

تحقیق کیفی

دکتر میترا امینی

فهرست مطالب

اهداف کلی.....	۵
تعریف تحقیقات کیفی.....	۵
اهمیت موضوع.....	۱,۱
تفاوت پژوهش کمی و کیفی.....	۱,۲
مواقع مورد لزوم یک تحقیق کیفی.....	۱,۳
نمونه گیری در تحقیقات کیفی.....	۲
اهمیت موضوع.....	۱,۲
نمونه گیری از مواد حاشیه ای.....	۲,۲
نمونه گیری فرصت طلبانه با حداکثر تنوع.....	۲,۳
نمونه گیری متجانس.....	۲,۴
نمونه گیری از موارد شاخص.....	۲,۵
نمونه گیری از افراد مهم.....	۲,۶
نمونه تصادفی.....	۲,۷
تفاوت نمونه گیریهای هدفمند و نمونه گیری آسان.....	۲,۸
مفهوم اشباع داده ها.....	۲,۹
صحت داده ها در تحقیق کیفی.....	۲,۱۰
اروش مصاحبه در جمع آوری اطلاعات تحقیق کیفی.....	۳
اهمیت موضوع.....	۳,۱
مصاحبه در تحقیق کیفی.....	۳,۲
گام اول در انجام مصاحبه: طرح سوال تحقیق یا فرضیه.....	۳,۳
گام دوم در انجام مصاحبه: نوشتن سوالات.....	۳,۴
گام سوم در انجام مصاحبه: تاثیر نوع مصاحبه بر سوالات.....	۳,۵
سوالات توصیفی در مصاحبه.....	۳,۶
سوالات ساختاری در مصاحبه.....	۳,۷
سوالات متمایز کننده در مصاحبه.....	۳,۸
جمع بندی در خصوص شکل سوالات در مصاحبه.....	۳,۹
سازماندهی و تنظیم راهنمای مصاحبه.....	۳,۱۰

۱۵مصاحبه و بحث گروهی	۴
۱۶اهمیت موضوع	۴,۱
۱۶پیشنهاد و هدف بحث و مصاحبه گروهی	۴,۲
۱۶نمونه گیری برای مصاحبه و بحث گروهی	۴,۳
۱۷برنامه ریزی و هدایت بحث گروهی	۴,۴
۱۷حرکات غیر کلامی در مصاحبه های گروهی	۴,۵
۱۸سایر روش های جمع آوری اطلاعات	۵
۱۹روش دلفی	۵,۱
۱۹خصوصیات مشترک دلفی ها	۵,۲
۲۰مشکلات روش دلفی	۳,۵
۲۰دیدگاه سکمن درمورد روش دلفی	۵,۴
۲۱عروش گروه اسمی	۶
۲۱تعریف روش گروه اسمی	۶,۱
۲۱روشها، فواید گروه اسمی (NGT)	۶,۲
۲۲فواید گروه اسمی (NGT)	۶,۳
۲۲محدودیتهای گروه اسمی (NGT)	۶,۴
۲۲چگونگی آماده سازی	۶,۵
۲۲نحوه تشکیل جلسه گروه اسمی: گام اول تولید و نگارش انفرادی ایده ها در حالت سکوت	۶,۶
۲۳نحوه تشکیل جلسه گروه اسمی: گام دوم ثبت ایده های گروه	۶,۷
۲۳نحوه تشکیل جلسه گروه اسمی: گام سوم بحث	۶,۸
۲۳نحوه تشکیل جلسه گروه اسمی: گام چهارم رای گیری اولیه	۶,۹
۲۳نحوه تشکیل جلسه گروه اسمی: گامهای تکمیلی	۶,۱۰
۲۴مشاهده	۷
۲۴اهمیت موضوع	۷,۱
۲۴استفاده از روش شرکت کننده ناظر	۷,۲
۲۵روش صرفاً مشاهده گر	۷,۳
۲۵ناظر به عنوان شرکت کننده	۷,۴
۲۵شرکت کننده به عنوان ناظر	۷,۵

۲۵	شرکت کننده کامل	۷,۶
۲۵	استفاده از یادداشت های عرصه	۷,۷
۲۵	مدیریت و رفتار با داده ها	۷,۸
۲۷	خلاصه	
۲۸	منابع	



شناسه جستار

عنوان جستار:
تحقیقات کیفی

نویسنده:
دکتر میترا امینی / دانشیار دانشگاه علوم پزشکی شیراز

طراح آموزشی:
دکتر مانوش مهرابی / کارشناس دانشگاه علوم پزشکی شیراز

آخرین تاریخ به روز رسانی: ۱۳۹۰/۶/۱۵

ویرایش: زهره اسماعیل زاده

با همکاری:
مرکز مطالعات و توسعه آموزش پزشکی
مرکز آموزش مداوم (قطب علمی آموزش الکترونیکی)
دانشگاه علوم پزشکی شیراز

اهداف کلی

شما پس از مطالعه این درس به اهداف زیر نائل خواهید آمد:

آشنایی با:

۱. تحقیقات کیفی
۲. انواع نمونه گیری در تحقیقات کیفی
۳. روش مصاحبه در جمع آوری اطلاعات در تحقیقات کیفی
۴. روش جمع آوری اطلاعات در تحقیقات کیفی

۱ تعریف تحقیقات کیفی

➤ مفاهیم کلیدی:

۱. در تحقیقات کیفی نوع رفتار، عقاید و تجربیات مردم از دید خود آنان بیان می شود
۲. تحقیق کمی، کنترل داده ها توسط پژوهشگر و تحقیق کیفی درک و برداشت افراد از مسائل را شامل می شود.
۳. تحقیق کیفی در پاسخ به سوال چه چیزی، چرایی، چگونگی

➤ اهداف یادگیری:

- شما پس از مطالعه این نوشتار قادر خواهید بود:
۱. تحقیق کیفی را شرح دهید
 ۲. تفاوت پژوهش های کمی و کیفی را توضیح دهید
 ۳. موارد استفاده از تحقیقات کیفی را بیان نمائید.

۱,۱ اهمیت موضوع

تحقیق کیفی نوعی از تحقیق است که در آن رفتار، عقاید و تجربیات مردم از دید خود آنان بیان شود و به عبارت دیگر تحقیق کیفی عبارت از مجموعه فعالیت هایی (مثل مشاهده، مصاحبه و شرکت گسترده در فعالیت های پژوهشی) است که هر کدام به نحوی محقق را در کسب اطلاعات دست اول در خصوص موضوع مورد تحقیق یاری می دهند و بدین ترتیب از اطلاعات جمع آوری شده توصیف های تحلیلی، ادراکی و طبقه بندی شده حاصل می شود. دسترسی به اطلاعات در یک تحقیق کیفی یعنی زندگی کردن با مردم مورد پژوهش، یادگیری فرهنگ آنها از جمله مبانی ارزشی، عقیدتی و رفتاری، زبان و تلاش برای درک احساس، انگیزش و هیجان های آنهاست. محقق کیفی رفتار اجتماعی را به این دلیل درک می کند که خود را جای دیگران قرار می دهد. آنسلم استرس می گوید " منظور ما از تحقیق کیفی عبارت از هر نوع تحقیقی است که یافته هایی را بدستی می دهند که با شیوه هایی غیر از روش های آماری و یا هرگونه کمی کردن

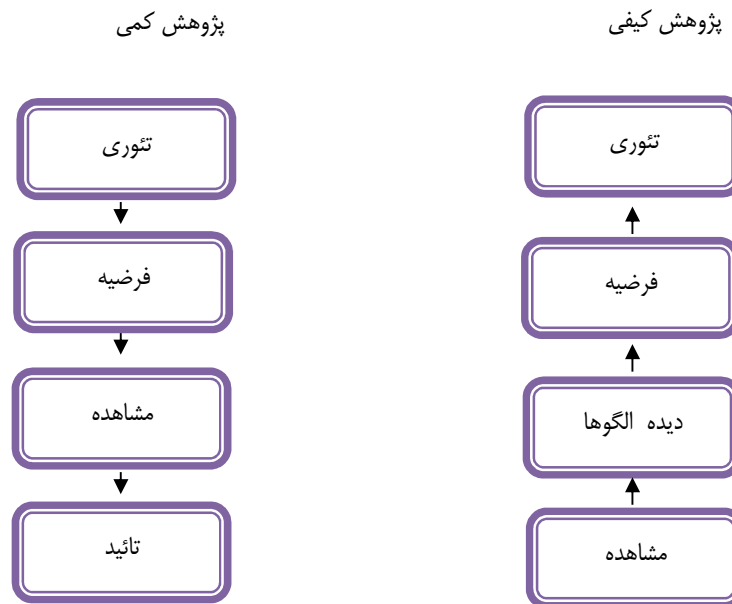
کسب شوند شیوه مذکور ممکن است تحقیق درباره زندگی افراد، شرح حالها، رفتارها و همچنین درباره کارکرد سازمانی، جنبش های اجتماعی یا روابط بین الملل باشد. تحقیقات کیفی همراه با خلاقیت هستند محقق کیفی در حین انجام یک تحقیق کیفی خودش هم از نظر علمی ارتقاء می باشد.

