

## نگرش سنجی (مقیاس لیکرت)

اهداف کلی.....	۳
۱ تهیه پرسشنامه و مقیاس لیکرت.....	۳
۱,۱ مقدمه و اهمیت موضوع.....	۳
۱,۲ اهمیت نگرش سنجی.....	۴
۱,۳ مقیاسها.....	۴
۲ مقیاس لیکرت.....	۵
۲,۱ اهمیت موضوع.....	۵
۲,۲ انتخاب موضوع.....	۵
۲,۳ انتخاب مقوله های تشکیل دهنده پدیده مورد اندازه گیری.....	۵
۲,۴ تدوین گویه های مربوط به موضوع و درجه بندی گویه ها.....	۵
۲,۵ تشخیص تناسب و کارائی عبارات نگرشی.....	۶
۲,۶ تعداد درجات مقیاس مجموع نمرات لیکرت.....	۶
۲,۷ دلایلی که مقیاس لیکرت باید حد وسط داشته باشد.....	۶
۲,۸ ترکیب گویه ها.....	۷
۳ اصول در طراحی گویه ها.....	۸
۳,۱ اجتناب از گویه های سوق دهنده و جهت دار.....	۸
۳,۲ اجتناب از پرسشهای حساسیت بر انگیز.....	۸
۳,۳ اجتناب از گویه های شرم آور.....	۹
۳,۴ اجتناب از گویه هایی که باعث پاسخ های کلیشه ای می شوند.....	۹
۳,۵ پرسش آنچه را بدنبالش هستیم.....	۹
۳,۶ طراحی گویه های کوتاه و ساده.....	۹
۳,۷ طرح سوالات تک موضوعی.....	۱۰
۳,۸ اجتناب از پرسشهای مبهم یا پیچیده.....	۱۰
۳,۹ استفاده از زبان مناسب.....	۱۰
۳,۱۰ پرسشهای مشخص و دقیق باشد.....	۱۰
۳,۱۱ اجتناب از منفی مضاعف.....	۱۱
۳,۱۲ اجتناب از درجه بندی اعدادی ( ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ ) در پاسخنامه.....	۱۱
۳,۱۳ اجتناب از از طرح ضرب المثل برای سنجش نگرشها.....	۱۱
۳,۱۴ اجرای مقدماتی گویه ها در یک نمونه تصادفی از پاسخ دهندگان.....	۱۱
۳,۱۵ بررسی تورش بلی گفتن یا نه گفتن.....	۱۱
۴ تحلیل گویه ها.....	۱۲
۴,۱ انتخاب گویه های برگزیده.....	۱۳

۱۳	.....	محاسبه نمره کل برای هر پاسخ دهنده.....	۴,۲
۱۳	.....	سنجش میزان هماهنگی و پایداری درونی و انتخاب گویه های برگزیده.....	۴,۳
۱۴	.....	تحلیل عامل.....	۴,۴
۱۴	.....	تعیین ضریب پایایی مقیاس.....	۴,۵
۱۴	.....	روشهای مجاز برای تجزیه وتحلیل داده های ناشی از اجرای مقیاس لیکرت.....	۴,۶
۱۴	.....	تکنیکهای آمار توصیفی مجاز برای تجزیه و تحلیل مقیاس لیکرت.....	۴,۷
۱۵	.....	تکنیک های استنباطی مجاز برای تجزیه وتحلیل مقیاس لیکرت.....	۴,۸
۱۵	.....	معايب مقیاس لیکرت.....	۴,۹
۱۵	.....	مزایای مقیاس لیکرت.....	۴,۱۰
۱۷	.....	خلاصه.....	
۱۸	.....	منابع.....	

## اهداف کلی

شما پس از مطالعه نوشتار زیر به اهداف زیر نائل خواهید آمد:

۱. روشهای تهیه پرسشنامه
۲. نحوه طراحی مقیاس لیکرت
۳. روش تجزیه و تحلیل مقیاس لیکرت
۴. مزایا و معایب مقیاس لیکرت

## ۱ تهیه پرسشنامه و مقیاس لیکرت

### ➤ مفاهیم کلیدی

۱. تهیه پرسشنامه و سایر ابزارهای سنجش نقش مهمی در پژوهشهای علوم اجتماعی و رفتاری بازی می کند.
۲. نگرش جایگاه مهمی در علوم انسانی دارد.
۳. مقیاسها مبتنی بر نظریه مقیاس بندی هستند.

### ➤ اهداف یادگیری


شما پس از مطالعه این نوشتار قادر خواهید بود:

۱. اهمیت نگرش سنجی را شرح دهید.
۲. اهمیت مقیاسها را توضیح دهید.

## ۱,۱ مقدمه و اهمیت موضوع

تهیه پرسشنامه و سایر ابزارهای سنجش، نقش مهمی در پژوهشهای علوم اجتماعی، مدیریت و علوم رفتاری ایفا می نمایند. مقیاس و پرسشنامه از جمله ابزارهای سنجش هستند که گاه مترادف و یکسان در نظر گرفته می شوند. اگرچه اصطلاحات مقیاس و پرسشنامه قابل تبدیل به یکدیگر هستند، اما تفاوتهای قابل ملاحظه ای بین شیوه های ساخت و کار آنها وجود دارد.

تهیه پرسشنامه ها یا مقیاسها کار آسانی به نظر می رسد، با یک برنامه واژه پرداز می توان طی یک روز پرسشنامه ای کاملا درخور توجه تنظیم کرد. به رغم این که پاسخ دادن به این پرسشنامه، کارمفرحی است ولی هیچ کسی یا حداقل طراحان آن، نتایج آنها را جدی نمی گیرند. پس می توان گفت تهیه پرسشنامه یا مقیاسی که منجر به گردآوری داده های ارزشمندی شود، کاری دشوار است و هیچ پژوهش خوبی را نمی توان بر اساس داده هایی که با کم دقتی گرد آمده اند استوار ساخت. این متن به تحلیل مقیاسی که توسط لیکرت در سال ۱۹۳۲ طراحی گردیده و امروزه به عنوان رایج ترین مقیاس در پژوهشها مورد استفاده قرار می گیرد، پرداخته و تازه ترین یافته های پژوهشی مرتبط با اصول و مراحل ساخت آن را به همراه روشهای آماری مناسب برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از اجرای این مقیاس ارائه نموده و سپس به بررسی مزایا و محدودیت های آن می پردازد.



