

جزوه درسی «تکنیک‌های خاص تحقیق»

مدرس: حمید مسعودی

ویرایش: ۱۳۹۸



سرفصل‌های اصلی

- وجوه تمایز روش‌شناسی، روش تحقیق و تکنیک تحقیق
- معرفی انواع تکنیک‌های تحقیق و روش‌های متناظر آن
- شرح تکنیک‌های تحقیق به همراه شیوه عملی اجرای آن
- تکنیک‌های تکمیلی و مهارتی انجام پژوهش‌های اجتماعی

ارزشیابی درس

- امتحان پایان ترم = ۲۱ نمره
- امتحان میان ترم = ۳ نمره
- کار عملی = ۵ نمره
- حضور فعال در کلاس = +

مهم‌ترین منابع پیشنهادی برای مطالعه بیشتر

ارزانی، احمد؛ سبزعلیان، محمدرضا (۱۳۹۷). مهارت‌های کاربردی پژوهش، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد صنعتی اصفهان.
اسپرولی، جیمزپی؛ دیولیو، یوجین؛ کوردی، مک (۱۳۹۱). پژوهش فرهنگی: مردم‌نگاری در جوامع پیچیده، تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
استراس، آنسلم و کوربین، جولیت.ام (۱۳۹۰). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها، ترجمه بیوک محمدی، تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

اسکات، جان (۱۳۹۶). تحلیل شبکه اجتماعی، مترجمین محسن نوغانی و مهسا صادقی‌نژاد، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد.
انگروزینو، مایکل وی (۱۳۹۶). درآمدی بر مردم‌نگاری: نحوه انجام تحقیق‌های مشاهده‌ای و مردم‌نگارانه، مترجمین جبار رحمانی و محمد رسولی، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

اوپیتس، مایکل (۱۳۹۴). هنر دقت: کلام و تصویر در مردم‌نگاری، مترجمین احمد الستی و محمد همتی، تهران: انتشارات کتاب پارسه.
بی، ارل (۱۳۹۵). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (نظری - عملی)، ترجمه رضا فاضل، تهران: انتشارات سمت.
بلیکی، نورمن (۱۳۹۲). استراتژی‌های پژوهش اجتماعی، ترجمه هاشم آقابیگ‌پوری، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
بلیکی، نورمن (۱۳۹۶). طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
بیکر، ترزال (۱۳۹۴). نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: نشر نی.
جاکارد، جیمز؛ جاکوبای، جاکوب (۱۳۹۶). مهارت‌های نظریه‌پردازی و مدل‌سازی: راهنمای عملی برای پژوهشگران علوم اجتماعی، ترجمه مریم عالم‌زاده، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

حسینی، مریم (۱۳۹۴). معرفی روش گروه کانونی و کاربرد آن در تحقیقات، تهران: مرکز پژوهش و سنجش افکار.
داوسون، کترین (۱۳۸۸). راهنمای عملی روش تحقیق: راهنمای آسان کسب مهارت در تکنیک‌های پژوهش و انجام پروژه‌های تحقیقاتی، ترجمه زهره دهدشتی‌شاهرخ و امید مهدیه، تهران: انتشارات ترمه.

دواس، دی.ای (۱۳۹۷). پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: نشر نی.
رایف، دانیل؛ لیسی، استفن؛ فیکو، فریدریک (۱۳۸۸). تحلیل پیام‌های رسانه‌ای: کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق، ترجمه مهدخت بروجردی‌علوی، تهران: انتشارات سروش.
رحمدل، ناصر (۱۳۹۴). تحلیل محتوا و پژوهش داده بنیاد با استفاده از نرم‌افزار Maxqda، تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی
رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۹۴). تکنیک‌های خاص تحقیق در رشته علوم اجتماعی، تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.

مهم‌ترین منابع پیشنهادی برای مطالعه بیشتر

ساعی، علی (۱۳۹۶). روش تحقیق در علوم اجتماعی (با رهیافت عقلانیت انتقادی)، تهران: انتشارات سمت.
ساعی ارسی، ایرج (۱۳۹۵). مهارت‌های نوشتاری پژوهش در علوم اجتماعی، تهران: انتشارات بهمن برنا.
سالارمهر، رضا (۱۳۹۳). جستجوی موفقیت‌آمیز با گوگل: شگردها، مفاهیم و مهارت‌ها (برای دانشجویان، دانش‌آموزان، پژوهشگران و تمان کاربران اینترنت)، تهران: انتشارات یاد عارف.

سلیمانی نجف‌آبادی، رسول؛ نجار کاخکی، ایمان؛ غلامی، نسرین (۱۳۹۴). اصول و مهارت‌های بنیادین در نگارش پژوهش‌های علمی، تهران: انتشارات مهر زهرا (س).
طالبیان، حامد (۱۳۹۷). تحلیل شبکه ابرپیوند: زمینه‌ها و رویکردهای نظری و روش‌شناختی، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
طاهر دوست، حامد (۱۳۹۶). روش تحقیق و مهارت‌های پژوهشی، تهران: انتشارات یکان.

عرفانی، هادی (۱۳۹۶). مهارت پژوهشگری، تهران: انتشارات ساروان.
فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۲). پشت دریاها شهری است: فرایندها، روش‌ها و کاربردهای مردم‌نگاری شهری، تهران: انتشارات تیسرا.
فلیک، اووه (۱۳۹۷). درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
کرسول، جان (۱۳۹۶). پویای کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه موردی)، مترجم حسن دانائی‌فرد، سیدحسین کاظمی، تهران: انتشارات صفار اشراقی.

کرپیندورف، کلوس (۱۳۹۴). تحلیل محتوا: مبانی روش‌شناسی، مترجم هوشنگ ناییبی، تهران: نشر نی.
کمپل، الیزابت؛ ای لاسیتر، لوک (۱۳۹۷). مردم‌نگاری امروزی (نظریه‌ها و روش‌ها)، ترجمه احمد نادری، تهران: انتشارات گل‌آذین.
کیوی، ریموند، کامپنهود، لوک‌وان (۱۳۸۶). روش تحقیق در علوم اجتماعی (نظری و عملی)، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: انتشارات توتیا.
گیلهام، بیل (۱۳۹۴). روش تحقیق مطالعه موردی، مترجم مونا بوذری، همایون پاشاصفوی، تهران: انتشارات سیاه‌رود.
مخبردزفولی، فهیمه (۱۳۹۳). تفکر انتقادی: روش‌ها و مهارت‌های تحقیق و پژوهش، تهران: انتشارات امیرکبیر.
مرجیسن، جولیان‌ام (۱۳۹۳). مردم‌نگاری: طراحی، هدایت و ارائه‌ی تحقیق، ترجمه سیدقاسم حسنی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
میرزایی، خلیل (۱۳۸۹). پژوهش، پژوهشگری و پژوهش‌نامه‌نویسی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
نوروزی‌جوینانی، سعید (۱۳۸۸). بحث گروهی متمرکز: مبانی، فرایند، و تحلیل، تهران: انتشارات دانژه.
نوک، دیوید (۱۳۸۷). تحلیل شبکه، مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی.

نیک‌رفتار، طیبه (۱۳۹۰). روش کیو و کاربرد آن در یک مطالعه موردی: گونه‌شناسی ذهنیت نخبگان در مورد راه‌های مدیریت دولت افقی در ایران، تهران: انتشارات نگاه دانش.
هنکاک، داوسون. آر؛ آگوزین، باب (۱۳۹۳). انجام پژوهش مطالعه موردی: راهنمای عملی برای محققان مبتدی، مترجم یونس فروزان، تهران: انتشارات: هوپار.
هنینک، مونیک (۱۳۹۲). راهنمای بین‌المللی پژوهش گروه متمرکز برای علوم اجتماعی و علوم بهداشتی، مترجم ایرج فیضی و مهسا طاهران، تهران: انتشارات تیسرا.

پژوهش چیست؟

تحقیق در معنای رایج آن، جستجوی دانش است. تحقیق چیزی بیش از فرایند ساده جمع‌آوری اطلاعات است. تحقیق در پی پاسخی برای سوال‌های بی‌جواب بودن است. تحقیق در نوردیدن مرزهای نادانی است. کشف و خلق معرفت، مرکز ثقل و قلب هر کار تحقیقاتی است. یک تحقیق خوب به طور نظام‌مندی برای رسیدن به هدفی معین طراحی و سازمان داده می‌شود. می‌توان تحقیق را به عنوان جستجوی سیستماتیک و علمی برای اطلاعات مناسب در یک موضوع خاص و به دست آوردن دانش جدید، به خصوص در مورد یافتن امور واقع جدید تعریف کرد. کلیفورد وودی تحقیق را فرآیندی می‌داند شامل تعریف و بازتعریف مساله، فرمول‌بندی فرضیه‌ها یا راه‌حل‌های پیشنهادی، جمع‌آوری، نظم دادن و ارزیابی داده‌ها، استنباط نتیجه از مقدمات فراهم آمده و دستیابی به نتایج. به طور خلاصه جستجوی دانش از طریق روش‌های سیستماتیک و عینی برای یافتن راه حل مشکلات عینی یا ذهنی تحقیق نامیده می‌شود.

روش و تکنیک تحقیق

روش تحقیق عبارت است از فرآیند عقلانی یا غیرعقلانی ذهن برای دست یابی به شناخت یا توصیف واقعیت. به واسطه روش می توان از طریق عقل یا غیر آن واقعیت‌ها را شناخت و مدلل کرد و از لغزش برکنار ماند. روش ممکن است به مجموعه طرقي که انسان را به کشف مجهولات هدایت می کند، مجموعه قواعدی که هنگام بررسی و پژوهش به کار می روند و مجموعه ابزار و فنونی که آدمی را از مجهولات به معلومات راهبری می کند اطلاق شود. مراد از روش، مجموعه فعالیت‌هایی است که محقق بر اساس امکانات موجود، برای ارائه یک پژوهش صحیح و مؤثر انجام می‌دهد. از میان تعریف‌های گوناگونی که منابع روش تحقیق برای «پژوهش» ارائه داده‌اند، تعریف شایسته این است که بگوییم پژوهش، یک فرایند نظام‌مند برای پردازش اطلاعات در یک گستره خاصی از علوم است و با رعایت هویت جمعی به نوآوری می‌انجامد. اما تکنیک، ابزاری است که در هر روش ممکن است به کار برده شود. یعنی تکنیک بخشی از روش به حساب می‌آید و بیشتر می‌تواند به مهارت‌هایی مربوط باشد که محقق در مراحل روش از آنها بهره می‌برد. فنون نمونه‌گیری، فنون طراحی ابزار، فنون جمع‌آوری اطلاعات و فنون تجزیه و تحلیل از جمله تکنیک‌های تحقیق هستند. اگرچه در هر روشی تکنیک خاصی نیز به کار برده می‌شود.