۱,۲ تفاوت پژوهش کمی و کیفی

مبنای پژوهشهای کمی کنترل داده ها توسط پژوهشگر است در حالی که در تحقیق کیفی به درک و برداشت افراد از مسائل توجه می شود.

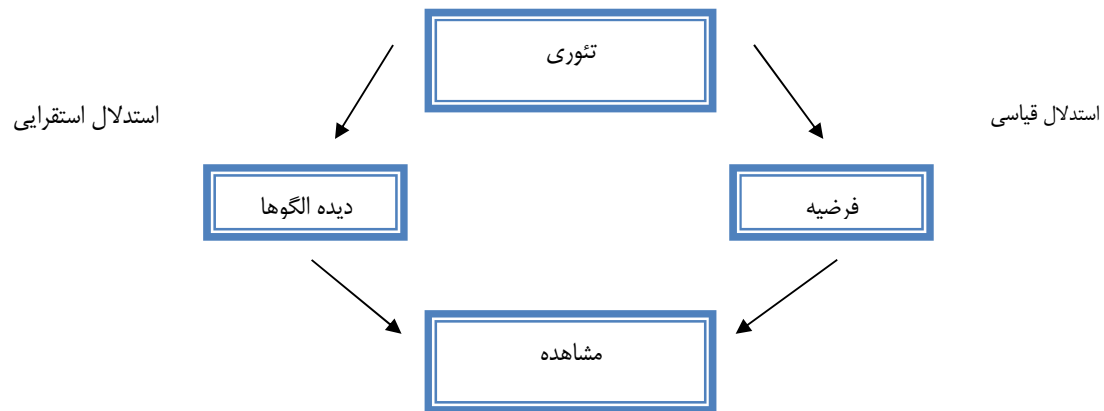
پژوهشگران کیفی بر نوعی تفسیر کل نگر تاکید می کنند در حالی که پژوهشگران کمی به جای توجه به تفسیرهای کل نگر بر عوامل و متغیرهای فردی تاکید دارند. پژوهشگر کمی براین باوراست که واقعیت را می توان به مؤلفه هایش تقسیم کرد و با نگاه به این جزء شناختی از کل به دست آورد، ولی پژوهشگر کیفی براساس این باور که واقعیت کلیتی است غیر قابل تقسیم به بررسی کل فرایند می پردازد. البته پژوهشهای کیفی و کمی می توانند از طریق کشف (توسط پژوهشهای کیفی) و تأیید (توسط پژوهشهای کمی) یکدیگر را کامل کنند. نمایی از پژوهشهای کمی و کیفی در دو شکل زیر نشان داده شده است:

نمودار شماره: ۱ مقایسه پژوهشهای کیفی و کمی



همانگونه که در شکل مشاهده می شد در پژوهشهای کمی از مفاهیم کلی به مفاهیم جزئی حرکت می کنیم و یک الگوی از بالا به پایین داریم در حالیکه در پژوهشهای کیفی از جزء به کل حرکت کرده و به تئوری می رسیم و الگوی حرکت از پایین به بالاست. این حرکت بالا به پایین در پژوهشهای کمی در حقیقت استدلال قیاسی^۱ است و حرکت از بالا به پایین در پژوهشهای کیفی استدلال استقرایی^۲ نامیده می شود. استدلال قیاسی معمولاً باریک شده و نهایتاً از کل به جزء حرکت می کند و بر خلاف آن استدلال استقرایی از جزء به کل حرکت می کند. ارتباط ما بین استدلال قیاسی و استقرایی در شکل زیر نشان داده شده است.

نمودار شماره ۲: ارتباط بین استدلال قیاسی و استقرایی



تفاوت دیگر مطالعات کیفی و کمی در قسمت سؤال پژوهشی است معمولاً مطالعات کمی براساس پاسخ به یک سؤال پژوهشی مشخص طراحی می گردند. در تحقیقات کمی ارتباط بین متغیرها مشخص می گردد. داده ها در تحقیق کمی هر چه کوچک و کوچکتر^۳ می شود (میانگین میانه، انحراف معیار) می گیریم و ... ولی در تحقیق کیفی داده ها بزرگتر شده^۴ و الگوها دیده شده تئوری می دهید.

^۱ - Deductive reasoning

^۲ - Inductive reasoning

^۳ - Data condenser

^۴ - Data enhancer

۱,۳ مواقع مورد لزوم یک تحقیق کیفی

• در پاسخ به سؤال چه چیزی^۵

مثلاً می خواهیم ببینیم چه چیزی سبب گرایش جوانان به مواد مخدر می شود.

• در پاسخ به چرایی^۶

❖ فرض کنید یک مطالعه کمی در خصوص اهمیت نان و ارزش آن انجام دهیم. تمام مردم به ما پاسخ خواهند داد که نان با ارزش

است. پس چرا دهها هزار تن نان خشک تولید می شود؟

❖ پاسخ این سوال با یک تحقیق کیفی بدست خواهد آمد.

❖ به نظر شما چرا نان خشک تولید می شود؟

• در پاسخ به چگونگی^۷

❖ مکانیسم یک واقعه در این خصوص سنجیده می شود. چگونه (چه اتفاقی افتاد) که شما مشروط شدید؟

❖ جهت تأیید یا تکمیل یک تحقیق کمی به کار می رود

❖ جهت تعیین محتویات پرسشنامه بکار می رود

❖ قبل از شروع یک فعالیت کمی می توان با روش کیفی محتویات پرسشنامه کمی را مشخص کرد.

➤ آزمون

۱- کدامیک از جملات زیر صحیح نیست؟

الف: تحقیق کیفی استدلال قیاسی است

ب: تحقیق کیفی از جزء به کل حرکت کرده است

ج: تحقیق کمی استدلال استقرایی است

د: مبنای پژوهشهای کیفی کنترل داده توسط خود محقق است.

گزینه (د) صحیح است

۲- تحقیقات کیفی در پاسخ به کدام یک از سئوالات زیر انجام می شوند؟

الف: چرایی

ب: چگونگی

ج: چه چیزی

د: همه موارد

گزینه (د) صحیح است

^۵ - What

^۶ - why

^۷ - How

۲ نمونه گیری در تحقیقات کیفی

➤ مفاهیم کلیدی

۱. انواع نمونه گیری در تحقیقات کیفی شامل نمونه گیری از موارد حاشیه ای ، نمونه گیری فرصت طلبانه با حداکثر تنوع، نمونه گیری متجانس، نمونه گیری موارد شاخص ، نمونه گیری از افراد مهم ، نمونه گیری گلوله برفی ، نمونه گیری تصادفی می باشد.

➤ اهداف یادگیری

- شما پس از مطالعه این نوشتار قادر خواهید بود:
۱. انواع نمونه گیری در تحقیقات کیفی را شرح دهید.
 ۲. جهت هر نوع نمونه گیری مثال مناسب ارائه دهید.

۲,۱ اهمیت موضوع

نمونه گیری در تحقیقات کیفی بایستی با هدف باشد و به همین دلیل است که به سراغ استراتژی های هدفمند در نمونه گیری تحقیقات کیفی می رویم ، یادمان باشد که در تحقیق کیفی با تعداد کمی از افراد مصاحبه می کنیم و اطلاعات دقیق آنها را می خواهیم. معمولاً از استراتژیهای مختلفی استفاده می کنیم و سعی می کنیم که به حاشیه ها هم توجه کنیم.

۲,۲ نمونه گیری از مواد حاشیه ای^۸

در این روش نمونه از بین کسانی انتخاب می شود که از لحاظ خاصی با افراد معمول و عادی متفاوت هستند. این روش فرصت یادگیری از افراد غیر عادی را فراهم می آورد. برای مثال نمونه ها از میان کسانی انتخاب می شوند که همواره شکست می خورند یا همواره موفق می شوند.

مثال : دانشجویان خیلی قوی – دانشجویان خیلی ضعیف
عیب این نمونه گیری این است که ممکن است با مطالعه این گونه افراد پدیده مورد بررسی واژگون جلوه نماید.