شناسه جستار

**عنوان جستار:**  
نگرش سنجی (مقیاس لیکرت)

**نویسنده:**  
دکتر میترا امینی / دانشیار دانشگاه علوم پزشکی شیراز

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

آخرین تاریخ به روز رسانی: ۱۳۹۰/۷/۲۷

**ویرایش:** زهره اسماعیل زاده  
کارشناس مرکز مطالعات و توسعه آموزش علوم پزشکی

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

## ۱,۲ اهمیت نگرش سنجی

امروزه، فنون مربوط به اندازه گیری نگرشها، باورها، عقاید و ادراکات بیش از سایر موضوعات یا روشهای مصاحبه ای و پرسشنامه ای توسعه یافته اند، و این شاید به دلیل اهمیت جایگاه نگرش سنجی در مطالعات علوم انسانی باشد. موضوعاتی که مردم ممکن است نسبت به آنها نگرش داشته باشند، نامحدود هستند تا جای که برخی از دانشمندان علوم انسانی با استدلال بحث می کنند که در تحلیل نهایی، همه چیز زندگی به نگرشهای فرد بستگی دارد. این سخن احتمالاً درست است، زیرا نگرش افراد نسبت به موضوعات اجتماعی و سازمانی، تغییرات اجتماعی، ارتباطات از چندان اهمیتی برخوردار است که دانشمندان علوم انسانی و اجتماعی، وقت و اندیشه بسیاری صرف یافتن راه هایی اندازه گیری این موضوعات کرده اند. درآمد سالیانه ۲۰۰ شرکت فعال در امر تحقیقات نگرش سنجی در آمریکا را نزدیک به ۲ میلیارد دلار بر آورد می گردد. به هر صورت، هم اکنون راههای بسیاری برای اندازه گیری و آزمون نگرش افراد وجود دارد که از همه پیچیده تر، طراحی مقیاسهای نگرش می باشد.

## ۱,۳ مقیاسها

مقیاسها، مبتنی بر نظریه مقیاس بندی هستند که بر روشهای آماری و منطقی استوار بوده و اعدادی را که باید برای نمایش ویژگیهای مختلف یک صفت به کار برده شوند را مشخص می کند. هدف نظریه مقیاس بندی، ایجاد مقیاسهای مناسب است که مجموعه ای از اندازه های سازمان یافته است که همه آنها یک صفت یا ویژگی را اندازه گیری می کنند. هم اکنون متداول ترین شکل برای اندازه گیری نگرشها، عقاید و باورها در علوم انسانی به ویژه مدیریت، مقیاسهای درجه بندی است و از میان این مقیاسها، مقیاس درجه بندی لیکرت محبوبترین نوع می باشد. علت وجودی مقیاس لیکرت، نقایصی بود که در مقیاس ترستون وجود داشت. تلاشهایی که برای رفع این نقایص صورت گرفت منجر به پیدایش مقیاس لیکرت گردید. از جمله نقایص عمده مقیاس ترستون می توان به فواصل ظاهراً مساوی یعنی فواصل بین اندازه های یک مقیاس که توسط محقق در نظر گرفته می شوند، در واقع مساوی نیستند؛ حجم کار زیاد و وابستگی مقیاس به قضاوتهای داوران که نمی تواند عاری از ارزشهای ذهنی آنها باشد اشاره کرد. از میان افراد زیاد که در جهت برطرف نمودن نقائص مقیاس ترستون کوشیده اند که شاید بتوان بیش از همه به مورفی و لیکرت و همچنین روندکوئیست و سلطو اشاره نمود که به نتایج نسبتاً کاملی دست یافتند و مقیاسی با نام مجموع نمرات ابداع نمودند که در محافل علمی عموماً با نام مقیاس لیکرت نیز مشهور است

### ➤ آزمون

۱- کدام یک از محبوبترین و رایج ترین مقیاس ها می باشد؟

الف: لیکرت

ب: ترستون

ج: هر دو

د: هیچکدام

گزینه (الف) صحیح است

۲- تمام گزینه های زیر صحیح است **بجز**:

الف: تهیه مقایسهها کار ساده ای است

ب: مقیاس لیکرت به عنوان یکی از رایج ترین مقایسههای مورد استفاده قرار می گیرد.

ج: هدف از مقیاس بندی ایجاد مقایس های مناسب جهت اندازه گیری صفات است.

د: نگرش سنجی در علوم انسانی اهمیت زیادی دارد.

گزینه (الف) صحیح است

## ۲ مقیاس لیکرت

### ➤ مفاهیم کلیدی

۱. مراحل مختلفی جهت طراحی مقیاس لیکرت وجود دارد .
۲. انتخاب موضوع، انتخاب مقوله های مورد نظر، تدوین گویه ها، تدوین عبارات نگرشی و .... مرحله‌ای است که در نگرش سنجی به کار می رود.

### ➤ اهداف یادگیری

شما پس از مطالعه این نوشتار قادر خواهید بود:

۱. مراحل طراحی مقیاس لیکرت و نگرش سنجی را توضیح دهید.
۲. در خصوص حد وسط داشتن مقیاس لیکرت شرح دهید.

## ۲,۱ اهمیت موضوع

هم اکنون متداول ترین شکل برای اندازه گیری نگرشها، عقاید و باورها در علوم انسانی به ویژه مدیریت، مقیاسهای درجه بندی است و از میان این مقیاسها، مقیاس درجه بندی لیکرت محبوبترین نوع می باشد که در قسمتهای بعد توضیح داده می شود.

## ۲,۲ انتخاب موضوع

در تلاش برای اندازه گیری هر موضوعی گام اول تبیین ماهیت و چیستی آن است .به منظور تبیین مراحل ساخت مقیاس، موضوع بررسی سبک رهبری در مدیران را مورد توجه قرار می دهیم.

## ۲,۳ انتخاب مقوله های تشکیل دهنده پدیده مورد اندازه گیری

پس از انتخاب موضوع، مقوله های تشکیل دهنده موضوع نگرش را باید تعیین کرد و با توجه به تعداد این مقوله ها از هر یک از آنها به تعداد متناسبی گویه مناسب استخراج کرد، به عنوان مثال، جهت بررسی سبک رهبری در مدیران یک شرکت می باید نگرش آنها را در موارد زیر بررسی کرد:

عکس العمل های عاطفی نسبت به انجام کارهای مدیریتی و نظر مدیران درباره توانائی خود در رهبری یک سازمان .

## ۲,۴ تدوین گویه های مربوط به موضوع و درجه بندی گویه ها

**تدوین عبارات نگرشی**، پس از اتخاذ تصمیمات لازم در مورد الگوی کلی نگرش سنجی و تعیین مقوله های مورد نظر وقت نوشتن مخزن سؤالاها می رسد، مخزنی از عبارات نگرشی که با استفاده از آن، مقیاس نگرش تدوین می شود .بهترین راهنمایی برای تدوین عبارات نگرشی این است که سؤالاها برای پاسخگو با معنی، جالب توجه و حتی هیجانانگیز باشند .به عنوان نمونه درباره مقوله رهبری می توان به عکس العمل عاطفی و برخی مربوط به نظر مدیران درباره توانایی خود در رهبری اشاره کرد .من در تدوین شیوه ها و رویه ها در سازمان موفق هستم؛ واکنش من به انجام کارهای تیمی و مشارکتی مثبت است؛ از این که به نظرات من توجهی نشود عصبانی می شوم؛ شرایطی را فراهم می آورم تا دیگران در تصمیمهای سازمانی مشارکت کنند.

