

# Sampling in Qualitative Research

## Sampling

هدف نمونه گیری در پژوهش های کیفی به جای تعمیم یافته ها، کسب درک عمیق از پدیده های مورد مطالعه است.

در پژوهش کمی تاکید زیادی بر انتخاب تصادفی و شانس برابر همه اعضای جامعه مورد مطالعه وجود دارد

در پژوهش های کیفی مشارکت کنندگان انتخاب و دعوت می شوند و به جای نمونه گیری از اصطلاح انتخاب مشارکت کنندگان استفاده می کنیم.

# Purposive (purposeful) Sampling

نمونه گیری در مطالعات کیفی از نوع هدفمند و غیر احتمالی است. یعنی چارچوب نمونه گیری نداریم.

**هدفمند یعنی چه؟**

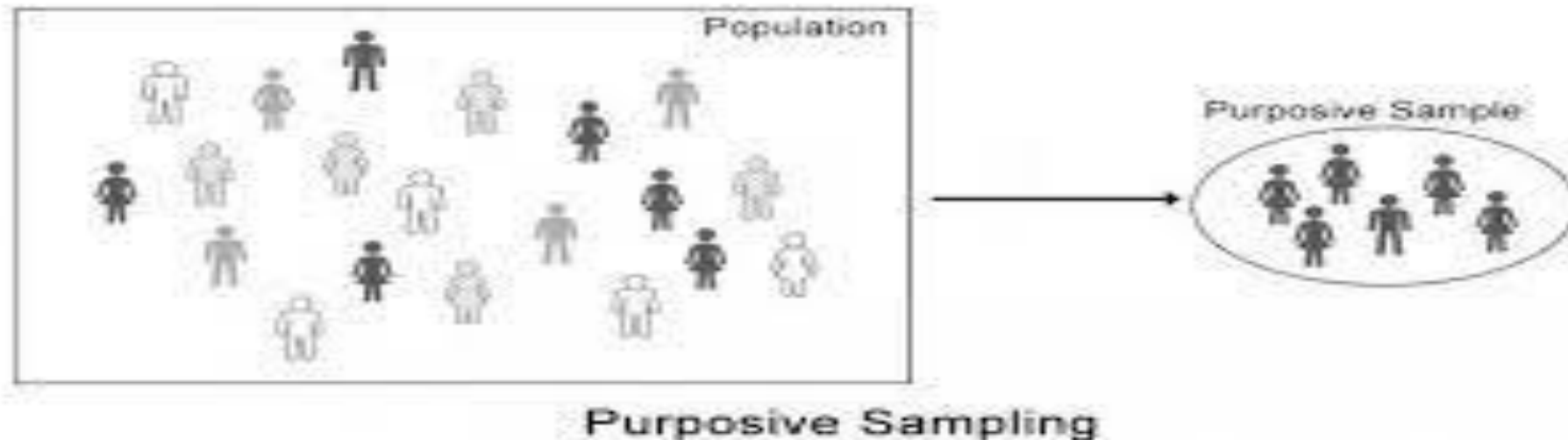
به کار بستن قضاوت و تلاش سنجیده محقق برای انتخاب نمونه های معرف جامعه مورد نظر

❖ در این شیوه نمونه گیری، محقق خودش با توجه به سوال پژوهش افرادی را انتخاب می کند که بیشترین اطلاعات را به او بدهند.

**“Information Rich Resources”**

❖ تعداد مشارکت کنندگان محدود است.

❖ با توجه به هدف پژوهش و پدیده مورد مطالعه از روش های متفاوتی استفاده می شود.



در نمونه گیری مطالعه کیفی با تجربه و ادراک افراد کار داریم نه تعداد آنها

• عنوان کمی:

بررسی میزان نگرش زنان ایران نسبت به پدیده زایمان طبیعی در سال ۹۶

• عنوان کیفی:

تبیین تجربه زنان ایرانی در مورد زایمان طبیعی

ایرانی یعنی اهل ایران هستند ولی الزاما معرف تمام زنان ایران نیستند. کسی ممکن است ساکن تهران باشد ولی تجربه زنان بندرعباس را داشته باشد پس لازم نیست از هر استان یک نفر باشد.

# Types of purposive Sampling

- Convenience sampling
- Typical case sampling
- Unique or Atypical
- Maximum variation sampling
- Extreme or Deviant cases

- Snowball (chain) sampling
- Theoretical sampling
- Homogenous sampling
- Critical sampling

