذور خی
Chronology	ترتیب زمانی
Citation analysis	تحلیل استنادی (روش کتاب‌سنجی)
Clinical measurement	اندازه‌گیری آزمایشگاهی
Cluster analysis	تحلیل خوشه‌ای
Code and retrieve	کدگذاری و بازیابی (در نرم‌افزارهای تحلیل داده کیفی)
Coefficient	ضریب
Cohort study	پژوهش دسته‌ای
Collaborative/ Interactive Interview	مصاحبه‌های مشارکتی / تعاملی
Colinearity	هم خطی
Comfortable Sampling	نمونه‌گیری آسان
Complete Collection	روش انتخاب کل مجموعه
Component	مؤلفه (در تعریف نظری، اجزای یک مفهوم)
Concept	مفهوم
Conceptual Network Builders	سازنده شبکه مفهومی (در نرم‌افزارهای تحلیل داده کیفی)
Concurrent embedded	لانه‌ای هم‌زمان (روش ترکیبی که داده‌های کمی بخشی از داده‌های کیفی یا برعکس است)
Concurrent triangulation	همسوسازی هم‌زمان (روش ترکیبی جمع‌آوری هم‌زمان کمی و کیفی)
Concurrent validity	روایی هم‌زمان

Coneptualization	مفهوم سازی
Confirmability	معیار تأیید پذیری/ قابلیت تصدیق (در روش کیفی)
Confirmatory factor analysis	تحلیل عامل تأییدی
Confirming and Disconfirming Cases	موارد تأیید و رد کننده
Confrontional Interview	مصاحبه تهاجمی
Construct	سازه / ساختار
Constructist	سازه گرا/ ساختارگرا (در گراند تئوری)
Constructivist	رویکرد ساختارگرایانه
Construct Validity	اعتبار سازه
Content analysis	تحلیل محتوا
Content validity	اعتبار محتوا
Context of Situation	بافت موقعیتی
Contingency questions	پرسش های وابستگی
Control variable	متغیر کنترل
Convergent validity	روایی همگرا
Corroboration	تأیید (بیان یکسان چند منبع نسبت به یک واقعه تاریخی)
Correlation	همبستگی
Correlation matrix	ماتریس همبستگی
Correlationl Validity	اعتبار همبستگی
Co-Text	زمینه متن
Constructivism	برساخت گرایی/ تفسیری (نوعی پارادایم پژوهشی)
Counter Method	ضد روش (تأکید بر روش کیفی)
Covariance matrix	ماتریس کوواریانس
Cover letter	نامه همراه یا صفحه رویی (در پرسشنامه یا مقاله)
Cover or Nonreactive Observation	مشاهده های پنهان و غیرواکنشی
Credibility	قابلیت اعتبار
Credibility criterion	معیار اعتبار (در روش کیفی)
Crisis Points	نقاط بحران
Criterion	معیار
Criterion- based validity	اعتبار ملاک یا معیار
Criterion variable	متغیر ملاک
Critical Case Sampling	نمونه گیری از موارد ویژه
Critical Discourse Analysis	تحلیل گفتمان انتقادی
Critical Realism	رنالیسم انتقادی
Critiquing	نقد
Cronbach's Alpha	آلفای کرونباخ
Cross-sectional research	پژوهش مقطعی
Cross-validation	اعتبارسنجی متقابل
Crowdsourcing	جمع سپاری

Cultural family	خانواده فرهنگی (در کدگذاری گلگیری)
Cummulative Scale	مقیاس تراکمی
Curve estimation	رگرسیون برآورد منحنی
D	
Database	پایگاه داده یا بانک اطلاعات
Data Comparison	مقایسه داده‌ها
Data Consolidation	یکپارچه‌سازی داده‌ها
Data Correlation	همبستگی داده‌ها
Data Display	نمایش داده‌ها
Data Immersion	غوطه‌ور شدن در داده‌ها
Data Integration	ترکیب داده‌ها
Data Mining	داده‌کاوی
Data Reduction	کاهش یا تقلیل داده‌ها
Data Related Validity	اعتبار مربوط به داده‌ها
Data Transformation	تغییر شکل داده‌ها
Delphi method	روش دلفی
Dependability	معیار قابل اعتماد بودن/قابلیت اعتماد (در روش کیفی)
Demographic	جمعیت‌شناختی
Dependent variable	متغیر وابسته
Depth Interview	مصاحبه عمیق
Descriptive Research	پژوهش توصیفی
Detailed Descriptions	توصیفات دقیق
Development research	پژوهش توسعه‌ای
Dimension	بعد (اجزای مفهوم در تعریف نظری)
Dimensionality	بعد پذیری
Directional Hypothesis	فرضیه جهت‌دار
Discriminal analysis	تحلیل تشخیصی یا تحلیل تمیزی
Discriminating	افتراقی
Discriminant validity	روایی افتراقی
Discourse analysis	تحلیل گفتمان
Discriminant validity	روایی تشخیصی
Discussion	بحث
Document	اسناد (به عنوان منبعی برای بررسی)
Double blind review	داوری مقاله با مخفی بودن اسم داور برای نویسنده و برعکس
Domination	چیره شدن
Double Hermeneutics	تاویل مضاعف
Drivers Analysis	تحلیل پیشران‌ها/ واکاوی پیشران‌ها
E	
Econometric Modelling	مدل‌سازی اقتصادسنجی

Effect	اثر
Eigenvalues	ارزش‌های ویژه
Emergence	رهیافت ظاهر شونده (در گراند تئوری)
Emic	امیک (مطالعه از درون گروه اجتماعی به شکل مشارکت‌کننده)
Empirical evidence	شواهد تجربی
Empirical research	پژوهش تجربی
Empiricism	تجربه‌گرایی (معرفت حاصل از تجربه محض)
Ending Question	سؤال پایانی (در روش گروه متمرکز)
Endogenous Variable	متغیر درون‌زا
Encyclopedia	دانشنامه یا دائرةالمعارف
Epistemology	معرفت‌شناسی
Epoche	اپوخه
E-Project	پروژه الکترونیکی
Equivalence reliability	پایایی هم‌ارزی
Erosion Measures	سنجه‌های فرسایشی (در روش پژوهش متمرکز)
Essence	ذات
Estimation technique	روش برآورد
Ethnographic Interview	مصاحبه مردم‌نگارانه
Ethnography	قوم‌نگاری
Etic	اتیک (مطالعه از بیرون گروه اجتماعی و به شکل ناظر)
Evaluation Research	پژوهش ارزشیابی یا برآوردی
Evidentiary Status	اعتبار اسنادی
Exogenous Variable	متغیر برون‌زا
Expected Cross Validation Index (ECVI)	شاخص اعتبارسنجی متقابل مورد انتظار
Expert	صاحب‌نظر / خبره
Explanatory Research	تبیینی / توجیهی
Exploratory factor analysis (EFA)	تحلیل عامل اکتشافی
Exploratory Research	پژوهش اکتشافی
Ex post facto	پس رویدادی
Exprimental designs	طرح‌های آزمایشی یا تجربی
Exprimental research	پژوهش آزمایشی یا تجربی
External Criticism	نقد بیرونی یا خارجی (روش ارزیابی منابع در پژوهش تاریخی)
Extraneus variable	متغیر مزاحم (مداخله‌گر)
Extreme or Deviant Case Sampling	نمونه‌گیری از موارد مرزی یا انتهای
F	
Face Validity	اعتبار صوری یا ظاهری
Faciliator	تسهیل‌کننده (در روش گروه متمرکز)
Fact Sheet	گزاره برگ / تک‌برگ
Factor Analysis	تحلیل عاملی

Fake Journals	نشریات قلابی یا تقلبی
Feminism Research Method	روش پژوهش فمینیسم
Filed Notes	یادداشت‌های میدانی
Field study	پژوهش میدانی
Fieldwork	کار میدانی
Findings	یافته‌ها
First hand Sources	منابع دست‌اول
Focus Group	گروه متمرکز / گروه کانونی
Focus Group discussion	بحث گروهی متمرکز
Follow up study	پژوهش پیگیری
Forgotten Footnote	استناد ناقص
Former mediate	واسطه اولیه
Full paper	مقاله کامل (در همایش‌ها)
Fundamental research	پژوهش بنیادی
Funnel Metaphor	تشبیه قیف
Futures studies	آینده‌پژوهی
G	
Genealogy Research Method	روش پژوهش تبارشناسی
General Strategy Mtrix (GSM)	ماتریس استراتژی اصلی
Ghost Writer	نویسنده شبه یا پنهان
Goodness of fit	نیکویی برازش
Goodness of fit index (GFI)	شاخص نیکویی برازش
Grounded theory	گراند تئوری / تئوری داده بنیاد / تئوری زمینه‌ای
Group Discussion	بحث گروهی
Gutman scale	مقیاس گاتمن
H	
Hermeneutic	هرمنوتیک
Hermeneutic unit (HU)	واحد هرمنوتیک
Higher order construct	سازه با مرتبه بالا
Hijacked Journals	نشریات جعلی
Histography	تاریخ نگاری (نام دیگر پژوهش تاریخی)
Histogram	نمودار هیستوگرام یا ستونی
Historical	تاریخی
Historical research	پژوهش تاریخی
Holistic	کل گرایانه
Homogeneous Sampling	نمونه‌گیری همگون
Horizon Scanning	دیدهبانی آینده
Human Construction	ساخت انسانی
Hypertext	ایپرمتن

Hypothesis	فرضیه
Hypothesis testing	آزمون فرضیه
I	
Immersion	غوطه‌وری (در داده یا اطلاعات)
Implication	پیامد (حاصل از یافته پژوهش)
Inappropriate Paraphrasing or Unacceptable Paraphrasing	بازنویسی نادرست و فریبکارانه
Inclusion Criteria	معیار ورود
Independent variable	متغیر مستقل
Inductive Reasoning	استدلال استقرائی
Inference	استنباط
Inferential Generalization	تعمیم‌های استنباطی
Informed Grounded Theory	گراندد تئوری مطلع
Input matrix	ماتریس ورودی
Intensity Sampling	نمونه‌گیری با بالاترین قدرت
Interactive Questions	سؤالات تعاملی
Internal consistency	همسانی درونی
Internal Criticism	نقد درونی یا داخلی (روش ارزیابی منابع در پژوهش تاریخی)
Internal- External (IE) Matrix	ماتریس ارزیابی هم‌زمان عوامل داخلی و خارجی
Internal Factor Evaluation(IFE) Matrix	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی
Internet gateways	دروازه‌های اطلاعاتی
Interpretation	تفسیر (فعالیتی برای بحث و نتیجه‌گیری)
Interpretation of Interpretations	تفسیر تفسیرها
Intersubjective / Subjective- Inter	بین‌الذهانی
Interval measurement	مقیاس فاصله‌ای
Intervening variable	متغیر مداخله‌گر (مزاحم)
Interview	مصاحبه
Invention	اختراع
Investigative Journalism	روزنامه‌نگاری جستجوگرانه
Item	گویه
J	
K	
Kaser Meyer Olkin (KMO)	شاخص کی ام اُ
Key Question	سؤال کلیدی (در روش گروه متمرکز)
Knowledge Discovery From Data (KDD)	کشف دانش از داده‌ها
Knowledge Stock	دانش اندوخته شده (ذخیره معرفتی)
Kurtosis	کشیدگی
L	
Laboratory research	پژوهش آزمایشگاهی

Labor of Laziness	تنبیل کاری (در مقاله‌نویسی)
Latent Variable	متغیر مکنون یا پنهان
Leading Question	سؤال راهنما (در روش گروه متمرکز)
Level of abstraction	سطح تجرید
Likert scale	مقیاس لیکرت
Limitations	محدودیت‌ها (در پژوهش)
Line graph	نمودار خطی
Lisrel (Linear Structural Relationships)	لیزرل (روابط ساختارمند خطی) - نرم‌افزار آماری
List question	پرسش فهرستی یا مهندسی
Literature review	مرور و ارزیابی ادبیات پیشینه پژوهش
Locate Studies	محل مربوط به مطالعات (مانند پایگاه داده‌ها)
Logestic Regression	رگرسیون لجستیک
Long abstract	چکیده بلند
Longitudinal research	پژوهش طولی
M	
Main concern	دغدغه اصلی
Main effect	اثر اصلی
Main Research Question	سؤال اصلی پژوهش (در روش گروه متمرکز)
Manifest Variable	متغیر آشکار
Masurement Model	مدل اندازه‌گیری
Maximum likelihood (ML)	درست‌نمایی بیشینه
Maximum Variation Sampling	نمونه‌گیری با حداکثر اختلاف
Mean	میانگین
Median	میانه
Mediator	تعدیل‌کننده / میانجی
Mediating Variable / Mediator Variable	متغیر میانجی
Member Checking	روش بررسی اعضا
Meta analysis	فرا تحلیل
Methodology	روش‌شناسی
Meta synthesis	فرا ترکیب
Misinformer	استناد گمراه‌کننده
Mix methods	چند روش پژوهشی (استفاده از بیش از ۱ روش)
Mode	نما
Model base procedure	روش مدل پایه
Model calibration	ارزیابی مدل بر اساس استاندارد
Modelling	مدل‌سازی
Modeling Method	روش مدل‌سازی
Model Summary	خلاصه مدل
Model validation	اعتبار سنجی مدل

Moderator	هماهنگ‌کننده (در روش گروه متمرکز)
Moderator variable	متغیر تعدیل‌کننده
Modification indices	شاخص اصلاح
Modification indexes	شاخص‌های تعدیل (اصلاح)
Modification Model	ارزشیابی و تعدیل مدل (اصلاح مدل)
Monography	تک‌نگاری (مونوگرافی)
Multi Method Study	مطالعه چند روشی
Multiple responses	پاسخ‌های چندگانه یا سوالات چند پاسخی
Multi Sample Analysis	تحلیل‌های چندنمونه‌ای
Multitrait- multimethod analyzing	تحلیل چندخصیصه‌ای - چند روشی
N	
Narrative research	پژوهش روایتی
Naturalism	طبیعت‌گرا (تأکید بر روش کیفی)
Natural Generalization	تعمیم طبیعی
Naturalistic Inquiry	پژوهش طبیعت‌گرا
Netnography	نتنوگرافی
Nominal Group	گروه اسمی
Nominal Group Technique (NGT)	روش گروه اسمی
Nominal measurement	مقیاس اسمی
Noming	نام‌گذاری کردن
Nomological validity	روایی قانونی
Non-experimental	غیرآزمایشی
Non-normed fit index (NNFI)	شاخص برازش هنجار نشده
Non participant observer	مشاهده‌کننده غیر مشارکتی
Nonprobability Sampling	نمونه‌گیری غیراحتمالی
Note	یادداشت
Null Hypothesis	فرضیه صفر
O	
Objectivity	عینیت
Observation	مشاهده
Observation research	پژوهش مشاهده‌ای
One-tailed Hypothesis	فرضیه یک دامنه
Ontology	هستی‌شناسی
Open coding	کدگذاری باز
Open Question	سؤال باز (در روش گروه متمرکز)
Open Researcher and Contributor ID (ORCID)	شناسه پژوهشگران و محققان آزاد (ارکید)
Operational Plan	برنامه عملیاتی
Operational Research	پژوهش عملیاتی
Operations Research (OR)	تحقیق در عملیات

Opportunistic Sampling	نمونه‌گیری فرصت‌طلبانه
Oral evidence	مستند شفاهی / شواهد زبانی یا شفاهی
ORCID	شناسه پژوهشگران و محققان آزاد (ارکید)
Ordinal measurement	مقیاس رتبه‌ای یا ترتیبی
Ordinal Regression	رگرسیون ترتیبی (رتبه‌ای)
Original Research	پژوهش اصیل (با داده‌های جمع‌آوری‌شده توسط پژوهشگر)
Organizational chart	نمودار سازمانی
Organizational Questions	سؤالات سازمانی
Output map	نقشه خروجی (در نرم‌افزارهای آماری)
Overfitting	برازش بیش‌ازحد
P	
Panel research / Panel study	پژوهش پنلی
Parallel or alternate forms method	دو فرم موازی (همتا) یا جایگزین
Paraphrasing	بازنویسی / پارافریزینگ / نقل به مضمون / نقل قول غیرمستقیم / نقل معنایی
Parsimonious Normal Fit Index (PNFI)	شاخص برازش مقتصد هنجار شده
Partial aggregation	تجمع جزئی
Past oriented research	پژوهش گذشته‌نگر
Patent	پتنت
Path Analysis	تحلیل مسیر
Path diagram	نمودار مسیر
Pedagogical Interview	مصاحبه آموزشی
Peer reviewe	داوری همتا (داوری علمی و دقیق مقالات علمی)
Post Modernism	پست مدرنیسم
Pragmatical or Product Oriented Validity	اعتبار عملی یا معطوف به نتیجه
Predatory Journals	نشریه یغماگر
Predatory Publishers	ناشران یغماگر
Predictor variable	متغیر پیش‌بین
Principal Investigator (PI)	پژوهشگر اصلی
Probabilty Sampling	نمونه‌گیری احتمالی
Perfect Crime	جنایت کامل (در مقاله‌نویسی و پژوهش)
Phenomenology	پدیدارشناختی
Photocopy	رونویسی
Physical Trace Evidence	شواهد آثار مادی
Pictograph	نمودار تصویری / پیکتوگراف
Pie chart or Circle or sector chart	نمودار دایره‌ای یا پای سیب
Polygon chart	نمودار چندضلعی
Poor Disguise	استتار جزئی
Position Paper	مقاله موضع‌گیری / نقد و تحلیل درباره یک مسئله