تورکیم ۲۰۰۱ معتقد است که تدوین گویه ها به صورت نظری اغلب اوقات سودمند نیست، بلکه با نظرخواهی از افراد جامعه مورد مطالعه در مرحله ساختن گویه ها ممکن است فکرها بکری ارائه شود که مسیر طرح و تدوین عبارات نگرشی را به طور واقع بینانه ای تغییر دهد. تورکیم می افزاید که در ابتدا، داشتن طیف گسترده‌ای از گویه های بالقوه مثلاً ۱۰۰ و بیشتر از آن می تواند خیلی مفید باشد، البته مقیاسهای نگرشی بسیاری وجود دارند که در پشت میزها و بر اساس طرحهای نظری نوشته شده اند و قادر به ترغیب پاسخگو به ارائه جوابهای واقعی نیستند، در نتیجه برای تدوین عبارات نگرشی مناسب علاوه بر داشتن علم کافی در این زمینه نیاز به هنرمندی و در نظر گرفتن حیطه های عینی و عملی موضوع تحقیق می باشد.

## ۲.۵ تشخیص تناسب و کارائی عبارات نگرشی

علاوه بر روشهای آماری از برخی جنبه ها و ظواهر پاسخ به پرسشنامه ها هم می توان عبارات نگرشی مناسب را شناسائی نمود؛ اگر تعداد بسیاری از پاسخگویان از پاسخ به سؤالها طفره رفته اند، یا این که به گویه ها چیزی اضافه و کم کرده اند، اگر تعداد پاسخهای نمی دانم یا نامطمئن زیاد شده اند و بالاخره اگر سؤالها بی پاسخ ماند یا پاسخگو علاقهای به گفتگو در مورد مقیاس نداشته ویا فقط برای آن بحث می کند که ثابت کند چگونه این مقیاس شامل حال او نمی شود، مسلماً مسیر طی شده، غلط بوده است. عبارات ما هنگامی درست و مناسب است که پاسخگو به نوعی عبارات را بشناسد، مقوله های کاملاً مخالف یا کاملاً موافق را آزادانه علامت بزند، در برخورد با جملاتی که مخالف نظر اوست هیجان زده و عصبانی نشود، بالعکس، از این که نظرش را بخوبی بیان می کند اظهار رضایت نماید و علاقمند باشد اطلاعات و توضیحات و مثالهای بیشتری در مورد برخی از عبارات ابراز دارد. به طور کلی، هر قدر تعداد سئوالات بی پاسخ یا پاسخ نمی دانم و امثال آنها کمتر باشد، نشان دهنده وضوح و روشنی عبارات است.

## ۲.۶ تعداد درجات مقیاس مجموع نمرات لیکرت

بیشتر محققانی که از مقیاس لیکرت استفاده می کنند در مقیاسهای خود درجه بندی های ۱ تا ۵ درجه ای یا ۱ تا ۷ درجه ای را بیشتر مورد استفاده قرار می دهند. بسیاری از محققان معتقدند که هر چه تعداد درجه بندیها بیشتر باشد سنجش دقیقتر خواهد شد، درحالی که به عقیده برخی صاحب نظران بهره گیری از درجات بیشتر، موجب تقویت سنجش و اندازه گیری نمی شود، زیرا تعداد کثیری از پاسخ دهندگان نمی توانند به خوبی فاصله ها را از یکدیگر تمیز دهند. در نهایت، اغلب صاحب نظران اظهار می دارند که تعداد درجه بندی ها با توجه به خصوصیات جامعه مورد سنجش، موضوع مورد اندازه گیری و فرضیه های تحقیق می تواند متفاوت باشد.

## ۲.۷ دلایلی که مقیاس لیکرت باید حد وسط داشته باشد

اغلب به سه دلیل حد وسط مورد استفاده قرار می گیرد: اول، استفاده از درجه حد وسط تنها راهی است که به پاسخ دهندگانی که واقعاً بی طرف هستند اجازه می دهد بی طرفی خود را به دقت و آن طور که دوست دارند بیان کنند، زیرا در صورت عدم وجود آن تمام پاسخ دهندگان بی طرف، مجبور به انتخاب گزینه ای می شوند که نظرات و احساسات واقعی آنها را منعکس نکرده و سؤال را بدون پاسخ رها می کنند. دوم، پاسخ دهندگان از این که مجبور به انتخاب گزینه ای بشوند که نسبت به موضوع مورد سؤال نگرش خنثی یا بی تفاوتی دارند، سرخورده شده و این امر موجب دلسردی و ناامیدی بسیاری از آنها می شود. سوم، هنگام تحلیل پاسخ های داده شده به پرسشنامه، برخی از شاخص های گرایش به مرکز) مانند میانگین یا میانه (می توانند دارای ارزشی معادل نقطه حد وسط معیار بشوند. وقتی که خود مقیاس یک گزینه حد وسط ندارد، بحث و نظر درباره نتایجی که در نزدیک نقطه حد وسط قرار می گیرند صحیح به نظر نمی رسد. البته داشتن حد وسط خود می تواند مشکلاتی ایجاد کند، مثلاً در پاسخهایی که ۴۰ درصد پاسخ دهندگان حد وسط را انتخاب کرده اند بسیار دشوار است) گرایش به انتخاب حد وسط یکی از خطاهای ادراکی رایج است. (به عقیده بعضی از صاحب نظران برای مقیاسهایی که

پس از آن اقدام خاصی صورت گیرد، نتایج حد وسط کاربردی ندارد. از آنجا که بحث درباره استفاده از حد وسط مدتهاست که ادامه داشته و هنوز هم به نتیجه روشن و قطعی نرسیده است، به عنوان یک قاعده کلی می توان گفت: آنچه را که مناسب محتوی نگرش سنجی جامعه آماری و اولویتهای نگرش سنجی است باید انجام داد.

## ۲.۸ ترکیب گویه ها

ترکیب گویه ها (پرسش ها) بهتر است به نحوی باشد که برای سنجش هریک از مقوله های (ابعاد) نگرش سنجی، تعدادی گویه به صورت مساعد و نامساعد (پرسشهای مستقیم و معکوس) طراحی شده باشند. در صورت بهره گیری از چند گویه (به جای استفاده صرف از یک گویه) برای سنجش مجموعه خاصی، پایایی پاسخ ها و روایی عملی نتایج به میزان قابل توجهی افزایش می یابد. به همین خاطر محققین حرفه ای، در نگرش سنجی های خود برای سنجش هر مقوله، گروهی گویه طراحی می کنند و کارگروه بندی گویه ها در ارتباط با مقوله های (ابعاد) متفاوت را تحلیل عاملی می نامند.