## نمونه گیری آسان

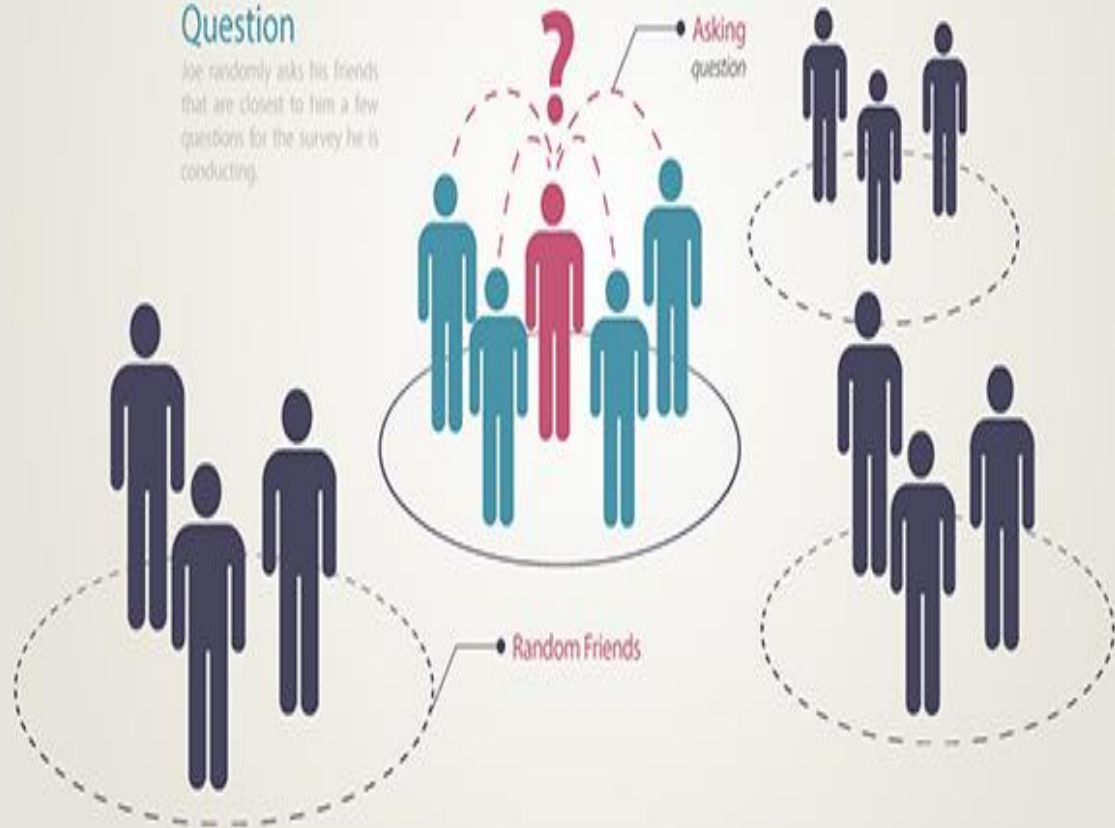
## Convenience sampling

- در این روش محقق از افراد **در دسترس یا داوطلب** برای شرکت در مطالعه استفاده می کند.
- تا آنجا که ممکن است باید از این راهبرد اجتناب نمود زیرا **با مفهوم هدفمند بودن در تضاد است** و اطلاعات کافی به دست نمی آید.
- استفاده از این شیوه در **ابتدای کار** قابل قبول است.
- **ایستادن در یک مرکز خرید یا فروشگاه مواد غذایی و درخواست پاسخگویی از مردم. اما اگر** مثلا نمونه گیری روزیکشنبه در محله ارمنی نشین باشد خطاست باید دو روز یکشنبه و دوشنبه نمونه بگیریم تا اصلاح شود.

# CONVENIENCE SAMPLING

## Question

Joe randomly asks his friends that are closest to him a few questions for the survey he is conducting.



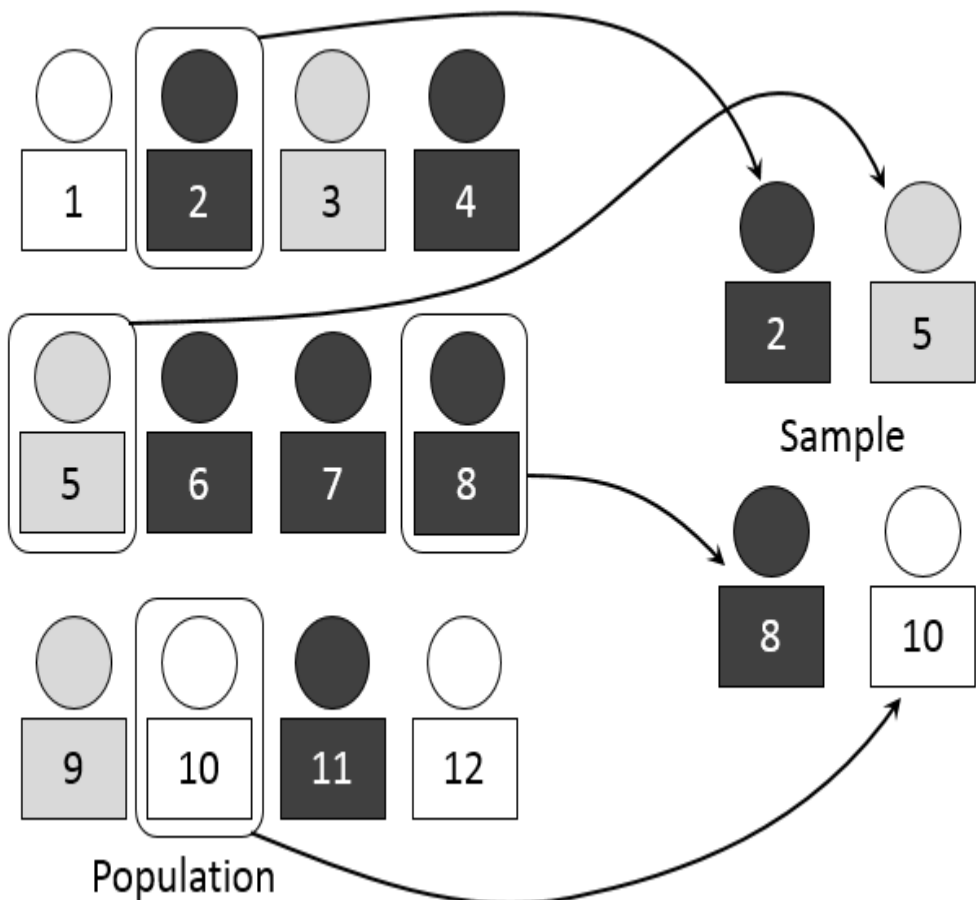
## Convenience Sampling

- Online Poll
- Survey Your Best Friends
- Asking for volunteers at the mall

Most  
Dangerous  
Most  
Easy

Sample to **Represent** the Pop.

## Typical case sampling



## نمونه گیری موارد بارز

✓ یک نمونه معمول از پدیده مورد نظر که بیشتر نمونه ها شبیه آن هستند.

✓ نمونه شاخص یا متوسط از یک پدیده

✓ در مطالعه موردی که زندگی فرد یا گروه یا یک زندگینامه را مورد بررسی قرار می دهد مناسب است.

مثل:

❖ مطالعه دانشجویانی که تقلب کرده اند

❖ مطالعه تجربه یک مادر از بارداری

چالش این شیوه این است که نمونه بارز چه باشد؟ در این زمینه باید با چند

متخصص مشورت کنید تا به توافق برسید.



Unique or Atypical sampling

منحصر به فرد

در این شیوه افراد معمولاً دارای یک ویژگی یا مشخصه **نادر** هستند.

**مثال:** مطالعه افراد اقدام کننده به خودکشی

# نمونه گیری با حداکثر تنوع

## Maximum variation sampling

- در این شیوه نمونه گیری، طیف های مختلف افراد مرتبط با پدیده انتخاب می شوند. افرادی که دیدگاه های متفاوت راجع به موضوع دارند.
- ذی نفعان مختلف مرتبط با یک موضوع
- یکی موافق، یکی مخالف



تبیین نظرات راجع به زایمان طبیعی

طیف ها کدامند؟

✓ مادران موافق و یا مخالف

✓ متخصصان زایمان

✓ ماماها

- محقق قصد دارد بداند **یک پدیده** در میان افراد مختلف چگونه درک می شود، بنابراین افرادی انتخاب می شوند که دارای **خصوصیات متفاوتی** درباره پدیده مورد نظر باشند.
- حداکثر تنوع باید در خصوصیات باشد که در جمعیت شناخته شده باشد و در جمعیت مورد نظر **قابل تشخیص و قضاوت** باشد.
- تنوع و پراکندگی می تواند براساس سن، جنسیت، تحصیلات، منطقه جغرافیایی و ... باشد. یا ذینفعان از گروه های متفاوت درگیر در پدیده

## Extreme or deviant cases

## نمونه گیری موارد استثنایی یا کرانه ای (دو سر طیف)

✓ انتخاب افرادی که ویژگی مورد مطالعه را به مقدار خیلی کم یا خیلی زیاد دارند

✓ افرادی که خارج از محدوده توزیع نرمال هستند

✓ نمونه گیری از موارد مرزی یا حاشیه ای **Outlier sampling**

✓ انتخاب افرادی که از الگوی معمول پیروی نمی کنند (موارد غیر معمول)



**مثال:**

■ معلم در مدرسه به سراغ دانش آموزانی می رود که همواره شکست می خورند یا همواره موفق می شوند.