طبقه‌بندی کلی آموزشی تکنیک‌های تحقیق

مرحله آموزش	نوع مهارت‌ها	مقطع تحصیلی حوزه و دانشگاه	وظیفه دانش‌پژوه در مقطع تحصیلی	وضعیت دانش‌پژوه
دوران آغازین آموزش	مهارت‌های مقدمات پژوهش یا ماقبل تحقیق	حوزه: پایه ۱ تا ۴ دانشگاه: کارشناسی	گسترش اطلاعات: روش کسب علم موجود	پژوهشگرایی: هنوز نمی‌تواند پژوهش کند مگر برخی از تحقیق‌های ساده با نظارت مربی
دوران میانی آموزش	مهارت‌های پژوهش مقدماتی و آشنایی با مهارت‌های پژوهش حقیقی	حوزه: پایه ۴ تا ۷ دانشگاه: مقطع ارشد	یادگیری پژوهش: تحلیل و نقد اطلاعات	پژوهشگری: می‌تواند پژوهش‌های غیر پیچیده را انجام دهد و در تحقیقات مهم‌تر به راهنمایی و مشاوره نیازمند است.
دوران نهایی آموزش	تکمیل مهارت‌های پژوهش حقیقی و پیشرفته	حوزه: به تدریج بعد از پایه ۷ تا آخر تحصیل. دانشگاه: دوره دکترای	تولید نظریه	پژوهش‌مندی: می‌تواند پژوهشی انجام دهد که تولید فکر کند

انواع مهارت‌های پژوهشگری

اسلام‌پور (۱۳۸۸) در یک مطالعه جامع به فهرست‌بندی انواع مهارت‌های پژوهشگری پرداخته است که در بخش‌های مختلف تقسیم شده‌اند. این ۶۴ مهارت انجام پژوهش علمی به ما کمک می‌کند تا ضمن نیل به جایگاه تکنیک‌های تحقیق، توانمندی خود در اجرای پژوهش را نیز ارتقا دهیم. وی مهارت‌های پژوهش را به ترتیب زیر می‌داند:

۱. آزمایش قلم برای درست‌نویسی فارسی؛ ۲. آشنایی با نرم‌افزارهای رشته؛ ۳. استفاده از رایانه؛ ۴. پیشینه‌یابی پژوهش‌های مسئله؛ ۵. پیشینه‌یابی خود مسئله؛ ۶. تبارشناسی موضوع؛ ۷. تبدیل مشکل به مسئله؛ ۸. تبدیل موضوع به مسئله؛ ۹. تدوین طرح ساده برای تحقیق؛ ۱۰. تعیین اهداف پژوهش؛ ۱۱. تعیین پیش‌فرض‌ها و مبانی؛ ۱۲. تعیین دامنه و قلمرو پژوهش؛ ۱۳. تندخوانی و افزایش بهره‌وری؛ ۱۴. خلاصه‌نویسی تخصصی؛ ۱۵. طراحی پرسش‌های اصلی و فرعی؛ ۱۶. عنوان‌یابی و شرایط آن؛ ۱۷. فرضیه‌سازی؛ ۱۸. فیش‌نویسی مطالب؛ ۱۹. فیش‌نویسی نمایه‌ای؛ ۲۰. مدیریت حافظه؛ ۲۱. روش مرور؛ ۲۲. روش مطالعه (و شرایط عمومی آن)؛ ۲۳. روش مطالعه مردر؛ ۲۴. روش مطالعه مشارکتی؛ ۲۵. روش مطالعه مطالب سخت و مشکل؛ ۲۶. روش مطالعه اکتشافی؛ ۲۷. روش مطالعه انتقادی؛ ۲۸. روش مطالعه به روش «پس ختام»؛ ۲۹. روش مطالعه تجسسی؛ ۳۰. روش مطالعه خواندن اجمالی؛

انواع مهارت‌های پژوهشگری

۳۱. روش مطالعه دقیق خوانی؛ ۳۲. روش‌یابی پژوهش؛ ۳۳. مهارت آدرس‌دهی سلسله‌مراتبی مطالب؛ ۳۴. مهارت آیین و علائم نگارش؛ ۳۵. مهارت استفاده از نرم‌افزار کتابخانه؛ ۳۶. مهارت اعتباریابی فرضیه‌ها؛ ۳۷. مهارت تجزیه مسئله؛ ۳۸. مهارت تجزیه موضوع؛ ۳۹. مهارت تجسم ذهنی مطالب؛ ۴۰. مهارت تحلیل مفهومی متن؛ ۴۱. مهارت تحلیل گزاره‌ای متن؛ ۴۲. مهارت تحلیل شبکه‌ای متن؛ ۴۳. مهارت تحلیل مدعا یا نظریه؛ ۴۴. مهارت تدوین بدنه مسئله؛ ۴۵. مهارت تدوین چکیده؛ ۴۶. مهارت تدوین نتیجه؛ ۴۷. مهارت تصحیح؛ ۴۸. مهارت تطبیق و مقایسه ساده؛ ۴۹. مهارت تعیین واژگان کلیدی؛ ۵۰. مهارت تفسیر؛ ۵۱. مهارت تقریر؛ ۵۲. مهارت تمییز ادله از مبانی؛ ۵۳. مهارت توجیه؛ ۵۴. مهارت طرح پرسش؛ ۵۵. مهارت فشرده‌سازی اطلاعات؛ ۵۶. مهارت مسئله‌یابی (عملیات کشف مسئله)؛ ۶۷. مهارت مقایسه دو اثر؛ ۵۸. مهارت مقدمه نویسی؛ ۵۹. مهارت مقوله بندی (از راه طرح پرسش)؛ ۶۰. مهارت نقد چکیده‌ها؛ ۶۱. مهارت تمییز مبانی و مسئله؛ ۶۲. مهارت واژه‌گزینی؛ ۶۳. مهارت یادداشت‌برداری؛ ۶۴. مهارت یکپارچه‌سازی اطلاعات.

روش تحقیق آزمایشی و شیوه انجام آن

چیستی آزمایش

آزمایش عبارت است از آزمون فرضیه تحت شرایط آزمایشگاهی که در آن تمام متغیرهای مستقل توسط محقق کنترل می‌شوند. در آزمایش موارد یا افرادی که در پروژه‌های تحقیق استفاده یا متغیرها بر روی آنها اندازه‌گیری می‌شوند آزمودنی نامیده می‌شوند. در آزمایش، محقق برای یافتن رابطه علت و معلولی بین متغیرها، یک یا چند گروه را به عنوان گروه یا گروه‌های آزمایشی تحت شرایط خاص قرار می‌دهد یعنی تغییراتی در آنها ایجاد می‌کند و نتایج را با نتایجی که از یک یا چند گروه به نام گروه یا گروه‌های کنترل که تحت این شرایط نبوده‌اند یعنی هیچ تغییری در آنها ایجاد نشده است مقایسه می‌کند. آزمایش یعنی مشاهده قابل تکرار در شرایط کنترل شده؛ در آزمایش یک یا چند متغیر غیر وابسته به گونه‌ای مورد دستکاری قرار می‌گیرند تا به امکان آزمون فرضیه پایه یعنی ادعای وجود یک همبستگی علی در شرایط متفاوت دست یابیم. شرایط یک آزمایش درست عبارت است از: کنترل متغیرهای مستقل، وابسته و کاهش تأثیر متغیرهای مزاحم و ناخواسته به حداقل، انتخاب نمونه به صورت تصادفی، طبیعی و عادی نگاه داشتن محیط آزمایش، عجله نکردن در انجام مراحل آزمایش، تکرار آزمایش برای تأیید یافته‌ها، اطمینان از اعتبار درونی و بیرونی آزمایش.

روش تحقیق آزمایشی و شیوه انجام آن

اجزای اصلی آزمایش

آزمایش را می‌توان به هفت قسمت تقسیم کرد. همه آزمایش‌ها تمام این اجزا را ندارند. این هفت قسمتی که در اینجا درباره آنها بحث می‌شود یک آزمایش واقعی را بوجود می‌آورد و عبارتند از:

۱. متغیر مستقل. در اکثر آزمایش‌ها محقق وضعیتی را بوجود می‌آورد و یا وارد وضعیت موجود شده و جزیی از آن را تغییر می‌دهد. ایجاد یک وضعیت جدید و یا تغییر در یکی از اجزای وضعیت موجود، متغیر مستقل نامیده می‌شود.

۲. متغیر وابسته. متغیر وابسته در آزمایش عبارت است از شرایط فیزیکی، رفتارهای اجتماعی، نگرش‌ها، احساسات، باورها، ... آزمودنی‌هایی که توسط محقق مطالعه می‌شوند یعنی همان وضعیت موجود و یا وضعیت پیش آمده که در پاسخ به متغیر مستقل متفاوت است.

۳. پیش‌آزمون. عبارت است از اندازه‌گیری متغیر وابسته قبل از ارائه متغیر مستقل.

۴. پس‌آزمون. عبارت است از اندازه‌گیری متغیر وابسته بعد از ارائه متغیر مستقل.

۵. گروه آزمایشی. گروهی است که متغیر مستقل به آن ارائه می‌شود، یعنی در یکی از اجزای آن گروه تغییر ایجاد می‌شود.

۶. گروه کنترل. گروهی است که از همه جنبه‌ها شبیه گروه آزمایشی است و فقط متغیر مستقل به آن ارائه نمی‌شود، یعنی هیچ تغییری در آن گروه ایجاد نمی‌شود.

۷. تخصیص یا انتصاب تصادفی آزمودنی‌ها. تخصیص تصادفی آزمودنی‌ها مقایسه را در آزمایش با به وجود آوردن گروه‌های مشابه آسان می‌سازد. زمانی که محققان مقایسه انجام می‌دهند، می‌خواهند مواردی را با هم مقایسه کنند که تقریباً با هم یکسانند. تخصیص تصادفی آزمودنی‌ها روشی است برای تخصیص آزمودنی‌ها به گروه‌ها برای انجام مقایسه.

روش تحقیق آزمایشی و شیوه انجام آن

مراحل انجام آزمایش

قدم اولیه مهم در آزمایش برنامه‌ریزی است. محقق در مورد تعداد گروه‌های مورد نیاز، چگونگی و زمان ارائه متغیر مستقل، تعداد دفعات اندازه‌گیری متغیر وابسته و آنچه که آزمودنی‌ها از آغاز تا پایان آزمایش تجربه می‌کنند، تصمیم‌گیری می‌کند. محقق همچنین اندازه‌گیری‌هایی از متغیر وابسته به عمل و پیش‌آزمون انجام می‌دهد. در زیر مراحل انجام آزمایش آورده شده است.