Positivism	اثبات‌گرا (تأکید بر روش کمی)
Post hoc test	آزمون تعقیبی
Post psitivism	پسااثبات‌گرایی
Potluck Paper	مقاله معجون
Practical research	پژوهش کاربردی
Predictive Research	پژوهش پیشگویانه
Pridictive validity	روایی پیش‌بین / اعتبار پیش‌بین
Pre experimental	پیش آزمایشی یا شبه آزمایشی
Present oriented research	پژوهش حال محور (تأکید بر زمان حال)
Pre-exprimental desigins	طرح‌های پیش آزمایشی
Preliminary Question	سؤال مقدماتی (در روش گروه متمرکز)
Primary Sources	منابع اولیه
Priori hypothesis	فرضیه اولیه
Probing	ژرفکاوی
problems Convergence	مشکلات همگرایی
Problem Statement	بیان مسئله
Process family	خانواده فرایند (در کدگذاری گلizers)
Process Oriented Validity	اعتبار مربوط به فرایند
Proposition	گزاره بیانگر روابط بین چندسازه
Prospective or future oriented research	پژوهش آینده‌نگر
Published sources	منابع منتشرشده
Pure research	پژوهش محض
Purposive sampling	نمونه‌گیری هدفمند
Q	
Q-Method Research	روش پژوهش کیو
Qualitative data analysis software (QDAS)	نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی
Qualitative research	پژوهش کیفی
Qualitizing	کیفی سازی
Quantification	کمی سازی
Quantitative research	پژوهش کمی
Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی
Quantizing	کمی سازی
Quasi experimental	نیمه آزمایشی
Questionnaire	پرسشنامه
Quotas Sampling	نمونه‌گیری سهمیه‌ای
R	
Range	دامنه تغییرات
Ratio measurement	مقیاس نسبی
Rationalism	عقل‌گرایی (معرفت حاصل از عقل و تحلیل)

Rationalism research	پژوهش عقلی یا خردگرایانه
Recommendations	پیشنهادهای / توصیه‌ها
Reasoning	استدلال / گواه آوری
Reflexive Grounded theory	گراند تئوری انعکاسی
Reflexivity	بازاندیشی
Reliability	پایایی یا قابلیت اعتماد
Relics	آثار و ابنیه (منبعی برای بررسی در پژوهش تاریخی)
Reputational Case Sampling	نمونه‌گیری از موارد معروف یا شناخته شده
Research	پژوهش یا تحقیق
Research and Development	پژوهش و توسعه
Research article	مقاله پژوهشی
Research librarian	کتابدار پژوهشی
Reasoning	استدلال آوری / گواه‌آوری
Resampling	نمونه‌سازی مجدد / نمونه‌گیری مجدد
Residual analysis (RS)	تحلیل باقیمانده
Resourceful Citer	استناد بیش‌ازحد
Results	نتایج
Revelatory Case Sampling	نمونه‌گیری مکاشفه‌ای
Review article	مقاله مروری
Rigorous Science	علم دقیق
Rival model	مدل رقیب
Reviewer	مرورگر، داور، ارزیاب
Review Question	سؤال برای مطالعه مروری (عنوان)
Road map	نقشه راه
Root mean squared error of approximation (RMSEA)	ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد
S	
Sample Size	حجم نمونه
Sampling	نمونه‌گیری
Sampling Politically Important Cases	نمونه‌گیری از موارد مهم از نظر سیاسی
Sampling Special or Unique Cases	نمونه‌گیری موارد خاص یا یگانه
Sampling Validity	اعتبار نمونه‌گیری
Scatter plot	نمودار نقطه‌ای یا پراکندگی
Scenario	سناریوسازی / سناریو پردازی
Scholarly Journal	نشریه پژوهشی یا علمی
Scratch Notes	چرکنویس
Scree plot	نمودار سنگ‌ریزه
Secondary Sources	منابع ثانویه
Second Hand Sources	منابع دست‌دوم
Selective coding	کدگذاری انتخابی

Self contained	خودشمول
Self-Plagiarism	خود سرقتی
Self Report	خود گزارشی
SEM (Structural Equisition Modeling)	مدل سازی معادله ساختاری
Semantic differential scale	مقیاس افتراق معنایی یا ازگود
Semantical Validity	اعتبار معنایی
Semi- experimental designs	طرح های نیمه آزمایشی
Semi-longitudinal research	پژوهش شبه طولی
Semiotics	نشانه شناسی
Sensitizing Concepts	مفاهیم حساس
Sequential explanatory	تبیینی متوالی (روش ترکیبی اول کمی و بعد کیفی)
Sequential exploratory	اکتشافی متوالی (روش ترکیبی اول کیفی و بعد کمی)
Sequential Sampling	نمونه گیری متوالی
Scheffe test	آزمون شفه
Single blind review	داوری مقاله با مخفی بودن نام داور برای نویسنده
Significance probobility	احتمال معنی دار بودن
Significance test	آزمون معنی دار بودن
Simulation & Gaming	شبیه سازی و بازی سازی
Situational Grounded Theory	گراندد تئوری موقعیتی
Skewness	چولگی
Snowball Sampling	نمونه گیری گلوله برفی
Social research	پژوهش اجتماعی
Sociogram	گروه نما/ جامعه نما/ سوسیوگرام
Sociomatrix	ماتریس گروه
Sociometry	گروه سنجی / جامعه سنجی
Sociometric method	روش جامعه سنجی
Source Citted	استناددهی / منبع دادن
Sources not Citted	استناد ندادن / منبع ندادن
Split-half questionnaire	دو نیمه کردن پرسشنامه
Spreadsheet	صفحه گسترده (شطرنجی در نرم افزارهای آماری)
SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)	بسته آماری برای علوم اجتماعی (نرم افزار آماری)
Standard Deviation (SD)	انحراف استاندارد
Standard error	خطای استاندارد/ خطای معیار
Standardised solution (SC)	راه حل استاندارد شده
Steering Question	سؤال هدایتی (در روش گروه متمرکز)
Story completion	تکمیل داستان (روشی برای جمع آوری داده های کیفی)
Strategic plan	برنامه راهبردی
Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix	ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک

Strategy Evaluation	ارزیابی استراتژی
Strategy formation	تدوین فرضیه
Stratification	نمونه‌گیری طبقه‌ای
Statistical power	توان آماری
Statistical sample	نمونه آماری
Statistics packages	بسته‌های نرم‌افزار آماری
Structural Model	مدل ساختاری
Structured Interview	مصاحبه ساختاریافته
Subjective	ذهنی
Subjective- Inter	بین‌الذهانی
Sub-model	زیرمدل
Substantive coding	کدگذاری حقیقی
Summated Scales	مقیاس‌های جمع شده
Supplementary Source	روش پژوهش مکمل
Survey	پیمایشی
Survey research	پژوهش پیمایشی
Syntax language	زبان تشریح نحو
Systematic review	داوری و ارزیابی نظام‌مند
T	
Template	الگو/ قالب شکلی
Tense Orientation research	پژوهش بر اساس زمان
Testing for symmetry	آزمون برای تقارن
Testing Question	سؤال آزمونی (در روش گروه متمرکز)
Test Sociometrique	آزمون جامعه‌سنجی
Text base managers	مدیریت متن (نرم‌افزارهای مدیریت کننده متن)
Test-retest method	اجرای دوباره (بازآزمایی) یا روش آزمون- آزمون مجدد
Text retrievers	بازیابی کننده متن (برنامه‌های تحلیل متن)
The 6C's family	خانواده شش سی‌ها (در کدگذاری گلیزی)
Thematic Matrix	ماتریس مضامین
Theme	تم/ موضوع
Thematic analysis	تحلیل تماتیک (تحلیل مضمونی)
Thematic Network	شبکه مضامین
Theoretical coding	کدگذاری نظری
Theoretical Generalization	تعمیم نظری
Theoretical sampling	نمونه‌گیری نظری
Theoretical saturation	اشباع نظری
Theory Builders	نظریه‌ساز (از نرم‌افزارهای تحلیل داده کیفی)
Theory Building/ Construction	نظریه‌سازی، نظریه‌پردازی
Theory Testing	نظریه آزمایی

Threats-Opportunities-Weakness- Strengths(TOWS) Matrix	ماتریس تهدیدها، فرصت‌ها، نقاط ضعف و نقاط قوت
Thurstone scale	مقیاس ترستون
Time-Series	ترتیب زمانی
Title	عنوان تحقیق
Too-Perfect Paraphrase	نقل قول ناقص
Total aggregation	تجمع کلی
Total disaggregation	عدم تجمع کلی
Transcribing	پیاپی‌سازی داده‌های کلامی و متنی (در پژوهش کیفی)
Transferability	معیار قابل انتقال بودن/ قابلیت انتقال (در روش کیفی)
Transitional Question	سؤال انتقالی (در روش گروه متمرکز)
Trend Analysis	تحلیل روند
Trend research / Trend study	روند پژوهی
Triangulation	مثلث سازی (ارزیابی چندجانبه در روش کیفی)
True experimental	آزمایشی کامل یا حقیقی
Tukey test	آزمون توکی
Two-tailed Hypothesis	فرضیه دو دامنه
Type family	خانواده نوع (در کدگذاری گلیزری)
Typical Case Sampling	نمونه‌گیری انتخاب موارد بارز
U	
Unidimensionality	تک بعدی بودن
Univariate normality tests	آزمون‌های نرمال بودن تک متغیره
Unpublished manuscript	دست‌نوشته منتشر نشده
Urban Operations Research	تحقیق در عملیات شهری
Unstructured Interview	مصاحبه ساختار نیافته
V	
Validity	اعتبار
Variable	متغیر
Variables Entered/Removed	متغیرهای وارد و حذف شده (در نرم‌افزار)
Variability	شاخص‌های پراکندگی
Variance- covariance matrix	ماتریس واریانس-کوواریانس
Visioning	چشم‌انداز سازی
Volunteer Sampling	نمونه‌گیری داوطلبانه
W	
Webnography	وبنوگرافی
Weighted Least Square (WLS)	کوچک‌ترین مجزورات وزن دهی شده
Written Public Records	ثبت‌های همگانی مکتوب
X	
Y	
Validity	روایی یا اعتبار

Z	

۵۶-۲. معادل انگلیسی کلمات کلیدی فارسی در پژوهش

در جدول ۵۶-۲ حروف کلیدی فارسی در پژوهش به ترتیب حروف الفبای فارسی آورده شده است. کلمه یا کلمه‌های معادل انگلیسی هر یک از این واژه‌های فارسی در مقابل آن نوشته شده است.

جدول ۵۶-۲. واژه‌نامه تخصصی فارسی به انگلیسی

الف	
Hypertext	ایبرمتن
Boolean/logic	ایپراتورهای منطقی (برای جستجوی پیشرفته در نرم‌افزارها)
Epoche	اپوخه
Etic	اتیک (مطالعه از بیرون گروه اجتماعی و به شکل ناظر)
Relics	آثار و ابنیه (منبعی برای بررسی در پژوهش تاریخی)
Positivism	اثبات‌گرا (تأکید بر روش کمی)
Effect	اثر
Main effect	اثر اصلی
Test-retest method	اجرای دوباره (بازآزمایی) یا روش آزمون-آزمون مجدد
Significance probability	احتمال معنی‌دار بودن
Invention	اختراع
Axiology	ارزش‌شناسی
Eigenvalues	ارزش‌های ویژه
Modification Model	ارزشیابی و تعدیل مدل (اصلاح مدل)
Reviewer	ارزیاب، مرورگر، داور
Strategy Evaluation	ارزیابی استراتژی
Model calibration	ارزیابی مدل بر اساس استاندارد
True experimental	آزمایشی کامل یا حقیقی
Testing for symmetry	آزمون برای تقارن
Post hoc test	آزمون تعقیبی
Tukey test	آزمون توکی
Test Sociometrique	آزمون جامعه‌سنجی
Scheffe test	آزمون شفه
Hypothesis testing	آزمون فرضیه
Bartlett's test of sphericity	آزمون کرویت بارتلت
Significance test	آزمون معنی‌دار بودن
Univariate normality tests	آزمون‌های نرمال بودن تک متغیره
Poor Disguise	استتار جزئی
Reasoning	استدلال / گواه آوری

Inductive Reasoning	استدلال استقرائی
Reasoning	استدلال آوری / گواه آوری
Casual Reasoning	استدلال علی
Analogical Reasoning	استدلال قیاسی
Resourceful Citer	استناد بیش از حد
Forgotten Footnote	استناد ناقص
Source Cited	استناددهی / منبع دادن
Misinformer	استناد گمراه کننده
Sources not Cited	استناد ندادن / منبع ندادن
Inference	استنباط
Document	اسناد (به عنوان منبعی برای بررسی)
Theoretical saturation	اشباع نظری
Auto Correcting	اصلاح خودکار غلط‌های املائی (در پاورپوینت)
Validity	اعتبار
Evidentiary Status	اعتبار اسنادی
Predictive Validity	اعتبار پیش‌بینی
Construct validity	اعتبار سازه یا ساخت
Cross-validation	اعتبارسنجی متقابل
Model validation	اعتبار سنجی مدل
Face validity	اعتبار صوری یا ظاهری
Pragmatical or Product Oriented Validity	اعتبار عملی یا معطوف به نتیجه
Content validity	اعتبار محتوا
Data Related Validity	اعتبار مربوط به داده‌ها
Process Oriented Validity	اعتبار مربوط به فرایند
Semantical Validity	اعتبار معنایی
Criterion- based validity	اعتبار ملاک یا معیار
Sampling Validity	اعتبار نمونه‌گیری
Correlationl Validity	اعتبار همبستگی
Discriminating	افتراقی
Add in	افزونه (نرم‌افزاری که قابلیت اضافه شدن به نرم‌افزارهای دیگر دارد)
Action research	اقدام‌پژوهی
Sequential exploratory	اکتشافی متوالی (روش ترکیبی اول کیفی و بعد کمی)
Cronbach's Alpha	آلفای کرونباخ
Template	الگو / قالب شکلی
Kolmogorov-Smirnov statistic	آماره کولموگوروف- اسمیرنف
Emic	امیک (مطالعه از درون گروه اجتماعی به شکل مشارکت‌کننده)
Standard Deviation (SD)	انحراف استاندارد
Clinical measurement	اندازه‌گیری آزمایشگاهی
Anthropology	انسان‌شناسی

Futures studies	آینده پژوهی
ب	
Reflexivity	بازاندیشی
Paraphrasing	بازنویسی / پارافریزینگ / نقل به مضمون / نقل قول غیرمستقیم / نقل معنایی
Inappropriate Paraphrasing or Unacceptable Paraphrasing	بازنویسی نادرست و فریبکارانه
Text retrievers	بازیابی کننده متن (برنامه‌های تحلیل متن)
Context of Situation	بافت موقعیتی
Discussion	بحث
Group Discussion	بحث گروهی
Focus Group discussion	بحث گروهی متمرکز
Overfitting	برازش بیش از حد
Constructivism	برساخت گرایی / تفسیری (نوعی پارادایم پژوهشی)
Strategic plan	برنامه راهبردی
Operational Plan	برنامه عملیاتی
Bricolage	بریکلاژ
SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)	بسته آماری برای علوم اجتماعی (نرم افزار آماری)
Statistics packages	بسته‌های نرم افزار آماری
Dimension	بعد (اجزای مفهوم در تعریف نظری)
Dimensionality	بعدپذیری
Problem Statement	بیان مسئله
Subjective- Inter/ Intersubjective	بین‌الذهانی
پ	
Multiple responses	پاسخ‌های چندگانه یا سؤالات چند پاسخی
Reliability	پایایی / قابلیت اعتماد
Composite reliability	پایایی مرکب
Equivalence reliability	پایایی هم‌ارزی
Database	پایگاه داده یا بانک اطلاعات
Patent	پتنت
Phenomenology	پدیدارشناختی
Questionnaire	پرسشنامه
Contingency questions	پرسش‌های وابستگی
List question	پرسش فهرستی یا مهندسی
E-Project	پروژه الکترونیکی
Research	پژوهش یا تحقیق
Social research	پژوهش اجتماعی
Evaluation research	پژوهش ارزشیابی یا برآوردی
Laboratory research	پژوهش آزمایشگاهی

Experimental research	پژوهش آزمایشی یا تجربی
Original Research	پژوهش اصلی
Exploratory Research	پژوهش اکتشافی
Prospective or future oriented research	پژوهش آینده‌نگر
Tense Orientation research	پژوهش بر اساس زمان
Evaluation Research	پژوهش برآوردی یا ارزیابی
Fundamental research	پژوهش بنیادی
Basic research	پژوهش بنیادی
Panel research / Panel study	پژوهش پنلی
Predictive Research	پژوهش پیشگویانه
Follow up study	پژوهش پیگیری
Survey research	پژوهش پیمایشی
Historical research	پژوهش تاریخی
Empirical research	پژوهش تجربی
Development research	پژوهش توسعه‌ای
Descriptive Research	پژوهش توصیفی
Present oriented research	پژوهش حال محور (تأکید بر زمان حال)
Academic Research	پژوهش دانشگاهی
Cohort study	پژوهش دسته‌ای
Narrative research	پژوهش روایتی
Semi-longitudinal research	پژوهش شبه طولی
Longitudinal research	پژوهش طولی
Rationalism research	پژوهش عقلی یا خردگرایانه
Operational Research	پژوهش عملیاتی
Practical research	پژوهش کاربردی
Applied research	پژوهش کاربردی
Quantitative research	پژوهش کمی
Qualitative research	پژوهش کیفی
Past oriented research	پژوهش گذشته‌نگر
Principal Investigator (PI)	پژوهشگر اصلی
Pure research	پژوهش محض
Observation research	پژوهش مشاهده‌ای
Cross-sectional research	پژوهش مقطعی
Case study	پژوهش موردی / مطالعه موردی
Field study	پژوهش میدانی
Research and Development	پژوهش و توسعه
Post psitivism	پسااثبات‌گرایی
Post Modernism	پست مدرنیسم
Ex post facto	پس رویدادی