■ در مطالعه اعتیاد فردی که آخر خط رسیده است

■ مطالعه در مورد بیماران جراحی قلب که به طور قابل توجهی سریع تر یا کندتر از حد متوسط بهبود یافته اند

## Snowball (chain) sampling

## نمونه گیری زنجیره ای یا گلوله برفی

در این شیوه ابتدا محقق افرادی را شناسایی می کند و پس از دریافت اطلاعات از شرکت کننده ها می خواهد که فرد یا افراد دیگری را که دارای ویژگی یا تجربه مشابه باشد معرفی کنند.

روش مناسب و کارآمد برای دستیابی به افرادی است که به راحتی قابل شناسایی نباشند و دستیابی به آن ها مشکل است.

### افراد بی خانمان، معتادان تزریقی

**مزایا:** وقت کمی می گیرد. افراد به واسطه آشنایی با فرد اول بهتر با محقق ارتباط برقرار می کنند. همگرایی پیش می آید و نمونه معتبر خواهد بود.

**معایب:** نمونه فقط به یک شبکه کوچک از آشنایان محدود می شود و حداکثر تنوع رعایت نمی شود.

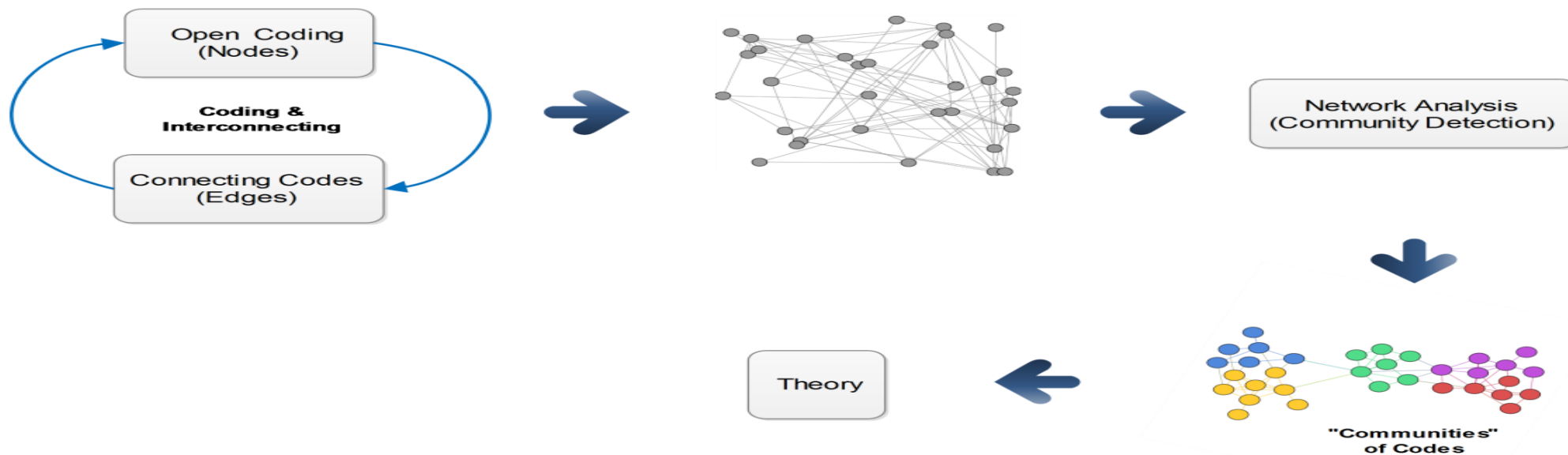


# Theoretical sampling

# نمونه گیری نظری

در این شیوه پس از جمع آوری و تحلیل داده ها که همزمان صورت می گیرد، محقق تصمیم می گیرد که شرکت کننده بعدی چه کسی است.  
این نوع نمونه گیری، روش غالب در تئوری زمینه ای (گراندد تئوری) است.

## Networked Grounded Theory



## Theoretical sampling

❖ در این روش ابتدا پژوهشگر بر اساس قضاوت خود از بهترین منابع اطلاعاتی از قبیل مشاهده، مصاحبه یا منابع مکتوب بهترین انتخاب ها را انجام می دهد، سپس به دنبال افرادی می رود که تئوری خلق شده را کامل کنند.

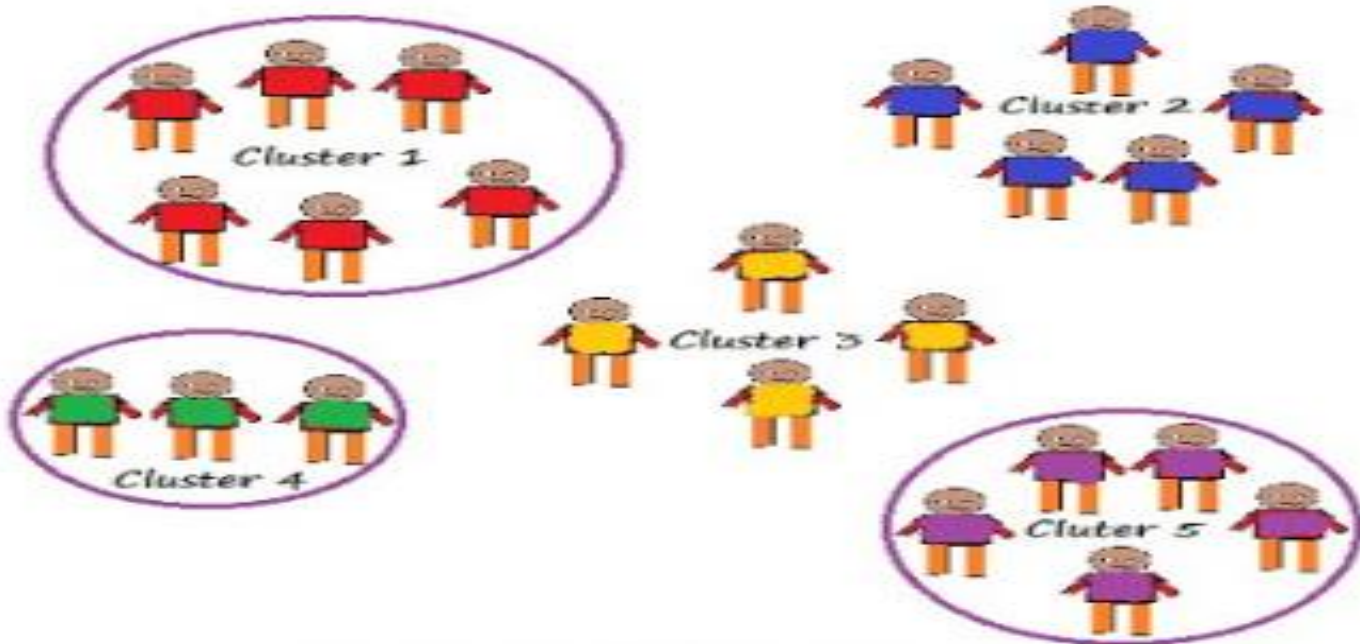
❖ مشارکت کنندگان به گونه ای انتخاب می شوند که به خلق تئوری کمک کنند.  
(ابتدا ماماها و بعد دنبال رییس دانشگاه می رویم)

❖ در تئوری زمینه ای ابتدا نمونه گیری به صورت آسان آغاز می شود سپس به صورت **هدفمند** در جهت **حداکثر تنوع** برای مفاهیم ایجاد شده حرکت می کند و نهایتاً به نوع **نظری** می رسد.