^۸ - extreme case sampling

۲,۳ نمونه گیری فرصت طلبانه با حداکثر تنوع^۹

این روش نمونه گیری یکی از بهترین و مفید ترین روش های نمونه گیری در تحقیقات کیفی است . این روش نه تنها به درد تحقیقات کیفی می خورد بلکه در تحقیقات کمی نیز زمانی که تعداد نمونه کم باشد و اطلاعات جمعیتی در دسترس نباشد به درد می خورد. در این روش از ابتدا افراد را براساس خصوصیتی که بین افراد مورد تحقیق متفاوت باشد و همچنین قابل تشخیص باشد تقسیم بندی می کنیم مشخص کردن این خصوصیات از طریق یک بارش افکار اولیه براحتی قابل انجام است می توان در ابتدای کار از افراد صاحب نظر خود است که این خصوصیات را مشخص کنند. فرض کنید قرار است تحقیقی کیفی در خصوص عمل گرایش به مواد مخدر انجام دهیم در این صورت لیست این خصوصیات به شرح زیر می تواند باشد.

A	زنان
B	مردان
C	روستایی
D	شهری
E	بیماران خوش حال
F	بیماران بد حال
G	افراد با سواد
H	افراد بی سواد

در این صورت ۱۶ فرد متفاوت خواهیم داشت که باید مورد مصاحبه قرار گیرند.

ACEG , ACEG , ACFG , ACFH

BCEG , BCEH, BCFG , BCFH

ADEG , ADEH , ADFG , ADFH

BDEG , BDEH , BDFG , BDFH

یادمان باشد که در تحقیقی کیفی به دنبال تعمیم پذیری به جمعیت نیستیم گرچه این روش نمونه گیری تفاوتها را در نظر می گیرد و سعی می کند دیدگاههای افراد متفاوت را مورد سنجش قرار دهد لیکن باز هم امکان تقسیم پذیری وجود ندارد و دیدگاههای این افراد قابل تعمیم به کل جامعه نیست.

۲,۴ نمونه گیری متجانس^{۱۰}

اگر بخواهیم یک گروه خاص را خوب بشناسیم سعی می کنیم که پراکنش نمونه زیاد نباشد می تواند مصاحبه را در یک گروه همسان انجام داد. گروههای فوکوس نمونه ای از این نوع هستند که در ادامه بحث مختصری در خصوص آنان صحبت می کنیم.

۲,۵ نمونه گیری از موارد شاخص^{۱۱}

هدف در این نوع نمونه گیری انتخاب افرادی است که تصویری شاخص یا متوسط از ارائه دهند (مثال: دانشجویان معمولی، یک فرد روستایی عادی و)

^۹ - opportunistic maximum variation sampling

^{۱۰} - homogenous sampling

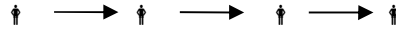
^{۱۱} - typical case sampling

۲,۶ نمونه گیری از افراد مهم^{۱۲}

اینها افرادی هستند که مهم هستند مثلاً کدخدا، جادوگر قبیله! و

۲-۷ نمونه گیری گلوله برفی^{۱۳}

این روش به درد نمونه گیری در جمعیت های پنهان نظیر معتادین تزریقی و یا مبتلایان به بیماریهای منطقه از راه جنس می خورد. هر فرد شریک جنسی خود را معرفی کرده و نمونه گیری ادامه می یابد.



۲,۷ نمونه تصادفی^{۱۴}

اگر نمونه گیری به طور تصادفی انجام شود در این حالت نمونه گیری تصادفی انجام شده است.

۲,۸ تفاوت نمونه گیریهای هدفمند و نمونه گیری آسان^{۱۵}

تمام مواردی که قید شد شامل نمونه گیری هدفمند شده و با نمونه گیری آسان متفاوت است ممکن است محقق کیفی در شروع کار بدلیل عدم آشنایی با جامعه هدف نمونه گیری آسان انجام دهد.

۲,۹ مفهوم اشباع داده ها^{۱۶}

نمونه گیری در تحقیقات کیفی براساس مفهوم اشباع داده ها استوار است. بدین معنی که محقق تحقیق کیفی را تا زمانی ادامه می دهد که مفاهیم تکرار شوند و اطلاعات جدیدی به اطلاعات او اضافه نشود.

۲,۱۰ صحت داده ها در تحقیق کیفی

همیشه باید به این موضوع توجه کرد که در تحقیق کیفی تست آماری وجود ندارد و مسئولیت صحت داده ها به عهده خود پژوهشگر است این موضوع مسئولیت زیادی را به روش پژوهشگر وارد می کند. چون مسئول صحت و سقم اطلاعات پژوهشگر است.

^{۱۲} - critical case sampling

^{۱۳} - snow ball sampling

^{۱۴} - random sampling

^{۱۵} - convenience sampling

^{۱۶} - convenience sampling

➤ آزمون

۱- کدام یک از موارد زیر بهترین روش نمونه گیری تحقیقات کیفی می باشد.

الف : تصادفی

ب : نمونه گیری فرصت طلبانه با حداکثر تنوع

ج : نمونه گیری متجانس

د : نمونه گیری از موارد شاخص

گزینه (ب) صحیح است

۲- کدامیک از موارد زیر مصداق نمونه گیری از موارد حاشیه ای است.

الف : شهروندان عادی

ب : دانشجویان معمولی

ج : اساتید معمولی

د : دانشجویان مشروط

گزینه (د) صحیح است.

۳ روش مصاحبه در جمع آوری اطلاعات تحقیق کیفی

➤ مفاهیم کلیدی

۱. رایج ترین روش در جمع آوری اطلاعات تحقیق کیفی روش مصاحبه است.
۲. مصاحبه به صورت سازمان یافته یا استادانه ، سازمان نیافته و متمرکز صورت گیرد.

➤ اهداف یادگیری

شما پس از مطالعه این نوشتار قادر خواهید بود:

۱. مصاحبه در تحقیق کیفی شرح دهید
۲. انواع سوالات در مصاحبه های کیفی توضیح دهید

۳,۱ اهمیت موضوع

روش های مختلفی برای تولید و جمع آوری داده ها در تحقیقات کیفی به کار می روند که برخی از رایجترین این روش ها که مصاحبه است در زیر بیان می شود.

۳,۲ مصاحبه در تحقیق کیفی

چنانچه گفته شد مصاحبه ممکن است به صورت سازمان نیافته^{۱۷} نیمه سازمان یافته^{۱۸} و سازمان یافته یا استاندارد^{۱۹} صورت گیرد، شکل سوال در هر روش متفاوت خواهد بود.

مصاحبه سازمان نیافته کاملاً متکی بر سوالاتی است که خودبخود در تعامل مصاحبه گر و مصاحبه شونده پیش می آیند. اگر چه سوالات از قبل تهیه نشده اند ولی مصاحبه گر می کوشد تا با استفاده از احاطه ای که بر موقعیت می یابد ارتباط سوالات را با هدف مصاحبه حفظ کند. اما مصاحبه متمرکز نیاز به لیستی از سوالات ژرف کاو در ارتباط با یک موضوع مشخص دارد اگر چه ممکن است این سوالات لزوماً ترتیب ثابت و مشخص نداشته باشند و بسته به پیشرفت مصاحبه مطرح گردند. لازم است که محقق از قبل موضوعات و عناوینی را که برای پوشش دادن به اطلاعات لازم هستند تهیه کرده باشد. در مورد مصاحبه های استاندارد چون بیشتر در تحقیقات کمی بکار می روند.

۳,۳ گام اول در انجام مصاحبه: طرح سوال تحقیق یا فرضیه

به این منظور محقق باید ابتدا با مرور تحقیقات قبلی یا اطلاعاتی که قبلاً جمع کرده است متغیرهای مربوط به موضوع را استخراج کند. این متغیرها ممکن است منشا فرهنگی اجتماعی، روانی، شناختی یا محیطی داشته باشند اگر چه ارتباط دقیق آنها معلوم نیست. آنگاه با توجه به این عوامل فرضیه یا سوالات خود را در ارتباط با فرایندهای موثر بر مسئله طرح نماید.

۳,۴ گام دوم در انجام مصاحبه: نوشتن سوالات

سوال اولیه باید جامع بوده و حیطه وسیعی داشته باشد تا بتوان از آن سوالات جزئیتری را قبل از مصاحبه استخراج نموده و نیز با استفاده از آن جریان بحث را در حین مصاحبه هدایت کرد، به این ترتیب از مفاهیم گسترده تر شروع و به طبقات و مقوله های ریزتر می رسیم و در مورد هر زیر طبقه نیز سوالات ویژه ای را مطرح می نمائیم. مثلاً اگر سوال یا فرضیه ما مربوط به عوامل فرهنگی، محیطی و آموزشی موثر بر عادات غذایی در طی حاملگی است. سوالات اصلی تحقیق شامل عوامل فرهنگی، محیطی و آموزش های بهداشتی مربوط به عادات غذایی، آب و هوا، میزان سواد، خدمات بهداشتی موجود، رفتارهای سلامت جویانه و ... می گردد. و در ارتباط با این مقوله ها سوالات در مورد تمایل به مصرف غذاهای سرد و گرم، محدودیت های مذهبی، نقش فصل در دسترسی غذایی، محدودیت تولید، سطح آموزش، محل دریافت آموزش و ... مطرح می گردند.