۱. تعیین موضوع تحقیق
۲. تبدیل موضوع به یک سؤال آزمون‌پذیر
۳. ارائه یک فرضیه واضح، ساده و مناسب تحقیق تجربی
۴. انتخاب طرح آزمایشی مناسب برای آزمون این فرضیه
۵. تعیین تعداد گروه‌های مورد بررسی
۶. یافتن آزمودنی‌های مناسب
۷. تخصیص آزمودنی‌ها به گروه‌ها و دادن آموزش‌های لازم و دقیق به آنها
۸. انتخاب یک وسیله معتبر و قابل اعتماد برای اندازه‌گیری متغیر وابسته
۱۰. ارائه متغیر مستقل به گروه آزمایشی (گروه‌های آزمایشی) و کنترل بقیه گروه‌ها (گروه‌های کنترل)
۱۱. انجام پس‌آزمون برای سنجش تأثیر متغیر مستقل
۱۲. بررسی نتایج و مقایسه گروه‌ها
۱۳. تکرار آزمون برای تأیید یافته‌ها
۱۴. نتیجه‌گیری یعنی تعمیم نتایج بدست آمده به تمام وضعیت‌های مشابه
۱۵. آگاه کردن آزمودنی‌ها از هدف و دلیل انجام آزمایش

روش تحقیق آزمایشی و شیوه انجام آن

انواع آزمایش

بعضی از طرح‌های آزمایشی، پیش‌آزمون، بعضی گروه کنترل، بعضی تخصیص تصادفی، ... ندارند. برخی از طرح‌های آزمایشی چند گروه آزمایشی یا چند گروه کنترل دارند. طرح‌های استاندارد که بطور گسترده در آزمایش مورد استفاده قرار می‌گیرند دارای نام می‌باشند. شما به دو دلیل باید نام طرح‌های آزمایشی استاندارد را بدانید. اول اینکه، در گزارش‌های تحقیق، محققان به جای توصیف طرح نام آن را عنوان می‌کنند. در زمان خواندن گزارش‌ها اگر نام طرح‌ها را بدانید، می‌توانید آن طرح آزمایشی را بفهمید. دوم اینکه، طرح‌های استاندارد شیوه رایج ترکیب اجزای طرح را نشان می‌دهند. شما می‌توانید از آنها برای آزمایش خود استفاده یا انواع جدیدی از طرح‌ها را بوجود آورید. طرح‌های آزمایشی را در اینجا با آزمایش‌هایی که در کلاس‌های مختلف با تعدادی از دانشجویان انجام شد، توضیح می‌دهیم. انواع طرح‌های آزمایشی عبارتند از:

۱. طرح آزمایشی کلاسیک

۲. طرح‌های شبه آزمایشی

۳. طرح‌های نیمه آزمایشی و خاص

در ادامه انواع این طرح‌ها آمده است. در هر طرح به علامت‌ها اختصاری زیر دقت کنید:

R = تخصیص تصادفی آزمودنی‌ها

O_1 = پیش‌آزمون

X = متغیر مستقل

O_2 = پس‌آزمون

ترتیب نمادها به این گونه است که

اول R = تخصیص تصادفی آزمودنی‌ها

دوم O_1 = پیش‌آزمون،

سوم X = متغیر مستقل

و سپس O_2 = پس‌آزمون به ترتیب در یک ردیف می‌آیند. هر ردیف نشان دهنده گروهی از آزمودنی‌ها می‌باشد.

روش تحقیق آزمایشی و شیوه انجام آن

انواع آزمایش

آزمایش‌های کلاسیک

طرح آزمایشی کلاسیک

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح				
مطالعه تاثیر متغیر مستقل بر یک نمونه بدقت کنترل شده	<table border="1"> <tr> <td>گروه آزمایشی</td> <td>R - - [O₁ » X » O₂</td> </tr> <tr> <td>گروه کنترل</td> <td>R - - [O₁ » - » O₂</td> </tr> </table>	گروه آزمایشی	R - - [O ₁ » X » O ₂	گروه کنترل	R - - [O ₁ » - » O ₂
گروه آزمایشی	R - - [O ₁ » X » O ₂				
گروه کنترل	R - - [O ₁ » - » O ₂				

گروه آزمایشی: تخصیص تصادفی ← پیش آزمون ← ارائه متغیر مستقل ← پس آزمون
گروه کنترل: تخصیص تصادفی ← پیش آزمون ← پس آزمون

طرح آزمایشی کلاسیک بدون تخصیص تصادفی

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح				
بررسی وضعیتی که در آن امکان تخصیص تصادفی نیست	<table border="1"> <tr> <td>گروه آزمایشی</td> <td>[O₁ » X » O₂</td> </tr> <tr> <td>گروه کنترل</td> <td>[O₁ » - » O₂</td> </tr> </table>	گروه آزمایشی	[O ₁ » X » O ₂	گروه کنترل	[O ₁ » - » O ₂
گروه آزمایشی	[O ₁ » X » O ₂				
گروه کنترل	[O ₁ » - » O ₂				

گروه آزمایشی: پیش آزمون ← ارائه متغیر مستقل ← پس آزمون
گروه کنترل: پیش آزمون ← پس آزمون

طرح‌های شبه آزمایشی

طرح یک گروه فقط با پس آزمون

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح		
تلاش برای تبیین یک نتیجه توسط متغیر مستقل	<table border="1"> <tr> <td>گروه آزمایشی</td> <td>X » O₂</td> </tr> </table>	گروه آزمایشی	X » O ₂
گروه آزمایشی	X » O ₂		

گروه آزمایشی: ارائه متغیر مستقل ← پس آزمون

طرح یک گروه با پیش آزمون و پس آزمون

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح		
بررسی تاثیر متغیر مستقل	<table border="1"> <tr> <td>گروه آزمایشی</td> <td>O₁ » X » O₂</td> </tr> </table>	گروه آزمایشی	O ₁ » X » O ₂
گروه آزمایشی	O ₁ » X » O ₂		

گروه آزمایشی: پیش آزمون ← ارائه متغیر مستقل ← پس آزمون

طرح مقایسه گروهی ایستا

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح				
تعیین تاثیر یک متغیر فقط بر یک گروه و نه گروه دیگر	<table border="1"> <tr> <td>گروه آزمایشی:</td> <td>X » O₂</td> </tr> <tr> <td>گروه کنترل:</td> <td>- » O₂</td> </tr> </table>	گروه آزمایشی:	X » O ₂	گروه کنترل:	- » O ₂
گروه آزمایشی:	X » O ₂				
گروه کنترل:	- » O ₂				

گروه آزمایشی: ارائه متغیر مستقل ← پس آزمون
گروه کنترل: پس آزمون

روش تحقیق آزمایشی و شیوه انجام آن

انواع آزمایش

طرح‌های نیمه آزمایشی و خاص

طرح سری زمانی قطع شده

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح
برای تعیین تاثیر یک متغیر مستقل بعد از یک سری مشاهدات اولیه فقط با یک گروه	$O_1 \gg O_1 \gg X \gg O_2 \gg O_2$ گروه آزمایش

گروه آزمایشی: پیش آزمون ← ارائه متغیر مستقل ← پس آزمون ← پس آزمون

طرح مربع لاتین

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح
بدست آوردن بهترین ترتیب زمانی ارایه متغیرها	$R - - [O \gg \underline{X_a} \gg O \gg \underline{X_b} \gg O \gg \underline{X_c} \gg O$ $[O \gg \underline{X_b} \gg O \gg \underline{X_a} \gg O \gg \underline{X_c} \gg O$ $[O \gg \underline{X_c} \gg O \gg \underline{X_b} \gg O \gg \underline{X_a} \gg O$ $[O \gg \underline{X_a} \gg O \gg \underline{X_c} \gg O \gg \underline{X_b} \gg O$ $[O \gg \underline{X_b} \gg O \gg \underline{X_c} \gg O \gg \underline{X_a} \gg O$ $[O \gg \underline{X_c} \gg O \gg \underline{X_a} \gg O \gg \underline{X_b} \gg O$

طرح عاملی

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح
برای ایجاد اثری فراتر از اثر هر متغیر مستقل	$R - - [X_1 \gg Z_1 \gg O_2$ $[X_1 \gg Z_2 \gg O_2$ $[X_2 \gg Z_1 \gg O_2$ $[X_2 \gg Z_2 \gg O_2$

طرح رشته زمانی مشابه

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح
کنترل تاریخ	$O \gg [X_1 \gg O_2] \gg [X_1 \gg O_2] \gg [X_1 \gg O_2]$ گروه آزمایشی

گروه آزمایشی: پیش آزمون ← ارائه متغیر مستقل ← پس آزمون ← ارائه متغیر مستقل ← پس آزمون ...

طرح چهار گروهه سولومون

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح								
به حداقل رساندن اثر پیش آزمون	<table border="0"> <tr> <td>گروه آزمایش</td> <td>$R - - [O_1 \gg X \gg O_2$</td> </tr> <tr> <td>گروه کنترل</td> <td>$[O_1 \gg - \gg O_2$</td> </tr> <tr> <td>گروه آزمایش</td> <td>$[- \gg X \gg O_2$</td> </tr> <tr> <td>گروه کنترل</td> <td>O_2</td> </tr> </table>	گروه آزمایش	$R - - [O_1 \gg X \gg O_2$	گروه کنترل	$[O_1 \gg - \gg O_2$	گروه آزمایش	$[- \gg X \gg O_2$	گروه کنترل	O_2
گروه آزمایش	$R - - [O_1 \gg X \gg O_2$								
گروه کنترل	$[O_1 \gg - \gg O_2$								
گروه آزمایش	$[- \gg X \gg O_2$								
گروه کنترل	O_2								

طرح دو گروهه با پس آزمون

هدف تحقیق	علامت گذاری طرح				
برای ارزیابی وضعیتی که در آن نمی توان آزمون قبلی داشت	<table border="0"> <tr> <td>گروه آزمایشی</td> <td>$R - - [X \gg O_2$</td> </tr> <tr> <td>گروه کنترل</td> <td>$[- \gg O_2$</td> </tr> </table>	گروه آزمایشی	$R - - [X \gg O_2$	گروه کنترل	$[- \gg O_2$
گروه آزمایشی	$R - - [X \gg O_2$				
گروه کنترل	$[- \gg O_2$				

گروه آزمایشی: تخصیص تصادفی ← ارائه متغیر مستقل ← پس آزمون
 گروه کنترل: تخصیص تصادفی ← پس آزمون

روش تحقیق آزمایشی و شیوه انجام آن

اعتبار درونی و بیرونی آزمایش

اعتبار درونی: اعتبار درونی یعنی توانایی حذف متغیرهای که علاوه بر متغیر مستقل بر متغیر وابسته تأثیر می‌گذارند و تهدیدی بر اعتبار درونی می‌باشند. منظور از اعتبار درونی این است که از طریق کنترل شرایط آزمایش، تأثیر متغیرها (بجز متغیر مستقل) بر متغیر وابسته را حذف کند. عوامل تهدید کننده اعتبار درونی عبارتند از:

۱. سوگیری در انتخاب ۲. تاریخ ۳. بلوغ ۴. پیش‌آزمون/آزمون مقدماتی ۵. ابزار سنجش ۶. انصراف ۷. رگرسیون آماری ۸. انتشار متغیر مستقل ۹. رفتار جبرانی ۱۰. توقع آزماینده

اعتبار بیرونی: اعتبار بیرونی عبارت است از توانایی تعمیم یافته‌ها از آزمایش به دنیای واقعی. عواملی که اعتبار بیرونی را تحت تأثیر قرار می‌دهند عبارتند از:

۱. **واقع‌گرایی؛** یعنی اینکه آیا آزمایش واقع‌بینانه است. دو نوع واقع‌گرایی وجود دارد:
الف) واقع‌گرایی تجربی: عبارت است از تأثیر یک متغیر تجربی یا محیط بر آزمودنی‌ها.
ب) واقع‌گرایی معمولی: یعنی آیا آزمایش مانند دنیای واقعی است.
۲. **واکنش‌پذیری؛** بدین معنی است که آزمودنی‌ها ممکن است در آزمایش متفاوت از زندگی واقعی خود عمل کنند. چون می‌دانند که بخشی از آزمایش هستند. انواع واکنش‌پذیری عبارتند از:
الف) اثر هاتورن: بدین معنی است که آزمودنی‌ها واکنشی نسبت به متغیر مستقل از خود نشان نمی‌دهند، بلکه توجه عمده آنها به حضور در آزمایش و مطالعه‌شدن توسط محقق است.
ب) ویژگی‌های مورد انتظار: در اینجا ممکن است آزمودنی‌ها از فرضیه یا هدف آزمایش اطلاع داشته باشند و رفتار خود را بر اساس آنچه تصور می‌کنند که از آنها انتظار می‌رود بخاطر خشنودی محقق تغییر دهند.
پ) اثر دارونما؛ یعنی اینکه به آزمودنی‌ها دارونما داده می‌شود، لیکن آنها به گونه‌ای عمل می‌کنند که انگار دارویی واقعی دریافت کرده‌اند.