# Homogenous sampling

# نمونه گیری متجانس

- ✓ این شیوه راهبرد مقابل روش نمونه گیری با حداکثر تنوع است.
- ✓ در این شیوه گروه های کوچک و مشابه مورد مطالعه قرار می گیرند.
- ✓ هر گاه هدف تحقیق فهم عمیق و توصیف یک گروه خاص با خصوصیات مشترک باشد از این شیوه استفاده می کنیم.



مثال: مطالعه دانشجویان افسرده

کودکان دارای والدین معتاد

## نمونه گیری موارد خاص یا یگانه

✓ در پژوهش های انسان شناسی و جامعه شناسی مورد استفاده بوده است.

✓ در این نوع نمونه گیری خود فرد مهمتر از موضوع مورد بررسی است.

چهار روش در این دسته قرار می گیرند:

نمونه گیری مکاشفه ای ( Revelatory Case Sampling )

نمونه گیری از موارد ویژه ( Critical case sampling )

نمونه گیری از موارد مهم از نظر سیاسی ( Sampling Politically Important Cases )

روش کل مجموعه یا ملاک محور ( Complete Collection )



## Critical case sampling

## نمونه گیری از موارد ویژه

✓ نمونه هایی که به احتمال زیاد اطلاعات مورد نظر شما را به شما می دهند. موارد مهمی که اطلاعات حیاتی را برجسته می کنند (Strewig & Stead 2001).

✓ منطق موجود «اگر اینجا اتفاق بیافتد در هر جای دیگری نیز ممکن است رخ دهد» یا بر عکس آن «اگر این گروه مشکل داشته باشند می توان مطمئن بود که همه گروه ها نیز این مشکل را دارند».

### مثال:

□ مندل با مطالعه دقیق گیاهان نخود، قوانین اساسی ارث را کشف کرد. اگر مندل سعی کرده بود به جای فقط یک گونه، روی طیف گسترده ای از گونه ها تمرکز کند، ممکن بود به کشفیاتی که در آن شهرت دارد، نمی رسید.

□ اگر در سطح ملی افرادی که تحصیلات بالایی دارند قادر به درک مقررات یک برنامه نباشند می توان نتیجه گرفت که گروه های پایینتر نیز همین حالت را دارند.

□ اگر سال اولی ها بتوانند مفهوم یک درس را درک کنند می توانیم مطمئن باشیم که در سال های بالاتر نیز این درک وجود دارد.

□ قدرت تعمیم پذیری این روش به وزنی که نمونه ویژه به خود اختصاص می دهد بستگی دارد.

## نمونه گیری مکاشفه ای

## (Revelatory Case Sampling)

✓ به یک مورد واحد که معرف یک پدیده است دسترسی ایجاد می شود در حالی که قبلاً امکان بررسی علمی پدیده وجود نداشته است.

✓ چنین مواردی بسیار محدود هستند و دسترسی به آنها بسیار با ارزش است.

**مثال:**

مصاحبه با افرادی است که برای اولین بار به یک منطقه جدید مهاجرت کرده اند.

## نمونه گیری موارد مهم از نظر سیاسی

## Important Cases politically sampling

پژوهشگر از وضعیت سیاسی موجود برای انتخاب نمونه خود بهره می برد.  
نمونه هایی انتخاب می شوند که از نظر سیاسی اهمیت داشته باشند.

**مثال:**

اگر مسئول اداره سالمندان مسئول اختصاص منابع پژوهشی باشد، پژوهش بر روی سالمندان ممکن است بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

روش کل مجموعه یا ملاک محور

(Criterion or Complete Collection)

تمام افراد یک مجموعه که یک معیار خاص را داشته باشند مورد بررسی قرار می گیرند.

**مثال:**

تمامی کودکانی که با یک قومیت خاص به سرطان مبتلا باشند، شناسایی و مورد بررسی قرار می گیرند.

## Opportunistic sampling

## نمونه گیری فرصت طلبانه

پژوهشگر از فرصت پیش آمده برای کسب اطلاعات استفاده می کند.

**مثال:** در زمان برگزاری یک همایش بین المللی راجع به یک موضوع دیگر با میهمانان مصاحبه می کنیم.

## Inclusion Criteria

**Firsthand experience about of phenomenon.**

تجربه دست اول در مورد پدیده

**Willingness to participation.**

تمایل به مشارکت

## نکات کلیدی نمونه گیری در مطالعات کیفی

✓ معیارهای مشخص جهت انتخاب مشارکت کنندگان مثلا مشخصات دموگرافیک، تجربیات، دیدگاه ها

✓ انتخاب معیارها بر اساس هدف مطالعه و بررسی متون (عوامل مؤثر بر پدیده مورد مطالعه)

✓ هدفمند بودن: انتخاب افراد با تجربه دست اول در رابطه با موضوع

✓ حجم نمونه: اعتقاد به اصالت داده ها است و تعداد مشارکت کننده اهمیتی ندارد.

✓ انعطاف پذیر بودن: قابلیت افزودن به حجم نمونه و تکمیل آن



## ملاک کفایت ورود افراد به پژوهش چیست؟

- اشباع نظری (Saturation): استاندارد طلایی پایان نمونه گیری یا کفایت انتخاب مشارکت کنندگان
- با آنالیز صحیح به نقطه ای می رسیم که شواهد جدیدی نمی یابیم (گوبا و لینکلن ۱۹۸۵)
- در حالت اشباع، داده جدیدی که به پژوهش وارد می شود طبقه بندی موجود را تغییر نمی دهد یا پیشنهادی برای ایجاد طبقه جدید ایجاد نمی کند.
- اشباع پذیری یعنی تکرار داد ها، به طوری که با جمع آوری داده ها اطلاعات جدیدی حاصل نمی شود.

## چگونه می توان به این نتیجه رسید که اشباع حاصل شده است یا خیر؟

- رسیدن به اشباع نظری فرایندی ذهنی است و نیاز به تجربه محقق دارد.
- معمولاً افراد تازه کار به حجم بیش تری نیاز دارند.
- اشباع داده ها از طریق فرایند مقایسه مداوم به دست می آید. یک معیار تکرار داده های قبلی است.
- پیشنهاد می شود پس از آن که پژوهشگر احساس کرد داده های به دست آمده در حال تکرار هستند چند مصاحبه تکمیلی برای تأیید انجام دهد.