پس از مشخص شدن حیطه سوالات، سوالات اصلی تدوین می شوند. سوالات باید ساده، قابل فهم و مربوط به موضوع خاصی باشند تا پاسخگو بتواند بر حسب آگاهیهای خود پاسخ دهد. سوالات نباید خیلی مشخص یا تلفیق کننده باشند، در عین حال سوالات باید آنقدر کلی باشند که برای پاسخگوهای مختلف قابل طرح باشند.

مسئله مهم دیگر آن است که در هر بار باید یک سوال پرسیده شود. به عبارت دیگر، هر سوال باز باید حاوی یک ایده باشد تا پاسخگو تنها نیاز به تمرکز در زمینه ای خاص داشته و مصاحبه گر هم بتواند به راحتی نکته اصلی موجود در پاسخ را تشخیص دهد. در تحقیقات کیفی معمولاً چند سوال آغاز گر نوشته می شود و سپس محقق براساس شرایط مصاحبه را ادامه می دهد.

^{۱۷} - Unstructured

^{۱۸} - semi structured

^{۱۹} - structured or standard

۳,۵ گام سوم در انجام مصاحبه: تاثیر نوع مصاحبه بر سوالات

راهنمای مصاحبه می تواند همانند چک لیستی باشد که ما را از جمع آوری اطلاعات در ابعاد مختلف مطمئن سازد. ولی انواع مصاحبه نیز بر سوالات تاثیر دارد. به طور کلی سه دسته سوال در مصاحبه های کیفی مطرح می شوند که در قسمت بعد به تفصیل در خصوص آن بحث خواهیم نمود.

۳,۶ سوالات توصیفی در مصاحبه

این دسته ساده ترین نوع سوالات اند و به خوبی برای شروع بحث و برقراری ارتباط مناسب بوده و معمولاً در پی جمع آوری اطلاعات عمومی هستند. این سوالات ممکن است ارتباط چندانی با موضوع مصاحبه نداشته و صرفاً به عنوان مشوقی برای به صحبت واداشتن فرد باشند. سوالاتی در ارتباط با سن سطح سواد، شغل، سوابق خانوادگی، غذاهایی که دوست دارد و... از این دسته هستند.

۳,۷ سوالات ساختاری در مصاحبه^{۲۰}

این سوالات مشخص می نمایند که افراد چه آگاهیهایی دارند، چه چیزی را درست می دانند، چه دیدگاههای دارند و چه می خواهند و بنابراین چگونه دیدگاهها، دانش و طرز فکر خود را در بحث وارد می سازند. سوالاتی مانند چند بچه دارید؟ در زمان حاملگی چه چیزهایی می خورید؟ چرا؟ از این دسته سوالات هستند.

۳,۸ سوالات متمایز کننده در مصاحبه^{۲۱}

این سوالات درک بهتری از معنای مسائل خاص در نزد مردم برای مصاحبه گر فراهم می کنند و نشان دهنده این هستند که مردم چگونه اشیاء یا حوادث را از طریق کلمات و دیدگاههایشان متمایز می نمایند. همچنین اطلاعات بیشتری در مورد عقاید، ارزشها، تجربیات و رفتارها و احساسات افراد به دست می دهند. سوال زیر نمونه ای از این نوع است:

هنگامی که پزشک شما توصیه نمود که برای بهبود اشتهایتان به طور منظم از قرصهای ویتامین A استفاده کنید. مادرتان گفت خوردن سبزیجات سبز و زرد هم همین خاصیت را دارد. به نظر شما کدامیک بهتر است، خوردن قرصها یا سبزیجات؟

۳,۹ جمع بندی در خصوص شکل سوالات در مصاحبه

سوالات از لحاظ شکل می توانند به فرمهای مختلفی باشند:

- سوالات باز: هدف آن است که پاسخگو با کلمات و بیان خود به سوال پاسخ دهد و آزادانه احساسات، افکار و تجربیات خود را ابزار دارد.
- مثلاً: در مورد جلسات آموزشی که در مراکز بهداشت در مورد پیشگیری از بارداری تشکیل می شود چه فکر می کنید؟
- سوالات مبتنی بر پیش فرض^{۲۲}: هدف از این سوالات دستیابی به معنا و مفهوم عمیقتر است، این سوالات خصوصاً در مصاحبه های سازمان یافته بکار می روند و پیش فرض محقق آن است که فرد پاسخگو چیزهای بیشتری برای گفتن دارد.

^{۲۰} - structural

^{۲۱} -contrast

^{۲۲} - presupposition

مثلاً در یک بازدید از خانه از مادر پرسیده می شود: در بازدید قبلی که پرستار از خانه شما به عمل آورد چه چیزی یاد گرفتید؟ (پیش فرض بر نوعی یادگیری است).

• سوالات با ذکر مثال یا ایفاگر نقش^{۲۳}: این سوالات در مصاحبه های باز به منظور ساده سازی سوالات به کار می روند. مثلاً فرض کنید که من مادری هستم که کودکم فلان بیماری را دارد و از شما درباره نحوه مراقبت از او سوال می کنم، شما چه پاسخی خواهید داد؟

چنین سوالی جو مصاحبه را بهبود بخشیده و احساس مهارت به فرد مصاحبه شونده می دهد و نیز امکان تمرین مهارتی را فراهم می آورد. • سوالات ژرفکاو و پیگیر^{۲۴}: معمولاً در مصاحبه متمرکز به کار می روند. همچنین می توان برای ژرفکاری در مصاحبه باز از آنها استفاده نمود. این سوالات به پرشدن جاهای خالی اطلاعات کمک می کنند. مثلاً: شما در مورد صحبت کردید، این امر چه زمانی روی داد؟ چگونه اتفاق افتاد؟ چه کسانی در آن دخالت داشتند و

۳,۱+ سازماندهی و تنظیم راهنمای مصاحبه

مصاحبه را باید با موضوعات ساده تر شروع نمود و به سمت سوالات خاص پیش رفت. اگر مصاحبه گروهی صورت می گیرد در ابتدا معارفه باید انجام شود. همچنین بیانات و سخنان افتتاحیه و آغازین مصاحبه گر در آماده سازی و جلب اعتماد پاسخگویان نقش مهمی دارد. پس از آن به موضوع مطالعه وارد می شویم. استفاده از پیش آزمون قبل از انجام مصاحبه اصلی مصاحبه گر را مطمئن می سازد که سوالات به صورت مناسبی طراحی شده اند و بگونه ای هستند که منجر به محدوده مورد انتظار پاسخ ها خواهند گردید. پیش آزمون به رفع معایب و سوء تعابیر موجود در سوالات کمک خواهند نمود و حتی می تواند به تعدیل سوالات منجر گردد. یک راهنمای مصاحبه در نمونه طرح پژوهشی در فصل مربوط آورده شده است.

۴ مصاحبه و بحث گروهی^{۲۵}

➤ مفاهیم کلیدی

۱- بحث گروهی در گروه نیمه سازمان یافته، تحت رهبری فرد معین، در شرایط غیر رسمی، ارزان تر، قابلیت انعطاف بیشتر، محرک تفکر، کمک به یادآوری اطلاعات می باشد.

➤ اهداف یادگیری

شما پس از مطالعه این نوشتار قادر خواهید بود:

۱- نمونه گیری در مصاحبه گروهی را شرح دهید.

۲- حرکات غیر کلامی را توضیح دهید.

^{۲۳} - role – playing

^{۲۴} - probe and follow up questions

^{۲۵} - focus group discussion= focus group interview

۴,۱ اهمیت موضوع

برخی روش بحث و مصاحبه گروهی را یکی از راههای جمع آوری اطلاعات و برخی دیگر آن را یکی از انواع پژوهش کیفی می دانند اما در هر دو صورت. مصاحبه ایست که در گروهی نیمه سازمان یافته، تحت رهبری فرد معین، در شرایط غیر رسمی انجام می شود تا پویایی گروه بر کمیت و کیفیت اطلاعات بیافزاید. چون مصاحبه به جای فرد با گروه انجام می گیرد، ارزان تر است، قابلیت انعطاف بیشتر، محرک تفکر، کمک کننده به یادآوری اطلاعات و مناسب برای غنای اطلاعات نیز هست. بر خلاف روش های دیگر نظر افراد خاص نیست بلکه حاصل جمع و برآیندی از تفکر گروه است. در حال حاضر، این روش برای بررسی رفتارهای بهداشتی و رفع مشکلات بهداشتی مورد استفاده است. بر خلاف نظر برخی، مصاحبه گروهی، ابزار شناخت فرهنگ گروه نیست.