روش تحقیق آزمایشی و شیوه انجام آن

تکنیک مشاهده در آزمایش

در تعریف مشاهده آورده‌اند که مشاهده، دریافت و درک هدفمند محیط (اطراف یا موضوع) از طریق اندام‌های حسی (چشم، گوش و...) و ثبت این دریافت‌ها است. مشاهده شامل دیدن و شنیدن بسیار دقیق است. مشاهده نوعی کسب تجربه از جهان است که از طرق ساده تا طرق علمی به وسیله جلا دادن و تیز کردن حساب شده ادراک و حواس انجام می‌گیرد. مشاهده مستلزم توجه منظم و ثبت رویدادها، رفتارها و موضوعاتی است که در محیط اجتماعی و مکان یا محل مورد تحقیق وجود دارد. در انجام یک مشاهده علمی مناسب باید توجه خود را به چند نکته متمرکز نماییم:

- مشاهده باید به هدف تحقیق مربوط باشد.
- برنامه و نحوه عمل مشاهده از قبل مشخص شده باشد.
- مشاهده باید به طور دقیق و منظم ثبت شود.
- میزان اعتبار و صحت انجام مشاهده قابل سنجش و بررسی باشد.
- مشاهدات بایستی قابل طبقه‌بندی و همچنین بازگردانی به مفاهیم باشد.

از سوی دیگر عوامل مؤثر در مشاهده علمی همچون تمایلات شخصی، زیرکی و تیزهوشی خود و حدود اطلاعات و زمینه قبل محقق را نیز می‌بایستی مورد توجه قرار دهیم. در یک مشاهده علمی هر چیزی را نمی‌توان مشاهده کرد بلکه چیزهایی همچون محیط؛ مناسبات میان مردم؛ مناسبات و رفتارهای بین گروه‌ها و نهادهای اجتماعی؛ رفتارها، فعالیت‌ها و کنش‌ها؛ رفتارهای کلامی؛ اندام‌های حرکتی و حرکت اندام (رفتارهای حرکتی)؛ شیوه استفاده از فضا؛ ابعاد نامرئی پدیده‌ها (وضعیت روانی اشیای مادی)؛ آداب و مناسک عمومی مذهبی و رفتارها و بازی‌های کودکان را می‌توانیم مشاهده کنیم.

روش تحقیق آزمایشی و شیوه انجام آن

تکنیک مشاهده در آزمایش

برای انجام یک مشاهده چه از نوع مشارکتی و چه از نوع غیر آن بایستی به‌طور کلی مراحل زیر را طی نماییم:

۱. انتخاب موضوع ۲. سؤالات اصلی تحقیق ۳. استخراج مفاهیم و شاخص‌های کلیدی ۴. استخراج مفاهیم و معیارهای وابسته ۵. طراحی مشاهده‌نامه ۶. بررسی جامعه، واحد مشاهده و ثبت ۷. انجام مشاهده (مشاهده‌گری) ۸. بررسی مشاهده‌نامه‌ها ۹. کدگذاری مشاهده‌نامه ۱۰. ورود اطلاعات مشاهده‌نامه به نرم‌افزار ۱۱. تجزیه و تحلیل ۱۲. گزارش‌نویسی و پاسخ به سؤالات.

مشاهده توصیفی که شرحی کلی از میدان به دست می‌دهد و پیچیدگی‌های آن را نشان می‌دهد و در عین حال به طرح سؤال‌های پژوهشی و ارائه حدس‌های دقیق‌تر کمک می‌کند. مشاهده متمرکز نگاه شما را بر فرآیندها و مشکلاتی متمرکز می‌کند که برای پرسش‌های تحقیق شما بیشترین اهمیت را دارند. مشاهده گزینشی که در مراحل پایانی گردآوری داده‌ها انجام می‌شود و به دنبال یافتن شواهد و مثال‌های بیشتری برای انواع اعمال و فرآیندهایی است که در مرحله دوم پیدا نشدند. برای یادداشت برداری از میدان می‌توان از برگه‌ها یا راهنماهای مشاهده‌ای که به درجات مختلف ساختاربندی شده‌اند استفاده کرد. مشاهدات توصیفی باید از برگه‌های کاملاً ساخت‌یافته اجتناب کند تا موجب محدود شدن توجه و حساسیت مشاهده‌گر نشود. البته در مشاهدات گزینشی استفاده از برگه‌های ساخت‌یافته می‌تواند بسیار مفید باشد.

نمونه‌ای از یک مشاهده‌نامه

مهمترین شیوه در گردآوری اطلاعات استفاده از یک مشاهده‌نامه است که بایستی به تأیید داوران (استاد راهنما، متخصص) رسیده باشد. نمونه‌ای از یک مشاهده‌نامه را ملاحظه می‌کنید. در کنار مشاهده‌نامه می‌توان از عکاسی، ضبط صدا، یادداشت‌برداری و حتی رسم و طرح نیز استفاده نمود.

امتیاز	کیفیت مشاهده	سطوح	عامل مشاهده
بین صفر تا صد	ارزیابی کیفی/مارک/برند	منظور زیرمجموعه ها	منظور بخش اصلی
		مانتو	پوشاک
		کفش	
		شال /روسری/مقنعه	
		شلوار و بولیز	
		دستبند	زیورآلات
		انگشتر/حلقه	
		گردنبند	
		گوشی موبایل	
		گوشواره	خوراک
		ساعت	
		غذای اصلی	
		میان وعده	
		تنقلات	لوازم دانشگاهی
		لپ تاپ	
		کیف	
		ابزار آموزشی	وسایل خوابگاه
		پتو و بالش	
		ظروف	
		لوازم آشپزی	اوقات فراغت
		اتو/سشوار و ...	
		نوع ورزش	
		سینما و تئاتر	
		کافی شاپ	

میانگین امتیاز کل دانشجو(۰-۱۰۰)

مطالعه‌ی موردی اشاره به جمع‌آوری و ارائه‌ی داده‌ها و اطلاعات درباره‌ی شرکت‌کننده یا گروه کوچک خاصی دارد. در پژوهش موردی توجه محقق بیشتر به آن نکات و عوامل مهم و بامعنی است که بصورتی در شناخت گذشته یا مطالعه میزان تغییرات یک مورد خاص مؤثر است. مطالعه‌ی موردی به شدت به اشخاص و گروه‌های مشارکتی کوچک توجه می‌کند و تنها درباره آنها در آن زمینه‌ی خاص، نتیجه‌گیری می‌کند. چهارچوب مطالعه موردی نوعی از پژوهش کیفی است، بطوریکه پژوهشگر بر روی یک نهاد، یا یک پدیده واحد محدود شده، زمان و فعالیت (برنامه، حادثه، فرآیند، مؤسسه یا گروه اجتماعی) را تحت بررسی قرار می‌دهد و اطلاعات جزئی یا تخصصی را بواسطه استفاده از روش‌های متنوع گردآوری داده‌ها در دوره مشخصی از زمان بدست می‌آورد بنابراین مطالعه موردی بیشتر در صدد پاسخگویی به پرسش چگونه و چرا بوده و نیازی به کنترل ندارد و همچنین تنها بر رویدادهای حاضر می‌تواند متمرکز شود. مطالعه موردی تکنیکی توصیفی است که در آن یک مورد واحد را مشاهده می‌کنید و درباره آن گزارش می‌دهید. این نوع مطالعه هر واحد اجتماعی همچون یک کل در نظر گرفته می‌شود، این واحد می‌تواند یک فرد، یک سازمان، یک خانواده و یا حتی یک جامعه باشد. مطالعه‌ی موردی، مشاهدات عمیق و دقیق یک مورد واحد یا موارد اندکی هستند و عموماً بر روی یک فرد انجام می‌شود. در این روش، پژوهشگر، پدیده یگانه مورد را کشف می‌کند که در چارچوب بسته‌ای از زمان و فعالیت قرار دارد و با استفاده از روش‌های گوناگون گردآوری داده‌ها در طول زمان اطلاعات مشروحی جمع‌آوری می‌کند.

از نظر مریام (۱۹۸۸) مطالعه موردی چهار خصوصیت اصلی دارد؛ ۱. **خاص‌گرا**؛ مطالعه موردی بر وضعیت، رویداد، برنامه یا پدیده خاص تمرکز می‌کند، در نتیجه روش خوبی برای مطالعه مسائل عملی در زندگی واقعی است. ۲. **توصیفی**؛ این روش، توصیفی مفصل از موضوع مورد مطالعه ارائه می‌دهد. ۳. **اکتشافی**؛ به فهم بهتر موضوع مورد مطالعه کمک می‌کند. کشف روابط متقابل جدید، کشف چشم‌اندازهای تازه و کشف معانی جدید و بینش نو، همگی از اهداف مطالعه موردی است. ۴. **استقرایی**؛ غالب مطالعات موردی، تکیه بر استدلال استقرایی دارند. مطالعات موردی قصد ارزش‌یابی فرضیه‌های از پیش موجود را ندارند؛ بلکه با بررسی داده‌ها اصول و تعمیم‌ها را به دست می‌دهد.