## روش عینی تر رسیدن به اشباع

هشت مرحله پیشنهادی توسط فونتانا و همکاران ۲۰۱۱:

- پیاده سازی متن مصاحبه ها
- شکل گیری طبقات اولیه با غوطه ور شدن در داده ها
- کنار هم قراردادن تحلیل ها توسط اعضای تیم پژوهش
- تولید تم های مشترک
- کدگذاری و شکل گیری تم ها و طبقات (انتزاعی تر شدن طبقات)
- رسم جدول طبقات همراه با خصوصیات و زیر طبقات
- مشخص کردن اشباع در هر طبقه
- نمایش رسیدن به اشباع برای ارائه در گزارش نهایی

## حجم نمونه

- ✓ در رابطه با حجم نمونه همانطور که گفته شد، پاسخ واحدی وجود ندارد و این بستگی به کیفیت اطلاعات جمع آوری شده، تحلیل، منابع و ... دارد.
- ✓ هم چنین روش های مختلف مطالعات کیفی حجم متفاوتی نیاز دارند.

### در فنومنولوژی:

✓ مورس ۱۹۹۴: حداقل ۶ نفر

✓ پولیت و هانگلر: حداقل ۱۰ نفر

در تئوری زمینه ای و قوم نگاری: حدود ۳۰-۵۰ نفر

در بحث گروهی متمرکز: حداکثر ۹۰ تا ۱۰۰ (۱۲ تا ۱۴ گروه)

# **Data Collecting In Qualitative Research**

**Methodology:** A way of thinking about and studying social phenomena.

چارچوب فکری

**Methods:** Techniques and procedures for gathering and analyzing data.

تکنیک جمع آوری داده

# انواع روش های جمع آوری داده های کیفی

Interview

□ مصاحبه

Observation

□ مشاهده

Focus Group Discussion(FGD)

□ بحث گروهی متمرکز

Documents

□ اسناد و مدارک

Nominal group

□ گروه اسمی

Delphi

□ دلفی

Field notes

□ یادداشت های میدانی

- ✓ در مطالعات کیفی معمولاً **یک روش اصلی** برای جمع آوری داده ها انتخاب می شود که بیش ترین اطلاعات را در مورد سوال تحقیق فراهم کند.
- ✓ از روش های جانبی برای غنی تر کردن داده ها استفاده می شود.
- ✓ استفاده از **ترکیب چند روش (Triangulation)** موجب ارتقاء اعتبار نتایج تحقیقات می شود.
- ✓ اما این مزیت را باید با **هزینه و زمان** اضافی مورد نیاز برای خلق داده ها، تحلیل و یکپارچه سازی داده ها سنجید.



## Interview

یکی از متداولترین روش های جمع آوری اطلاعات در پژوهش کیفی **مصاحبه** است. مصاحبه یک نوع مکالمه **منظم، هدفمند و جهت دار** است که بین دو یا چند نفر انجام می شود.



# Types of interviews

● از نظر تعداد افراد:

Individual Interview

● مصاحبه فردی

● Focus Group (بحث گروهی متمرکز)

Discussion

● از نظر روش:

● **Structured** interview مصاحبه دارای ساختار یا بسته

● **Semi structured** interview مصاحبه نیمه چارچوبدار یا نیمه باز

● **Unstructured** interview (open interview) مصاحبه باز یا آزاد



## Structured interview

مصاحبه های ساختارمند: تحقیقات کمی - پژوهش های مربوط به نظر سنجی و پیمایش ها - **سوالات بسته**

**تفاوت سوالات بسته با پرسشنامه:**

در مصاحبه ساختارمند، سوال ها را مصاحبه گر برای مشارکت کننده می خواند در حالی که در پرسشنامه مشارکت کننده به طور مستقل به سوالات پاسخ می دهد (روش خود اظهاری).

*Is your health ? excellent ,good ,fair or poor*



QUESTIONNAIRE

Very often	<input type="checkbox"/>
Often	<input type="checkbox"/>
Sometimes	<input checked="" type="checkbox"/>
Rarely	<input type="checkbox"/>

## نقاط قوت و ضعف مصاحبه ساختارمند

یکی از ویژگی های مصاحبه های ساختارمند این است که از تمام مشارکت کنندگان سوالاتی یکسان و به ترتیب مشابه پرسیده می شود.

### نقاط قوت:

✓ به سادگی می توان نتایج را خلاصه نمود.

✓ نیاز به زمان کمتری دارد.

### نقاط ضعف:

✓ فرصت بسیار محدودی را به مشارکت کنندگان می دهد که ایده های جدیدی را اضافه کنند.

✓ راه های توصیف تجربه از سوی مصاحبه شونده را محدود کند.

## Unstructured interviews

✓ در مطالعات کیفی و برای مصاحبه نخست، زمانی که معلومات کافی برای هدایت شکل گیری سوالات مصاحبه موجود نیست، استفاده می شود.

✓ هدف مصاحبه بدون ساختار شروع یک رابطه با مشارکت کننده و ایجاد فضایی است که وی در آن با آرامش خاطر ماجرای خود را بیان کند.

در این نوع مصاحبه، محقق فقط یک سوال باز مطرح می کند.

**مثال** اگر سوال تحقیق روی کار تیمی در خدمات توانبخشی متمرکز باشد محقق می تواند مصاحبه را با گفتن این جمله شروع کند:

“ لطفا در مورد تجربه تان از کار تیمی در توانبخشی برایمان صحبت کنید؟”

**نکته:**

اینکه جهت مصاحبه به کدام سمت پیش می رود با گفته های شرکت کننده است که البته محقق هم با توجه به هدف مطالعه آن ها را هدایت می دهد.

محقق جهت دهنده نیست، بلکه هدایت کننده است.

## Semi-structured interviews

در این نوع مصاحبه، مصاحبه گر معمولاً **راهنمای مصاحبه** را از قبل طراحی کرده است و سؤالات نیمه ساختار یافته جهت مصاحبه را هدایت می کنند.

معمولاً در مراحل بعدی مطالعه استفاده می شود، زمانی که محقق در پی دست یافتن به وضوح بیش تر درباره حوزه ای است که در مصاحبه های اولیه مورد بحث قرار گرفته و به سوال تحقیق مربوط است.

محققان از اطلاعاتی که از مصاحبه های قبلی به دست آورده اند برای طراحی سؤالات بعدی استفاده می کنند که قدری متمرکز تر هستند.

در مصاحبه های عمیق یا بدون ساختار، راهنمای پرسشگری وجود ندارد و فقط یک عنوان کلی است.

آنچه اغلب در پژوهش های ما به چشم می خورد مصاحبه نیمه ساختار یافته است چرا که به دنبال رسیدن به اهداف مطالعه خود هستیم (به استثناء مطالعات فنومنولوژی که تجربه را می خواهیم و ناچاریم مصاحبه عمیق داشته باشیم).



## سوالات مصاحبه

Main question

سوال اصلی

Follow up question

سوال دنبال کننده

Probing question

سوال تکمیلی

□ یکی از رایج ترین اشتباهات:

زیاد بودن تعداد سوالات موجود در راهنمای مصاحبه است چرا که به علت کمبود وقت ممکن است روی حالت **چهره و رفتار مصاحبه گر** برای تمایل به شنیدن صحبت های مصاحبه شونده اثر بگذارد و از عمق مصاحبه بکاهد.