۴,۲ پیشنهاد و هدف بحث و مصاحبه گروهی

اولین کتاب پیرامون این موضوع در ۱۹۴۶ توسط کندال و مرتون به نگارش درآمد که حاصل کارهای گروهی آنها پس از جنگ دوم جهانی بود. این مصاحبه عمیق در تجارت و بازاریابی در دهه ۱۹۲۰ رواج داشته و نظرات مشتریان و احساس آنها درباره محصولات جدید بیان می شده و نه تنها در بهبود و اصلاح محصولات، بلکه در انگیزش و رونق کسب و کار تجارت موثر بوده است و در نهایت تولید کننده، محصولی را روانه بازار می کرد که خریدار می خواسته و نیاز داشته است. اما امروزه در زمینه های مختلف از جمله تجارت، امنیت، سیاست و ارتباطات از مصاحبه گروهی استفاده می شود و در ۲۰ سال اخیر هم زمان با گسترش پژوهشهای کیفی، کادر بهداشتی از جمله پرستاران نیز، این روش را مورد استفاده قرار داده اند. گرچه این روش، عاری از عیب نیست.

در مصاحبه گروهی تعامل بین شرکت کنندگان و پژوهشگر موجب بیان احساسات و افکار پیرامون موضوعی خاص می شود. اعضاء گروه به یکدیگر و به پژوهشگر پاسخ می دهند. پرسشها شاید در مورد ارزیابی دانش خاص یا مصرف یک دارو باشد اما بلافاصله به بیان افکار و احساسات پیرامون موضوع مشترک خواهد انجامید. و بسیاری از سوالات نیز پاسخ مناسب خواهند یافت. مصاحبه گروهی روشی مناسب برای تصمیم گیری واحد نیست و ضرورتی ندارد که اعضاء توافقی داشته باشند و نتیجه واحدی اتخاذ کنند. هدف نهایی پژوهشگر درک واقعیتی است که اعضا به آن معتقدند و شناخت دیدگاههای افراد نسبت به آن مصاحبه و بحث گروهی با مصاحبه کردن با افراد مختلف متفاوت است چرا که با مصاحبه فردی نمی توان درک مشترک افراد را نسبت به موضوع فهمید، اما در مصاحبه گروهی می توان به این هدف رسید.

۴,۳ نمونه گیری برای مصاحبه و بحث گروهی

تعداد نمونه بستگی به موضوع دارد، اما افراد انتخاب شده معمولاً نقش و تجارب مشترکی دارند. مثلاً از لحاظ سن، ابتلا یا عدم ابتلا به بیماری خاص و یا، تعداد فرزندان گروههای ۱۵-۵ نفره که معمولاً از نظر جنس مشابهند مناسب است، مگر اینکه به ضرورت موضوع تعامل و چالش نظرات دو جنس مخالف لازم باشد، نمونه ها معمولاً انتخاب می شوند و نمونه گیری و تخلیه اطلاعات تا اشیاع و تکرار یافته ها ادامه می یابد. اشتراک اعضاء گروه معمولاً در پیشینه مشترک است و نه دیدگاه مشترک چون در این صورت تعاملی به وجود نخواهد آمد. مثلاً گروهی از بیماران دیابتی، یا پرستارانی که در بخش بیماران روانی مشغولند. معمولاً ۷-۵ نفر، بهترین تعداد برای اعضاء گروه است و یافته های عمیق و مناسبی از همه اعضا به دست خواهد داد. تحمل سه ساعت برای آنها دشوار است پس جلسات کوتاهتر میشود. در پژوهشهای مربوط به بازاریابی و تجارت، افراد، بابت حضورشان وجه دریافت می کنند. هر گروه می تواند ۱۲-۴ نفر عضو داشته باشند، اما ۷-۵ نفر مناسب تر است. چون گروه به اندازه کافی بزرگ هست که نظرات متنوعی را در خود داشته باشد و کوچکی آن نیز به حدی است که یک تشکل واحد را به وجود بیاورد. هر قدر تعداد افراد بیشتر باشد نوشتن مکالمات دشوار تر است وقتی چند نفر با هم صحبت می کنند تداخل صداها موجب دشواری ثبت و ضبط و پیاده کردن مکالمات می شود. در گروهها، ضروری نیست افراد یکدیگر را بشناسند بلکه تنها داشتن تجارب مشترک معیار تشکیل گروه است. در گروههای شغلی گاه پیشینها یک فرد یا سمت و موقعیت او مانع

سهولت ارتباط با دیگران در گروه خواهد شد. در گروه‌های شغلی، بهتر است ابتدا آشنایی بین اعضاء انجام گیرد تا ارتباطات تسهیل گردد و بعد به موضوع اصلی باز گردند. گاه پرداختن به موضوعات خصوصی و ورود به حریم خصوصی افراد صحبت در گروه را دشوار تر می کند و البته گاه نیز وجوه اشتراک حتی در امور خصوصی، صحبت در گروه را آسانتر خواهد کرد. یکسان بودن سطح سواد و تخصص افراد نیز می تواند ارتباطات را تسهیل کند. سن و جنس افراد گروه بر کیفیت و سطح تعاملها موثر خواهد بود. مثلاً تجربه نشان داده که گروهها غیر همگن و غیر هم جنس مشکلاتی در بحث دارند. اگر چه گاه به جهت حفظ ظاهر در مقابل یکدیگر ممکن است تظاهر کنند. حضور در مقابل مردان برای زنان دشواری بیشتری از حضور مردان در مقابل زنان دارند. کودکان معمولاً پاسخهای فوری و صادقانه و حقیقی می دهند گر چه هم موضوع و هم گروه عکس العمل ها و ویژگی افراد را تحت تاثیر قرار می دهد.

۴,۴ برنامه ریزی و هدایت بحث گروهی

مصاحبه گروهی باید دقیقاً برنامه ریزی شده باشد. از افراد دعوت قبلی به عمل آمده و روز پیش از تشکیل گروه مجدداً یادآوری گردد. بهتر است سوالات از قبل نوشته شده باشد. محیط و فضای اتاق برای نیم دایره ای چیدن صندلی ها کافی باشد. جدول زمان بندی نیز میتواند به تنظیم وقت و استفاده بهینه از زمان کمک کند. قوانین گروه در ابتدا مشخص می شوند تا اعضا بدانند چه مقرراتی حکمفرما خواهد بود. پژوهشگر، سوالات واضح و روشنی می پرسد، گاه پیش از سوال فیلمی نمایش داده می شود یا داستانی نقل می گردد. تا اطلاعات لازم در پرتو اطمینان ایجاد شده بین اعضا کسب گردد. مثل سایر پژوهشهای کیفی، مصاحبه گروهی را می توان با سایر روش های گردآوری اطلاعات از جمله مصاحبه فردی، مشاهده و دیگر روش ها تلفیق نمود.

امروزه فن آوری ارتباطات امکان گونه های دیگری از مصاحبه و بحث گروهی را ممکن ساخته است. در صورتی که موضوع بحث حساس است و افراد ترجیح می دهند برای یکدیگر کاملاً ناشناس بمانند می توان از بحث گروهی تلفنی و یا گفتگوهای رایانه ای^{۲۶} استفاده کرد. وایت و تامسون از بحث تلفنی برای حفظ ناشناسی افراد استفاده نموده اند. موری نیز از اتاق گفتگو در رایانه استفاده کرده است. مصاحبه گر معمولاً در گروههای بهداشتی همان پژوهشگر یا صاحب نظر بوده و فرد واحدی است ، البته باید به مهارتهای مصاحبه و هدایت گروه مسلط بوده، سعه صدر داشته باشد، بتواند جوی که خلاقیت آزادانه داشته باشد ایجاد کند، مراقب باشد تا نظر خاصی را تحمیل نکند از قضاوت کردن که مانع شکوفایی ارتباطات گروه می شود بپرهیزد و مهارت های رهبری و ایجاد تعامل بین اعضا گروه و هدایت بحث را داشته باشد.