از طرف دیگر، بهتر است تعدادی گویه های مساعد و نامساعد طراحی شده به منظور اندازه گیری یک مقوله خاص، تقریباً مساوی باشد، چرا که در غیر این صورت (مثلاً ۶ گویه موافق و یک گویه مخالف)، احتمال سوق دهی افراد به خطاهای ادراکی نظیر «همگامی با فرضیه های تحقیق»، «خطای توزیع» و ... را افزایش می دهد. البته ممکن است شرایطی خاصی ایجاد کند که کلیه گویه ها فقط جنبه موافق یا صرفاً مخالف را بسنجند. مثلاً در برخی تحقیقات مربوط به ارزیابی عملکرد سازمان ها، اغلب اوقات گویه هایی انتخاب می شوند که صرفاً بیانگر نقاط ضعف سازمان هستند، مانند: همکاران به اندازه کافی به همدیگر کمک نمی کنند؛ رابطه بین مدیران ارشد و همکاران چندان تعریفی ندارد.

همچنین لازم بذکر است که پس از طراحی و تدوین گویه ها، بهتر است آن را به صورت کاملاً تصادفی و نامنظم در پرسشنامه نگرش سنجی بیاوریم تا احیاناً از خطاهای ادراکی نظیر «خطاهای کلیشه ای»، «ارائه پاسخ های رسمی و محافظه کارانه»، «خطای توزیع» (گرایش زیاد به موافقت، مخالفت یا حد وسط) و «القای فرضیه ها به پاسخ گو» اجتناب کرد.

## ➤ آزمون

۱- کدامیک از جملات زیر در خصوص مقیاس حد وسط صحیح است؟

الف: اگر تعداد زیادی از پاسخ دهندگان حد وسط را انتخاب کنند جمع بندی مشکل است

ب: مقیاس حد وسط به پاسخ دهندگان بیطرف اجازه می دهد بی طرفی خود را اعلام کنند.

ج: هر دو

د: هیچکدام

گزینه (ج) صحیح است.

۲- معمولاً تعداد درجات مقیاس لیکرت چندتا است؟

الف: ۲

ب: ۳

ج: ۵

د: ۷

گزینه (ج) صحیح است.

## ۳ اصول در طراحی گویه ها

### ➤ مفاهیم کلیدی

۱. در طراحی گویه ها یکسری نکات باید مورد توجه قرار گیرد.
۲. اجتناب از گویه های سوق دهنده و جهت دار، اجتناب از پرسشهای حساسیت برانگیز، اجتناب از گویه های شرم آور، اجتناب از گویه هایی که باعث پاسخ کلیشه ای می شوند از جمله مواردی است که باید در طراحی گویه ها مورد بررسی قرار گیرد.

### ➤ اهداف یادگیری

شما پس از مطالعه این نوشتار قادر خواهید بود:

۱. نکات مهم در طراحی گویه ها در نگرش سنجش را نام برید.

## ۳,۱ اجتناب از گویه های سوق دهنده و جهت دار

جمله بندی در گویه های سوق دهنده به گونه ای است که بی طرفی را از عبارات سلب می کند، و سبب القای پاسخ یا اعلان فرضیه های پرسشنامه می شود. به عنوان نمونه ای از این گونه گویه ها می توان به «شما هر روز به موقع در محل کارتان حاضر می شوید؟ شما که با مقررات سازمان مخالفت ندارید؟» و «به نظر من سرپرستان مسئولیت آموزش کارکنان خود را دارند: موافق - مخالف» اشاره نمود و یا «بسیاری از کارکنان معتقدند که برای توسعه شغلی، آموزش مقوله ای بسیار مهم است. آیا شما هم موافقید؟» چه بسیاری به خاطر رودربایستی نمی توانند با این نظر مخالفت کنند.

## ۳,۲ اجتناب از پرسشهای حساسیت بر انگیز

افراد از حیث میزان اطلاعاتی که حاضرند درباره خود افشاء کنند خیلی با یکدیگر متفاوتند. مثلاً بسیاری از کارکنان از این که درباره حقوق، نژاد یا مسایل قومی آنها سؤال شود، اکراه دارند. زیرا سؤال در مورد یک نژاد خاص ممکن است برای برخی از پاسخ دهندگان زشت و نادرست قلمداد شود و برای برخی دیگر ممکن است عکس آن تلقی شود. بهترین راه برای تشخیص این که آیا نگرش سنجی حاوی گویه ها یا پرسشهای حساسیت برانگیز است، انجام پیش آزمون درمقیاس کوچک به روی گروهی که تحت نگرش سنجی قرار خواهند گرفت، می باشد.

آنها که پرسشها را حساس یا مشکوک می یابند، می توانند به نحوی که بار حساسیت آن کمتر باشد راه بهتری برای جمع آوری همان اطلاعات دریابند. اگر به جمع آوری برخی از اطلاعات واقعاً نیاز داریم، باید هنگام طراحی پرسشهای حساس و محل قرار گرفتن آن در پیمایش دقت لازم را به عمل آوریم. وقتی که درباره رفتارهای شرم آور یا غیرقانونی پرسش می کنید؛ قبل از این نوع پرسش، جمله ای اضافه کنید که برای پاسخ دهنده، پاسخ دادن به آن سؤال و اعتراف به آن رفتار راحت تر باشد و کمتر احساس شرم کند یک راه برای به دست آوردن اطلاعات حساس این است که در پاسخ به پرسشهای پرسشنامه از گزینه های چند انتخابی کلی استفاده کنیم. هنگام پرسش درباره درآمد موضوعی که از نظر بسیاری از کارکنان حساس است (دیلمن) ۱۹۸۷ پیشنهاد می کند که بهترین کار استفاده از مجموعه پاسخهای گسترده دامنه گسترده است مثلاً ۱۰۰۰۰ دلار تا ۲۵۰۰۰ دلار، ۲۵۰۰۱ دلار تا ۴۰۰۰۰ دلار نه این که از کارکنان بخواهیم که درآمد سالیانه خود را به شکل دقیق بنویسید: همین روش را برای دیگر موارد حساس نیز می توان استفاده کرد.



### ۳,۳ اجتناب از گویه های شرم آور

یک سؤال به دلایلی چند ممکن است شرم آور باشد، مثلاً درباره رفتار یا نگرش خلاف عرف سؤال شود، یا به مسایل بسیارخصوصی پرداخته شود، البته گاهی اوقات محققان علوم اجتماعی هم، درجه حساسیت مردم را فراموش می کنند و قدم به جایی می گذارند که فرشتگان هم اذن دخول به آنجا را ندارند. برای کم کردن آثار منفی پرسشهای حساسیت برانگیز، برخی کارشناسان نگرش سنجی پیشنهاد می کنند که بهتر است آنها را در انتهای پرسشنامه جای داد.