Back Casting	پس‌نگری
Transcribing	پیاده‌سازی داده‌های کلامی و متنی (در پژوهش کیفی)
Implication	پیامد (حاصل از یافته پژوهش)
Recommendations	پیشنهادها / توصیه‌ها
Pre experimental	پیش آزمایشی یا شبه آزمایشی
Survey	پیمایشی
ت	
Histography	تاریخ‌نگاری (نام دیگر پژوهش تاریخی)
Historical	تاریخی
Double Hermeneutics	تأویل مضاعف
Corroboration	تأیید (بیان یکسان چند منبع نسبت به یک واقعه تاریخی)
Explanatory Research	تبیینی / توجیهی
Sequential explanatory	تبیینی متوالی (روش ترکیبی اول کمی و بعد کیفی)
Empiricism	تجربه‌گرایی (معرفت حاصل از تجربه محض)
Partial aggregation	تجمع جزئی
Total aggregation	تجمع کلی
Operations Research (OR)	تحقیق در عملیات
Urban Operations Research	تحقیق در عملیات شهری
Citation analysis	تحلیل استنادی (روش کتاب‌سنجی)
Residual analysis (RS)	تحلیل باقیمانده
Drivers Analysis	تحلیل پیشران‌ها / واکاوی پیشران‌ها
Discriminal analysis	تحلیل تشخیصی یا تحلیل تمیزی
Thematic analysis	تحلیل تماتیک (تحلیل مضمونی)
Multitrait- multimethod analyzing	تحلیل چندخصیصه‌ای - چند روشی
Cluster analysis	تحلیل خوشه‌ای
Trend Analysis	تحلیل روند
Exploratory factor analysis (EFA)	تحلیل عامل اکتشافی
Confirmatory factor analysis	تحلیل عامل تأییدی
Factor Analysis	تحلیل عاملی
Discourse analysis	تحلیل گفتمان
Critical Discourse Analysis	تحلیل گفتمان انتقادی
Content analysis	تحلیل محتوا
Path Analysis	تحلیل مسیر
Multi Sample Analysis	تحلیل‌های چندنمونه‌ای
ANOVA	تحلیل واریانس تک متغیره
Strategy formation	تدوین فرضیه
Chronology	ترتیب زمانی
Time-Series	ترتیب زمانی
Thurstone	ترستون

Data Integration	ترکیب داده‌ها
Faciliator	تسهیل‌کننده (در روش گروه متمرکز)
Funnel Metaphor	تشبیه قیف
Mediator	تعدیل‌کننده / میانجی
Inferential Generalization	تعمیم استنباطی
Analytical Generalization	تعمیم تحلیلی
Natural Generalization	تعمیم طبیعی
Theoretical Generalization	تعمیم نظری
Data Transformation	تغییر شکل داده‌ها
Interpretation	تفسیر (فعالیتی برای بحث و نتیجه‌گیری)
Interpretation of Interpretations	تفسیر تفسیرها
Unidimensionality	تک‌بعدی بودن
Story completion	تکمیل داستان (روشی برای جمع‌آوری داده‌های کیفی)
Monography	تک‌نگاری (مونوگرافی)
Theme	تم / موضوع
Census	تمام شمار / سرشماری
Labor of Laziness	تنبل‌کاری (در مقاله‌نویسی)
Statistical power	توان آماری
Explanatory Research	توجیهی / تبیینی
Detailed Descriptions	توصیفات دقیق
ث	
Archival Records	ثبت‌های آرشیوی یا داده‌های آرشیوی (در روش غیر واکنشی)
Written Public Records	ثبت‌های همگانی مکتوب
Written Private Records	ثبت‌های خصوصی مکتوب
ج	
Sociometry	جامعه‌سنجی / گروه سنجی
Table	جدول
Crowdsourcing	جمع‌سپاری
Demographic	جمعیت‌شناختی
Perfect Crime	جنایت کامل (در مقاله‌نویسی و پژوهش)
چ	
Scratch Notes	چرک‌نویس
Visioning	چشم‌انداز سازی
Domination	چیره شدن
Abstract	چکیده
Long abstract	چکیده بلند
Mix methods	چند روش پژوهشی (استفاده از بیش از ۱ روش)
Skewness	چولگی

ح	
Sample Size	حجم نمونه
خ	
The 6C's family	خانواده شش سی‌ها (در کدگذاری گلگیری)
Process family	خانواده فرایند (در کدگذاری گلگیری)
Cultural family	خانواده فرهنگی (در کدگذاری گلگیری)
Type family	خانواده نوع (در کدگذاری گلگیری)
Standard error	خطای استاندارد/ خطای معیار
Model Summary	خلاصه مدل
Self-Plagiarism	خود سرقتی
Self contained	خودشمول
Self Report	خود گزارشی
Chi-square	خی دو/ مجذور خی/ کای اسکوتر
د	
Data Mining	داده‌کاوی
Range	دامنه تغییرات
Knowledge Stock	دانش اندوخته شده (ذخیره معرفتی)
Encyclopedia	دانشنامه یا دائره‌المعارف
Reviewer	داور، مرورگر، ارزیاب
Single blind review	داوری مقاله با مخفی بودن نام داور برای نویسنده
Double blind review	داوری مقاله با مخفی بودن اسم داور برای نویسنده و برعکس
Systematic review	داوری و ارزیابی نظام‌مند
Peer reviewe	داوری همتا (داوری علمی و دقیق مقالات علمی)
Maximum likelihood (ML)	درست‌نمایی بیشینه
Internet gateways	دروازه‌های اطلاعاتی
Unpublished manuscript	دست‌نوشته منتشر نشده
Analytic categories	دسته‌های تحلیلی
Main concern	دغدغه اصلی
Parallel or alternate forms method	دو فرم موازی (همتا) یا جایگزین
Split-half questionnaire	دو نیمه کردن پرسشنامه
Horizon Scanning	دیدهبانی آینده
ذ	
Essence	ذات
Subjective	ذهنی
ر	
Standardised solution (SC)	راه‌حل استاندارد شده
Curve estimation	رگرسیون برآورد منحنی
Ordinal Regression	رگرسیون ترتیبی (رتبه‌ای)

Logestic Regression	رگرسیون لجستیک
Emergence	رهیافت ظاهر شونده (در گراند تئوری)
Validity	روایی / اعتبار
Disciminant validity	روایی افتراقی
Pridictive validity	روایی پیش‌بین
Discriminant validity	روایی تشخیصی
Nomological validity	روایی قانونی
Concurrent validity	روایی هم‌زمان
Convergent validity	روایی همگرا
Investigative Journalism	روزنامه‌نگاری جستجوگرانه
Complete Collection	روش انتخاب کل مجموعه
Estimation technique	روش برآورد
Member Checking	روش بررسی اعضا
Feminism Research Method	روش پژوهش فمینیسم
Q-Method Research	روش پژوهش کیو
Supplementary Source	روش پژوهش مکمل
Asymptotically distribution-free method (ADF)	روش توزیع آزاد مجانبی
Sociometric method	روش جامعه‌سنجی
Delphi method	روش دلفی
Methodology	روش‌شناسی
Q method	روش کیو
Nominal Group Technique (NGT)	روش گروه اسمی
Triangulation	روش مثلث‌بندی
Model base procedure	روش مدل پایه
Modeling Method	روش مدل‌سازی
Trend research / Trend study	روند پژوهی
Photocopy	رونویسی
Constructivist	رویکرد ساختارگرایانه
Critical Realism	رئالیسم انتقادی
Root mean squared error of approximation (RMSEA)	ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد
ژ	
Syntax language	زبان تشریح نحو
Co-Text	زمینه متن
Sub-model	زیرمدل
ژ	
Probing	ژرفکاوی
س	
Human Construction	ساخت انسانی

Conceptual Network Builders	سازنده شبکه مفهومی (در نرم‌افزارهای تحلیل داده کیفی)
Construct	سازه / ساختار
Constructist	سازه‌گرا/ ساختارگرا (در گراند تئوری)
Higher order construct	سازه با مرتبه بالا
Census	سرشماری / تمام شمار
Level of abstraction	سطح تجرید
Scenario	سناریوسازی / سناریو پردازی
Accretion Measures	سنجه‌های افزایشی (در روش پژوهش متمرکز)
Erosion Measures	سنجه‌های فرسایشی (در روش پژوهش متمرکز)
Testing Question	سؤال آزمونی (در روش گروه متمرکز)
Main Research Question	سؤال اصلی پژوهش (در روش گروه متمرکز)
Transitional Question	سؤال انتقالی (در روش گروه متمرکز)
Open Question	سؤال باز (در روش گروه متمرکز)
Review Question	سؤال برای مطالعه مروری (عنوان)
Interactive Questions	سؤالات تعاملی
Biographical Questions	سؤالات زندگینامه‌ای
Organizational Questions	سؤالات سازمانی
Ending Question	سؤال پایانی (در روش گروه متمرکز)
Leading Question	سؤال راهنما (در روش گروه متمرکز)
Key Question	سؤال کلیدی (در روش گروه متمرکز)
Preliminary Question	سؤال مقدماتی (در روش گروه متمرکز)
Steering Question	سؤال هدایتی (در روش گروه متمرکز)
ش	
Modification indices	شاخص اصلاح
Expected Cross Validation Index (ECVI)	شاخص اعتبارسنجی متقابل مورد انتظار
Camprative fit index (CFI)	شاخص برازش تطبیقی
Parsimonious Normal Fit Index (PNFI)	شاخص برازش مقتصد هنجار شده
Non-normed fit index (NNFI)	شاخص برازش هنجار نشده
Kaser Meyer Olkin (KMO)	شاخص کی ام اُ
Goodness of fit index (GFI)	شاخص نیکویی برازش
Adjusted goodness of fit index (AGFA)	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده
Absolute fit indices	شاخص‌های برازش مطلق
Variability	شاخص‌های پراکندگی
Modification indexes	شاخص‌های تعدیل (اصلاح)
Thematic Network	شبکه مضامین
Open Researcher and Contributor ID (ORCID)	شناسه پژوهشگران و محققان آزاد (ارکید)
Physical Trace Evidence	شواهد آثار مادی
Empirical evidence	شواهد تجربی
Oral evidence	شواهد زبانی یا شفاهی / مستند شفاهی

ص	
Expert	صاحب نظر / خبره
Spreadsheet	صفحه گسترده (یا شطرنجی در نرم افزارهای آماری)
ض	
Coefficient	ضریب
Counter Method	ضد روش (تأکید بر روش کیفی)
ط	
Categorizing	طبقه بندی / مقوله بندی
Naturalism	طبیعت گرا (تأکید بر روش کیفی)
Naturalistic Inquiry	پژوهش طبیعت گرا
Exprimental designs	طرح های آزمایشی یا تجربی
Pre-exprimental desgins	طرح های پیش آزمایشی
Semi- experimental designs	طرح های نیمه آزمایشی
ظ	
ع	
Total disaggregation	عدم تجمع کلی
Rationalism	عقل گرایی (معرفت حاصل از عقل و تحلیل)
Rigorous Science	علم دقیق
Causal-comparative	علی مقایسه ای
Against Method	علیه روش (اشاره به روش کیفی)
Title	عنوان تحقیق
Objectivity	عینیت
غ	
Data Immersion	غوطه ور شدن در داده ها
Immersion	غوطه وری (در داده یا اطلاعات)
Non-experimental	غیرآزمایشی
ف	
Meta analysis	فرا تحلیل
Meta synthesis	فرا ترکیب
Analytical Hierarchy Process (AHP)	فرایند تحلیل سلسله مراتبی
Hypothesis	فرضیه
Priori hypothesis	فرضیه اولیه
Two-tailed Hypothesis	فرضیه دو دامنه
Directional Hypothesis	فرضیه جهت دار
Null Hypothesis	فرضیه صفر
One-tailed Hypothesis	فرضیه یک دامنه
ق	

Credibility	قابلیت اعتبار
Ethnography	قوم‌نگاری
ک	
Fieldwork	کار میدانی
Data Reduction	کاهش یا تقلیل داده‌ها
Chi-square	کای اسکوئر / خی دو / مجذور خی
Research librarian	کتابدار پژوهشی
Selective coding	کدگذاری انتخابی
Open coding	کدگذاری باز
Substantive coding	کدگذاری حقیقی
Axial coding	کدگذاری محوری
Theoretical coding	کدگذاری نظری
Code and retrieve	کدگذاری و بازیابی (در نرم‌افزارهای تحلیل داده کیفی)
Knowledge Discovery From Data (KDD)	کشف دانش از داده‌ها
Kurtosis	کشیدگی
Holistic	کل‌گرایانه
Quantizing/ Quantification	کمّی سازی
Weighted Least Square (WLS)	کوچک‌ترین مجذورات وزن دهی شده
Qualitizing	کیفی سازی
گ	
Grounded Theory	گراند تئوری / تئوری داده بنیاد / تئوری زمینه‌ای
Reflexive Grounded Theory	گراند تئوری انعکاسی
Situational Grounded Theory	گراند تئوری موقعیتی
Informed Grounded Theory	گراند تئوری مطلع
Nominal Group	گروه اسمی
Sociometry	گروه سنجی
Focus Group	گروه متمرکز / گروه کانونی
Sociogram	گروه‌نما
Proposition	گزاره بیانگر روابط بین چندسازه
Fact Sheet	گزاره برگ / تک‌برگ
Reasoning	گواه‌آوری / استدلال‌آوری
Item	گویه
ل	
Concurrent embedded	لانه‌ای هم‌زمان (روش ترکیبی که داده‌های کمّی بخشی از داده‌های کیفی یا برعکس است)
Lisrel (Linear Structural Relationships)	لیزرل (روابط ساختارمند خطی) - نرم‌افزار آماری
Likert scale	مقیاس لیکرت
م	

External Factor Evaluation Matrix (EFE)	ماتریس ارزیابی عوامل خارجی
Internal Factor Evaluation(IFE) Matrix	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی
Strategic Position and Action Evaluation(SPACE)Matrix	ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک
Internal- External (IE) Matrix	ماتریس ارزیابی هم‌زمان عوامل داخلی و خارجی
General Strategy Mtrix (GSM)	ماتریس استراتژی اصلی
Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی
Threats-Opportunities-Weakness- Strenghts(TOWS) Matrix	ماتریس تهدیدها، فرصت‌ها، نقاط ضعف و نقاط قوت
Covariance matrix	ماتریس کوواریانس
Sociomatrix	ماتریس گروه
Boston Consulting Group (BCG) Matrix	ماتریس گروه مشاوران بستن
Thematic Matrix	ماتریس مضامین
Variance- covariance matrix	ماتریس واریانس-کوواریانس
Input matrix	ماتریس ورودی
Correlation matrix	ماتریس همبستگی
Variable	متغیر
Manifest Variable	متغیر آشکار
Exogenous Variable	متغیر برون‌زا
Predictor variable	متغیر پیش‌بین
Moderator variable	متغیر تعدیل‌کننده
Endogenous Variable	متغیر درون‌زا
Control variable	متغیر کنترل
Intervening variable	متغیر مداخله‌گر (مزاحم)
Extraneus variable	متغیر مزاحم (مداخله‌گر)
Independent variable	متغیر مستقل
Latent Variable	متغیر مکنون یا پنهان
Criterion variable	متغیر ملاک
Mediating Variable / Mediator Variable	متغیر میانجی
Dependent variable	متغیر وابسته
Variables Entered/Removed	متغیرهای وارد و حذف‌شده (در نرم‌افزار)
Triangulation	مثلت‌سازی (ارزیابی چندجانبه در روش کیفی)
Limitations	محدودیت‌ها (در پژوهش)
Locate Studies	محل مربوط به مطالعات (مانند پایگاه داده‌ها)
Masurement Model	مدل اندازه‌گیری
Rival model	مدل رقیب
Modelling	مدل‌سازی
Econometric Modelling	مدل‌سازی اقتصادسنجی
Structural Model	مدل ساختاری
SEM (Structural Equation Modeling)	مدل‌سازی معادله ساختاری

Text base managers	مدیریت متن (نرم‌افزارهای مدیریت کننده متن)
Reviewer	مرورگر، داور، ارزیاب
Literature review	مرور و ارزیابی ادبیات پیشینه پژوهش
Oral evidence	مستند شفاهی / شواهد زبانی یا شفاهی
Observation	مشاهده
Cover or Nonreactive Observation	مشاهده‌های پنهان و غیرواکنشی
Non participant observer	مشاهده‌کننده غیر مشارکتی
problems Convergence	مشکلات همگرایی
Interview	مصاحبه
Pedagogical Interview	مصاحبه آموزشی
Confrontational Interview	مصاحبه تهاجمی
Unstructured Interview	مصاحبه ساختار نیافته
Structured Interview	مصاحبه ساختاریافته
Depth Interview	مصاحبه عمیق
Ethnographic Interview	مصاحبه مردم‌نگارانه
Collaborative/ Interactive Interviews	مصاحبه‌های مشارکتی / تعاملی
Artifacts	مصنوعات (مربوط به روش غیرواکنشی)
Multi Method Study	مطالعه چند روشی
Case study	مطالعه موردی / پژوهش موردی
Epistemology	معرفت‌شناسی
Criterion	معیار
Akaik's Information Criterion (AIC)	معیار اطلاعات آکایک
Credibility criterion	معیار اعتبار (در روش کیفی)
Confirmability	معیار تأیید پذیری (در روش کیفی)
Dependability	معیار قابل اعتماد بودن (در روش کیفی)
Transferability	معیار قابل انتقال بودن (در روش کیفی)
Inclusion Criteria	معیار ورود
Sensitizing Concepts	مفاهیم حساس
Concept	مفهوم
Coneptualization	مفهوم‌سازی
Research article	مقاله پژوهشی
Research article	مقاله پژوهشی
Original Research	مقاله پژوهشی اصیل (با داده‌های جمع‌آوری شده توسط پژوهشگر)
Full paper	مقاله کامل (در همایش‌ها)
Review article	مقاله مروری
Article for press	مقاله مطبوعاتی
Potluck Paper	مقاله معجون
Position Paper	مقاله موضع‌گیری / نقد و تحلیل درباره یک مسئله
Data Comparison	مقایسه داده‌ها