□ اگر سوالات زیادی دارید **باید با هر فرد بیش از یک بار مصاحبه** داشته باشید

( البته زیاد بودن تعداد سوالات نشان می دهد که اهداف مطالعه کیفی خود را خوب تنظیم نکرده اید).

## ویژگی های مصاحبه در پژوهش کیفی

□ وظیفه مصاحبه کننده، تعیین اجزایی از مصاحبه است که به هدف مطالعه ارتباط دارند و هم چنین بررسی چگونگی ارتباط میان آنهاست.

□ مصاحبه کننده تلاش می کند معانی و تجربیات را طوری روشن کند که با سوالات هدایتگر **leading questions** آلوده نشوند.

□ نقش مصاحبه کننده در استخراج اطلاعات، فعال است (همزمان باید گوش کند، درک کند و ارتباط صحبت های مصاحبه شونده را با سوال تحقیق ارزیابی کند).

نکته:

حافظه خوبی داشته باشد و نظرات ضد و نقیض مصاحبه شونده را روشن کند.

## ویژگی های مصاحبه در پژوهش کیفی

✓ تعاملی

✓ سوالات از پیش طراحی نمی شوند (سوالات بعدی بر مبنای پاسخ سوال قبلی)

✓ چارچوب مصاحبه باز است و سوالات ممکن است از یک مصاحبه به مصاحبه دیگر تغییر کنند.

✓ مصاحبه شونده تشویق می شود تا فقط اطلاعات و نقطه نظرات خودش را بگوید.

✓ مصاحبه گر باید فقط تا حدی صحبت کند که مشارکت کننده احساس راحتی و آرامش کند.

✓ سوالات اولیه باید جامع بوده و حیطة وسیعی داشته باشد.

✓ سوالات از ساده به پیچیده و از سطح به عمق

✓ هر سوال باز باید حاوی یک ایده باشد

✓ سوالات نباید مشخص یا تلقین کننده باشند

✓ سانسور و قضاوت ممنوع



## خلق داده ها در مصاحبه های اولیه

✓ **فضا** را برای آغاز به کار مساعد کنید. مثلاً پرهیز از بیرون آوردن دفتر یادداشت یا راهنمای مصاحبه به محض ورود.

✓ **معارفه صمیمانه** برای احساس دوستی و اعتماد بین طرفین

✓ **شروع گفتگو با مسائل روزمره (Warming)**.

✓ شروع با سؤالات آسان (Ice breaking) و **غیر حساس**

✓ **کلید واژه های** مصاحبه خود را برای مشارکت کننده تعریف کنید. سپس از وی بخواهید که در این مورد صحبت کند.

✓ پیام کلیدی در شروع مصاحبه: **من به روایت شما و هر چه در رابطه با آن بخواهید بگوئید علاقمندم.**

✓ به مشارکت کنندگان کمک کنید سؤالات مقدماتی را پشت سر بگذارد و **تعریف کردن داستان** را شروع کنند.

## خلق داده ها در مصاحبه های اولیه

✓ با پیشرفت مصاحبه، مشارکت کننده **بیش تر درنگ** می کند و آهنگ مصاحبه کند ترمی شود. مصاحبه در برابر تمایل به مداخله کردن یا حس پرسیدن بی درنگ، **مقاومت کرده و صبر کند تا مشارکت کننده صحبتش را تمام کند.**

✓ از مشارکت کننده بخواهید در مورد نکاتی که نیازمند **اطلاعات بیش تری** است توضیح دهد (سوالات **عمق دهنده و تکمیل کننده**: لطفا در این مورد بیش تر توضیح دهید. چرا؟ چگونه و چطور؟).

✓ **نقش مصاحبه کننده، شنونده خوب بودن است.**

✓ ممکن است بخواهید **بیش از یک بار** با مشارکت کنندگان مصاحبه داشته باشیم (قوم نگاری و اقدام پژوهی).

✓ اگر مصاحبه شونده سوالی داشت باید به او بگویید که در انتهای مصاحبه به سوال شما پاسخ می دهیم (پاسخ دادن ضمن مصاحبه به مصاحبه جهت می دهد).

# راهکارهای عمق دادن به مصاحبه

## ➤ mirroring (summarizing, feedback, interpretation)

صحبت های مصاحبه شونده را جمع بندی و خلاصه کنید و سپس بگویید آیا منظور شما این بود؟

## ➤ Probe questions (prompting questions)

استفاده از سؤالات تکمیلی برای رسیدن به عمق جواب مثل: لطفا در این مورد بیشتر توضیح دهید؟ چرا؟ چگونه و چطور، چه چیزی باعث شد اینگونه فکر کنید؟

## ➤ Referring to comparing situations

به چالش کشیدن فرد با گفتن **نظرات مغایر** دیگران یا خود او

## پایان مصاحبه

در پایان مصاحبه، مصاحبه گر باید همواره از مشارکت کننده بپرسد (آیا چیز دیگری هست که فکر می کند با موضوع مطالعه ارتباط دارد که مطرح نشده یا خیر؟)

**As a final question, is there any further issue you would like to add?**

**پایان مصاحبه:**

رعایت ادب و هم تامین همکاری آتی (تشکر، یادآوری مجدد محرمانه ماندن گفتگو ها، پاسخ به سوالات مصاحبه شونده، ارائه مشاوره و کمک).



## مکان مصاحبه

- ✓ محل مصاحبه ممکن است در ادامه همکاری مشارکت کننده و کیفیت پاسخ دهی او مؤثر باشد. مصاحبه باید در فضایی غیر رسمی و آرام انجام شود.
- ✓ حضور شخص ثالث نیز تأثیر نامطلوبی بر مصاحبه دارد. بنابر این، مکان مصاحبه باید طوری انتخاب شود که شرکت کننده بتواند روی سؤالات تمرکز کند.
- ✓ در مصاحبه هایی با موضوعات حساس نیازی به note taker نیست و ضبط کردن کافی است.
- ✓ مصاحبه گر می تواند تاریخ، ساعت و آدرس محل مصاحبه خود را در اختیار سایر اعضای تیم تحقیق قرار دهند.

## Note taking

یادداشت برداری در زمان های مختلفی انجام می شود.

- Notes written at the time
- Notes written afterwards
- Audio recording

➤ یادداشت کردن هم زمان ممکن است فرایند مصاحبه را مختل کند

➤ دریادداشت کردن پس از مصاحبه ممکن است برخی جزئیات را از دست بدهیم.

➤ در روش ضبط کردن نیز حتما باید به رضایت شرکت کننده توجه کنیم از طرفی از سالم

بودن تجهیزات الکترونیکی و توانایی محقق در استفاده از آن نیز اطمینان حاصل کنیم.

## ثبت یادداشت ها در مصاحبه

- کد شرکت کننده:
- تاریخ مصاحبه: زمان شروع، زمان پایان
- هدف از مصاحبه
- محل مصاحبه
- توصیف محیط مصاحبه
- رفتارهای غیر کلامی (تون صدا، طرز نشستن، بیانات چهره، حرکات چشمی، بدنی و دستها...)
- محتوای مصاحبه (کلمات کلیدی، عناوین، عبارات تأکیدی...)
- احساس محقق (ناراحتی شرکت کننده با عناوین خاص، پاسخ های روانی (خنده- گریه)، وقایع...)