### ۳,۴ اجتناب از گویه هایی که باعث پاسخ های کلیشه ای می شوند

پاسخهای کلیشه ای عبارتند از جوابهایی که به ترتیبی خاص و تقریباً بدون توجه به محتوای سؤال توزیع شده اند به عنوان مثال، یکی از علل ارائه اینگونه پاسخها جامعه پسندی است، که به اعتقاد پاسخگو منعکس کننده نگرشهای مطلوبیت اجتماعی است، و او با جواب موافق می کوشد که برای خود وجهه بیشتری کسب کند. به عنوان مثال، چنانچه حدوداً ۸۰٪ آزمودنی ها، گزینه کاملاً موافق یا کاملاً مخالف را انتخاب کرده اند، می توان ادعا کرد که پاسخها به صورت کلیشه ای ارائه شده است. البته این کلیشه سازیها در فرهنگ های مختلف می توانند کاملاً متفاوت باشند. برای مقابله با چنین خطاهای ادراکی می توان از تعدادی گویه یا پرسش کنترلی (به صورت مستقیم و یا معکوس) استفاده کرد، که معمولاً صحت پاسخگوئی به سؤال اصلی را کنترل می کنند. البته گویه (سؤال کنترلی) هرگز نباید به طوری باشد که پاسخگو متوجه تکرار سؤال گردد. به عنوان نمونه، اگر از یک مدیر ورزشکسته در ارتباط با علل ورزشکستگی سؤال شود، او به صورت سیستماتیک تقصیرها را برگردن دولت می اندازد (نرخ مالیات، سوبسیدهای رقبا، و تثبیت نامناسب قیمت ها)؛ ولی می توان با تعدادی سؤال کنترلی، نقاط ضعف مدیریتی وی را نیز اندازه گیری کرد. مثلاً از او در مورد وجود یک سیستم کارآمد حسابداری صنعتی (محاسبه قیمت تمام شده محصول، هزینه های تولید قطعات) در سازمانش سؤال پرسید. یک راه کم کردن فشار ناشی از موقعیت فرد هنگام پاسخ دادن به شیوهایی که از نظر اجتماعی مطلوب و پسندیده باشد، عبارت است از روش کاهش تقاضا یعنی تأکید کردن بر این مطلب که پاسخهای پیمایش سازمانی گمنام و محرمانه می ماند، استفاده از دستورالعمل در پیمایش برای تأکید بر اهمیت پاسخهای دقیق، بیان این مطلب برای پاسخ دهندگان که از نظر آنها هیچگونه پاسخ خوب یا بدی وجود ندارد.

### ۳,۵ پرسش آنچه را بدنبالش هستیم

از جمله مهمترین قواعد نوشتن پرسشها آن است که از خود بپرسید شما چه می خواهید بدانید، نه این که دیگران چه می خواهند بدانند. حتی طراحان مجرب مقیاسها نیز گاهی به اشتباه پرسشهای بیهوده ای می پرسند که نمی تواند اطلاعات مورد نیاز آنها را تامین کند. هنگام نوشتن پرسشها، اعضای گروه نگرش سنجی باید دائماً از خود بپرسند که: آیا پاسخهایی که به این پرسشها داده می شوند، می توانند آنچه را که ما می خواهیم بدانیم پاسخ بدهند؟

### ۳,۶ طراحی گویه های کوتاه و ساده

گروه نگرش سنج باید سعی کند پرسش های ساده، واضح و تا حد امکان کوتاه طراحی کنند زیرا که هر چه پرسش طولانی تر باشد، پاسخ دادن به آن دشوار تر است.

### ۳,۷ طرح سوالات تک موضوعی

یکی از متداولترین خطاها هنگام طراحی و نوشتن یک پرسش آن است که پرسشی طراحی شود، که بیش از یک موضوع مهم را می‌سنجد. گویه‌هایی که حاوی دو نظر متفاوت و جدا هستند، یا این که سعی می‌کنند دو پرسش را در قالب یک پرسش مطرح کنند، اصطلاحاً پرسشهای دو منظوره نامیده می‌شوند. مشکلی که در رابطه با پرسشهای دو منظوره وجود دارد آن است که موافقت یا مخالفت با چنین پرسشی، به مفهوم موافقت یا مخالفت با هر دو بخش آن پرسش تلقی می‌شود. پاسخ دهندگانی که با یک بخش این نوع پرسش موافقت کنند، مثلاً آنها از حقوقی که دریافت می‌کنند خرسند و راضی هستند (و یا بخش دوم آن مخالفند) مثلاً آنها از مزایایی که دریافت می‌کنند، ناراضی هستند (نمی‌توانند پاسخی بدهند که هر دو این دیدگاه را شامل باشد. بهترین راه مقابله با چنین مشکلی آن است که چنین پرسشهایی را به دو یا بیش از دو پرسش تقسیم کرده و برای هر یک پاسخ مناسب بدهیم. پرسشهای مجزا به مصاحبه‌گر امکان می‌دهند که اطلاعاتی دقیق‌تر و مفیدتر جمع‌آوری کنند.

### ۳,۸ اجتناب از پرسشهای مبهم یا پیچیده

هنگام نوشتن پرسشها، گروه نگرش سنج همواره باید به خاطر داشته باشد که هدف از استفاده بعضی کلمات و عبارات در پرسشهای نگرش سنج این است که همه پاسخ دهندگان، یک چیز از آن پرسش بفهمند. اگر چه این هدف به ندرت تامین میشود، اما ارزش دارد که درصدد تامین آن باشیم ممکن است پرسشها به دلایل مختلفی مبهم باشند. یک پرسش پیمایش ممکن است مبهم باشد. چون عبارت یا واژه‌های مبهم و پیچیده استفاده می‌کند مثلاً این پرسش که آیا شما مایلید که جابجا شوید؟ پرسشی مبهم است، زیرا پاسخ دهنده نمی‌داند که جابجا شدن دقیقاً به چه معنایی است؛ با اضافه کردن یک عبارت یا یک جمله خبری که واژه مبهم موجود در پرسش را تعریف می‌کند، می‌توان به راحتی چنین پرسشهایی را اصلاح کرد.

### ۳,۹ استفاده از زبان مناسب

سطح کلمات و عبارات استفاده شده در یک پرسش باید مناسب سطح دانش افرادی باشد که آن پرسش را پاسخ می‌دهند لذا بهتر است از به کارگیری واژگان نامفهوم و ناآشنا) برای پاسخ دهندگان درمقیاس خودداری کرد. ممکن است نمونه‌ای که قرار است از آن پیمایش به عمل آید از لحاظ آموزش و تحصیلات، سطح ادبی و فرهنگ کاملاً متفاوت از طراحان پرسش باشد. پرسشی که از نظر گروه پیمایش ساده، مشخص و صریح به نظر می‌رسد، می‌تواند معنای کاملاً متفاوتی برای پاسخ دهندگانی داشته باشد که از لحاظ شیوه زندگی، تجربیات کاری و تحصیلات با اعضای گروه پیمایش تفاوت دارند. اگر پیمایش برای یک گروه خاص و متخصص طراحی شده است، استفاده از واژه‌های فنی آن گروه قابل قبول است به شرط آنکه تمام پاسخ دهندگان با آن زبان فنی آشنا باشند. مثلاً یک مشاور مدیریت منابع انسانی در یک کارخانه تصفیه فاضلاب در یک پیمایش درباره دیدگاه و نگرش کارکنان، با استفاده از واژگان و عباراتی در پیمایش که به صنعت تصفیه فاضلاب مربوط می‌شود می‌تواند نگرش کارکنان آن کارخانه را به طور دقیق‌تری مورد بررسی قرار دهد.