Categorizing	مقوله‌بندی / طبقه‌بندی
Nominal measurement	مقیاس اسمی
Semantic differential scale	مقیاس افتراق معنایی یا ازگود
Bogardos scale	مقیاس بورگاردوس (فاصله اجتماعی)
Cummulative Scale	مقیاس تراکمی
Thurstone scale	مقیاس ترستون
Rank question scale	مقیاس تعیین اولویت یا رتبه‌بندی
Ordinal measurement	مقیاس رتبه‌ای یا ترتیبی
Interval measurement	مقیاس فاصله‌ای
Gutman or Cummulative scale	مقیاس گاتمن یا تراکمی
Ratio measurement	مقیاس نسبی
Primary Sources	منابع اولیه
Secondary Sources	منابع ثانویه
First hand Sources	منابع دست‌اول
Second Hand Sources	منابع دست‌دوم
Published sources	منابع منتشرشده
Confirming and Disconfirming Cases	موارد تأیید و رد کننده
Case	مورد مطالعه
Component	مؤلفه (در تعریف نظری، اجزای یک مفهوم)
Mean	میانگین
Average Squared Multiple Colleration (ASMC)	میانگین مجذور همبستگی‌های چندگانه
Median	میانه
ن	
Predatory Publishers	ناشران یغماگر
Noming	نام‌گذاری کردن
Cover letter	نامه همراه یا صفحه رویی (در پرسشنامه یا مقاله)
Results	نتایج
Netnography	نتنوگرافی
Qualitative data analysis software (QDAS)	نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی
Semiotics	نشانه‌شناسی
Hijacked Journals	نشریات جعلی
Fake Journals	نشریات قلابی یا تقلبی
Scholarly Journal	نشریه پژوهشی یا علمی
Predatory Journals	نشریه یغماگر
Theory Testing	نظریه آزمایی
Theory Builders	نظریه‌ساز (از نرم‌افزارهای تحلیل داده کیفی)
Theory Building/ Construction	نظریه‌سازی، نظریه‌پردازی
Crisis Points	نقاط بحران
Critiquing	نقد

External Criticism	نقد بیرونی یا خارجی (روش ارزیابی منابع در پژوهش تاریخی)
Internal Criticism	نقد درونی یا داخلی (روش ارزیابی منابع در پژوهش تاریخی)
Book review	نقد کتاب
Output map	نقشه خروجی (در نرم‌افزارهای آماری)
Road map	نقشه راه
Too-Perfect Paraphrase	نقل قول ناقص
Mode	نما
Data Display	نمایش داده‌ها
Chart	نمودار
Pictograph	نمودار تصویری / پیکتوگراف
Polygon chart	نمودار چندضلعی
Line graph	نمودار خطی
Pie chart or Circle or sector chart	نمودار دایره‌ای یا پای سیب
Organizational chart	نمودار سازمانی
Scree plot	نمودار سنگ‌ریزه
Path diagram	نمودار مسیر
Bar chart	نمودار میله‌ای
Scatter plot	نمودار نقطه‌ای یا پراکندگی
Histogram	نمودار هیستوگرام یا ستونی
Statistical sample	نمونه آماری
Resampling	نمونه‌سازی مجدد / نمونه‌گیری مجدد
Sampling	نمونه‌گیری
Probability Sampling	نمونه‌گیری احتمالی
Comfortable Sampling	نمونه‌گیری آسان
Extreme or Deviant Case Sampling	نمونه‌گیری از موارد مرزی یا انتهای
Reputational Case Sampling	نمونه‌گیری از موارد معروف یا شناخته‌شده
Sampling Politically Important Cases	نمونه‌گیری از موارد مهم سیاسی
Critical Case Sampling	نمونه‌گیری از موارد ویژه
Typical Case Sampling	نمونه‌گیری انتخاب موارد بارز
Intensity Sampling	نمونه‌گیری با بالاترین قدرت
Maximum Variation Sampling	نمونه‌گیری با حداکثر اختلاف
Captive Sampling	نمونه‌گیری حبسی
Volunteer Sampling	نمونه‌گیری داوطلبانه
Quotas Sampling	نمونه‌گیری سهمیه‌ای
Nonprobability Sampling	نمونه‌گیری غیراحتمالی
Opportunistic Sampling	نمونه‌گیری فرصت‌طلبانه
Snowball Sampling	نمونه‌گیری گلوله برفی
Sampling Special or Unique Cases	نمونه‌گیری موارد خاص یا یگانه
Sequential Sampling	نمونه‌گیری متوالی

Theoretical Sampling	نمونه‌گیری نظری
Stratification	نمونه‌گیری طبقه‌ای
Revelatory Case Sampling	نمونه‌گیری مکاشفه‌ای
Purposive sampling	نمونه‌گیری هدفمند
Homogeneous Sampling	نمونه‌گیری همگون
Ghost Writer	نویسنده شبه یا پنهان
Goodness of fit	نیکویی برازش
Quasi experimental	نیمه آزمایشی
و	
Hermeneutic unit (HU)	واحد هرمنوتیک
Former mediate	واسطه اولیه
Drivers Analysis	واکاوی پیشران‌ها / تحلیل پیشران‌ها
Webnography	وبنوگرافی
ه	
Hermeneutic	هرمنوتیک
Ontology	هستی‌شناسی
Moderator	هماهنگ‌کننده (در روش گروه متمرکز)
Correlation	همبستگی
Data Correlation	همبستگی داده‌ها
Colinearity	هم خطی
Internal consistency	همسانی درونی
Concurrent triangulation	همسوسازی هم‌زمان (روش ترکیبی جمع‌آوری هم‌زمان کمی و کیفی)
ی	
Note	یادداشت
Analytic Notes	یادداشت‌های تحلیلی
Filed Notes	یادداشت‌های میدانی
Findings	یافته‌ها
Data Consolidation	یکپارچه‌سازی داده‌ها



منابع

۱. احمدی، فضل‌اله؛ نصیریانی، خدیجه و ابادزی، پروانه (۱۳۸۷). تکنیک دلفی: ابزاری در تحقیق. مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی. بهار و تابستان، ۸(۱)، صص: ۱۷۵-۱۸۵.
۲. ادیب حاج باقری، محسن؛ پرویزی، سرور؛ صلصالی، مهوش (۱۳۸۶). روش‌های تحقیق کیفی. تهران: انتشارات بشری.
۳. آذر، عادل (۱۳۸۰). بسط و توسعه روش آنتروپی شانون برای پردازش داده‌ها در تحلیل محتوا. فصلنامه علمی-پژوهشی علوم انسانی دانشگاه الزهرا(س). سال یازدهم، شماره ۳۷ و ۳۸، بهار و تابستان ۱۳۸۰.
۴. آذر، عادل (۱۳۸۳). تحقیق در عملیات. تهران: علوم نوین
۵. آذر، عادل و فرجی، حجت (۱۳۸۷). علم مدیریت فازی. تهران: مؤسسه انتشارات کتاب مهربان.
۶. آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۸۳). مبانی نشر کتاب. تهران: سمت.
۷. آذری، سعید (۱۳۶۶). تکنیک‌های جامعه‌سنجی. طرح پژوهشی در سازمان صداوسیما. بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۱/۱۱ از نشانی: <https://ganj-old.irandoc.ac.ir/dashboard>
۸. ازکیا، مصطفی و دربان آستانه، علیرضا (۱۳۸۲). روش‌های کاربردی تحقیق. تهران: انتشارات کیهان.
۹. آساکول، پ (۱۳۸۴)، روش‌های مطالعات آینده‌پژوهی، ترجمه: سعید خزائی، مؤسسه آموزشی تحقیقاتی صنایع دفاعی، مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری دفاعی، معاونت اطلاع‌رسانی و خدمات علمی.
۱۰. اشتراوس، انسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۰). اصول روش تحقیق کیفی (نظریه مبنایی رویه‌ها و شیوه‌ها). ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، چاپ سوم.
۱۱. اشتراوس، انسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۱). مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای. ترجمه: ابراهیم افشار. تهران: نشر نی.
۱۲. اسدی، مهری؛ رضوی، سیدمصطفی؛ فراستخواه، مقصود (۱۳۹۰). الگوی کارآفرینی اجتماعی در سامان‌دهی کودکان خیابانی. توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره دوازدهم، صص ۶۵-۸۳.
۱۳. اسکندری، حسین (۱۳۹۲). بررسی نقش و اهمیت روش تحلیل گفتمان در قلمرو روان‌شناسی گفتمانی. نشریه اندازه‌گیری تربیتی، مقاله ۴، دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۶۵-۸۸.
۱۴. اشتراوس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۸۵). اصول روش تحقیق کیفی (نظریه مبنایی: رویه‌ها و شیوه‌ها). ترجمه: رحمت‌اله رحمت‌پور. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۵. اشجعی، مجید (۱۳۹۹). آینده‌های ورزش کاراته در سطح بین‌المللی با افق ۲۰۴۰. رساله دکتری، دانشگاه تهران، پردیس کیش.
۱۶. اعرابی، سیدمحمد (۱۳۸۵). دستنامه برنامه‌ریزی استراتژیک. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. چاپ پنجم: ۱۳۹۰.
۱۷. آقابابایی، احسان و همتی، رضا (۱۳۹۵). پژوهش روایت، به مثابه یک روش تحقیق کیفی. نشریه عیار پژوهش در علوم انسانی: بهار و تابستان ۱۳۹۵ - شماره ۱۰. صص ۴۳ تا ۷۰.

۱۸. آفاگل زاده، فردوس (۱۳۸۵). تحلیل گفتمان انتقادی. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۱۹. الهی شیروان، مجید؛ قنسولی، بهزاد؛ حسینی فاطمی، آذر (۱۳۹۲). تأثیر بافت در آموزش راهبردهای یادگیری زبان انگلیسی: فراتحلیل مطالعات تجربی. فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه، دوره ۴۵، شماره چهارم، صص: ۱-۲۶.
۲۰. امامی سیگارودی، عبدالحسین؛ دهقان نیری، ناهید؛ رهنورد، زهرا و نوری سعید، علی (۱۳۹۱). روش تحقیق کیفی: پدیدارشناسی. نشریه پرستاری و مامایی جامع‌نگر، سال ۲۲، شماره ۶۸، پاییز و زمستان ۱۳۹۱. صص: ۵۶-۶۳.
۲۱. امیدوار، مجید (۱۳۸۴). پژوهش در عملیات: مفاهیم، اصول و تاریخچه. نشریه راهکار مدیریت. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۹ از: <http://www.mgtsolution.com/show/۴۶۱۵۳۸۷۱۶>
۲۲. امیری، مجتبی (۱۳۸۲). نظریه و نظریه‌پردازی در دانش مدیریت. نشریه روش‌شناسی علوم انسانی، زمستان، ۳۷ (۳۳). صص ۳۶-۶۸.
۲۳. امیرپور، فرزانه و روضاتیان، سیده مریم (۱۳۹۷). بررسی الگوی تحلیل گفتمان میشل فوکو و مباحث علم معانی. نشریه متن‌شناسی ادب فارسی. دوره ۱۰، شماره ۲ (۳۸). صص ۵۳-۷۹.
۲۴. امیرتاش، علی‌محمد؛ حاتمی، امیدوار (۱۳۸۱). ریاضیات پایه و مقدمات آمار. تهران: انتشارات سمت.
۲۵. امیرحسینی، خسرو (۱۳۸۵). مهارت پژوهشگری در آموزش (اقدام‌پژوهی). تهران: عارف کامل
۲۶. انجمن ایرانی تحقیق در عملیات (بی‌تا). تحقیق در عملیات چیست؟ بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۱/۲۷ از نشانی: <http://iors.ir/content>
۲۷. انجمن علمی معلمان ایران (۱۳۹۱). تفاوت اقدام‌پژوهی با پژوهش‌های دانشگاهی. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۸ از نشانی: <https://moallemgoft.ir/Thread-%D>
۲۸. اندرو، پاتریک؛ پدرسن، پائول؛ مک اووی، چاد (۲۰۱۱). طراحی و روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی. ترجمه: هاشم کوزه چیان، رسول نوروزی، اکبرحیدری. سال انتشار ترجمه: ۱۳۹۱. تهران: انتشارات حتمی.
۲۹. اوج دانش (بی‌تا). نحوه گزارش نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیری. بازیابی در تاریخ ۹۷/۸/۱ از نشانی: <http://www.sciencepeak.com/?p=5177>
۳۰. ایران پژوهان (بی‌تا). روش تحقیق دلفی: هر چه باید بدانیم! بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۱/۱۲ از نشانی: <http://www.iranresearches.ir/>
۳۱. ایزانلو، بلال (۱۳۹۵). تفاوت عامل و بعد بر اساس رویکرد آماری. فصلنامه مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، سال ششم، شماره ۱۴، تابستان، صص ۲۳۵-۲۳۷.
۳۲. ایزدی، پیروز (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی در عمل: توصیف «کتاب تحلیل انتقادی گفتمان» نورمن فرکلایف. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۳۳. ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۸۴). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر عملکرد شورای اسلامی شهر در توسعه محلی. رساله دکتری جامعه‌شناسی توسعه دانشگاه تهران: دانشکده علوم اجتماعی.
۳۴. ایمان، محمدتقی و نوشادی، محمود رضا (۱۳۹۰). تحلیل محتوا کیفی. پژوهش، سال سوم، شماره دوم، پاییز و زمستان، ۱۳۹۰، صص ۴۴-۱۵.
۳۵. آیین‌نامه اخلاق زیستی دانشگاه پیام نور (۱۳۹۶). بازیابی در تاریخ ۹۷/۸/۱ از نشانی: <http://www.pnu.ac.ir/portal/file/?1281953/Akhlagh-Zisti.pdf>
۳۶. بازرگان عباس (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته، رویکردهای متداول در علوم رفتاری. تهران: دیدار.
۳۷. بازرگان، عباس و مرادی، نعمت‌اله (۱۳۷۴). روش مطالعه موردی و کاربرد آن در تعلیم و تربیت. مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی. دوره ۲، شماره ۸۸۲، صص ۴۵-۶۲.
۳۸. بیران، صدیقه؛ خانیکی، هادی و آطاهریان، محبوبه (۱۳۹۴). منشور اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌ها. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، شماره ۴، صص ۷-۱۶.

۳۹. بی، ارل آر (۱۳۹۴). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (نظری-عملی). جلد اول و دوم. ترجمه رضا فاضل. تهران: سمت (چاپ یازدهم).
۴۰. بست، جان (۱۹۸۳). روش‌های تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری. ترجمه: حسین پاشاشریفی و نرگس طالقانی. چاپ ششم پاییز ۱۳۷۴. تهران: رشد.
۴۱. بهرامپور، شعبانعلی (۱۳۷۸). درآمدی بر تحلیل گفتمان. کتاب مجموعه مقالات گفتمان و تحلیل گفتمان، به اهتمام محمدرضا تاجیک. تهران: انتشارات فرهنگ گفتمان.
۴۲. بهرامپور، شعبانعلی (۱۳۷۹). مقدمه گردآورنده، تحلیل انتقادی گفتمان نوشته نورمن فرکلاف. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۴۳. بیابانگرد، اسماعیل (۱۳۹۱). روش‌های تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی. جلد اول و دوم. تهران: نشر دوران. چاپ هفتم.
۴۴. پژوه (بی‌تا). روش تحقیق فراتحلیل یا متا آنالیز چیست و چه کاربردی دارد؟. بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۱/۱۴ از نشانی: <http://pajooheh.ir>
۴۵. پشتدار، علی محمد (۱۳۸۵). آیین نگارش و ویرایش ۲ (ویرایش). تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۴۶. پورشیخعلی، آتوسا و بهرامی، محسن (۱۳۸۲). تحلیل اثر متقابل در آینده پژوهی. دومین همایش ملی آینده پژوهی. تهران، <https://civilica.com/doc/242260>
۴۷. پورعزت، علی‌اصغر؛ شامی زنجان، مهدی و رئیسی‌فر، کامیار (۱۳۹۷). بررسی داستان‌های مسیرشغلی با رویکرد تحلیل روایت (ساختاری و محتوایی). فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت سازمان‌های دولتی. دوره ۶، شماره ۳، صص ۶۵-۸۲.
۴۸. پویا، علیرضا و طباطبائی، حسنین (۱۳۹۰). راهبرد کیفی پژوهش نظریه مفهوم‌سازی بنیادی: مفهوم، پارادایم، ویژگی‌ها و مباحث تکمیلی، ماهنامه توسعه انسانی پلیس، دوره ۸، شماره ۳۷، صص: ۱۱-۳۸.
۴۹. پویا، علیرضا و لقمانی، هدیه (۱۳۹۲). راهبرد روش‌شناسی کیو: جایگاه، کاربرد، روش، محدودیت‌ها و تقابل آن با روش‌شناسی آر. توسعه‌سازمانی پلیس، شماره ۴، صص ۸۷-۱۰۶.
۵۰. تاج‌آبادی، رضا و فلاحتی، غلامرضا (۱۳۸۵). شرایط ثبت اختراع و بررسی قوانین و مباحث حقوقی آن. نما مجله الکترونیکی پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران. شماره سوم، دوره ششم.
۵۱. تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۹). نشانه‌شناسی؛ نظریه و روش. نشریه پژوهشنامه علوم سیاسی. پاییز ۱۳۸۹، دوره ۵، شماره ۴ (۲۰)؛ صص: ۳۹-۷.
۵۲. تسلیمی، محمدسعید؛ میرزایی اهرنجان، حسن؛ محسنی، منوچهر و قلی‌پور، آرین (۱۳۸۲). طراحی مدل دیالکتیکی نهادی شدن سازمان. دانش مدیریت. شماره ۶۳، صص ۳-۳۷.
۵۳. تیک ۴ (بی‌تا). کارهایی که در داده‌کاوی انجام می‌شوند. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۱ از نشانی: <https://tik4.com/articles/machine-learning/data-mining>
۵۴. جلال زاده، زهرا (۱۳۸۶). شیوه‌نامه تدوین کتاب‌های دانشگاه پیام نور. تهران: دانشگاه پیام نور (چاپ دوم، ۱۳۸۸).
۵۵. جونز، ایان؛ گراتون، کریس (۱۳۹۱). روش‌های تحقیق در تربیت‌بدنی و علوم ورزشی. مترجم: ابوالفضل فراهانی، زهرا باورساد. تهران: انتشارات حتمی.
۵۶. چندلر، دانیل (۱۳۹۱). مقدمه‌ای بر نظریه ژانر. کتاب ماه ادبیات: مقالات، شماره ۶۹، پیاپی ۱۸۳، صص ۵۹-۶۸.
۵۷. حاجیانی، ابراهیم و قصاب، محمود (۱۳۹۲). آینده و سناریونگاری، طبقه‌بندی روش‌ها و دسته‌بندی سناریوها. فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی، سال دوم، شماره هشتم، صص ۶۲-۳۳.
۵۸. حبیب‌پور گنابی، کرم و صفری شالی، رضا (۱۳۸۸). راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی (تحلیل داده‌های کمی). تهران: لویه و متفکران.