مطالعه موردی دارای مراحل ذیل است:

۱. **طراحی**؛ نخستین موضوع مورد نظر مطالعه موردی این است که چه باید پرسید. موضوع دوم در طراحی مطالعات موردی این است که چه چیز را باید تحلیل کرد مورد ما چیست؟ ۲. **مطالعه آزمایشی**؛ پیش از شروع مطالعه آزمایشی باید یک پروتکل مطالعاتی ساخته شود. این سند عملیاتی را که باید در مطالعه صورت بگیرد و نیز ابزار یا ابزارهای گردآوری داده‌ها را دربر می‌گیرد. مطالعه آزمایشی برای دقیق‌تر کردن طرح پژوهشی و نیز عملیات میدانی به کار می‌رود. ۳. **گردآوری داده‌ها**؛ دست‌کم چهار منبع اطلاعاتی اسناد، مصاحبه، مشاهده مشارکتی و مصنوعات انسانی را می‌توان در مطالعات موردی در نظر گرفت. ۴. **تحلیل داده‌ها**؛ بین سه راهبرد تطبیق الگوها، تبیین‌سازی و توالی زمانی را پیشنهاد داده است. ۵. **گزارش‌نویسی**؛ گزارش مطالعه موردی به چند شکل مختلف ممکن است.

مطالعه موردی انواع زیر را دارد:

۱. **مطالعه موردی اکتشافی:** این نوع از مطالعه مقدمه‌ی یک پژوهش علمی و اجتماعی است. ۲. **مطالعه موردی تبیینی:** به منظور پی بردن به علت و معلول بویژه در پژوهش‌های گسترده، سازمان‌ها و اجتماعات و یافتن متغیرهایی برای بررسی تأثیرات مورد توجه قرار می‌گیرد. ۳. **مطالعه موردی توصیفی:** مطرح می‌کند که پژوهشگر در کشف مورد، یک تئوری توصیفی ایجاد می‌کند و از طریق آن تمام چارچوب‌های مورد استفاده محقق را ثبت می‌کند.

در تقسیم‌بندی دیگر:

۱. **مطالعه موردی باطنی:** دلیل انجام این نوع مطالعه صرفاً علاقه‌مندی محقق به شناخت بهتر یک مورد می‌باشد. ۲. **مطالعه موردی ابزاری:** در طی این نوع مطالعه مورد ویژه‌ای، به منظور روشن ساختن موضوعی خاص و یا با هدف پالایش یک نظریه تحت مطالعه قرار می‌گیرد. ۳. **مطالعه موردی جمعی:** در طی این نوع مطالعه پژوهشگر بدون علاقه خاص به یک مورد ویژه تعدادی از موارد را به منظور تحقیق درباره یک پدیده، جامعه یا یک وضعیت کلی بطور مشترک مطالعه می‌کند.

معیار	روش‌ها برای بهبود کیفیت مطالعه موردی
اعتبار سازه یا برخاسته	منابع متعددی از شواهد، مرور و بازنگری گزارش مطالعه موردی با استفاده از مطلعین کلیدی، تلفیق روش‌های کمی و کیفی
اعتبار درونی	تبیین (ایجاد استراتژی با سلسله‌ای منطقی از شواهد)، بازنگری گزارش مطالعه موردی بوسیله مطلعین کلیدی، جلسه تجزیه و تحلیل مکانی قضیه، استنادات و نقل قول‌های کافی در گزارش قضیه، تهیه فهرستی از مطالب و پیوند دادن مفروضات با ادبیات علمی موجود.
اعتبار بیرونی	تعمیم تحلیل و پیوند دادن مفروضات با ادبیات نظری موجود
پایایی	تأیید طرح کدگذاری، ایجاد بانک داده‌های مطالعه موردی و تهیه پیش‌نویسی از مطالعه موردی

مصاحبه به عنوان روش رایج در مطالعه موردی

مصاحبه گفتگویی هدفمند است که در آن مصاحبه‌گر پرسش‌های از پیش تعیین شده‌ای را می‌پرسد و پاسخگو به آنها جواب می‌دهد. مصاحبه را فرآیندی اجتماعی است که در قالب ملاقات همدلانه، رویاروی و گفت و شنودی بین مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده، با هدف دستیابی به اطلاعات معین در شرایطی که مصاحبه‌گر و پاسخگو در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند، صورت می‌گیرد. **به عبارت ساده مصاحبه یعنی کنترل گفتگو.** کانل و کان (۱۹۶۸) برای انجام مصاحبه سه شرط قائل شده‌اند: ۱- اطلاعات مورد درخواست باید در دسترس پاسخگو باشد. ۲- پاسخگو سؤال را درک کند و ۳- پاسخگو انگیزه لازم برای پاسخگویی به سؤال را داشته باشد.

مصاحبه نیز سه نوع است: **الف) مصاحبه باز یا ساختارنیافته:** پاسخگو در بیان پرسش‌ها و مصاحبه‌گر در طرح آن آزادی کامل دارند. **ب) مصاحبه نیمه باز:** طرفین (مصاحبه‌گر و پاسخگو) محدودیت‌هایی احساس می‌کنند. **ج) مصاحبه بسته:** محورهای مصاحبه از قبل تعیین شده است.

مراحل مصاحبه نیز به گونه‌ای دیده شود که قبل حین و پس از مصاحبه تمهیداتی اندیشیده شود. آمادگی مصاحبه‌گر، به همراه داشتن دفترچه یادداشت و ضبط‌صدا، مرور پرسش‌های کلیدی، تعیین زمان و مکان مناسب، هماهنگی با مصاحبه‌شونده، تلاش برای جلب رضایت، تلاش برای همراهی در مسیر پرسش‌ها، گریز از حواشی، نیل به پاسخ‌های مناسب، جلب اعتماد، تمهیداتی برای رفع خستگی، مرور یادداشت‌ها، پیاده‌سازی مصاحبه، تحلیل اولیه مصاحبه اول و آمادگی برای مصاحبه‌های بعد از مواردی است یک مصاحبه‌گر باید بداند.

روش و تکنیک تحلیل محتوا

تحلیل محتوا پژوهشی برای توصیف عینی، سیستماتیک و کمی محتوای آشکار پیام است. تحلیل محتوا تکنیکی پژوهشی دانسته شده که برای استنباط‌هایی برحسب شناسایی نظام روز و عینی ویژگی‌های خاصی در یک متن بکار می‌رود. این تکنیک به قراردادن قاعده و محتوای ارتباطات در طبقات (مقوله‌های) خاص براساس قواعد، و تحلیل روابط بین آن مقوله‌ها با استفاه از آزمون‌های آماری می‌پردازد.

تحلیل محتوا، روش تحقیقی مفیدی است، که در آن، اقلام یا موارد مهم محتوای پیام همه‌ی رسانه‌های همگانی، شناسایی و شمارش و با اقلام و موارد دیگر مقایسه می‌شوند؛ سرانجام با سایر آمار و ارقام مشابه گردآوری شده و از کل جامعه مقایسه می‌گردند. تحلیل محتوا را رویه نظام‌مندی که به‌منظور بررسی محتوای اطلاعات ضبط شده طراحی شده باشد تعریف می‌کنند. ویمر و دومینیک (۱۹۹۴) پنج هدف اصلی برای تحلیل محتوا قایل شده‌اند:

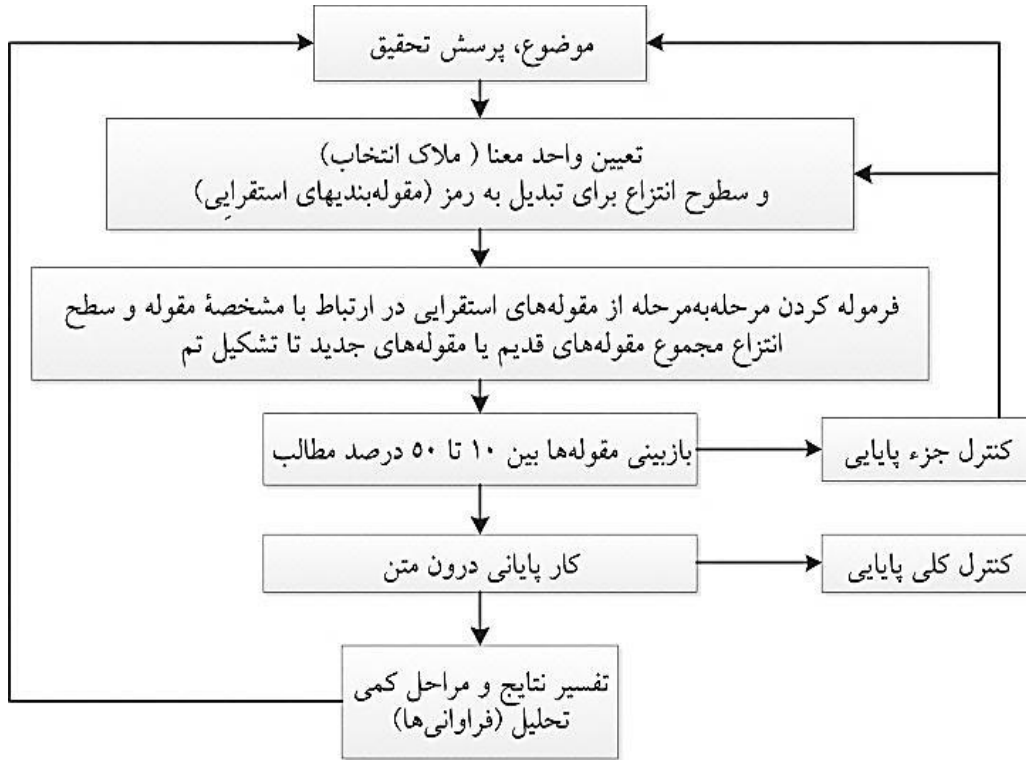
۱. توصیف الگوها یا روندها در نقش‌های رسانه‌ها؛
۲. آزمون فرضیه‌ها درباره سیاست‌ها یا اهداف تولیدکنندگان رسانه‌ای؛
۳. مقایسه محتوای رسانه‌ها با جهان واقعیت؛
۴. ارزشیابی میزان حضور گروه‌های خاصی از جامعه؛
۵. انجام استنتاج‌هایی درباره آثار رسانه‌ها.

در یکی از جدی‌ترین تقسیم‌های تحلیل محتوا، دو گونه کمی و کیفی ذکر می‌شود. روش کیفی تحلیل محتوا که گاهی استنباط نتایج بر اساس بودن یا نبودن ویژگی‌هایی که در پیام تعریف شده است، غالباً برای اجرای بهتر مسایل در علوم اجتماعی - کاربردی مورد توجه قرار گرفته است. حامیان فنون کیفی این فرض را مورد تردید قرار داده‌اند که برای نتیجه‌گیری فراوانی شاخص‌ها لزوماً نشانه اهمیت آنهاست. از نظر این گروه، ممکن است وجود یا حذف صنعتی واحد در اسناد، از فراوانی نسبی خصوصیات دیگر اهمیت بیشتری داشته باشد. (هولستی، ۱۳۷۳، ۲۲). موضوع تحلیل محتوای کیفی می‌تواند تمامی انواع ارتباط ثبت شده در دست نوشته‌های مصاحبه‌ها، گفتمان‌ها، قواعد مشاهدات، نوارهای ویدئو، مستندات و... باشد.