### ۳,۱۰ پرسشهای مشخص و دقیق باشد

معمولاً پرسشهای مشخص و خاص بهتر از پرسشهای کلی هستند، زیرا آنها پاسخهای خاص و دقیق‌تری را می‌طلبند، تقریباً هم پاسخ دهندگان آنها را یکسان تفسیر می‌کنند و رفتار بعدی را بهتر پیش‌بینی می‌کنند.

فورل (۱۹۹۴) پیشنهاد می‌کند که بهترین روش برای پرهیز از طرح پرسشهای نامشخص و کلی در پیمایشهای سازمانی، آن است که هر پرسش را بررسی کنیم و از خود بپرسیم که اگر پاسخ ضعیفی از این پرسش به دست آوریم آیا به هدف خود از طرح این سؤال خواهیم

رسید؟ اگر پاسخ باشد، نه باشد به معنای آن است که دوباره باید آن پرسش را نوشت زیرا بیش از حد کلی بوده است و نتوانسته است پاسخی مشخص و دقیق بدهد، مثل این پرسش که شما چطور از برنامه نگهداشت کارکنان شرکت خود راضی خواهید شد؟

### ۳,۱۱ اجتناب از منفی مضاعف

یک پرسش منفی مضاعف ممکن است از پاسخدهندگان بخواهد که با چیزی که کذب یا منفی است مخالفت کنند، چنین وضعیتی موجب می شود که پاسخدهنده با جمله ای گنگ و نامفهوم روبرو باشد و بدنبال آن اشتباهات بسیاری روی دهد مثلاً من از فکر اجازه ندادن به کارکنان برای کار در نوبتهای پشت سرهم حمایت نمی کنم این چنین پرسشهایی گیج کننده و مشکل هستند. برخی پاسخ دهندگان نمی توانند به این نکته توجه کنند که دو مورد منفی در پرسش وجود دارد، بنابراین پاسخی خواهند داد که معنای آن در واقع مخالف آن پاسخی است که مدنظر طراح می باشد. به همین دلیل، پرسشهای منفی مضاعف را یا باید حذف کرد یا آنها اصلاح نمود.

### ۳,۱۲ اجتناب از درجه بندی اعدادی ( ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ ) در پاسخنامه

اینگونه استفاده از درجه بندیها نتایج رابه سوی خطا سوق می دهد، باتوجه به سبک پاسخ دهی، اکثر پاسخ دهندگان گرایش انتخاب به نمرات ابتدایی یا انتهایی دارند که خود موجب به انحراف کشیده شدن نتایج تحقیق می شود.

### ۳,۱۳ اجتناب از طرح ضرب المثل برای سنجش نگرشها

معنای ضرب المثلها- برای همگان روشن نیست و افراد تفسیر یکسانی از ضرب المثلها ندارند و به همین دلیل ممکن است که نتایج نگرش سنجی را مخدوش کند.

### ۳,۱۴ اجرای مقدماتی گویه ها دریک نمونه تصادفی از پاسخ دهندگان

گویه های تهیه شده را یک بار با تعدادی از پاسخگویان ۱۰۰ تا ۳۰۰ نفر که متعلق به همان جامعه آماری مورد مطالعه باشند، آزمایش نموده و از بررسی مقدماتی پرسشنامه ها بر روی دانشجویان دوره لیسانس که به صورت یک رسم درآمده است جدا خودداری کرده، مگر در مواردی که پرسشنامه اصولاً برای دانشجویان تنظیم شده است مانند همکارانش معتقدند که میتوان از این تحقیقات مقدماتی چشم پوشید و کار را مستقیماً با تحقیقات اصلی شروع کرد و در پایان، هنگام استخراج، به تحلیل و حذف گویه های نامناسب پرداخت. اما آپ شاو این روش نسبتاً متداول را نفی کرده و غیرقابل دفاع می داند و انتقاد او نیز صحیح به نظر می رسد، زیرا، گویه های نامناسب در تحقیقات اصلی که بدون پیش آزمون انجام می گیرد اگر زیاد باشد، نه فقط وقت پاسخگو را بی جهت ضایع و او را بی حوصله می کند، بلکه گویه های نامناسب بر روی استنباط پاسخگو از گویه های مناسب نیز تاثیر می گذارد.

### ۳,۱۵ بررسی تورش بلی گفتن یا نه گفتن

تورش بلی گفتن یا نه گفتن، عبارت است از تمایل پیمایشگر یا پاسخ دهنده به موافقت یا مخالفت با پرسشها و مطالب پیمایش بدون توجه به محتوای آنها. در بدترین شکل این نوع تورش، پاسخ دهنده ممکن است خطی روی پاسخ بکشد تا نشان دهد که در رابطه با همه پرسشها، پاسخ او یکسان است همه را بلی یا نه بزند. در چنین مواردی این سؤال به ذهن خطور می کند که آیا پاسخ دهنده اصلاً زحمت خواندن پرسشها را به خود داده است یا نه. اگر تعداد زیادی از پاسخ دهندگان در یک زمان به پرسشهای پیمایش که در قالب جملات خبری مثبت بیان شده اند (مثلاً من قصد دارم تا زمان بازنشستگی در این سازمان بمانم پاسخ بلی بدهد، نمی توان مشکلات سازمانی مثل

نارضایتی کارمندان را شناسایی نمود. از طرف دیگر، پاسخ دهندگانی که کورکورانه با اظهار نظرهای منفی پیمایش موافقت می کنند (مثلاً سرپرست و فوق من بندرت با من درباره کار مشورت می کند ممکن است باعث شوند که گروه پیمایش سطح عدم کارآیی را درباره سازمان تحت پیمایش بالاتر از حد واقعی گزارش کند.

## ➤ آزمون

۱- کدامیک از جملات زیر صحیح است؟

الف: پاسخهای کلیشه ای عبارتند از جوابهایی که به ترتیب خاص و بصورت جامعه پسندی طراحی شده اند.

ب: اگر سئوالی بر خلاف نگرش یا عرف مردم باشد جزء گویه های شرم آور است.

ج: هر دو

د: هیچکدام

گزینه (د) صحیح است

۲- همه جملات زیر صحیح است **بجز**:

الف: باید از منفی مضاعف در گویه ها استفاده نشود.

ب: از ضرب المثل ها در سنجش نگرش می توان استفاده کرد.

ج: از رده بندی اعدادی در پاسخنامه باید اجتناب کرد.

د: از زبان مناسب براساس فهم افراد باید استفاده کنیم.

گزینه (ب) صحیح است

## ۴ تحلیل گویه ها

### ➤ مفاهیم کلیدی

۱. گویه های مناسب و پایدار گویه هایی هستند که موضوع و مساله مورد مطالعه را می سنجند.

۲. نمره دهی در مقیاس ۵ تایی لیکرت از یک تا پنج می باشد.

۳. تکنیک های آمار توصیفی جهت تجزیه و تحلیل مقیاس لیکرت بکار می روند.

### ➤ اهداف یادگیری

شما پس از مطالعه این نوشتار قادر خواهید بود:

۱. روش انتخاب گویه های برگزیده را شرح دهید.