۵۹. حبیبی، آرش (بی.تا). آموزش کامل فرایند تحلیل سلسله مراتبی به روش AHP. بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۱/۷ از نشانی:
<https://www.parsmodir.com/thesis/ahp-education.php>
۶۰. حبیبی، آرش (بی.تا). آموزش کامل فرایند تحلیل شبکه (ANP)، بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۱/۹ از نشانی:
<https://www.parsmodir.com/thesis/anp۲.php>
۶۱. حبیبی، آرش (بی.تا). آموزش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری. پارس مدیر. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۰ از نشانی:
<https://parsmodir.com/mcdm/ism.php>
۶۲. حریری، نجلا (۱۳۸۵). اصول و روش‌های پژوهش کیفی. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
۶۳. حسرتی، مصطفی (۱۳۸۵). مقدمه‌ای بر روش کیفی نظریه‌سازی داده بنیاد. زبان و زبان‌شناسی دوره دوم بهار و تابستان ۱۳۸۵ شماره ۳. صص. ۷۵-۸۶.
۶۴. حسین‌زاده، سید محمدعلی (۱۳۸۸). نظریه گفتمان و تحلیل سیاسی. تهران: فصلنامه علوم سیاسی. شماره ۲۸
۶۵. خاکی، غلامرضا (۱۳۸۷). روش تحقیق در مدیریت. تهران: بازتاب.
۶۶. خالقی، امیرحسین و پورعزت، علی‌اصغر (۱۳۹۴). فمینسم در مطالعات سازمان. نشریه مدیریت دولتی. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران. دوره ۷، شماره ۳، ص. ۴۳۷-۴۵۸.
۶۷. خانیکی، هادی (۱۳۸۸). چارچوبی برای پژوهش در اخلاق رسانه. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال چهارم، شماره‌های ۱ و ۲، ص: ۷۹-۹۲.
۶۸. خجسته، حسن (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی انتقادی تبلیغات تجاری. تهران: دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
۶۹. خنifer، حسین (۱۳۸۴). ارائه الگوی مدیریت بومی مبتنی بر دیدگاه امام علی (ع) با استفاده از مدل مفهومی سه‌شاخگی. مدیریت فرهنگ‌سازمانی، ۳(۸)، صص ۱۰۱-۱۴۶.
۷۰. خنifer، حسین و بردبار، حامد (۱۳۹۳). درآمدی بر مدل‌سازی در علوم رفتاری. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۷۱. خنifer، حسین و مسلمی، ناهید (۱۳۹۵). اصول و مبانی روش‌های کیفی: رویکردی نو و کاربردی. تهران: نگاه دانش.
۷۲. خنifer، حسین؛ مصطفی‌زاده، معصومه و همایی لطیف، مهتاب (۱۳۹۷). مبانی نظریه‌پردازی: پیشینه و ملاحظات. تهران: نگاه دانش.
۷۳. خسروی، شراره و عابد سعیدی، ژیلا (۱۳۸۹). گروه متمرکز روشی در گردآوری اطلاعات. نشریه پرستاری ایران. جلد ۲۳ شماره ۶۸ صص: ۱۹-۳۰.
۷۴. خسروی، مهدی (۱۳۹۸). مفاهیم و مبانی آینده‌پژوهی. آکادمی استراتژی ایران. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۸ از نشانی:
<http://www.iranstrategyacademy.com>
۷۵. خواجوی، شکراله؛ غیوری مقدم، علی و غفاری، محمدجواد (۱۳۸۹). تکنیک تحلیل پوششی داده‌ها مکملی برای تحلیل سنتی نسبت‌های مالی. نشریه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی. تابستان ۱۳۸۹. دوره ۱۷، شماره ۶۰. صص ۴۱-۵۷.
۷۶. خواستار، حمزه (۱۳۸۸). ارائه روشی برای محاسبه پایایی مرحله کدگذاری در مصاحبه‌های پژوهشی. فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی. ۱۵(۵۸): ۱۷۴-۱۶۱.
۷۷. خوی‌نژاد، غلامرضا (۱۳۸۰). روش‌های پژوهش در علوم تربیتی. تهران: سمت.
۷۸. دانایی‌فرد، حسن. (۱۳۹۲). استراتژی پژوهش‌های ترکیبی در مطالعات سازمان و مدیریت. (فصل هشتم از کتاب روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع). انتشارات صفار. چاپ دوم.
۷۹. دانایی‌فرد، حسن (۱۳۸۹). نظریه‌پردازی: مبانی و روش‌شناسی‌ها. تهران: انتشارات سمت.
۸۰. دانایی‌فرد، حسن و الوانی، سید مهدی (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکرد جامع. تهران: انتشارات صفار.
۸۱. دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل (۱۳۸۶). روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. انتشارات اشراقی. تهران.

۸۲. دانایی فرد، حسین؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل (۱۳۹۴). روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: نشر صفار.
۸۳. دانایی فرد، حسن و امامی، سید مجتبی (۱۳۸۶). استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه پردازی داده بنیاد. اندیشه مدیریت راهبردی، ۱(۲): ۶۹-۹۷.
۸۴. دانایی فرد، حسن؛ امامی، سید مجتبی (۱۳۹۲). استراتژی نظریه داده بنیاد در مطالعات سازمان و مدیریت. (فصل چهارم از کتاب روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع). انتشارات صفار. چاپ دوم.
۸۵. دانشگاه صداوسیما (بی تا). نشانه شناسی. بازیابی به تاریخ ۱۳۹۷/۱۱/۱۱ از نشانی:
<http://www.iribu.ac.ir/files/uni/neshaneshenasi.pdf>
۸۶. دفتر تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور (۱۳۹۵). شیوه نامه نگارش پایان نامه کارشناسی ارشد و رساله دکتری دانشگاه پیام نور. تاریخ بازیابی ۱۳۹۷/۷/۱۰ از نشانی:
<http://www.pnu.ac.ir/portal/home/?519587/>
۸۷. دفتر تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور (۱۳۹۴). آیین نامه آموزشی دوره دکتری تخصصی (Ph.D). بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۷/۱۰ از نشانی:
<http://www.pnu.ac.ir/portal/file/?1110822/DownloadHandler.pdf>
۸۸. دفتر تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور (۱۳۹۳). دستورالعمل پذیرش نمرات زبان عمومی دانشجویان دوره دکتری تخصصی دانشگاه پیام نور (مورخ ۹۳/۱۲/۱۰). بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۷/۱۰ از نشانی:
<http://www.pnu.ac.ir/portal/home/?519587>
۸۹. دلاور، علی (۱۳۷۴). مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: رشد.
۹۰. دلاور، علی (۱۳۷۵). روش تحقیق در روان شناسی و علوم تربیتی. تهران: رشد.
۹۱. دواس، دی. ای (۱۳۹۴). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. تهران: نشر نی.
۹۲. دولانی، عباس؛ حریری، نجلا؛ حسن زاده اسفنجانی، حافظ محمد و ولی نژادی، علی (۱۳۹۱). مروری بر پژوهش کیفی و نرم افزارهای تحلیل داده های کیفی. نشریه مدیریت سلامت: بهار ۱۳۹۱، دوره ۱۵، شماره ۴۷، صص ۷۷-۹۰.
۹۳. دیوید، فرد آر. (۱۹۹۹). مدیریت استراتژیک. ترجمه: علی پارساییان و سید محمد اعرابی (۱۳۷۹). تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی. چاپ نوزدهم: ۱۳۹۰.
۹۴. ذاکری، علی (۱۳۹۶). طراحی سیستمی پیش نگر بر اساس مفاهیم و ابزارهای برگرفته از علم پیچیدگی. رساله دکتری. دانشگاه تهران.
۹۵. ذاکری، علی (۱۳۹۸). سامانه های پیش نگر: طراحی رویکردی جدید برای مواجهه با شگفتی سازها. تهران: انتشارات دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی و تحقیقات راهبردی.
۹۶. رجب زاده عصارها، امیرحسین (۱۳۹۶). پارافریز چیست؟. بازیابی در تاریخ ۹۷/۸/۳۰، از نشانی:
<http://www.samimnoor.ir/view/fa/ArticleView?itemId=58>
۹۷. رخسانی، فاطمه؛ هاشم زهی، سودابه؛ کیخا، شهناز و جهان تیغ، عزیزاله (۱۳۹۱). تجارب و کارکردهای مطلوب دانشگاه علوم پزشکی زاهدان در اجرای برنامه اقدام پژوهی در نظام سلامت. مرکز تحقیقات ارتقای سلامت زاهدان، دفتر آموزش بهداشت و ارتقای سلامت وزارت بهداشت. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۸ از نشانی:
<https://www.sid.ir/fa/seminar/ViewPaper.aspx?id=11169>
۹۸. رسولی، بهروز (بی تا). پژوهش روایتی. پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک): پژوهش کار (راهنمای پژوهش و پژوهشگران). بازیابی در تاریخ ۹۸/۱/۲۴ از نشانی:
<https://research.irandoc.ac.ir/?cat=9&subcat=4&id=163&catTitle>
۹۹. دانشنامه جهان اسلام (بی تا). بخش مدخل. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۹/۲۱ از نشانی
<https://rch.ac.ir/partition/Details/5>

۱۰۰. داوری، علی و رضازاده، آرش (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. تهران: جهاد دانشگاهی.
۱۰۱. رنجبر، هادی؛ حق‌دوست، علی‌اکبر؛ صلصالی، مهوش؛ خوشدل، علیرضا؛ سلیمانی، محمدعلی؛ بهرامی، نسیم (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع. مجله علمی-پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران. پاییز، سال دهم، شماره ۳، ص: ۲۳۸-۲۵۰.
۱۰۲. ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). دایره‌المعارف علوم اجتماعی. تهران: انتشارات کیهان.
۱۰۳. ساعی، علی (۱۳۸۷). روش تحقیق در علوم اجتماعی. تهران: انتشارات سمت.
۱۰۴. سامانه پیشینه پژوهش (بی‌تا). سؤالات متداول. تارنمای ایرانداک. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۳/۲۸ از نشانی:
<https://pishineh.irandoc.ac.ir/Home/FAQ>
۱۰۵. سامانه همانندجو (بی‌تا). راهنمای عضویت. تارنمای ایرانداک. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۴/۱ از نشانی:
<https://tik.irandoc.ac.ir/Home/MembershipGuide>
۱۰۶. سامانه ملی ثبت پایان‌نامه، رساله و پیشنهاد (بی‌تا). درباره ما. تارنمای ایرانداک. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۴/۱ از نشانی:
<https://sabt.irandoc.ac.ir/>
۱۰۷. سبحانی فرد، یاسر؛ اخوان خرازیان، مریم (۱۳۹۱). تحلیل عاملی، مدل‌سازی معادلات ساختاری و چند سطحی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع). چاپ اول.
۱۰۸. سجودی، فرزانه (۱۳۸۳). نشانه‌شناسی کاربردی. تهران: انتشارات قصه.
۱۰۹. سرافرازی، اعظم؛ ایزد یار، صدیقه و حبیبی، آرش (۱۳۹۳). تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی. تهران: سیمای دانش و آذر.
۱۱۰. سرافراز، حسین و امین، محسن (۱۳۹۸). ارزیابی انتقادی کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای: واسازی معنای متناقض مخاطب. پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ماهنامه علمی، سال نوزدهم، شماره دهم، ۱۳۷-۱۵۷.
۱۱۱. سرایی، حسن؛ فتحی، سروش و زارع، زهرا (۱۳۸۷). روش کیفی در مطالعات اجتماعی با تأکید بر روش تحلیل گفتمان و تحلیل گفتمان انتقادی. سال دوم - شماره ۳، ۸۳-۱۰۶.
۱۱۲. سرمد زهره، بازرگان عباس، حجازی الهه (۱۳۷۶). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات آگه، چاپ ۲۲ (۱۳۹۰).
۱۱۳. سلیمی، اصغر (۱۳۸۳). گفتمان در اندیشه فوکو. کیهان فرهنگی. ش ۲۱۹. تهران: مؤسسه کیهان.
۱۱۴. سهرابی فرد، نسرين (۱۳۸۵). مروری بر مبانی فراتحلیل. نشریه روانشناسی تحولی (روانشناسان ایرانی). زمستان، دوره ۳، شماره ۱۰، صص: ۱۶۹-۱۷۱.
۱۱۵. سیف‌الهی، وجهاله (۱۳۸۷). راهنمای اقدام‌پژوهی در آموزش و پرورش. انتشارات گیلان.
۱۱۶. شرفی، محمد؛ عباسپور، عباس (۱۳۹۴). شناسایی قابلیت‌های اشتغال‌پذیری دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها بر اساس نظریه داده بنیاد. دو فصلنامه نوآوری و ارزش‌آفرینی، سال سوم، شماره هفتم، بهار و تابستان ۱۳۹۴، صص ۳۳-۴۸.
۱۱۷. شوپس، لیندا (بی‌تا). تاریخ شفاهی چیست؟ مترجم: علی فتحعلی آشتیانی. برگرفته از تارنمای تاریخ شفاهی ایران در مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگ و ادب پایداری. بازیابی در تاریخ ۹۷/۷/۱۸ از نشانی:
<http://www.oral-history.ir/?page=post&id=2352>
۱۱۸. شومیکر، پاملاچی؛ تانکارد، جیمز ویلیام و لاسورسا، دومینک ال (۱۳۸۷). نظریه‌سازی در علوم اجتماعی. ترجمه: محمد عبدالهی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۱۱۹. شوندی، ح. (۱۳۸۵). نظریه مجموعه‌های فازی و کاربردهای آن در مهندسی صنایع و مدیریت. تهران: انتشارات گسترش علوم پایه.
۱۲۰. شهولی کوه‌شوری، جواد (۱۳۹۹). آینده‌نگاری استراتژیک توسعه ورزش تربیتی ایران. رساله دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه.
۱۲۱. صادقی، نسرين (۱۳۹۴). اقدام‌پژوهی چیست؟ برگرفته از وب‌سایت تبیان. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۸ از نشانی:

۱۲۲. صادقی، نسرين (۱۳۹۲). شباهت‌ها و تفاوت‌های درس پژوهی و اقدام پژوهی. بخش پژوهش‌های دانش‌آموزی سایت تبیان. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۱۰ از نشانی: <https://article.tebyan.net/>
۱۲۳. صفاری، محسن؛ سنایی نسب، هرمز و پاکپور حاجی آقا، امیر (۱۳۹۲). چگونه یک مرور سیستماتیک در زمینه سلامت انجام دهیم: یک مرور توصیفی. فصلنامه علمی-پژوهشی آموزش بهداشت و ارتقای سلامت. سال اول. شماره ۱. ص ۵۱-۶۱.
۱۲۴. صنایع بیست (بی‌تا). آموزش روش ANP با مثال. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۳/۴ از نشانی: <https://sanaye20.ir>
۱۲۵. طالقانی، محمد؛ شاهرودی، کامبیز و صناعی، فرزاد (۱۳۹۰). مقایسه تطبیقی AHP و AHP فازی در رتبه‌بندی ترجیحات خرید (مورد مطالعه: صنعت لوازم خانگی). مجله تحقیق در عملیات و کاربردهای آن. سال نهم شماره، شماره اول، بهار، صص: ۸۱-۹۱.
۱۲۶. طاهری، س.م. (۱۳۷۸). آشنایی با نظریه مجموعه‌های فازی. مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد.
۱۲۷. طاهری داغیان، علی؛ قاسمی مطلق، مهدی؛ مهدیان، حسین (۱۳۹۸). بررسی اثربخشی درمانی دیالکتیک بر اضطراب و نشخوار فکری بیماران افسرده. مجله دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی مشهد. سال ۶۲، ویژه‌نامه ۱، صص ۲۶۴-۲۷۵.
۱۲۸. عباس‌پور، ابراهیم (۱۳۹۰). درآمدی بر نشانه‌شناسی. نشریه اسلام و علوم اجتماعی. مقاله ۴، دوره ۳، شماره ۶، پاییز و زمستان ۱۳۹۰: صص: ۱۰۹-۱۳۸.
۱۲۹. عباسیان، زهره (۱۳۹۴). COPE: کمیته بین‌المللی اخلاق نشر. بازیابی در تاریخ ۹۷/۸/۳۰ از نشانی: <http://www.samimnoor.ir/view/fa/ArticleView?itemId=23>
۱۳۰. عباسیان، زهره، و رجب‌زاده عصارها، امیرحسین (۱۳۹۴). نرم‌افزارهای تشخیص سرقت علمی. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۹/۱ از نشانی: <http://www.samimnoor.ir/view/fa/ArticleView?itemId=16>
۱۳۱. عباسیان، زهره (۱۳۹۷). گذری بر انواع سرقت علمی. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۹/۱، از نشانی: <http://www.samimnoor.ir/view/fa/ArticleView?itemId=74>
۱۳۲. عرب نرمی، بتول؛ گودرزی، محمود؛ سجادی، سید نصرالله و خیبری، محمد (۱۳۹۵). تلویزیون و توسعه ورزش همگانی: یک نظریه برخاسته از داده‌ها. مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۴۰، بهمن و اسفند ۱۳۹۵، صص ۳۸-۱۷.
۱۳۳. عظیم‌زاده، سیدعلی (۱۳۹۳). مفاهیم آینده‌پژوهی. پایگاه اینترنتی مرکز مطالعات آینده‌پژوهی. سایت اداره کل آموزش و پژوهش سیما. بازیابی ۱۳۹۹/۱۰/۳۰ از نشانی: <http://www.tvr.ir/index.php>
۱۳۴. عظیمی، محمدحسن؛ فدایی عراقی، غلامرضا؛ کوبکی، مرتضی و پورعزت، علی‌اصغر (۱۳۹۵). جستاری در رویکرد مطلوب آینده-پژوهی فناوری اطلاعات در حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی. مطالعات کتابداری و علم اطلاعات. دوره ۸، شماره ۲ (پیاپی ۱۸)، صص ۱-۱۸.
۱۳۵. عقیلی، سیدوحید و لطفی حقیقت‌امیر (۱۳۶۹). کاربرد روش تحلیل گفتمان در علوم رفتاری. نشریه دانشنامه، شماره ۷۸، صص: ۱۶۹-۱۹۴. بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۰/۱۸ از نشانی: <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=148093>
۱۳۶. علوی، موسی (۱۳۹۳). گزارش دهی نتایج مطالعات با کاربرد مدل یابی معادلات ساختاری. فصلنامه مدیریت پرستاری. سال سوم، دوره سوم شماره دوم، صص ۸-۱۹. بازیابی از نشانی: <http://ijnv.ir/article-1-208-fa.pdf>
۱۳۷. علی بابایی، یحیی (۱۳۹۲). نرم‌افزار آماری لیزرل به زبان ساده. جزوه آموزشی.
۱۳۸. عزیززاده، سیدعلی (۱۳۹۷). گروه کانونی چیست؟ تارنمای راتین. بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۱/۱۱ از نشانی: <https://www.ratin.agency/blog/digital-marketing-articles/what-is-a-focus-group/>

۱۳۹. عزیززاده، عزیز؛ وحیدی مطلق، وحید و ناظمی، امیر (۱۳۸۷). سناریونگاری یا برنامه‌ریزی بر پایه سناریوها. ناشر: مؤسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.
۱۴۰. علی‌مردی، مسعود (۱۳۹۹). چرخش عوامل در تحلیل عاملی. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۹/۱۰ از نشانی https://cochrana.ir/blog/%DA%86%
۱۴۱. غضنفری، مهدی؛ عزیززاده، سمیه و تیمورپور، بابک (۱۳۸۷). تهران: دانشگاه علم و صنعت ایران.
۱۴۲. غضنفری، مهدی و رضایی، محمود (۱۳۸۵). مقدمه‌ای بر نظریه مجموعه‌های فازی. تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
۱۴۳. غفاری، غلامرضا (۱۳۸۸). منطق پژوهش تطبیقی. مجله مطالعات اجتماعی ایران. زمستان ۱۳۸۸، دوره ۳، شماره ۴، صص: ۳-۱۶.
۱۴۴. فتح‌زاده، حسن (۱۳۹۰). دریدا و واسازی استعاره. فلسفه (۱) ۳۹. صص ۷۱-۸۶.
۱۴۵. فتحی، بشارت (۱۳۸۴). پدیدارشناسی به‌منزله روش پژوهش کیفی. نشریه اطلاع‌شناسی. بهار و تابستان ۱۳۸۴، شماره ۷، صص ۱۵۷ تا ۱۶۸. بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۱/۱۱ از نشانی:
- <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/74893/>
۱۴۶. فتوحی، محمود (۱۳۸۵). آیین نگارش مقاله علمی-پژوهشی. تهران: انتشارات سخن.
۱۴۷. فراستخواه، مقصود (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه برپایه. تهران: نشر آگاه.
۱۴۸. فراهانی، ابوالفضل؛ شعبانی‌مقدم، کیوان (۱۳۸۸). قواعد پژوهشگری در تربیت‌بدنی با تکیه بر نگارش پایان‌نامه و مقاله. تهران: اندیشه‌های حقوقی.
۱۴۹. فراهانی، ابوالفضل؛ راسخ، نازنین و اسلامی، صدیقه (۱۳۹۷). آشنایی با پایگاه‌های معتبر علمی و روش‌های جستجو. تهران: حتمی.
۱۵۰. فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان. ترجمه گروه مترجمان. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۵۱. فلیک، اووه (۱۳۸۷). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی، تهران، نشر نی.
۱۵۲. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا؛ ایزدپرست، لیلا (۱۳۹۳). آئین نگارش زبان فارسی: با تأکید بر مهارت نوشتن. تهران: حتمی.
۱۵۳. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا (۱۳۹۱). راهنمای پایان‌نامه با تأکید بر مدیریت ورزشی. تهران: نشر ورزش. ویراست دوم.
۱۵۴. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا؛ حیدری نژاد، صدیقه؛ شریفیان، اسماعیل؛ صابونچی، رضا (۱۳۹۶). روش تحقیق در مدیریت ورزشی. تهران: حتمی.
۱۵۵. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا؛ ایزدپرست، لیلا (۱۳۹۴). روش‌شناسی نقد و بررسی کتاب. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۱۵۶. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا؛ راسخ، نازنین؛ کرمی، عبدالله (۱۳۹۶). دستنامه تحلیل محتوای پیام‌های ارتباطی. تهران: اندیشه‌آرا.
۱۵۷. قاسمی، حمید و فنزاد، رضا (۱۳۹۷). حقوق رسانه. تهران: اندیشه آرا.
۱۵۸. قاسمی، حمید؛ قره، محمدعلی؛ حسینی، معصومه و شجاع، رضا (۱۳۹۴). نظریه‌های ارتباط جمعی. تهران: پیام نور.
۱۵۹. قاسمی پویا، اقبال (۱۳۸۱). راهنمای پژوهش در عمل. تهران: پژوهشکده تعلیم و تربیت
۱۶۰. قاضی طباطبائی، محمود و ودادهیر، ابوعلی (۱۳۸۹). فرا تحلیل در پژوهش‌های اجتماعی و رفتاری. تهران: جامعه‌شناسان.
۱۶۱. قائدی، یحیی (۱۳۹۴). دیالکتیک، چون روش و رویکرد در پژوهش‌های تربیتی. نشریه پژوهش‌های تربیتی، شماره ۳۰، بهار و تابستان ۱۳۹۴. صفحات الف تا ح.
۱۶۲. قدس الهی، احمد؛ روحانی، امیررضا و حسینقلی پور، طهمورث (۱۳۹۳). پدیدارشناسی در مطالعات مصرف‌کننده. نشریه تحقیقات بازاریابی نوین. مقاله ۱۲، دوره ۴، شماره ۳، بهار ۱۳۹۳، صص: ۱۰۷-۱۳۲.
۱۶۳. قربانی، عمران و حسن‌زاده، محمد (۱۳۹۷). دستنامه جامع و کاربردی پژوهش. تهران: انتشارات شرکت آینده آموزان آتا
۱۶۴. کاظم‌نژاد، انوشیروان؛ حیدری، محمدرضا و نوروز زاده، رضا (۱۳۸۹). روش‌های آماری. تهران: نشر جامعه نگر. چاپ اول.
۱۶۵. کانوی، دیوید و مانسون، رانلد (۱۳۹۱). مبانی استدلال. ترجمه تورج قانونی. تهران: نشر ققنوس.

۱۶۶. کرسول، جان. (۱۳۹۱). پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه موردی). ترجمه حسن دانایی‌فرد، حسین کاظمی. انتشارات صفار. ویرایش دوم. تهران.
۱۶۷. کوثری، مسعود؛ تفرشی، امیرعلی (۱۳۹۵). تحلیل گفتمان شبکه کودک «جم‌جونبوز» در نظم گفتمانی هویت مطلوب زنانه، مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال ۱۷، شماره ۳۶.
۱۶۸. گنجی، حمزه (۱۳۶۸). آزمون‌های جامعه‌سنجی. فصلنامه تعلیم و تربیت (آموزش و پرورش). شماره ۲۰. صص: ۲۲-۳۹. بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۱/۱۱ از نشانی:
<http://ensani.ir/file/download/article/20110218132008-132.pdf>
۱۶۹. گنجی، مهدی؛ امیرمظاهری، امیرمسعود؛ لیبی، مهدی (۱۳۹۸). تبارشناسی اجتماعی دست‌کاری بدن در زنان ایرانی. نشریه مطالعات زن و خانواده، پژوهشکده زنان دانشگاه الزهراء، دوره ۷، شماره ۱، صص: ۲۰۵-۲۴۵.
۱۷۰. لی، مینگ؛ پیتز، براندا؛ کوارترمن، جروم (۱۳۹۳). روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی. مترجم: فرشاد تجاری، نیما ماجدی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
۱۷۱. مبینی دهکردی، علی (۱۳۹۰). معرفی طرح‌ها و مدل‌ها در روش تحقیق آمیخته. فصلنامه راهبرد، سال بیستم، شماره ۶۰، پاییز. صص: ۲۱۷-۲۳۴.
۱۷۲. محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۵). ارتباط‌شناسی. تهران: سروش.
۱۷۳. محمدپور، احمد (۱۳۸۸). تحلیل داده‌های کیفی: رویه‌ها و مدل‌ها، مجله انسان‌شناسی، دوره دوم، سال یکم، شماره دهم، بهار و تابستان.
۱۷۴. محمدپور، احمد (۱۳۹۰). روش تحقیق کیفی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۱۷۵. محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی ضد روش. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان. جلد اول و دوم.
۱۷۶. محمدیان، محمدحسین؛ آقارحیمی، زهرا؛ حیاتی آب‌باریک، هادی و محمدی‌بخش، رقیه (۱۳۸۹). روش مطالعه موردی و کاربردهای آن در تحقیقات حوزه مدیریت و برنامه‌ریزی سلامت. مدیریت اطلاعات سلامت، ۷ (ویژه‌نامه)، صص: ۷۲۵-۷۳۵.
۱۷۷. مدیریت آموزش و پرورش ناحیه ۴ شیراز (بی‌تا). راهنمای درس‌پژوهی. معاونت آموزش ابتدایی. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۱۰ از نشانی:
<http://ebtedaei.n4.farsedu.org/upload/41167/dars%20pzhuhi.pdf>
۱۷۸. مرادی، خدیجه و رضائی شریف‌آبادی، سعید (۱۳۹۷). نشانه‌شناسی و اف.آر.بی.آر. فصلنامه مطالعات کتابداری و علم اطلاعات، دانشگاه شهید چمران اهواز، شماره ۲۳، صص: ۱۴-۱.
۱۷۹. مرادی، محسن (۱۳۹۶). طرح تحقیق روایتی چیست؟ تارنمای مدرسه پژوهش کمی و کیفی. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۰۳/۲۴ از نشانی:
<https://analysisacademy.com/۵۴۱۹>
۱۸۰. مرادی، مرتضی (۱۳۹۳). گذر پارادایمی از پژوهش‌های کمی به پژوهش‌های کیفی در علوم انسانی. رهیافت، شماره ۵۷، صص: ۱۱۲-۸۹.
۱۸۱. مرکز آموزش و پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری (بی‌تا). آشنایی با مبانی آینده‌پژوهی. دفتر مطالعات و پژوهش‌های اداری. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۹ از نشانی
<http://azmoon.smtc.ac.ir/images/uploadcenter/>
۱۸۲. مسعودی، جهانگیر (۱۳۸۶). هرمنوتیک و نواندیشی دینی. قم: انتشارات پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۱۸۳. مصلح، علی اصغر و پارسا خانقاه، مهدی (۱۳۹۰). واسازی به‌منزله یک استراتژی. مجله متافیزیک، دانشگاه اصفهان، سال سوم، شماره ۱۲، صص: ۵۹-۷۲.
۱۸۴. معدن‌دار آرانی، عباس (۱۳۹۴). مطالعات تطبیقی در آموزش و پرورش: کاربری روش‌های جدید تحقیق. نشریه خانواده و پژوهش. دوره ۱۲، شماره ۲۷، صص: ۶۹-۹۰.

۱۸۵. مطالعات راهبردی علوم و معارف اسلام (۱۳۸۴). مطالعات تطبیقی «چیست؟ چرا؟ و چگونه؟» بازیابی در تاریخ ۹۷/۱۱/۷ از نشانی:
<http://isin.ir/node/2173>
۱۸۶. مک کی، تام و مارش، دیوید (۱۳۸۴). روش مقایسه‌ای، در روش و نظریه در علوم سیاسی. ویراسته دیوید مارش و جری استوکر. ترجمه امیرمحمد حاج یوسفی. تهران: مطالعات راهبردی.
۱۸۷. مک‌نیل، پاتریک (۱۳۷۶). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه: محسن ثلاثی. تهران: انتشارات آگاه.
۱۸۸. ملایی سفیددشتی، افشین (۱۳۹۸). آینده‌های ورزش قهرمانی جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۱۶. رساله دکتری، دانشگاه تهران، پردیس بین‌المللی کیش.
۱۸۹. ملبوس‌باف، رامین و عزیزی، فریدون (۱۳۸۹). مرور سیستماتیک «Systematic Review» چیست و چگونه نگاشته می‌شود؟ نشریه پژوهش در پزشکی (مجله پژوهشی دانشکده پزشکی)، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی شهید بهشتی. دوره ۴، شماره ۳۴، پاییز، صص ۲۰۳-۲۰۷.
۱۹۰. ملکی فر، عقیل و همکاران (۱۳۸۵). الفبای آینده‌پژوهی. تهران: کرانه علم.
۱۹۱. منادی، مرتضی؛ عابدی، فاطمه و طالب‌زاده شوشتری، لیلا (۱۳۹۴). روش پژوهش کیفی کاربردی در علوم اجتماعی و علوم رفتاری. تهران: جامعه‌شناسان.
۱۹۲. منصوریان، یزدان (۱۳۸۶). گراند تئوری چیست و چه کاربردی دارد؟ ارائه‌شده در همایش چالش‌های علم اطلاعات. اصفهان، دانشگاه اصفهان، ۹ خرداد ۱۳.
۱۹۳. منصوریان، یزدان و محسنی، حمید (۱۳۸۹). مبانی نگارش علمی. تهران: کتابدار.
۱۹۴. موسوی عوری، عبدالله (۱۳۹۵). بحث گروهی متمرکز: یک روش حل مسئله در پرستاری. مجله مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی. دوره سیزدهم، شماره سوم، صص: ۲۸۸-۲۹۷.
۱۹۵. مهرگان، محمدرضا (۱۳۹۲). پژوهش عملیاتی پیشرفته. تهران: نشر کتاب دانشگاهی.
۱۹۶. مهری، پریخ و فتاحی، رحمت‌الله (۱۳۹۰). مرور نوشتارها و پیشینه پژوهش: راهنمای نگارش. تهران: نشر کتابدار.
۱۹۷. میرزایی، خلیل (۱۳۸۸). پژوهش، پژوهشگری و پژوهشنامه نویسی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۱۹۸. نادری، عزت‌اله؛ سیف نراقی، مریم (۱۳۷۶). تحقیق در علوم انسانی. تهران: دفتر تحقیقات و انتشارات بدر. چاپ سیزدهم.
۱۹۹. ناصری، سهیلا و پیری، صدیقه (۱۳۹۶). تئوری زمینه‌ای: روشی برای مطالعه علمی و عملی توسعه و تغییر اجتماعی. مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال نهم / شماره چهارم. صص ۲۰-۷.
۲۰۰. ناظمی، امیر و قدیری، روح اله (۱۳۸۵). آینده‌نگاری از مفهوم تا اجرا. انتشارات مرکز صنایع نوین، ۲۷-۱۵.
۲۰۱. نشریه دایکه (۱۳۹۷). داده‌کاوی چیست؟ بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۱ از نشانی:
<http://www.dayche.com/data-mining-definition/>
۲۰۲. نعمتی، احسان (۱۳۹۷). راهکارهای جبران خسارت ناشی از نقض حق مؤلف. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۷/۹/۱، از نشانی:
<http://www.samimnoor.ir/view/fa/ArticleView?itemId=71>
۲۰۳. نظامی‌وند چگینی، هوشنگ (۱۳۹۸). رویکردهای خلق استراتژی. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۲۰۴. نوریان، محمد (۱۳۹۶). راهنمای عملی پژوهش روایی: همراه با فعالیت‌های کارگاهی. بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۰۳/۲۵ از نشانی:
<http://www.shorapub.ir/picture/1/pazhooesh20%ravayi.pdf>
۲۰۵. نوغانی، محسن و عباچی، اعظم (۱۳۹۶). روایت در جایگاه تحقیق و تحقیق در جایگاه روایت: نکات اشتراک و افتراق. فصلنامه علمی - پژوهشی روش‌شناسی علوم انسانی. س ۲۳، ش ۹۰، بهار، صص. ۱۶۹-۱۴۱.
۲۰۶. واعظی نژاد، محمد (۱۳۹۶). آینده‌پژوهی و روش‌های آن. دانشنامه پژوه، پژوهشکده باقر العلوم (ع). بازیابی در تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۳۰ از نشانی
<http://pajoohe.ir/%D>