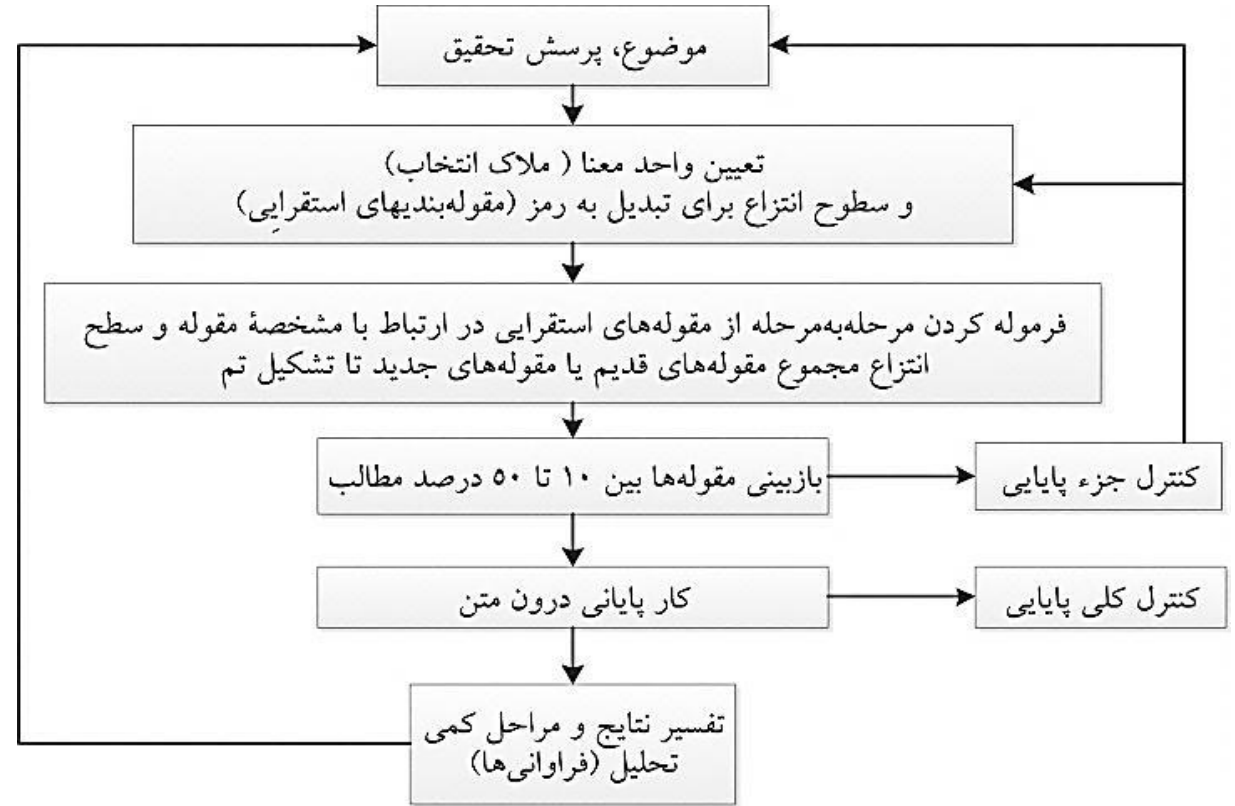
در تحلیل کمی، از شمارش واحدهای محتوایی استفاده می‌شود و تلاش می‌گردد تا ویژگی‌های خاصی در متن اندازه‌گیری شود. این روش همان‌گونه که برلسون بیان کرده است، فن پژوهشی برای توصیف عینی، نظام‌مند و کمی محتوای مطلب است. کرلینجر نیز آن را شیوه نظام‌مند، عینی و کمی برای اندازه‌گیری متغیرها (شاخص تحقیقات کمی) و تجزیه و تحلیل آنها معرفی کرده است. بر این اساس، تحلیل محتوای کمی باید از چهار ویژگی عینی بودن، منظم بودن، آشکار بودن و کمی بودن برخوردار باشد.

روش و تکنیک تحلیل محتوا

انواع تحلیل محتوا



مدل مرحله کاربرد مقوله استقرایی - تحلیل محتوای کیفی



مدل مرحله کاربرد مقوله استقرایی - تحلیل محتوای کیفی

روش و تکنیک تحلیل محتوا

مراحل انجام تحلیل محتوا

تحلیل محتوا همچون سایر طرح‌های تحقیقاتی دیگر دارای مراحل یک روش علمی است. با این حال مانند هر روش و تکنیک پژوهشی دیگر، در عین داشتن مشترکات مراحل روش تحقیق، مراحل خاص خود را نیز دارا می‌باشد. طرح پژوهشی، طرحی برای جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات، به منظور پاسخ‌گویی به سؤال پژوهشگر است. رایف برای اجرای هر تحقیق سه فاز عمده را معرفی می‌کند:

۱. تعریف مفاهیم آن پدیده

۲. برنامه‌ریزی یا ریختن طرح تحقیق

۳. جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها.

دو فاز اول تحقیق را که شامل تعریف مفاهیم موضوع مورد بررسی است به موارد زیر تقسیم می‌کند:

- تعریف مفاهیم و بیان اهداف تحقیق

- تعریف مسئله

- مروری بر نظریه‌ها و تحقیقات گذشته

- طرح سؤال یا فرضیه تحقیق

- به کارگیری روش‌های آماری، و

- تفسیر داده‌ها و ارائه گزارش از یافته‌های تحقیق.

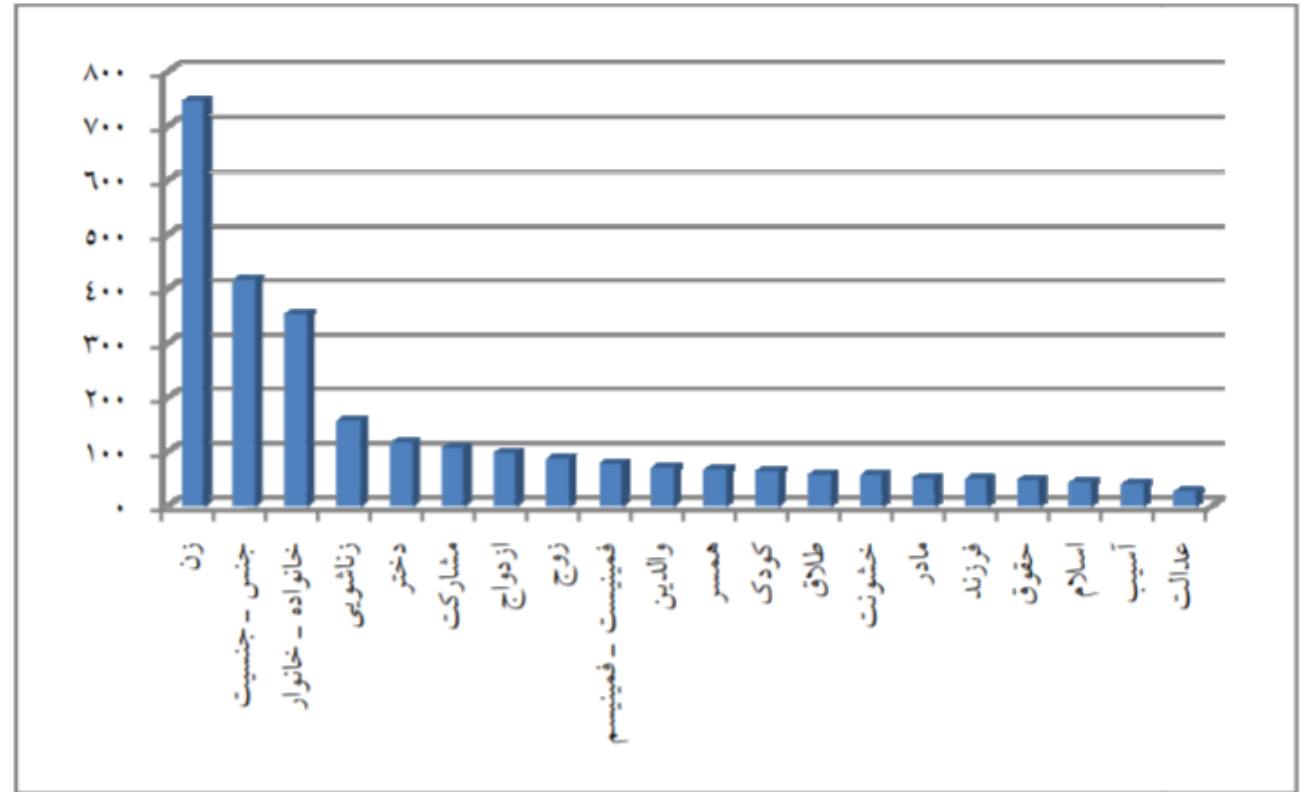
روش و تکنیک تحلیل محتوا

نمونه خروجی تحلیل محتوا

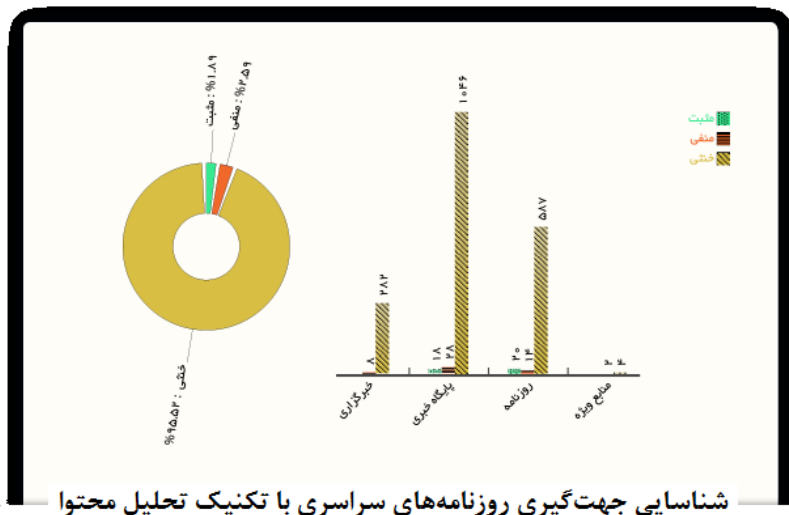
سهم مؤلفه‌های سند طرح توسعه ورزش کشور در موضوعات مختلف در روزنامه‌های سراسری

مؤلفه‌ها	آماره	فراوانی	درصد
حرفه‌ای		۳۵۸۲	۴۸
قهرمانی		۳۱۸۶	۴۳
تربیتی		۷۲	۱
همگانی		۶۹	۱
بانوان		۲۵۸	۳
معلولان		۲۹۱	۴

خروجی تحلیل محتوا بیشتر توصیفی است و در قالب جدول و نمودار ارائه می‌شود.