۲. نمره بندی مقیاس لیکرت را توضیح دهید.

۳. تکنیک های تجزیه و تحلیل در مقیاس لیکرت را توضیح دهید.

## ۴,۱ انتخاب گویه های برگزیده

به منظور تعیین گویه های مناسب و پایدار، یعنی گویه هایی که، اولاً: فقط موضوع و مساله مورد مطالعه را می سنجند و نه مساله دیگر و بی ربط ثانياً گرایش کم و بیش مثبت و کم و بیش منفی را بیان می دارند و نه گرایش بی تفاوت. ثالثاً: و خصوصاً ابهام آور نیستند. در طیف لیکرت سعی شده است که از ضوابط درونی برای تشخیص پایداری و یا مناسب بودن گویه ها استفاده شود، بدین معنی که هر یک از گویه ها را با مجموع گویه های دیگر در رابطه گذاشته می شود و از روی میزان هماهنگی و همبستگی آن با سایر گویه ها، پایداری و مناسب بودن آنها تشخیص داده شود. به همین دلیل این روش را نیز پایداری درونی می نامند.

## ۴,۲ محاسبه نمره کل برای هر پاسخ دهنده

پاسخ گویان گویه ها را معمولاً بر مبنای یک درجه ۵ قسمتی کاملاً موافق، موافق، بی تفاوت، مخالف و کاملاً مخالف بررسی می نمایند. اما به منظور پرهیز از تاثیرگذاری این طیف بر پاسخگویان نباید از اعداد استفاده کرد، بنابراین می توان پس از عودت پرسشنامه ها، طیف مزبور را با اعداد، شماره گذاری کرد. اما طرز شماره گذاری به طور دلخواه است یعنی در یک طیف ۵ قسمتی می توان به کاملاً موافق نمره ۱ و به کاملاً مخالف نمره ۵ داد و بالعکس همچنین بجای ۱ تا ۵ می توان از صفر تا چهار، نمره گذاری کرد. اما به هنگام محاسبه مجموع نمرات باید دقت کرد که به اظهارات مساعد و نامساعد به طور معکوس نمره داده شود، مثلاً در مورد نگرش مدیران نسبت به انجام فعالیتهای سازمانی به صورت مشارکتی دوگزینه مساعد و نامساعد زیر را در نظر بگیرید، در این گونه موارد شایسته است که این اظهارات به طور معکوس نمره گذاری شوند.

۱. در سازمان ما کارها به صورت تیمی و مشارکتی انجام نمیشود.

۱	۲	۳	۴	۵
کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالفم	کاملاً مخالفم
۵	۴	۳	۲	۱

۲. در سازمان ما شرایطی فراهم است تا دیگران در نتایج کار سهیم باشند.

در این روش، مدیری که مثلاً گرایش مثبتی به انجام کارهای مشارکتی دارد، درگزینه یک با انتخاب مخالف نمره ۴ و درگزینه دو با انتخاب موافقم نیز نمره ۴ می گیرد که مجموع این دو نمره گرایش مثبت او را نسبت به موضوع روشن می سازد. برای تفسیر نمره آزمودنی درمقیاس لیکرت کافی است مجموع نمره او با میانه مقیاس، مقایسه شود. چنان که نمره آزمودنی درمقیاس لیکرت از میانه بالاتر باشد، نسبت به موضوع مورد بررسی، نگرش مثبت و اگر نمره آزمودنی پایین تر از میانه باشد، نسبت به آن موضوع نگرش منفی دارد. لازم به ذکر است که به این دلیل برای تفسیر نمرات آزمودنیها از میانه استفاده می شود که مقیاس لیکرت یک مقیاس ترتیبی است، و برای آن که دچار خطا نشویم از میانه استفاده می کنیم که مقیاس آن هم ترتیبی می باشد. نکته مورد توجه آن است که درمقیاس لیکرت لازم استعداد گویه های مساعد و نامساعد تقریباً برابر باشد.

## ۴,۳ سنجش میزان هماهنگی و پایداری درونی و انتخاب گویه های برگزیده

پس از محاسبه مجموع نمرات پاسخگویان، نوبت به آن می رسد که گویه های نامناسب و ناهماهنگ با سایر گویه ها حذف شوند. بدین منظور می توان از روشهای زیر بهره جست:

## ✓ محاسبه ضریب همبستگی

برای تعیین میزان هماهنگی هر سؤال با کل آزمون و انتخاب گزینه های مناسب می توان از شاخص ضریب همبستگی استفاده کرد و پس از محاسبه ضریب همبستگی، هرگویه ای که همبستگی پائینی با مجموع نمرات دارد را حذف کرد. امروزه این نوع محاسبات به علت وقت گیر بودن با استفاده از بسته های نرم افزاری تخصصی انجام می شوند.

## ✓ محاسبه توان افتراقی، ضریب تمیز

ضریب تمیز به قدرت سؤال در تمایزگذاری یا تشخیص بین دو گروه که در مورد یک موضوع نگرش متفاوت دارند، اشاره دارد. پس از این که پاسخها برحسب نمرات کل آزمودنی ها مرتب شدند، ۲۵٪ از کسانی که بیشترین نمره را به دست آورده اند و ۲۵٪ از کسانی که کمترین نمره را به دست آورده اند، (۲۵٪ بالا و پائین) به عنوان گروه بالا و پایین انتخاب می شوند. حال، باتوجه به نتایج به دست آمده از تحلیل هرگویه، به انتخاب گویه ها می پردازیم، درانجام دادن این امر، گویه هایی برگزیده می شوند که توان تشخیص آنها بیشتر از بقیه باشد، گویه هایی که توان تشخیص آنها بسیار کم باشد نادیده گرفته می شوند.

## ۴,۴ تحلیل عامل

تحلیل عاملی نیز از روشهایی است که در نگرش سنجی با طیف لیکرت کاربرد زیادی دارد. از تحلیل عاملی برای تعیین ساختار عوامل زیربنایی مقیاس استفاده می شود تعیین مقوله ها و گویه ها گذشته از این، تحلیل عاملی می تواند به عنوان یک شیوه اکتشافی مفید در مراحل مقدماتی تدوین و گزینش عبارتهای مقیاس، مورد استفاده قرار بگیرد با کمک این روش می توان عبارتهای مورد نیاز برای هر عامل را در مجموعه وسیعی از عبارتها، شناسایی و گزینش نمود، البته به این نکته نیز باید توجه داشت که دراستفاده از تحلیل عاملی، نیاز به گروههای بزرگ است و استفاده از این روش در نمونه های کوچک، ممکن است منجر به نتایج گمراه کننده ای شود.

## ۴,۵ تعیین ضریب پایایی مقیاس

با استفاده از روش هماهنگی درونی (آلفای کرونباخ) میتوان پایایی آزمونهای نگرش سنجی را به دست آورد، پایایی مقیاس لیکرت با ضریبی در حدود ۸۵٪ توسط محققان قابل قبول دانسته شده است.