## نکات اخلاقی در مصاحبه

□ رضایت: (کسب رضایت آگاهانه به صورت شفاهی یا کتبی پیش از مصاحبه)

در صورت اخذ رضایت شفاهی، ضبط صدای مشارکت کننده و در صورت رضایت کتبی فرم رضایت نامه

محفوظ بودن حق کناره گیری شرکت کنندگان در هر مرحله از پژوهش

□ تعیین زمان و مکان مصاحبه ها به انتخاب شرکت کنندگان

□ پرداخت هزینه های رفت و آمد به محل مصاحبه ها به شرکت کنندگان

□ در اختیار قرار دادن نتایج پژوهش در صورت تمایل شرکت کنندگان

□ بی نام بودن و محرمانگی (Anonymity & confidentiality)

## نکات اخلاقی در مصاحبه

□ **محافظت در برابر استعمار:** این حالت زمانی رخ می دهد که مشارکت کننده هیچ منفعتی به ازای شرکت در مطالعه کسب نمی کند یا اینکه به نوعی آسیب می بیند. روش های متعددی برای قدردانی از مشارکت کننده ها وجود دارد. مثل حمایت مالی یا کمک به حل مشکل وی. هر گونه هزینه مرتبط در این رابطه باید در بودجه پژوهش لحاظ شود.

□ **توضیح دادن هدف استفاده از ضبط صوت و یادداشت برداری از مکالمات**

- گفتن جملاتی مثل ”ببخشید ممکن است نکته ها یی که شما می گوئید در ذهن من نماند ”
- می ترسم حرف های شما رو جا بندازم
- گفته ها و تجربه های شما در هیچ کتابی نیست
- نوشتن باعث می شود کند پیش بریم و وقت هردومون گرفته بشه پس بهتره صدای شمارو ضبط کنم

## ویژگی های مصاحبه کننده

- ✓ وضعیت ظاهری محقق: نباید مغایر با ارزش های مشارکت کننده باشد.
- ✓ جنسیت: این عامل می تواند بسیار تعیین کننده باشد. در بیش تر موارد اگر مصاحبه گر و شرکت کننده هم جنس باشند مصاحبه راحت تر انجام می شود.
- ✓ توانایی شنونده خوب بودن و آمادگی برای پرسش سوال تکمیلی بعدی
- ✓ زبان و نحوه سخن گفتن (خوب حرف زدن و حرف های خوب زدن)
- ✓ توانایی محقق در ایجاد ارتباط مؤثر (پل سازی)
- ✓ کسب اطلاعات از روحيات، شیوه زندگی و خصوصیات روانی مشارکت کننده در پیشبرد مصاحبه نقش دارد.
- ✓ بهتر است یک نفر مصاحبه را انجام دهد در صورت وسیع بودن پژوهش مصاحبه گران باید در خصوص سوالات و اهداف مطالعه هماهنگ و همسو عمل کنند.

## محقق کیفی

Good listener

شنونده خوب

Responsiveness

پاسخگو

Open minded

روشنفکر

Flexible

منعطف

Insider

خودی

## مشکلات رایج در مصاحبه های کیفی

### (مصاحبه کننده)

❑ پریدن از موضوعی به موضوع دیگر

❑ سطحی بودن مصاحبه

❑ توصیه و نصیحت کردن

❑ مشاوره و آموزش دادن

❑ ارائه نظرات شخصی

### (مصاحبه شونده)

✓ عوامل محیطی مثل ارتباط نظیر زنگ تلفن یا موبایل

✓ صحبت کردن از ایده آل ها به جای وضعیت موجود

✓ صحبت کردن از جایگاه شخص حقیقی به جای شخص حقوقی



## خطا در تفسیر اطلاعات مصاحبه:

➤ اثر هاله ای

➤ تعمیم افراطی

➤ انتظارات و توقعات

➤ فرافکنی

**Observation**

**مشاهده**



✓هدف این روش، جمع آوری **اطلاعات دست اول** در وضعیت طبیعی آن رویداد است.

✓از نظر تاریخی، مشاهده به روش **قوم نگاری** بر می گردد.

✓مکتب جامعه شناسی شیکاگو اولین مکتبی بود که به طور گسترده از **مشاهده مشارکتی** در انجام پژوهش های اجتماعی استفاده کرد.

✓مشاهده روشی مناسب برای پی بردن به زمینه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و فیزیکی افراد مورد مطالعه است.

## تفاوت مشاهده عادی با مشاهده علمی

- ❖ توجه خاص به طبقه به خصوصی از اعمال که قبلا توسط اهداف مطالعه مشخص شده اند و نادیده گرفتن سایر اعمال یا توجهی جزئی به آنها
- ✓ علاقمند به ثبت و یادداشت دقیق از موضوع تحت مطالعه
- ✓ علاقمند به چرایی و علت رفتار خاص تحت مطالعه
- ❖ هدف درک اعمال و تعاملات افراد، بدون هیچ گونه متن از پیش تعیین شده و بدون ساختار است.

عملکرد محقق در مشاهده :

چه چیزی در حال اتفاق افتادن است؟

چه چیزی دارد انجام می شود؟

Setting مشاهده با سؤال پژوهش ارتباط مستقیم دارد.

آن چیزی که مردم می گویند الزاماً انجام نمی دهند.



□ در پژوهش کیفی، مشاهده مشارکت کنندگان **قبل، حین و پس** از سایر روش ها و اغلب به عنوان یک **روش مکمل** در جمع آوری اطلاعات به کار می رود.

□ مشاهده **پیش** از مصاحبه یا بحث گروهی سبب درک بهتر زمینه فرهنگی مشارکت کننده ها است.

□ مشاهده **پس** از جمع آوری اطلاعات، سبب می شود محقق **هنگام تحلیل** درک بهتری از یافته ها داشته باشد.

## انواع روش های مشاهده در پژوهش کیفی

□ Complete observer

صرفاً مشاهده گر

□ Observer as participant

مشاهده گر به عنوان مشارکت کننده

□ Complete participant

مشارکت کننده به عنوان مشاهده گر

□ Participant as observer

شرکت کننده کامل

## صرفا مشاهده گر Complete Observer

- محقق، تنها مشاهده گر فعالیت های شرکت کنندگان است و هیچ گونه تعاملی بین محقق و شرکت کنندگان وجود ندارد.
- محقق شناخت کاملی از حالات ذهنی و روحی گروه ندارد و بیش تر به حدس و گمان می پردازد.
- این روش دارای خطای سهوی و عمدی زیاد است.



## مشاهده گر به عنوان مشارکت کننده Observer as Participant

□ محقق عمده وقت خود را به مشاهده می گذراند، ولی برای هماهنگی و شناخت محیط ممکن است در برخی از فعالیت ها نیز با مشارکت کنندگان همراه گردد.

□ فعالیت اصلی محقق در این روش مشاهده است.