تحلیل محتوای موضوعی مقالات علمی و پژوهشی
فراوانی کلیدواژه‌ها



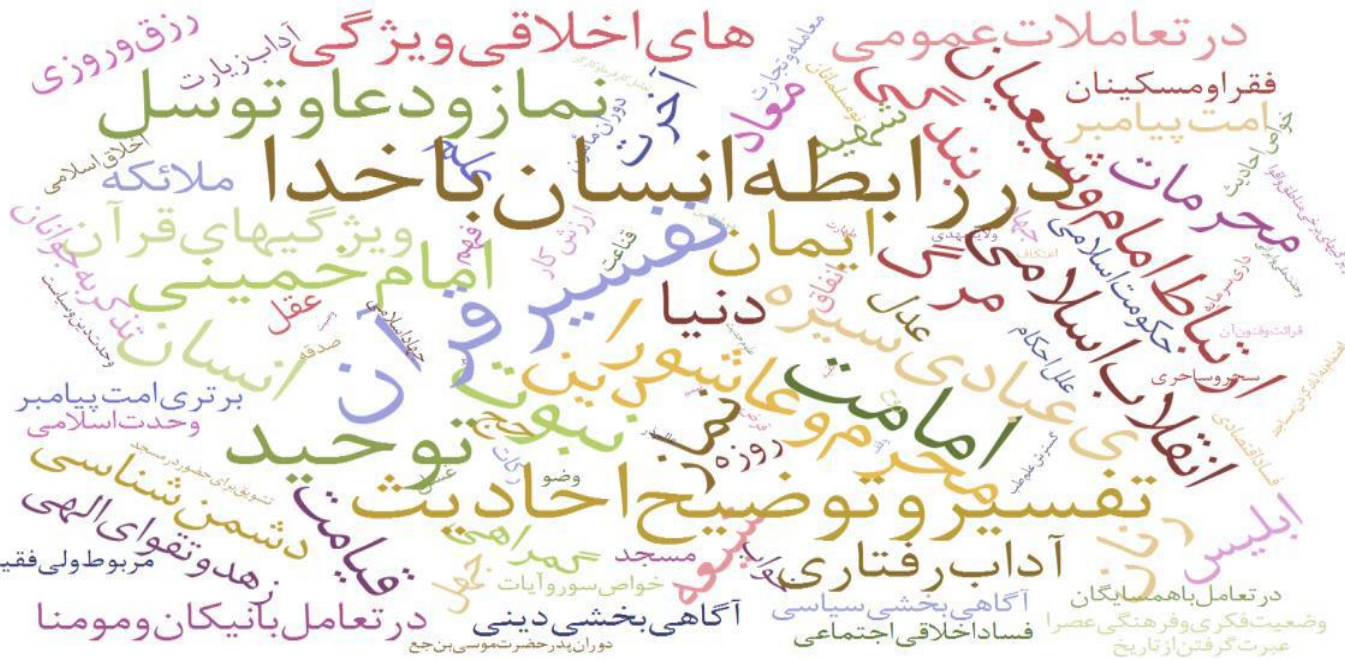
شناسایی جهت‌گیری روزنامه‌های سراسری با تکنیک تحلیل محتوا

تکنیک کلمه‌گرافی در تحلیل محتوا

کلمه‌گرافی کامل محتوای سخنرانی‌های حرم امام رضا در سال ۱۳۹۳ مشخص می‌کند که بیشتر تأکید سخنران‌ها بر چه مفاهیمی بوده است.

کلمه‌گرافی به معنی رسم گرافیک کلمات و واژه‌های به کار برده شده در یک محتواست که امروزه در تحلیل محتوا کاربرد بسیاری دارد. امروزه در فضای مجازی سایت‌ها و نرم‌افزارهای آنلاین بسیاری برای رسم چنین نمودارهایی وجود دارد. برای مثال می‌توانید به سایت زیر مراجعه کنید:

<https://www.jasondavies.com/wordcloud/>



در این سایت‌ها، بر اساس فراوانی تکرار یک کلمه نمودار آن رسم می‌شود. توجه کنید که قبل از ترسیم، کلمات ربطی و اضافه را حذف کنید. این تکنیک یک تحلیل محتوای سریع است که کلیاتی از محتوا را به محقق عرضه می‌کند.

نمونه‌ای از یک کدنامه در تحلیل محتوا

ردیف	شاخه اول	شاخه دوم	شاخه سوم	سخنران-۱	سخنران-۲	سخنران-۱۱
۱	سیره‌ی امام رضا	سیره‌ی فردی	سیره‌ی عبادی				
۲	سیره‌ی امام رضا	سیره‌ی فردی	ویژگی‌های اخلاقی				
۶	سیره‌ی امام رضا	سیره‌ی اجتماعی	در تعامل با نیکان و مومنان				
۷	سیره‌ی امام رضا	سیره‌ی اجتماعی	در تعامل با دشمنان و منافقان				
۳۷	معارف دینی	اعتقادات	توحید				
۳۸	معارف دینی	اعتقادات	عدل				
۱۴۳	سایر کدها	کدسایر-سه	کدسایر-سه				
۱۴۴	سایر کدها	کدسایر-چهار	کدسایر-چهار				
۱۴۵	سایر کدها	کدسایر-پنج	کدسایر-پنج				
۱۴۶	نام سخنران	نام سخنران	نام سخنران				
۱۴۷	مدت سخنرانی	مدت سخنرانی	مدت سخنرانی				
۱۴۸	کد سخنرانی	کد سخنرانی	کد سخنرانی				

روش و تکنیک گروه‌سنجی یا تحلیل شبکه

گروه‌سنجی یک روش کمی برای اندازه‌گیری روابط اجتماعی است. این روش توسط یک روان‌درمانگر بنام ژاکوب لوی مورنو ایجاد شد. گروه‌سنجی عبارت است از شیوه اندازه‌گیری میزان روابط بین افراد. اندازه‌گیری روابط افراد در درون گروه‌ها هم در ارزیابی رفتار در درون گروه‌ها و هم در ایجاد تغییر مثبت در گروه‌ها و تعیین میزان این تغییر می‌تواند مفید باشد. کار گروه‌سنجی تحقیقی عبارت است از کشف شبکه‌های روابط عاطفی-اجتماعی در گروه‌ها بر اساس معیارهای خاص که گاهی اوقات کشف شبکه‌ها نامیده می‌شود.

گروه‌سنجی فنی است برای: - تحلیل گروه‌های کوچک، - شناخت روابط خصوصی میان افراد، - اندازه‌گیری میزان روابط میان افراد، - اندازه‌گیری تمایلات افراد نسبت به یکدیگر، - ارزیابی روابط اجتماعی-عاطفی میان اعضای گروه، - تعیین میزان پذیرش یا عدم‌پذیرش هر فرد در گروه، - کشف روابط میان افراد در گروه و ساخت خود گروه، - مشخص کردن موقعیت اجتماعی و نقش هر فرد در درون گروه، - بررسی و ارزیابی شبکه‌های روابط موجود و مورد انتظار بین افراد، - مطالعه انتخاب‌های میان افراد با توجه به معیارهای مورد علاقه محقق، - مشخص کردن افراد محبوب، مطرود، منزوی، بی‌تفاوت، دوست‌ها، غیردوست‌ها.

اهداف گروه‌سنجی: افزایش همبستگی گروهی، افزایش بهره‌وری، افزایش آگاهی، افزایش همدلی و کنش متقابل اجتماعی، کاهش تضاد، شرح نقش‌ها و ارزش‌ها و روابط میان افراد، تسهیل تغییر سازنده در افراد و گروه‌ها، آشکار کردن پویایی گروهی آشکار و پنهان، تقویت پیوندهای بین افراد و بهبود وضعیت گروه.

کاربردهای گروه‌سنجی: برای تشکیل گروه‌های کاری/مطالعاتی/...، تشکیل دسته‌هایی از کودکان/همکلاسی‌ها/همکاران/...، انتخاب هم‌اتاقی/هم‌خوابگاهی/هم‌تیمی/...، ترتیب قرار دادن افراد در یک مکان/محلّه/... . برای از بین بردن مشکلات گروه‌ها.

نخستین اصل این است که پیوندهای میان کنشگران، چه از جهت محتوا و چه از نظر شدت، معمولاً تقارن دارند.

دوم اینکه پیوندهای میان افراد به طور مستقیم یا غیرمستقیم است.

سوم اینکه، ساختاریابی پیوندهای اجتماعی به شبکه‌های غیراتفاقی مانند خوشه‌ها، مرزها و ارتباط متقابل منجر می‌شود.

چهارم اینکه، پیوندهای متقابل می‌تواند میان خوشه‌های شبکه‌ای و نیز میان افراد مطرح باشد.

پنجم اینکه، پیوندهای نامتقارن و شبکه‌های پیچیده میان عناصر یک نظام وجود دارد که در نتیجه آن، منابع کمیاب به گونه‌ای نابرابرانه توزیع می‌شوند.

سرانجام اینکه، توزیع نابرابرانه منابع کمیاب، هم باعث همکاری و هم موجب رقابت می‌شود.

روش و تکنیک گروه‌سنجی یا تحلیل شبکه

مفاهیم تحلیل شبکه

مهمترین مفاهیم مطرح در تحلیل شبکه عبارتند از:

کنشگر: موجودیت‌های اجتماعی، همان کنشگران هستند. کنشگران افراد مجزا، شرکت‌ها یا مجموعه‌ای از واحدهای اجتماعی هستند. کنشگران، مجموعه‌ای از افراد، اشیاء یا وقایع شبکه، بازیگران یا گره‌ها نامیده می‌شوند.

پیوند رابطه‌ای: کنشگران با یکدیگر بوسیله پیوند رابطه‌ای متصل می‌شوند.

دوگانه: در پایه‌ای‌ترین سطح، یک اتصال یا رابطه، بین دو کنشگر، پیوند برقرار می‌کند. دوگانه، شامل دو کنشگر و روابط ممکن بین آنهاست.

خرده‌گروه: می‌توان خرده‌گروه کنشگران را، خرده مجموعه‌ای از کنشگران و همه روابط بین آنها تعریف نمود.

گروه: گروه، مجموعه‌ای از همه کنشگرانی است که پیوندها در آن مورد سنجش قرار می‌گیرند.

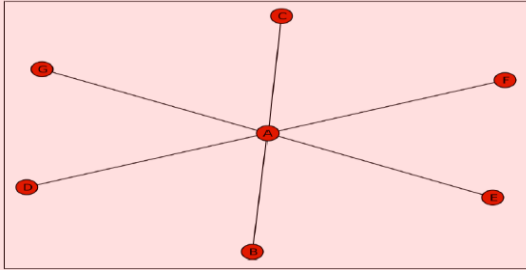
شبکه: شبکه مجموعه‌ای است از حداقل سه نقطه و تعدادی یال که نشان دهنده وجود یا عدم وجود ارتباط میان نقطه‌ها می‌باشد.

مرکزیت: مرکزیت برای شناسایی و تعیین مهم‌ترین کنشگران و یا ارتباطات در یک شبکه مورد استفاده قرار می‌گیرد. مهم‌ترین و کاربردی‌ترین مرکزیت‌ها عبارتند از درجه، نزدیکی یا مجاورت، بینابینی و بردار ویژه.

گروه‌بندی: گروه‌بندی کنشگران امکان درک چگونگی رفتار یک کنشگر یا سازمان درون یک گروه و نیز رفتار کل شبکه را فراهم می‌سازد. همچنین شناسایی بخش‌های ضعیف و قوی درون یک شبکه از طریق بررسی تعداد و شدت ارتباطات میان گروه‌ها و درون آنها فراهم می‌شود.