۲۰۷. ون دایک، تئون ای. (۱۳۸۹). مطالعاتی در تحلیل گفتمان: از دستور متن تا گفتمان انتقادی. مترجمین: پیروز ایزدی، شعبانعلی بهرام‌پور، محمدجواد غلامرضا کاشی، علیرضا خرمایی و تژا میرفخرایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌های صداوسیما.
۲۰۸. ویثرا، آرماندو لوئیس (۱۳۹۳). کاربرد لیزرل در عمل (با رویکرد SIMPLIS). مترجمین: رسول نوروزی سیدحسینی؛ حمید قاسمی. تهران: حتمی.
۲۰۹. ویدوسن، اچ. جی. (۱۳۹۳). تحلیل گفتمان. تهران: جامعه‌شناسان.
۲۱۰. ویلیام، کوین (۱۳۸۶). درک تئوری رسانه. ترجمه: رحیم قاسمیان. تهران: نشر ساقی.
۲۱۱. همدانی، مصطفی (۱۳۹۳). تحلیل نشانه‌شناختی. قم: پژوهشکده باقرالعلوم.
۲۱۲. هوایت، دنیس و کرامر، دانکن (۱۳۹۵). مقدمه‌ای بر فراتحلیل: آموزش محاسبات دستی و نرم‌افزاری. مترجم: حسین صفری. تهران: جامعه‌شناسان.
۲۱۳. هومن، حیدرعلی (۱۳۹۰). مدلیابی معادلات ساختاری. تهران: انتشارات سمت، چاپ چهارم.
۲۱۴. یاسمی، کلثوم؛ آفاگل زاده، فردوس (۱۳۹۵). تحلیل گفتمان انتقادی کتاب «امریکن اینگلش فایل» با استفاده از مدل ون دایک. مطالعات فرهنگ - ارتباطات دوره ۱۷، شماره ۳۴، ۱۸۵-۲۰۵.
۲۱۵. یمانی، نیکو؛ نصر، احمدرضا و منجمی، امیرحسین (۱۳۸۶). تحلیل داده‌های پژوهش‌های کیفی با استفاده از نرم‌افزار. مجله آموزش در علوم پزشکی. پاییز و زمستان: ۷(۲). صص: ۴۲۳-۴۳۶.
۲۱۶. یورگنسن، ماریان و فیلیپس، لوئیز (۱۳۹۳). نظریه و روش در تحلیل گفتمان. مترجم: هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
217. Adler, M. & Ziglio, E. (1996). Gazing into the oracle: The Delphi Method and its application to social policy and public health. London: Jessica Kingsley Publishers.
218. Alvesson, M., & Skoldberg, K. (2009). Reflexive Methodology: New Vistas for Qualitative Research. Los Angeles; London: SAGE. 2nd. Ed.
219. Arksey, Hilary & O'Malley, Lisa (2005) Scoping studies: towards a methodological framework, International Journal of Social Research Methodology, 8:1, 19-32, DOI: 10.1080/1364557032000119616
220. Atkins S, Lewin S, Smith H, et al. (2008). Conducting a meta-ethnography of qualitative literature: lessons learnt. BMC Medical Research Methodology. 8:21. o Downe BA MSc PhD RM
221. Baby, S. (2013). AHP Modeling for Multicriteria Decision-Making and to Optimise Strategies for Protecting Coastal Landscape Resources. International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 4, No. 2, April. P. 218-227. Reterived by: <http://www.ijimt.org/papers/395-M696.pdf>
222. Barry, John & Proops, John (1999). Seeking Sustainability Discourses with Q Methodology. Ecological Economics, 28, 337-345.
223. Benson, K. (1977). Organization: Adialectic view. Administrative Science Quarterly. 22:1-21.
224. Berg, Bruce and Lune, Howard (2012). Qualitative Research Methods for the Social Sciences. Pearson Education Limited.
225. Berry, J., Irvine, S. (1986). 12 Bricolage: savages do it daily. Practical intelligence: Nature and origins of competence in the everyday world, 271.
226. Berry, K. (1997). Long waves and geography in the 21st century. Futures, 29 (4-5), 301-310.
227. Berry, K. (2004). Structures of bricolage and complexity. J. Kincheloe & K. Berry (2004) Rigour and Complexity in Educational Research: Conceptualizing the Bricolage, 103-127.
228. Berry, K. (2011). Embracing Radical Research, in Key works in critical pedagogy. New York: Springer.
229. Berterö C. (2012). Grounded theory methodology - has it become a movement?. nt J Qual Stud Health Well-being. 2012; 7: 10.3402/qhw.v7i0.18571. Published online 2012 Jun 15. doi: 10.3402/qhw.v7i0.18571
230. Brannen Julia (2005). Mixed Methods Research: A discussion paper. ESRC national center for research methods. P. 4. <http://eprints.ncrm.ac.uk/89/1/MethodsReviewPaperNCRM-005.pdf>

231. Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*. Vol. 3, No. 2, Pp. 77-101
232. Boyatzis, Richard (1998). *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. Thousand Oaks, California: Sage.
233. Braun, Virginia; Victoria Clarke (2006). "Using thematic analysis in psychology". *Qualitative Research in Psychology*. 3 (2): 83. doi:10.1191/1478088706qp063oa. hdl:10125/42031.
234. Bryman, A (2001) *Social Research Methods*, Oxford: Oxford University Press
235. Burman, Erica and MacLure, Maggie (2005). *Research Methods In The Social Sciences*. Chapter 34, Deconstruction. Editors: Somekh, Bridget and Lewin, Cathy. SAGE Pp. 284-292
236. Campell DT, Fiske DW.(1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychol Bull*. 1959 Mar;56(2):81-105.
237. Charmaz, K (2006). *Grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Thousand Oaks, California: Sage.
238. Cherwitz, R.A., Hinkins, J.W. (1988). *Communication and knowledge: An investigation in rhetorical epistemology*. Carolina: Univ of South Carolina Pr; 1st edition.
239. Cillessen, A. H. N. (2009). Sociometric methods. In K. H. Rubin, W. M. Bukowski, & B. Laursen (Eds.), *Social, emotional, and personality development in context. Handbook of peer interactions, relationships, and groups*(pp. 82-99). New York, NY, US: Guilford Press.
240. Clandinin, D J (2010), *Narrative Inquiry, Qualitative Research* University of Alberta, Edmonton, AB, Canada, Elsevier pp.436441
241. Clark A. (2003). Situational analysis: Grounded Theory mapping after postmodern turn. *Symbolic Interaction*. Vol. 26. No: 4. Pp. 553-576.
242. Clarke, Victoria; Braun, Virginia and Hayfield, Nikki (2008). *Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods*. Chapter 10: Thematic Analysis. edited by Jonathan A. Smith. SAGE Pub.
243. Clarke, Victoria; Braun, Virginia; Frith, Hannah and Moller, Naomi (2019). Editorial Introduction to the Special Issue: Using Story Completion Methods in Qualitative Research. *Qualitative Research in Psychology*. Vol. 16, NO. 1, pp 1–20.
244. Cook, D. J., Mulrow, C. D., & Haynes, R. B. (1997). Systematic reviews: synthesis of best evidence for clinical decisions. *Annals of Internal Medicine*, 126(5), 376-380.
245. Cooper, H. (1998). *Synthesizing research*. Newbury Park, CA: Sage.
246. Corbin J, Strauss A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks 2008.
247. Cornish, Edward (2004). *Futuring: the Exploration of the future*. Pub: Word Future Society. ISBN 0-93024-57-2. P79.
248. Creswell, J.W. (2003). Chapter 1, A Framework for Design, in *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods*. Sage Publication .
249. Creswell, J. W. (2012), *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson, fourth edition
250. Creswell, J. W. (2009). *Research design: Quantitative, qualitative, and mixed method approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
251. Cronbach, I.J. (1963). Course improvement through evaluation. *Teacher College Record* 64: 672-683.
252. Dator J. (2019) What Futures Studies Is, and Is Not. In: Jim Dator: A Noticer in Time. *Anticipation Science*, vol 5. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-17387-6_1
253. Deip, P., Thesen, A., Motiwalla, J., & Seshardi, N. (1977). *Systems tools for project*
254. *Planning: Nominal Group Technique*. Bloomington, Indiana: International Development Institute. retrieved by: https://www.aucd.org/docs/urc/Leadership_Institute/Subsequent%20Leadership%20Institute%20Materials/Nominal%20Group%20Technique.pdf
255. Deng J. L. (1982). The control problems of grey systems, *Systems and Control Letters*, 1(5), 288-294.

256. Deng J. L. (1982). Introduction to grey system theory, *The Journal of Grey Systems*, 1(1), 1-24.
257. Denzin, N. (1989). *Interpretive Interactionism*. London: Sage Publications Ltd.
258. Deniz, Norman k. and Lincoln, Yvonna s. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Sage Publication. 4th ed.
259. Denzin, N.K., Lincoln, Y.S. (2005). *Qualitative research*. Newyork: Sage.
260. Denzin, N.K., Lincoln, Y.S. (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. Newyork: Sage.
261. Derrida, Jacques (1997), *Of Grammatology*, Gayatri Chakravorty Spivak (trans.), Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
262. Devadas, U. M., Silong, A. D., & Ismail, I. A. (2011). The relevance of Glaserian and Straussian grounded theory approaches in researching human resourcedevelopment. Paper presented at the International Conference on Financial Management and Economics.
263. Dubin, R. (1970). Theory building. *Philosophy and Phenomenological Research* ,31 (2), 309-310.
264. English.stackexchange (2015). Difference between Paper and Article for scientific writings. retrieved by:
<https://english.stackexchange.com/questions/263204/difference-between-paper-and-article-for-scientific-writings>
265. Enzer, S. (1971). Delphi and cross-impact techniques: An effective combination for systematic futures analysis. *Futures*, March, 3(1), 48-61.
266. Erkilä, Tracy Powers and Klempova, Danica (2006). A Trainer's Tool Kit, Chapter 3: Method Case Studies. A-clinic Foundation, Helsinki & Institute on Drug Dependencies at the Centre Treatment of Drug Dependencies, Bratislava. retrieved by:
http://www.ntcu.edu.tw/jc0071/HEHP%20%20Fall%202006/HEHPP%20chapters/delphi%20toolkit_chap3_eng.pdf
267. Eisenberg, E.M. (1990). Jamming transcendence through organizing. *Communication Research*, 17 (2), 139-164.
268. Eskandari, M., Reyhani, E. (2014). Investigating the process of problem posing. *Journal of Theory & Practice in Curriculum* 2 (3): 117-140.
269. Feitosa, J., Joseph, D.L., & Newman, D.A. (2015). Crowdsourcing and personality measurement equivalence: A warning about countries whose primary language is not English. *Personality and Individual Differences*, 75, 47-52.
270. Finlay, L. (2002). "Outing" the researcher: The provenance, process, and practice of reflexivity. *Qualitative health research*, 12 (4), 531-545.
271. France EF, Ring N, Noyes M, et al. (2015). Protocol-developing meta-ethnography reporting guidelines (eMERGe). *BMC Medical Research Methodology*. 15:103.
272. Fugard AJ, Potts HW (10 February 2015). "Supporting thinking on sample sizes for thematic analyses: A quantitative tool". *International Journal of Social Research Methodology*. 18 (6): 669–684. doi:10.1080/13645579.2015.1005453.
273. Gioia, D.A., Pitre, E. (1990). Multiparadigm perspectives on theory building. *Academy of management review*, 15(4), 584-602.
274. Glaser, B. (1992). Basic principles of Grounded theory. *Sociology Pr*. Chapter 7.
275. Glasziou, P. (2001). *Systematic Reviews in Health Care: A Practical Guide*. Cambridge University
276. Glenn, J.C. (1994). *Introduction to the futures research methodology series*. Washington, DC: United Nations University.
277. Goldkuhl G., Cronholm S. (2003) Multi-grounded theory – Adding theoretical grounding to grounded theory, in *Proc of the 2nd European Conference on Research Methods in Business and Management (ECRM 2003)*, Reading. retrieved by:
https://www.researchgate.net/publication/30063024_How_to_Develop_a_Multi-Grounded_Theory_the_evolution_of_a_business_process_theory
278. Goldkuhl G. & Cronholm S. (2010). Adding Theoretical Grounding to Grounded Theory: Toward Multi-Grounded Theory. *International Journal of Qualitative Methods* 2010, 9(2). Pp. 187-205.

279. Good, P. (2006). *Resampling Methods: A Practical Guide to Data Analysis*. Springer Science & Business Media.
280. Gordon, T.J., & Glenn, J. (2018). Interactive scenarios. (In Luiz Moutinho, Mladen Sokele's *Innovative Research Methodologies in Management: Volume I: Philosophy, Measurement and Modelling*). Springer International Publishing.
281. Grewal, Anju; Kataria, Hanish and Dhawan, Ira (2016). Literature search for research planning and identification of research problem. *Indian J Anaesth*. 2016 Sep; 60(9): 635–639. doi: 10.4103/0019-5049.190618, retrieved in 07/07/2019 by: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5037943>
282. Grove, S. K., Burns, N. & Gray, J. (2012). *The practice of nursing research: Appraisal, synthesis, and generation of evidence*, Elsevier Health Sciences.
283. Guba, E.G., Lincoln, Y.S.. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2 (105), 163-194.
284. Guest, Greg (2012). *Applied thematic analysis*. Thousand Oaks, California: Sage. p. 11.
285. Guest, Greg; MacQueen, Namey (2012). *Introduction to Thematic Analysis*. *Applied Thematic Analysis*. pp. 3–20. doi:10.4135/9781483384436.n1.
286. Harden, Angela; Garcia, Jo; Oliver, Sandy; Rees, Rebecca; Shepherd, Jonathan; Ginny, Brunton and Oakley, Ann (2003). Applying systematic review methods to studies of people's views: an example from public health research. *J Epidemiol Community Health*, Pp 794-800, retrieved by: <https://jech.bmj.com/content/jech/58/9/794.full.pdf>
287. Harding, Sandra (1991). *Whose Science? Whose knowledge? Thinking from Women's lives*. Ithaca, NY, Cornell University Press.
288. Harding, Sandra (1989). *Feminist and Science*. Editor: Nancy Tuana. Indiana University press. Pp. 17-32.
289. Harms, P.D., & DeSimone, J.A. (2015). Caution! MTurk workers ahead — Fines doubled. *Industrial and Organizational Psychology*, 8(2), 183-190.
290. Henrich, J., Heine, S. J., & Norenzayan, A. (2010). The weirdest people in the world? *Behavioral and Brain Sciences*, 33(2-3), 61-83.
291. Hermanns, H. (1995). *Narratives Interview. Qualitative Forschung. Ein Handbuch*.
292. Heron, J., Reason, P. (1997). A participatory inquiry paradigm. *Qualitative inquiry*, 3 (3), 274-294.
293. Huang, Weidong; Hong, Seok-Hee and Eades, Peter (2005). Layout Effects on Sociogram Perception. *Springer-Verlag Berlin Heidelberg, LNCS 3843*, pp. 262–273. retrieved by: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F11618058_24.pdf
294. ISAHp (2016). *A Style Guide for Paper Proposals To Be Submitted to the International Symposium of the Analytic Hierarchy Process*. London, U.K. retrieved by: http://www.isahp.org/uploads/isahp16_proceeding_1156493.pdf
295. Jones, M., & Alony, I. (2011). Guiding the use of Grounded Theory in Doctoral studies—an example from the Australian film industry. *International Journal of Doctoral Studies*, 6, 95-114.
296. Kellner, D. (2003). *Media culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the post-modern*. London: Routledge.
297. Kennedy HP (2004). Enhancing Delphi research: methods and results. *J Adv Nurs*. Mar; 45(5), pp 504-11.
298. Kincheloe, J.L. (2001). Describing the bricolage: Conceptualizing a new rigor in qualitative research. *Qualitative inquiry*, 7 (6), 679-692.
299. Kincheloe, J.L. (2005). On to the next level: Continuing the conceptualization of the bricolage. *Qualitative Inquiry*, 11 (3), 323-350.
300. Khan, Khalid S; Kunz, Regin; Kleijnen, Jos and Antes, Gerd (2003). Five steps to conducting a systematic review. *Journal of Royal Society Medicine (JRSM)*. 96(3): 118–121.
301. Konecki K. T. (2011). *Visual Grounded Theory: A Methodological. Outline and Examples from Empirical Work*. *REVIJA ZA SOCIOLOGIJU* 41 (2011), 2: 131–160.