۴,۵ حرکات غیر کلامی در مصاحبه های گروهی

توجه به حرکات غیر کلامی در مصاحبه های گروهی با ارزش است. ارتباط و نتایج مشاهده می تواند تحت تاثیر ارتباطات غیر کلامی قرار گیرد. ژست ، حرکات سر و بدن و حالات چهره می تواند محرک و یا مانع ارتباط باشد. همچنین مشاهده و توجه به حرکات غیر کلامی شرکت کنندگان مهم است. برخی حرکات غیر کلامی مشوق و مانع ارتباط عبارتند از :

مشوق ارتباط	مانع ارتباط
نگاه مستقیم به افراد	عدم تأیید با تغییر چهره بالانداختن شانه ها
توجه به شرکت کننده ای که در حال صحبت است	به دیگران یا اطراف نگاه کردن هنگام صحبت فرد دیگر
تکان دادن سر برای اثبات توجه به صحبت دیگران	بازی با قلم، خواندن چیزی

بهتر است برای تسهیل ارتباطات در گروه محقق لباس ساده و متناسب سایرین بپوشد تا اعضاء گروه احساس تفاوت و فاصله نکنند. همچنین اگر شرکت کنندگان از نظر، پژوهشگر (تسهیلگر^{۲۷} گروه) مطلع شوند. سعی می کنند به نوعی از آن تبعیت نمایند و یا مخالف خود را اظهار نکنند. بنابراین بهتر است تسهیلگر از ابزار نظر شخصی خود صرف نظر کند و اگر مورد سوال واقع شد، بگوید البته من هم مثل شما برای خودم نظری دارم، ولی امروز می خواهیم نظر شما را بدانیم البته می توان بعد از جلسه نظر خود را گفت.

➤ آزمون

۱- نمونه گیری جهت بحث گروهی چگونه صورت می گیرد؟

الف : بسته به موضوع دارد

ب : ۱۰ نفر کافی است

ج : هر دو

د : هیچکدام

گزینه (الف) صحیح است

۲- کدامیک از حرکات غیر کلامی زیر مشقوق در بحث گروهی می باشد.

الف : خواندن چیری

ب : بازی با قلم

ج : نگاه مستقیم به افراد

د : به اطراف نگاه کردن

گزینه (ج) صحیح است

۵ سایر روش های جمع آوری اطلاعات

➤ مفاهیم کلیدی

۱. روش دلفی روشی نظامدار بوده و شامل استخراج و روی هم ریزی قضاوت های آگاهانه گروهی از متخصصان در مورد یک موضوع یا یک سوال است.

۲. دلفی عددی، مشخص سازی یک یا طیف محدودی از تخمین های عددی در مورد یک مسئله. دلفی سیاسی تعیین محدوده ای از پاسخها یا راه حل ها و گزینه ها در مورد یک مسئله موجود یا پیش بینی شده و دلفی تاریخی توضیح دامنه ای از موضوعات در جهت تقویت یا مقابله با یک تصمیم خاص می باشد

➤ اهداف یادگیری:

شما پس از مطالعه این درس به اهداف زیر نائل خواهید آمد:

۱. انواع روش دلفی را شرح دهید
۲. مشکلات و محدودیتهای روش دلفی را بیان نمائید

۵,۱ روش دلفی^{۲۸}

روش دلفی بر خلاف ظاهر مشککش، روش بدیع و نسبتاً ساده است. این روش براساس نام یک دانشمند یونانی نام گذاری شده است. روش دلفی روش نظامدار استخراج و روی هم ریزی قضاوتهای آگاهانه گروهی از متخصصان در مورد یک موضوع یا یک سوال است. دلفی هم به عنوان یک روش تحقیق و هم یک روش جمع آوری اطلاعات قابل استفاده است.

سه نوع از دلفی وجود دارد، دلفی عددی^{۲۹} سیاسی^{۳۰} و تاریخی هدف از دلفی عددی عبارت است از مشخص سازی یک یا طیف محدودی از تخمینهای عددی در مورد یک مسئله، عبارت است از تعیین محدوده ای از پاسخ ها یا راه حلها و گزینه ها در مورد یک مسئله سیاسی موجود یا پیش بینی شده و هدف از دلفی تاریخی عبارت است از توضیح دامنه ای از موضوعات در جهت تقویت یا مقابله با یک تصمیم خاص.

به اعتقاد توروف یک یا چند مورد از چهار هدف ویژه یا هدف ثانویه زیر در هر نوع از دلفی وجود دارد:

بررسی و روشن سازی پیش فرضها یا اطلاعاتی که منجر به قضاوتهای متفاوت می گردند.

به دست آوردن اطلاعاتی که می توانند منجر به رسیدن به اجماع برای قضاوت از سوی گروه پاسخ دهنده شود.

ارتباط دادن قضاوتهای آگاهانه در مورد یک موضوع که رشته های مختلفی را به هم ارتباط می دهد.

آموزش دادن گروه پاسخگو در مورد ابعاد مختلف و به هم مربوط یک موضوع

۵,۲ خصوصیات مشترک دلفی ها

به هر حال صرف نظر از اهداف ، همه دلفی ها خصوصیات مشترکی دارند.

۱. از پانل متخصصان برای جمع آوری داده ها استفاده می شود.
۲. به صورت نوشتاری انجام می شوند.
۳. می کوشند تا در مورد یک ایده به نوعی اجماع و اتفاق نظر برسند و گاه نیز می کوشند تا تفاوت دیدگاهها را مشخص سازند.
۴. گمنام ماندن متخصصان را تضمین می کنند.
۵. از بازگویی و بازخورد کنترل شده برای رسیدن به همکاری یا مشخص سازی واگرایی در نظرات استفاده می شود. به شرکت کنندگان اجازه داده می شود که پس از خواندن نظرات دیگر همکاران، نظرات خود را بازنگری نمایند و نیز به ارزشیابی همه نظرات پردازند.
۶. در دلفی های گسترده، در بین هر مرحله خلاصه ای از نتایج مراحل قبلی بین شرکت کنندگان توزیع می شود و توسط آنها مورد ارزشیابی قرار می گیرد.
۷. به اعتقاد انزر و دیگران ۱۹۷۱ ، روش دلفی معمولاً از سایر روش های استخراج و پردازش قضاوتها بهتر است زیرا توجه روی موضوع حفظ شده و چارچوبی فراهم می کند که افراد با سوابق مختلف یا مکانهای متنوع بتوانند با هم روی یک مسئله کار کنند، و به علاوه هزینه ثبت و مستند سازی را نیز کاهش می دهد.

^{۲۸} - Delphi

^{۲۹} - Numeric

^{۳۰} - Policy

۵,۳ مشکلات روش دلفی

۱. روش دلفی آهسته پیش می رود و وقت گیر است. و خصوصاً اگر از طریق نامه و در یک پانل بزرگ صورت گیرد هر دور آن ممکن است چندین ماه طول بکشد. و اگر به صورت کنفرانس برگزار شود هر جلسه آن ساعتها طول می کشد.
۲. فاقد محرکهای موجود در رودویی های چهره به چهره است.
۳. هماهنگ کننده دلفی و یا خود شرکت کنندگان، ممکن است از نوشته جات مختصر چیزی متوجه نگردند.
۴. اساس تئوریک این روش ممکن است توسط شرکت کنندگان درک نشود.
۵. اگر پانل متخصصان خیلی متجانس باشد، ممکن است اطلاعات اریبی داشته باشد.

۵,۴ دیدگاه سکمن^{۳۱} در مورد روش دلفی

۱. مفهوم متخصص در دلفی و این ادعا که دیدگاههای معتبر متخصصان را شامل می شود چندان قابل دفاع نیست.
 ۲. ادعاهای روش دلفی در مورد برتری دیدگاههای فرد نسبت به گروه و برتری محرمانه ماندن نسبت به مواجهه رودرو ثابت نشده است.
 ۳. به اجماع رسیدن در دلفی نوعی اجماع مشکوک است
 ۴. ممکن است سوالات دلفی مبهم باشند
 ۵. ممکن است پاسخهای دلفی ابهام آمیز باشند.
 ۶. بنابراین نتیجه گیریهای دلفی ممکن است حاوی ابهام مرکب باشد
 ۷. دلفی عمدتاً^{۳۲} به بررسی گذرای قضاوتهای گروهی از افراد ناشناس می پردازد که نباید با پیش بینی ها و تحلیل های نظامدار و تعریف شده در مطالعه رفتارها و وقایع اشتباه گردد.
 ۸. بی نام ماندن در دلفی منجر به عدم پاسخگویی در روش و یافته ها می گردد.
 ۹. دلفی به وسیله فقدان پرسشنامه های علمی و آزمایشهای رفتاری مشخص می شود و یک پیش درآمد نامناسب برای علوم بین رشته ای و برنامه ریزی حرفه ای یا سیاست گذاری است.
- به هر حال روش دلفی همچنان در مرحله تکامل است. و یکی از مزایای آن سادگی آن است. زیرا نیاز به مهارتهای پیشرفته ریاضی، اجزا و تحلیل ندارد. بلکه نیاز به خلاقیت در طراحی پروژه و فردی آگاه از مسائل و تکنولوژی دلفی دارد.