روش و تکنیک گروه‌سنجی یا تحلیل شبکه

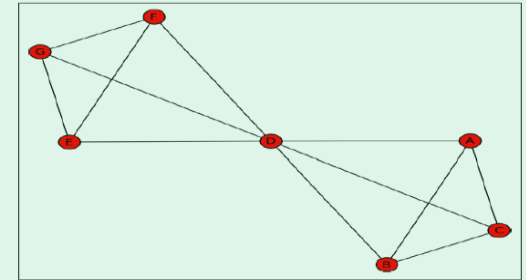
انواع مرکزیت در تحلیل شبکه



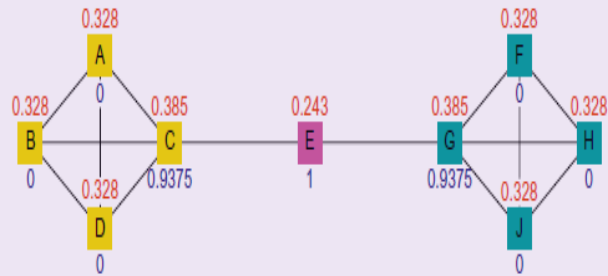
مرکزیت درجه: ساده‌ترین نوع مرکزیت است که ارزش مرکزیت هر نقطه تنها با شمارش تعداد همسایگان‌اش به دست می‌آید.



مرکزیت مجاورت: این مرکزیت بر فاصله هر کنشگر از سایر کنشگران شبکه تأکید داشته و آنها را براساس مجاورت یا میزان دسترسی، رتبه‌بندی می‌نماید.



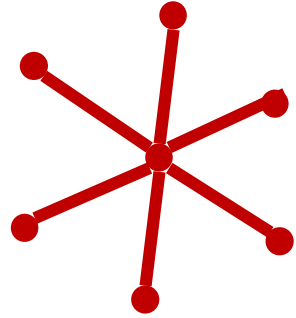
مرکزیت بینابینی: این مرکزیت بر اساس موقعیت کنشگران در شبکه و قرار گرفتن در کوتاه‌ترین مسیر میان جفت کنشگران دیگر محاسبه می‌شود



مرکزیت بردار ویژه: این مرکزیت در پی یافتن کنشگران مرکزی که دارای کمترین فاصله از دیگران می‌باشند، است

روش و تکنیک گروه‌سنجی یا تحلیل شبکه

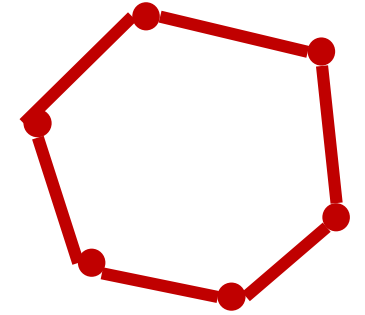
مثال‌هایی از شبکه اجتماعی



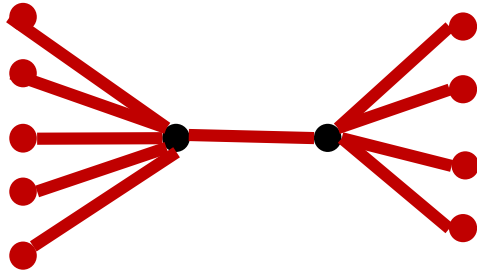
شبکه اجتماعی
توزیع کننده مواد مخدر



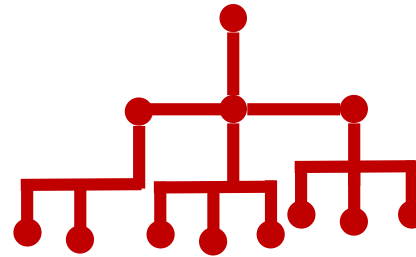
شبکه اجتماعی
زنجیره از تولید تا مصرف



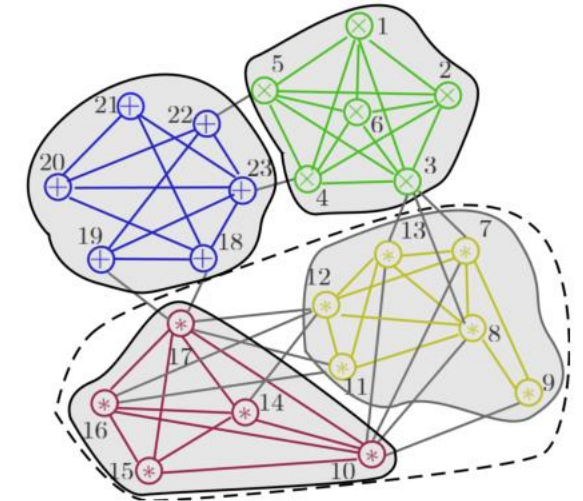
شبکه اجتماعی
زنجیره از تولید تا بازیافت



شبکه اجتماعی
به واسطه ازدواج



شبکه اجتماعی
سازمانی - سلسله مراتبی



شکل‌گیری خوشه در شبکه‌ی اجتماعی

روش و تکنیک گروه‌سنجی یا تحلیل شبکه

مراحل تحلیل شبکه

مراحل تحلیل شبکه

انتخاب موضوع - سؤالات اصلی تحقیق - استخراج مفاهیم و شاخص‌های کلیدی - استخراج مفاهیم و معیارهای وابسته - طراحی پرسش‌نامه تحلیل شبکه - بررسی جامعه، نمونه و ریز سؤالات - تکمیل پرسشنامه - کدگذاری و تهیه ماتریس پاسخ‌ها - ورود ماتریس داده‌ها به نرم‌افزار Ucinet - تجزیه و تحلیل - گزارش‌نویسی و پاسخ به سؤالات

سنجش روابط غیر رسمی

گویه های اصلی											نام همکاران
گردش و تفریح	حل مشکل شخصی	به مهمانی مشترک رفتن	طی مسیر مشترک به پژوهشگاه	پیامک و تماس دوستانه	رفت و آمد خانوادگی	پول قرض دادن	اشتراک گذاری اطلاعات ارزشمند	گپ و گفتگو	خوردن صبحانه / نهار	احوال پرسی روزانه	

تکنیک جستجوگری و ثبت نتایج در پژوهش

کلیدواژه‌های مرتبط با صنعت ازدواج

کلیدواژه فارسی	کلیدواژه انگلیسی
اقتصاد ازدواج	marriage economics
صنعت ازدواج	marriage industry
صنعت عروسی	wedding industry
بازار ازدواج	marriage markets
گردشگری ازدواج و ماهعسل	weddings and honeymoons tourism
ازدواج و پول	marriage and money
اقتصاد خانواده	Economics of the Family
اقتصاد عشق	economics of love
اقتصاد مهریه	Economics of Dowry
متوسط هزینه‌های ازدواج	Average Wedding Cost
هزینه‌های ازدواج	Wedding Spending
بازاریابی ازدواج	marriage Business
مناسک ازدواج	wedding ritual
ازدواج اینترنتی	Mail-order bride
صنعت عروسی	bride industry
مناسک مصرفی	Consumption Rituals
عروسی‌های مدرن	Modern weddings
بازاریابی عروسی	business of brides
بیمه ازدواج	Wedding Insurance
قیمت ازدواج	The Price of Marriage
ازدواج آسان	-

جستجوی مناسب در تمامی مراحل پژوهش لازم است. در انتخاب موضوع، پیشینه‌ها، نمونه کارها، مبانی نظری، نمونه پرسشنامه، نمونه تحلیل و ... نیاز است که محقق یک جستجوی خوب انجام دهد. قبل از جستجو نظام مفاهیم و کلیدواژگان خود را تشکیل دهید. محتوایی می‌تواند مبنای کار علمی باشد که خود نیز معتبر و علمی باشد. بنابراین باید در منابع علمی به دنبال محتوای مناسب باشیم. جستجو در اینترنت مناسب است ولی باید به دنبال سایت‌ها و محتوای علمی و معتبر بود. برای مثال در سایت‌های فارسی زیر مقالات معتبر یافته می‌شود:

magiran - Sid - Ensani - Civilica

در سایت‌های زیر نیز به مقالات لاتین دسترسی دارید:

Google scholar - Sage - Elsevier

از جستجو در سایت‌های تبلیغی، عام و خبری اجتناب کنید. مطالب بدون منبع را گردآوری نکنید. البته این جستجوها برای اکتشاف و فهم کلیات موضوع مناسب است. اگر مطلبی علمی پیدا نکردید، بدانید که کلیدواژگان‌تان کافی، مناسب و علمی نیست. برای مثال وقتی در حوزه گردشگری تحقیق می‌کنید، بد نیست که واژگان سیاحت، توریسم و تفریح را هم جستجو کنید. پس از پایان جستجو و البته در تمامی مراحل فیش‌برداری کنید. هر فیش نشان دهنده محتوا، آدرس دقیق منبع و کلیدواژگان باشد.

چارچوب کلی گزارش پژوهشی

یک گزارش پژوهشی پنج فصل و بخش‌های دیگری به شرح زیر دارد:

صفحه عنوان
قدردانی، تقدیم
چکیده
فهرست مطالب
فهرست جداول
فهرست اشکال و نمودارها

فصل اول. کلیات

- ۱-۱- بیان مسئله
- ۱-۲- اهمیت و ضرورت
- ۱-۳- اهداف پژوهش (اصلی و فرعی)
- ۱-۴- پرسش‌های پژوهش (اصلی و فرعی)
- ۱-۵- مفاهیم کلیدی

فصل دوم. پیشینه تجربی و مبانی نظری

- ۲-۱- پیشینه تجربی (داخلی، خارجی و جمع‌بندی آنها)
- ۲-۲- مبانی نظری (سیر نظریات)
- ۲-۳- چارچوب نظری (در پژوهش‌های کمی)
- ۲-۴- مدل (مفهومی یا نظری)
- ۲-۵- فرضیات پژوهش

فصل سوم. روش تحقیق

- ۳-۱- روش
- ۳-۲- جامعه آماری و نمونه
- ۳-۳- حجم نمونه و روش نمونه‌گیری (در پژوهش کیفی مورد و انتخاب مورد)
- ۳-۴- معرفی ابزار پژوهش (شاخص‌ها، روایی و پایایی)
- ۳-۵- شیوه گردآوری داده‌ها

۳-۶- شیوه تجزیه و تحلیل یافته‌ها

فصل چهارم. یافته‌های پژوهش

- ۴-۱- یافته‌های توصیفی (نمودار، جدول)
- ۴-۲- استنباط آماری (پیش‌فرض‌ها، آزمون‌ها، تحلیل مسیر و ...)

فصل پنجم. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

- ۵-۱- خلاصه یافته‌ها
 - ۵-۲- بحث و نتیجه‌گیری
 - ۵-۳- پیشنهادها (اجرایی، پژوهشی)
- فهرست منابع
پیوست‌ها

پایان