302. Kosir, Katja and Pecjak, Sonja (2007). Sociometry as a method for investigating peer relationships: what does it actually measure? *Journal Educational Research*. Volume 47, 2005 - Issue 1. Pp: 127-144.
303. Kowalczyk, D. (2015). Basic Research and Applied Research: Definitions and Differences. *Research Methods in Psychology*. Retrieve by: <http://study.com/academy/lesson/basic-research-and-applied-research-definitions-and-differences.html>
304. Krippendorff, K. (2012). *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE Publications, Incorporated.
305. Kroger, M., Schafer, M. (2016). Scenario development as a tool for interdisciplinary integration processes in sustainable land use research. *Futures*, 84, 64-81.
306. Labov, William (1972). *Sociolinguistic Patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania. p. 209.
307. Landeta J. (2006). Current validity of the Delphi method in social sciences. *Technological Forecasting and Social Change* 2006; 73(5); 467-82.
308. Lapan S.W., Reddien P.W. dlx and sp6-9 Control optic cup regeneration in a prototypic eye. *PLoS Genet*. 2011;7:e1002226.
309. Lawler, S. (2002). *Narrative in Social Research*. London: Blackwell.
310. Lietz, C.A. & Zayas L.E. (2010). Evaluating Qualitative Research for Social Work Practitioners. *Advances in Social Work*, 11(2):188-202
311. Li Q. X. and Lin Y. (2014). A briefing to grey systems theory, *Journal of Systems Science and Information*, 2(2), 178-192.
312. Liu S. F. and Lin Y. (2006). *Grey Information, Theory and Practical Applications*, Springer.
313. Liu S. F. and Lin Y. (2011). *Grey Systems: Theory and Applications*, Springer-Verlag, Berlin.
314. Liu, S., Yang, Y., Xie, N. and Forrest, J. (2016). New progress of grey system theory in the new millennium. *Grey Systems: Theory and Application*, 6(1), 2-31.
315. Locke, K. D. (2001). *Grounded theory in management research*: Sage Publications Limited.
316. Luss, H. and M. B. Rossenwein (1997). Operations Research applications: Opportunities and accomplishments. *European Journal of Operational Research*. PP: 220-224
317. Lvi-Strauss, C. (1966). *The savage mind*. Chicago: The University of Chicago Press.
318. Manca DP, Varnhagen S, Brett-McLean P, Allan GM, Szafran O, Ausford A. (2007). Rewards and challenges of family practice: web-based survey using the Delphi method. *Can Fam Physician* 2007 Feb; 53(2): 278-86, 277.
319. Martino, J.P. (1987). Recent developments in technological forecasting. *Climatic Change*, 11 (1-2), 211-235.
320. Mayan, M. (2001). *An Introduction to Qualitative Methods: A Training Module for Students and Professionals*. Edmonton, AB: International Institute for Qualitative Methodology.
321. Mayes, G. Randolph (ND). *How to Analyze and Evaluate Ordinary Reasoning*. Department of Philosophy, Sacramento State University. retrieved by: <https://www.csus.edu/indiv/m/mayesgr/ph14/because/part5argumentexplanation.htm>
322. McCombes, Shona (2019). *How to write a discussion section*. retrieved by: <https://www.scribbr.com/dissertation/discussion>
323. Mills, J. & Bonner, A. & Francis, K. (2006) "The Development of Constructivist Grounded Theory", *International Journal of Qualitative Methods*, Vol 5 (1): 1-10.
324. Mohapatra, P.; Bora, M.; Sahu, K. (1984). "Incorporating Delphi Results in System Dynamics Models: A Case of Indian Tea Industry". *Technological Fore and Social Change Journal*. Vol. 25, pp. 159-177.
325. Moen, Torill (2006). Reflections on the Narrative Research Approach. *International Journal of Qualitative Methods*. 5 (4). Pp 56-69. Reterived by: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/160940690600500405>
326. Moorman, C., Miner, A.S. (1988). Organizational improvisation and organizational memory. *Academy of management Review*, 23 (4), 698-723.

327. Moreno, Jacobe Levy (1953). *Who shall Survive? Foundations of sociometry, group psychotherapy and socio-drama* (2nd ed.). Oxford, England: Beacon House.
328. Muhaiyuddin N. S. M., Abu Bakar H. S., Hussin H. (2016). The multiple approaches of grounded theory: Justification for Straussian version. *People: International Journal of Science and Technology*. Special Issue Volume 2 Issue 1, pp. 186-196. DOI-<http://dx.doi.org/10.20319/pijss.2016.s21.186196>.
329. Newbold, C., Boyd-Barrett, O., & Van Den Bulck, H. (2002). *The media book*. London: Arnold (Hodder Headline).
330. Norris, J. M., & Ortega, L. (2006). The value and practice of research synthesis for language learning and teaching. In J. M. Norris & L. Ortega (Eds.), *Synthesizing research on language learning and teaching* (pp. 3–50). Philadelphia: Benjamins.
331. Oliver Carolyn (2011). Critical Realist Grounded Theory: A New Approach for Social Work Research. *British Journal of Social Work* (2011) 1–17. doi:10.1093/bjsw/bcr064
332. OOPSLA 91 program commiΣee (2003). How to get your paper accepted at OOPSLA. Proc OOPSLA 91, p.359. retrieved by: <http://acm.org/sigplan/oopsla96/how91.html>.
333. Palmer, Joshua C. and Strickland, Justin (2016). FROM THE SCIENCE STUDENT COUNCIL: A beginner's guide to crowdsourcing (Strengths, limitations and best practices for psychological research). *American Psychology Association*. retrieved by: <https://www.apa.org/science/about/psa/2016/06/changing-minds>
334. Paterson, B. L., Thorne, S. E., Canam, C., & Jillings, C. (2001). *Meta-study of qualitative health research. A practical guide to meta-analysis and meta-synthesis*. Newbury Park, CA: Sage.
335. Polya, G. (1957). *How to solve it*. Princeton University Press.
336. Popper, R. (2008). How are foresight methods selected?. *foresight*, 10(6), 62-89.
337. Popper, R. (2009). *Mapping Foresight: Revealing how Europe and other world regions navigate into the future*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
338. Popit, D. & Besck, C. (2012). *Essentials of nursing research*. Ethics, 23.
339. Powell C. (2003). The Delphi technique: myths and realities. *J Adv Nurs* 2003 Feb; 41(4): 376- 82.
340. Pugh, William and PDLI ۱۹۹۱ Program CommiΣee (2003). Advice to authors of extended abstracts. Online Available: <http://acm.org/sigsoft/conferences/pughadvice.html>
341. Ragin, C. and Zaret, D. (1983). Theory and method in comparative research: Two strategies, *Social Process*, 61 (3), 731-754.
342. Ramalho, R.; Adams, P.; Huggard, P.; Hoare, K. (2015). "Literature Review and Constructivist Grounded Theory Methodology". *Forum: Qualitative Social Research*. 16 (3). Art. 19.
343. Reger, G. (2001). "Technology Foresight in companies: From an Indicator to a Network and Process Perspective". *Technology Analysis & Strategic Management*, 13(4), 533-553.
344. Riessman, Catherine Kohler (2008). *Narrative Methods for the Human Sciences*. CA, USA: SAGE Publications 244, pages, Volume, 11 No, 1. Art. 19.
345. Riffe, Daniel; Lacy, Stephen; G.Fico; Frederick (2005) *ANALYZING MEDIA MESSAGES Using Quantitative Content Analysis in Research Second Edition*. LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS Mahwah, New Jersey London.
346. Robrecht, L. (1995). Grounded theory: Evolving methods. *Qualitative Health Research*, 5(2), 169-177.
347. Rogers, M. (2012). Contextualizing theories and practices of bricolage research. *The Qualitative Report*, 17 (48), 1-17.
348. Rowe, G. & Wright, G. (1999). The Delphi technique as a forecasting tool: Issues and analysis. *International Journal of Forecasting*, 15(4), 353 - 375.
349. Saaty, T. L. (1998). *Mathematical methods for operations research*. New York: Dover
350. Saldana, Johnny (2009). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. Thousand Oaks, California: Sage. p. 13.
351. Salkind, N. J. (2010). *Encyclopedia of research design* (Vols. 1-0). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412961288

352. Sandelowski, M., Docherty, S., & Emden, C. (1997). Qualitative meta-synthesis: Issues and techniques. *Research in Nursing & Health*, 20, 365–371.
353. Shachar, Mickey (2008). Meta-Analysis: The preferred method of choice for the assessment of distance learning quality factors. *International Review of Research in Open and Distance Learning* Volume 9, Number 3. retrieved by: <http://www.irrodl.org/index.php/irrodl/article/view/9.3.8/1155>
354. Shaw, Mary (2001). The coming-of-age of software architecture research. *Proc. 23rd Int 'l conf on software engineering, ICSE 2001*, p656.
355. Stake, Robert E. (1978). The Case Study Method in Social inquiry. *Educational Researcher*. Vol. 7, No. 2 (Feb., 1978), pp. 5-8
356. Smith, Drew (2016). *Organize Your Genealogy: Strategies and Solutions for Every Researcher*. F+W Media, Inc.
357. Speziale, H., Streubert, H. J & Carpenter, D. R. (2011). *Qualitative research in nursing: Advancing the humanistic imperative*, Lippincott Williams & Wilkins.
358. Stanley, Liz & Wise, Sue (1993). *Breaking out again*. London. Routlage.
359. Stark, Sheila and Torrance, Harry (2005). *Research Methods In The Social Sciences*. Chapter 3, Case study. Editors: Somekh, Bridget and Lewin, Cathy. SAGE Pp. 33-40
360. Strauss, Anselm L.; Corbin, Juliet M (1990) "Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques" 1st Edition.
361. Strauss, Anselm (1987) "Qualitative Analysis for Social Sciences" Cambridge University Press, New York
362. Strauss, A and Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. 2nd. Ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
363. Strauss, Anselm and Corbin, Juliet (2006); *Principles and Methods of Qualitative Research, Basic Theory and Practices*, Translation by Biouk Mohammadi, Tehran, Institute of Humanities and Cultural Studies.
364. Schwaninger, M.; Grosser, S. (2008). System Dynamics as Model-Based Theory Buiding. *Systems Research and Behavioral Science*, 25, 447-465.
365. Skulmoski, Gregory J., Hartman, Francis and Krahn, Jenny (2007). The Delphi Method for Graduate Research. *Journal of Information Technology Education*. V, 6. PP, retrieved by: <http://www.jite.org/documents/Vol6/JITEv6p001-021Skulmoski212.pdf>
366. Smith, N. W. (2001). *Current Systems in Psychology: History, Theory, Research, and Applications*. Belmont, Calif: Wadsworth.
367. Surowiecki, James. (2004). 'The Wisdom of Crowds: Why the Many are Smarter than the Few and How Collective. ' *Wisdom Shapes Business, Economies, Societies, and Nations*, Doubleday;
368. Thayer, L. (1988). Leadership/communication: A critical review and a modest proposal. *Handbook of organizational communication*, 231, 263.
369. Thomas, G. (1998). The myth of rational research. *British Educational Research Journal*, 24 (2), 141-161.
370. Thornberg, R (2012). "Informed grounded theory". *Scandinavian Journal of Educational Research*. 56 (3): 243–259. doi:10.1080/00313831.2011.581686.
371. Turkle, S., Papert, S. (1992). Epistemological pluralism and the revaluation of the concrete. *Journal of Mathematical Behavior*, 11 (1), 3-33.
372. Van Maanen, J. (1979). The fact of fiction in organizational ethnography. *Administrative science quarterly*, 539-550.
373. Walsh, Denis (2005). Meta-synthesis method for qualitative research: a literature review. retrieved by: <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2005.03380.x>
374. Weick, K.E. (1988). Introductory essay—Improvisation as a mindset for organizational analysis. *Organization science*, 9 (5), 543-555.
375. Weick, K.E. (1993). Organizational redesign as improvisation. *Organizational change and redesign: Ideas and insights for improving performance*, 346, 379.

376. Weick, K.E. (2002). The aesthetic of imperfection in orchestras and organizations. *Organizational improvisation*, 166-184.
377. Weick, K.E., Roberts, K.H. (1993). Collective mind in organizations: Heedful interrelating on flight decks. *Administrative science quarterly*, 357-381.
378. Weinstein, D., Weinstein, M.A. (1991). Georg Simmel: sociological flaneur bricoleur. *Theory, Culture & Society*, 8 (3), 151-168.
379. Wibberley, C. (2012). Getting to grips with bricolage: A personal account. *The Qualitative Report*, 17(25).
380. Wimmer, R.D., & Dominick, J.R. (2003). *Mass media research: An introduction* (7th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
381. Wu, Q. (2013). Construction and application of grey concept lattices. *Informatica*, 24(1), 153-168.
382. Wuest J. (1995). Feminist Grounded Theory: An Exploration of the Congruency and Tensions between Two Traditions in Knowledge Discovery. *Qualitative health research*. Vol 5, Issue 1, 125-137. <https://doi.org/10.1177/104973239500500109>
383. Xu, Yu (2008). Methodological Issues and Challenges in Data Collection and Analysis of
384. Qualitative Meta-Synthesis. *Asian Nursing Research*, September, Vol 2, No 3, pp, 173-183.
385. Yang Y. and John R. (2012). Grey sets and greyness, *Information Sciences*, 185, 249-264.
386. Yee, J., & Bremner, C. (2011). Methodological bricolage: What does it tell us about design?. Paper presented at Doctoral Design Education Conference.
387. Zelkowitz, Marvin V. and Delores Wallace (1997). Experimental models for validation in Software engineering. *Information and software Technology*, vol 39, no 11, pp.735-744.



معرفی سرپرست نویسندگان و ویراستار علمه کتاب



حمید قاسمی در سال ۱۳۵۰ از پدری نظامی و مادری خانه‌دار متولد شد. شغل پدر، خانواده را از تهران راهی ایلام و سپس کرمانشاه کرده بود. او فعالیت‌های تحصیلی خود را روی حوزه «ورزش و رسانه» متمرکز کرد و از دو رشته «علوم ورزشی با گرایش مدیریت در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری» و «مدیریت رسانه در مقطع کارشناسی ارشد» فارغ‌التحصیل شد. با سوابقی که در انواع ژورنالیسم‌های مطبوعاتی، رادیویی و تلویزیونی داشت با ورود به دوره دکترای علوم ورزشی با گرایش مدیریت، روی رویکرد «ژورنالیسم پژوهشی» متمرکز شد. حمید قاسمی در چندین دوره به‌عنوان پژوهشگر برتر در سطح مرکز دانشگاهی و سطح استان تهران انتخاب شد. او مدل‌هایی با عناوین «سطح مطلوب در ارتباط»، «مهارت‌های ارتباطی» و «سواد ارتباطی» را بنام خود ثبت کرده است. قاسمی برای نخستین بار دوره کارشناسی ارشد مدیریت رسانه‌های ورزشی را دانشگاه پیام نور راه‌اندازی کرد. در نخستین گام حاصل مطالعات خود درباره روش پژوهش را در قالب کتابی با عنوان «راهنمای پایان‌نامه» برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی منتشر ساخت. در ادامه و با توجه به نیازهای دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته مدیریت ورزشی با همکاری چند تن از اعضای علمی مرتبط، کتابی با عنوان «روش تحقیق در مدیریت ورزشی» را منتشر کردند. در ادامه و با توجه به نیاز به آموزش‌های کاربردی و عمیق‌تر در حوزه تحلیل محتوا و مطالعات استراتژیک تک‌نگاشت‌های تخصصی را در این زمینه‌ها منتشر نمود.

پس از انتصاب حمید قاسمی به عنوان رئیس مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور در سال ۱۳۹۷، به دنبال تحقق آرزوی دیرینه خود، نسبت به تهیه یک مجموعه جامع از روش پژوهش با حضور اساتیدی از رشته‌های مختلف گام برداشت. تجربه چالش اختلاف نظرهای اساتید حاضر در یک رشته یا رشته‌های مختلف درباره فرایندهای کاربردی در روش‌های پژوهش مختلف به ویژه در جلسات دفاع باعث شد تا ایده یک نظام جامع پژوهشی توسط اساتید مختلف در ذهن او شکل بگیرد. طرح اولیه آن با عنوان «مرجع پژوهش» با رویکرد جمع‌سپارانه‌ای در اختیار اساتید صاحب نظر قرار گرفت. در هر محله با اضافه، اصلاح یا تکمیل شدن توسط اساتید مختلف با رشته‌های متنوع، ویراست جدیدی از کتاب با حضور مؤلفان جدید ارائه شد. این امر تا جایی پیش رفت که ظرف مدت سه سال در سال ۱۴۰۰ با ویراست هفدهم و حضور ۴۷ مؤلف به عنوان یکی از جامع‌ترین و کاربردی‌ترین کتاب‌های روش پژوهش به زبان فارسی مورد توجه پژوهشگران و دانشجویان تحصیلات تکمیلی قرار گرفت. از نظر او این روند اصلاحی و تکمیلی در بازه‌های زمانی هر نیمسال یا سال تحصیلی با جمع‌آوری نظرات اصلاحی و تکمیلی اساتید و تا رسیدن به بالاترین اجماع و پذیرش حداکثری به عنوان جامع‌ترین منبع روش پژوهش دنبال خواهد شد. برنامه او این است که در صورت وجود اختلاف نظر درباره محورهای اساسی، با برگزاری جلسات مناظره علمی و آرای داوران، نتایج نهایی جمع‌بندی و وارد مرجع پژوهش شود. او تلاش دارد تا نسخه انگلیسی کتاب مرجع پژوهش را منتشر و زمینه حضور و مشارکت اساتید بین‌المللی حوزه پژوهش را در این کتاب فراهم کند.

Eighteenth Edition

A Comprehensive Guide To Research

Hamid Ghasemi (Ph.D.) et al.

مرجع پژوهش کتابی راهنما برای انجام مراحل پژوهش از ابتدا تا انتها است. به همین منظور تلاش شده است تا گام طراحی پژوهش و نوشتن پروپوزال به طور کامل و کاربردی توضیح داده شود. همچنین فرایند اجرای پژوهش از جمع آوری داده ها تا تحلیل یافته و در ادامه بحث و نتیجه گیری معرفی شده است. در گام دیگر انواع روش های انتشار نتایج پژوهش، مانند نوشتن مقاله آموزش داده می شود. مرجع پژوهش، منبعی جامع برای انجام فرایند پژوهش است.

ISBN:978-622-97697-3-7



اندیشه آرا

Andisheara.ir