➤ آزمون

۱- کدامیک از جملات زیر در خصوص روش دلفی صحیح نیست:

- الف : فاقد محرک های موجود در دروس های چهره به چهره است
 ب : اساس تئوریک این روش ممکن است توسط شرکت کنندگان
 ج: به اجماع رسیدن در دلفی نوع اجماع مشکوک است
 د: سوالات روش دلفی واضح می باشد.

گزینه (د) صحیح است

۲- کدامیک از موارد زیر از انواع دلفی به حساب می آید.

الف : عددی

- ب : سیاسی
 ج : تاریخی
 د : هر سه مورد
 گزینه (د) صحیح است

۶ روش گروه اسمی^{۳۲}

➤ مفاهیم کلیدی

۱. روش گروه اسمی تصمیم گیری مبتنی بر قضاوت و یافتن راه حل های خلاقانه است که منجر به روی هم ریزی قضاوتهای افراد ناآگاهیها، مهارتها و دیدگاههای متفاوت و اتخاذ تصمیم بهتر.

➤ اهداف یادگیری

شما پس از مطالعه این نوشتار قادر خواهید بود:

۱. روش ها، فواید و محدودیتهای گروهی را شرح دهید.
۲. نحوه تشکیل این روش را بیان نمائید.

۶,۱ تعریف روش گروه اسمی

روش گروه اسمی (NGT) روشی است برای تصمیم گیری و مشکل گشایی سازمانی، هدف از این روش مذاکره و چانه زنی های معمول در تصمیم گیری ها نیست، بلکه هدف تصمیم گیری مبتنی بر قضاوت و یافتن راه حل های خلاقانه است. این روش منجر به روی هم ریزی قضاوتهای افرادی با آگاهیها، مهارتها و دیدگاههای متفاوت و اتخاذ تصمیمی بهتر، در مقایسه با روشهای جاری میشود.

۶,۲ روشها، فواید گروه اسمی (NGT)

روش کار مبتنی بر چهار مرحله اساسی است:

- **تولید ایده** در این مرحله هر فرد به تنهایی فکر کرده و ایده های خود را می نویسد.
 - **ثبت ایده ها** اعضای گروه بر روی ایده ها بحث می کنند و به یکدیگر بازخورد می دهند و این فرایند ثبت می شود.
 - **بحث بیشتر در مورد ایده** روشن سازی و ارزشیابی هر ایده انجام می شود.
- رای گیری در مورد ایده ها : رای گیری مخفی در مورد ایده ها و اولویت آنها صورت گرفته و تصمیم نهایی بر مبنای رتبه حاصله صورت می گیرد.

۶,۳ فواید گروه اسمی (NGT)

۱. شرکت و تاثیر متعادل افراد در بحث ها و ارزشیابی ها.
۲. در مقایسه با گروههای متعامل ایده های بیشتر و متنوع تری تولید می شود.
۳. رضایت شرکت کنندگان بیشتر است و آثار مربوط به مواجهه های رو در رو کاهش می یابد.
۴. شرکت کنندگان با موضوع بر مبنای حل مسئله برخورد نموده و کمتر دچار تورشهای فردی می شوند و نیز کمتر احساس محدودیت می کنند.

۶,۴ محدودیتهای گروه اسمی (NGT)

۱. نیاز به آمادگی های قبلی وسیع دارد
۲. تمایل به محدود شدن به یک هدف واحد و برگزاری جلسه با موضوعی خاص دارد. نمی توان در وسط جلسه موضوع را تغییر داد.
۳. نیاز به توافق همه اعضاء برای استفاده از یک روش سازمان یافته مشخص دارد در حالیکه ممکن است عده ای در برابر آن مقاومت کنند.

۶,۵ چگونگی آماده سازی

- اتاق برگزاری جلسه :** باید فضای کافی برای یک گروه ۹-۵ نفره یا میزهای جداگانه داشته باشد. میزها را به صورت U شکل و با فاصله کافی از یکدیگر مرتب نمائید به گونه ای سر و صدای افراد مزاحم دیگران نگردد.
- تدارکات :** در کنار هر میز باید یک فلیپ چارت و یک جعبه حاوی ۵ کارت اندکس ۳×۵ یک ماژیک برای نوشتن روی فلیپ چارت و نیز قلم و کاغذ موجود باشد.
- شروع جلسه:** سخنران افتتاحیه جلسه باید ضمن خوش آمد گویی گرم، نقشهای هر فرد ، اهداف گروه، اهمیت وظایف ، و اهمیت شرکت همه در فعالیتهای و چگونگی استفاده از نتایج کار را بیان نمود.

۶,۶ نحوه تشکیل جلسه گروه اسمی: گام اول تولید و نگارش انفرادی ایده ها^{۳۳} در حالت سکوت

- در این مرحله افراد ضمن داشتن فرصت کافی برای فکر کردن و انعکاس ، بدون ایجاد گسستگی در تفکر و بدون رقابت یا احساس فشار، بر روی مسئله تمرکز نموده و به تولید ایده می پردازند. در عین حال مشاهده اینکه دیگران در حال فکر و نوشتن ایده ها هستند انگیزه ای برای اقدام مشابه فراهم می آورد.
- در این مرحله ، رهبر گروه باید ضمن ارائه کتبی مسئله یا مشکل به اعضاء آن را برای گروه قرائت نماید و آنها را راهنمایی کند که ضمن رعایت سکوت در زمان مشخصی مثلاً مدت پنج دقیقه مستقلانه ایده های خود را به صورت عبارات کوتاهی بنویسند. او خود نیز باید به عنوان مدلی برای گروه به نگارش مستقلانه ایده هایش در حالت سکوت بپردازد.

۶,۷ نحوه تشکیل جلسه گروه اسمی: گام دوم ثبت ایده های گروه

در این مرحله ایده های اعضای گروه روی فلیپ چارت نوشته میشود تا در معرض دید همگان قرار گیرد. رهبر، ایده یکی از اعضای گروه را روی فلیپ چارت نوشته و سپس ایده فرد دیگری را می نویسد و این کار را تا آخر ادامه می دهد.

در این مرحله فرصت برابر برای ارائه ایده ها به وجود می آید. افراد تمرکز بیشتری روی مسئله پیدا می کنند، ایده ها مستقل از افراد مورد بررسی قرار می گیرند. امکان مواجهه با ایده های بیشتری فراهم می گردد. انگیزه تفکر بیشتر فراهم می شود. (با نوشتن ایده یک نفر در معرض دید دیگران ممکن است فکر جدیدی به ذهن افراد دیگری برسد).

رهبر باید ایده ها را با اختصاص شماره ثبت کند. دقیقاً با کلماتی که افراد می گویند بنویسد و اگر فردی ایده جدیدی را برای مطرح کردن ندارد به سراغ فرد بعدی برود ولی اگر فرد قبلی بعداً ایده ای به نظرش رسید می توان بیان کند. در این مرحله فقط باید ایده ها را لیست کرد. ولی نباید روی آنها بحث نمود. ایده های مشابه یک بار ثبت می شوند.

۶,۸ نحوه تشکیل جلسه گروه اسمی: گام سوم بحث

هدف از این مرحله آن است که هر یک از ایده ها به نوبت مورد بحث و روشن سازی قرار گیرند و سوء تعبیر نسبت به ایده ها رفع شده و منطق نهفته در پس هر ایده مشخص گردد و در عین حال از پافشاری بیجا روی یک ایده اجتناب و دیدگاههای مختلف بدون بروز جدل مورد بحث قرار می گیرد.

۶,۹ نحوه تشکیل جلسه گروه اسمی: گام چهارم رای گیری اولیه

هدف از این مرحله آن است که قضاوت های اعضای گروه یک کاسته شده و اهمیت هر ایده مشخص گردد. در این مرحله رهبر از افراد می خواهد که ۵ تا از مهمترین ایده های موجود را انتخاب نموده و هر یک را با ذکر شماره مربوطه روی یک کارت اندکس بنویسد. آنگاه افراد ۵ کارت اندکس خود را در مقابل دید خود روی میز چیده و از بین این پنج ایده مهمترین آن را انتخاب می کنند و بر روی گوشه سمت راست آن شماره ۵ را می نویسند، آنگاه از بین چهار کارت دیگر خود نیز همین کار را تکرار و به آن شماره ۴ می دهند و این کار را تا آخرین کارت ادامه می دهند. سپس رهبر همه کارتهای اعضا را جمع کرده و اعداد مربوط به هر یک از ایده ها را با یکدیگر جمع می زند و این کار را ادامه می دهد تا مشخص گردد کدام ایده بیشترین امتیاز اولویت را کسب نموده است.