## ۴,۶ روشهای مجاز برای تجزیه و تحلیل داده های ناشی از اجرای مقیاس لیکرت

تقریباً تمامی محققان مقیاس لیکرت را از نوع مقیاس رتبه ای (ترتیبی) می دانند. اما محققان بر روشهای تجزیه و تحلیل داده هایی که از مقیاس لیکرت ناشی می شود توافق زیادی ندارند، اگرچه در برخی از این روشها هم، بحث و مجادله های زیادی است، اما روشهای زیر، روشهایی هستند که اکثراً بر آن توافق دارند.

## ۴,۷ تکنیکهای آمار توصیفی مجاز برای تجزیه و تحلیل مقیاس لیکرت

در صورتی که تحلیل کننده از ماهیت فاصله ای نبودن داده ها اطلاع داشته باشد، سؤالها را براساس پاسخهایی که به آنها داده می شود با استفاده از فراوانی و درصد خلاصه و طبقه بندی می کند؛ به کارگیری نما یا میانه (و نه میانگین)، به کارگیری مد مناسبتر است، چون با

استفاده از مد بهتر می توان داده ای ترتیبی را توصیف کرد. بیان کردن شاخص های پراکندگی با استفاده از انحراف چارکی و نه انحراف معیار؛ نمایش توزیع مشاهدات در یک نمودار میله ای و نه بقیه نمودارها.

#### ۴,۸ تکنیک های استنباطی مجاز برای تجزیه و تحلیل مقیاس لیکرت

برای بررسی روش های آمار استنباطی در مقیاس لیکرت، باید از روشهای آمار ناپا را متریک استفاده کرد: برای مقایسه دو نمونه مستقل از آزمون یومن (U من) ویتنی استفاده می شود. برای مقایسه نمونه های وابسته اندازه گیری مکرر، زوج های متشابه از آزمون رتبه های علامت دار ویلکاکسون استفاده می شود. برای مقایسه سه یا تعداد بیشتری نمونه از آزمون کروسکال-والیس استفاده می شود. اگر بخواهیم بدانیم که زیرجامعه یک با زیرجامعه دو اختلاف معناداری دارند، از آزمون خی دو استفاده می شود (یعنی جایی که دادهها به صورت فراوانی، نسبت، درصد یا احتمال باشد).

گاهی هم سؤال پژوهشی لیکرت به ارتباط بین دو متغیر مربوط می شود که در اینجا هم باید از شاخص های ارتباطی مناسب استفاده کرد و در شرایطی که مقیاس اندازه گیری هر دو متغیر در سطح ترتیبی است، مناسبترین روش ضریب همبستگی کندال است. البته روش همبستگی رتبه ای اسپیرمن می تواند جانشین مناسبی برای روش کندال باشد.

#### ۴,۹ معایب مقیاس لیکرت

• این مقیاس از سطح یک مقیاس ترتیبی تجاوز نمیکند و نمی توان آن را هنوز در سطح مقیاسهای فاصله ای دانست مثلاً نمی توان ادعا نمود که اگر دو پاسخگو دارای مجموع نمرات مساوی هستند، گرایش آنها به موضوع مورد مطالعه دقیقاً یکسان است، زیرا ممکن است که اجزا این مجموع نمرات، با هم متفاوت باشند. همچنین اگر مجموع نمرات پاسخگویی، دو برابر پاسخگویی دیگر باشد، نمی توان ادعا کرد که گرایش او نسبت به مساله مورد بررسی دو برابر مثبت تر یا دو برابر منفی تر است.

• احتمال بسیار ضعیفی وجود دارد که پاسخ دهنده بتواند نسبت به یک بیان کوتاه در فرم چاپی و در غیاب یک موقعیت واقعی زندگی واکنشی توأم با روایی (اعتبار) بالا از خود نشان دهد و این احتمال وجود دارد که پاسخ های رسمی، محافظه کارانه، سرد و بی روح و نه چندان واقعی در کنار بسیاری از متغیرهای غیر قابل کنترل بر نحوه توزیع پاسخها تاثیر گذارند.

• هیچ دلیلی در دست نیست که نشان دهد، پنج یا هفت موضعی که در مقیاس نشان داده شده است، دارای فواصل یکسان باشد. قضاوت بین خیلی موافقم (و) موافقم (ممکن است با قضاوت بین (موافقم) و (نظری ندارم) متفاوت باشد و فواصل بین آنها برابر نباشد. ضمناً ممکن است برابری ارزش احکام یا پرسشها از نظر موافقت یا مخالفت برابر نباشد

#### ۴,۱۰ مزایای مقیاس لیکرت

• در این طیف به تعداد زیادی گویه ها نیاز است و نه به قضاوت داوران و در عین حال نتایج حاصل از دقت، اعتبار بیشتر و قابل توجه تری برخوردار است. لذا این طیف برای بسیاری از تحقیقات میدانی وسیع، در علوم اجتماعی و خصوصاً جامعه شناسی، مدیریت و مطالعات سازمانی مناسب و کاربرد وسیعی دارد و می توان به وسیله آن انواع مسایل (گرایش های سیاسی، مذهبی، نژادی، شغلی) را سنجید، چه رضایت دانشجو از معلم مطرح باشد، چه قابلیت اعتماد سربازانی که برای ارتش انتخاب می شوند و ... این طیف می تواند تا حدود زیادی، پاسخگویی این مسایل باشد.

• از طیف لیکرت می توان برای تقسیم کلی و قابل قبولی از نگرشهای مردم و طرح عباراتی که ارتباط معنای ظاهری آن با نگرش مورد بررسی به وضوح روشن نباشد، استفاده کرد. به این ترتیب می توان انشعابات دقیقتر و عمیق تر یک نگرش را کشف کرد.

➤ آزمون:



خلاصه

## منابع

۱. ادواردز، جک ئی.؛ تامس، ماری دی.؛ روزنفلد، پل و کیولی، استفانی بوث (۱۳۷۹). تحقیق پیمایشی، ترجمه سیدمحمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی..
- ۲-آلن، مری جی و بن، وندی ام. ۱۳۷۴. مقدمه ای بر نظریه های اندازه گیری. روانسنجی ترجمه علی دلاور، تهران: انتشارات سمت.
- ۳- اوپنهایم، ا، ان ۱۳۶۹. طرح پرسشنامه و سنجش نگرشها ترجمه مرضیه کریم نیا مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- ۴-دلاور، علی ۱۳۷۵ تجزیه و تحلیل داده های ناشی از مقیاس لیکرت دانشنامه ۲۲- شماره ۲۳
- ۵- رفیع پور، فرامرز ۱۳۶۷ کندو کاوها و پنداشت ها، تهران: شرکت سهامی انتشار
- ۶- سلیمی، مجید - شهباز مرادی، سعید- بامداد صوفی، جهانیار: طراحی و ساخت مقیاس لیکرت با رویکرد پژوهشی در مدیریت. دانش مدیریت، دوره ۲۱، شماره ۸۰، بهار ۱۳۸۷، از صفحه ۴۱ تا ۶