۶,۱۰ نحوه تشکیل جلسه گروه اسمی: گامهای تکمیلی

در صورت تمایل دو گام دیگر نیز می توان اضافه نمود. درگام پنجم پس آنکه گروه اولویت بندی نهایی ایده ها را ملاحظه نمود. بحث مختصری صورت می گیرد. این بحث در مورد ایده هایی انجام می شود که در رای گیری اولیه بیشترین اولویت را کسب نموده اند، مجدداً سعی می شود تا ایده روشن و واضح شود، آنگاه در مرحله ششم یک رای گیری نهایی صورت می گیرد تا مشخص شود که کدام ایده از نظر گروه بیشترین اهمیت را دارد و به این ترتیب تصمیم گیری نهایی اتخاذ می گردد.

➤ آزمون :

۱- کدامیک از موارد زیر از گامهای تکمیلی جلسات گروهی اسمی به شمار می آید.

الف : اولویت بندی نهایی

ب : رای گیری نهایی

ج : هر دو

د : هیچکدام

گزینه (ج) صحیح است

۲- کدامیک از جملات زیر در خصوص تکنیک گروههای اسمی صحیح است

الف : در گام دوم ایده ها محرمانه می ماند

ب : در گام چهارم رای گیری نهایی صورت می گیرد

ج : رهبر می تواند کلمات افراد را در گام دوم مختصر ثبت کند

د : تصمیم گیری نهایی پس از اولویت بندی و رای گیری نهایی صورت می گیرد.

گزینه (د) صحیح است

۷ مشاهده^{۳۴}

➤ مفاهیم کلیدی

۱. مشاهده یک روش اساسی برای جمع آوری داده های کیفی است که هدف از مشاهده جمع آوری داده های دست اول از محیط طبیعی است.

➤ اهداف یادگیری

شما پس از مطالعه این نوشتار قادر خواهید بود:

۱. انواع مشاهده ها را شرح دهید .

۷,۱ اهمیت موضوع

مشاهده یک روش اساسی برای جمع آوری داده های کیفی است. به نوشته برن و گرو، ۱۹۹۹ هدف از مشاهده عبارت است از جمع آوری داده های دست اول از محیط طبیعی، محقق در پی آن است که دریابد که در این وضعیت چه می گذرد؟ او باید مهارتهای مشاهده گری و شنیداری قوی داشته باشد. محقق معمولاً به مشاهده اعمال عادی شرکت کنندگان و ثبت تفضیلی آن و نیز توجه دقیق به حوادث غیر معمول می پردازد. او همچنین ممکن است به مشاهده فیلم، نوارهای ویدئویی، عکسها یا نمادهای تاریخی بپردازد.

۷,۲ استفاده از روش شرکت کننده ناظر^{۳۵}

برن و گرو ۱۹۹۹ می نویسند : شرکت کننده ناظر شکل خاصی از مشاهده است که در آن محقق خود را در شرایط موجود غوطه ور می نماید، به گونه ای که بتواند واقعیتها را همانگونه که برای شرکت کنندگان وجود دارد ببیند و بشنود. شرکت کنندگان نیز از نقش دوگانه محقق (شرکت کننده و مشاهده گر) آگاهند. استرابرت و کارپنتر ۱۹۹۹ با ذکر این مطلب که این روش شیوه انتخابی در اتنوگرافی^{۳۶} است ، چهار شیوه برای آن ذکر می نماید:

^{۳۴} - Observation

^{۳۵} - participant observation

^{۳۶} - ethnography

۷,۳ روش صرفاً مشاهده گر^{۳۷}

در این روش، محقق مشاهده گر کامل فعالیتهای شرکت کنندگان است و هیچ گونه تعاملی بین محقق و شرکت کنندگان وجود ندارد.

۷,۴ ناظر به عنوان شرکت کننده^{۳۸}

فعالیت اصلی محقق در این روش، مشاهده و احتمالاً مصاحبه است. اگر چه محقق عمده وقت خود را به مشاهده می گذراند، برای هماهنگی با محیط ممکن است دربرخی از فعالیت ها نیز با شرکت کنندگان همراه گردد.

۷,۵ شرکت کننده به عنوان ناظر^{۳۹}

در این روش محقق به مطالعه گروه علاقه دارد، ولی این کار را با عضو شدن در گروه انجام می دهد. مشکلی که زیاد در مورد آن بحث شده است، مسئله بومی شدن^{۴۰} است که بیانگر این است که گاه محقق آنقدر درگیر اعمال گروه می شود که علت واقعی عضو شدن در گروه را از یاد می برد. به نظر برن و گرو ۱۹۹۹ در این حالت محقق توانایی مشاهده صحیح را از دست می دهد. این مسئله هم در جمع آوری و هم در تحلیل داده ها تاثیر می گذارد.

۷,۶ شرکت کننده کامل

لازمه شرکت کننده کامل آن است که محقق هدف خود را پنهان نماید. اگر چه استانداردهای اخلاقی پژوهش پنهان بودن را نمی پذیرد، به همین دلیل استرابت و کارپنتر ۱۹۹۹ استفاده از این شیوه را توصیه نمی کند.

۷,۷ استفاده از یادداشت های عرصه^{۴۱}

یادداشت های عرصه، نوشته های اتنوگرافیکی هستند که عموماً برای مستند سازی مشاهدات به کار می روند. این یادداشت ها به عنوان بخشی از تحلیل داده ها نیز استفاده می شود. محقق در هنگام ثبت این یادداشت ها آنچه را که می شنود فکر می کند، می بیند یا تجربه می کند می نویسد.

۷,۸ مدیریت و رفتار با داده ها

چگونگی مدیریت داده ها بر سهولت جمع آوری داده ها نیز تاثیر می گذارد. همانگونه که به طرق مختلف می توان به جمع آوری داده پرداخت برای ذخیره و بازیابی اطلاعات نیز راههای مختلفی وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد. مقدار زیادی از اطلاعات کیفی را می

^{۳۷} - complete observer

^{۳۸} - observer as participant

^{۳۹} - participant as observer

^{۴۰} - Going native

^{۴۱} - field notes

توان به صورت کامپیوتری ذخیره و مورد استفاده قرار داد. لازم است که محققین کیفی با نرم افزار های موجود برای ذخیره و بازیابی اطلاعات کیفی آشنا بوده و از مناسبترین آنها استفاده نمایند.

➤ آزمون :

۱- کدامیک از جملات زیر صحیح است

- الف : یادداشتهای عرصه نوشته های اتوگرافیکی هستند که برای مستندسازی مشاهدات بکار می روند.
- ب : چگونگی مدیریت داده ها ربطی به جمع آوری آنها ندارد.
- ج : مشکل در روش شرکت کننده کامل مسئله بومی شدن است
- د : وقتی ناظر به عنوان شرکت کننده مشاهده می کند هدف ثبت دقیق داده ها است.

گزینه (الف) صحیح است

۲- در روش صرفاً مشاهده گر وضعیت تعامل بین محقق و شرکت کنندگان چگونه است .

الف : تعامل کامل است

ب : تعامل وجود ندارد

ج : بسته به شرایط فرق می کند

د : همه موارد

گزینه (ب) صحیح است

خلاصه

تحقیقات کیفی نوعی از تحقیقات هستند که در آنها رفتار، عقاید و تجربیات مردم از دید خودشان بیان می شود. تحقیق کیفی با خلاقیت همراه می باشد و نوعی استدلال استقرایی است.

بر خلاف تحقیقات کمی در این تحقیقات به دنبال یافتن رابطه آماری نیستیم و در این نوع تحقیقات تئوریها ایجاد می شوند. نمونه گیری های مختلفی بر حسب نوع تحقیق کیفی وجود دارد که بر حسب هدف صورت می گیرد هدف از این نمونه گیریها انتخاب افرادی است که بیشترین اطلاعات را بر حسب نوع تحقیق به ما بدهند. یکی از روشهای مهم جمع آوری اطلاعات در تحقیقات کیفی مصاحبه است که راهنمای خاص خود را دارد. مشاهده نیز یکی از روشهای دیگر تحقیقات کیفی است. از تکنیک های دیگر می توان بحث گروهی و تکنیک گروههای اسمی را نام برد که خصوصیات آنان مورد بحث قرار گرفت.

منابع

- ۱- حاج باقری، دکتر محسن ادیب : روش های تحقیق کیفی چاپ جدید .