## مشارکت کننده به عنوان مشاهده گر Participant as Observer

- ❖ مشاهده گر ضمن شرکت در فعالیت های گروهی، اعضای اصلی گروه را از **هویت واقعی خود** و نیز موقعیت و هدف تحقیق **آگاه** می سازد.
- ❖ محقق عضوی از گروه است. این شیوه پتانسیل بالایی در شناخت شخصیت افراد در گروه ها، مذهب، فعالیت های پنهانی مشاغل، خرده فرهنگ ها و آشنایی با جوامع خاص دارد.
- ❖ **محدودیت** این روش **مسئله بومی شدن** است. گاه محقق آنقدر درگیر اعمال گروه می شود که علت واقعی عضو شدن در گروه را از یاد می برد. در این حالت محقق **توانایی مشاهده صحیح** را از دست می دهد. این مسئله **هم در جمع آوری و هم در تحلیل** داده ها تأثیر می گذارد (برن و گرو ۱۹۹۹).

## شرکت کننده کامل Complete Participant

در این شیوه محقق **عضوی از گروه** می شود.

محقق به عنوان مشارکت کننده کاملاً هدف خویش را **پنهان** می سازد.

## مزایای مشاهده

- امکان کسب اطلاعات واقعی و دقیق
- فهم مستقیم رفتارها
- دریافت حجم وسیع اطلاعات از محیط
- مناسب برای شناخت افرادی که قادر به بیان وضعیت خود از طرق دیگر نیستند (کودکان، بیماران روانی و مجروحین).
- اعتماد بیشتر به داده ها

## محدودیت های مشاهده

- اتکا به زمان حال
- کلیه اطلاعات جمع آوری شده مربوط به همان محیط دید محدود است.
- اگر حضور محقق برای همه افراد آشکار شود، عملکردشان را اصلاح می کنند.
- نامناسب بودن برای حوادث بسیار وسیع
- متکی بودن به ظواهر امور
- امکان از دست دادن بیطرفی و نقش خود به عنوان محقق
- خطر بومی شدن
- نامناسب بودن برای مطالعه عقاید افراد

## بحث گروهی متمرکز

### FOCUS GROUP DISCUSSION



## بحث گروهی متمرکز چیست؟

از روش های گردآوری اطلاعات در مطالعات کیفی است که در گروهی نیمه سازمان یافته، تحت رهبری فرد معین و در شرایط **غیر رسمی** انجام می شود.



## تاریخچه استفاده از بحث گروهی متمرکز

□ اولین کاربرد بحث گروهی متمرکز در **جامعه شناسی و بازاریابی تجاری** بوده است و سپس در سایر عرصه ها نظیر بهداشت استفاده شده است.

□ در بازاریابی در ابتدا تصور می شد که تولید کننده می داند که مصرف کننده چه می خواهد. اما به تدریج آگاهی واقعی از خواسته های مشتریان و **”شنیدن صدای مشتری“** برای مدیران امری حیاتی شد.



- ✓ فرایند گروهی می تواند به افراد در کشف و روشن کردن عقایدشان کمک نماید.
- ✓ اطلاعات حاصل تعامل و پویایی میان اعضای گروه است.
- ✓ افراد در گروه احساس آزادی بیش تری می کنند.
- ✓ هدف درک واقعیت و شناخت دیدگاه های افراد نسبت به آن است.



❖ اعضای بحث گروهی شامل ۷ تا ۱۰ نفر مشارکت کننده، مدیر یا تسهیل گر و Note taker است.

❖ اگر گروه خیلی کوچک باشد ممکن است یکی از افراد در بحث ها غالب شود و اگر خیلی بزرگ باشد کنترل گروه دشوار خواهد شد.



## خصوصیات مشارکت کنندگان:

✓انتخاب شرکت کنندگان در بحث گروهی متمرکز باید با توجه به **هدف پژوهش** باشد.

✓افراد بهتر است **همگن** یا متجانس بوده و دارای **تجارب مشترکی** باشند(مثل تجربه

سقط، ناباروری، خشونت). زمینه مشترک باعث می شود که آن ها بیشتر احساس راحتی

کرده و فعالانه تر در بحث شرکت نمایند.

✓با این وجود آن ها باید **ویژگی هایی گوناگون** و متفاوت از یکدیگر داشته باشند. مثل

ویژگی هایی نظیر جنسیت، شغل، درآمد، تحصیلات و تخصص و سطح دانش آن ها



□ گروه های **غیر همگن و غیر همجنس** مشکلاتی در بحث دارند. حضور در مقابل مردان، برای زنان دشواری بیشتری از حضور مردان در مقابل زنان دارد.

□ در گروه ها ضروری نیست افراد یکدیگر را بشناسند بلکه تنها **داشتن تجارب مشترک** معیار تشکیل گروه است (نگرش جوانان نسبت به قوانین محدود کننده استعمال الكل).

□ بهتر است **افراد نا آشنا با یکدیگر** که دیگر امکان ملاقات بین آن ها نیست دعوت شوند.

## مشخصات تسهیل کننده (مصاحبه گر، گرداننده بحث)

- تسلط به موضوع
- نداشتن تعصب و موضع گیری نسبت به موضوع
- اطلاع کامل از پویایی گروه
- مهارت مصاحبه، رهبری و ایجاد تعامل بین اعضاء گروه
- سعه صدر
- تحمیل نکردن نظر خاص
- پرهیز از قضاوت کردن
- به چالش کشیدن موضوع برای رسیدن به عمق
- آشنایی با حساسیت های فرهنگی مشارکت کننده ها (Cultural sensitivity)



## نکاتی در مورد بحث گروهی متمرکز

✓سؤالات بهتر است **سوم شخص** مطرح شوند. مثال: معمولاً وقتی خانم‌ها ناخواسته باردار می‌شوند چه می‌کنند؟

✓بهتر است محقق **لباس ساده و متناسب** سایرین بپوشد تا اعضای گروه احساس تفاوت و فاصله نکنند.

✓شرکت‌کنندگان نباید از **نظر تسهیلگر** مطلع شوند چون سعی می‌کنند از آن تبعیت کنند.

✓تسهیلگر در صورت اصرار، **بعد از جلسه نظر خود را بگوید** یا بگوید من نیز همانند شما نظری دارم ولی در این جلسه می‌خواهیم نظر شما را بشنویم.

✓مشارکت‌کنندگان باید تشویق شوند که علاوه بر صحبت با تسهیلگر، **با یکدیگر نیز صحبت** کنند.

✓اگر در بحث‌ها **فردی غالب** بود، مؤدبانانه به او می‌گوییم که در **زمان دیگری** در این رابطه بحث خواهیم کرد یا

**جهت نگاه** مان را تغییر می‌دهیم یا می‌گوییم **اجازه بدهید نظر سایرین** را نیز بشنویم.

# انواع شرکت کنندگان و نحوه برخورد با آن ها

## فعال

### الف) پاسخ دهندگان منطقی

این افراد بهترین شرکت کنندگان در بحث هستند و بیشترین کمک را در به دست آوردن پاسخ های لازم می کنند.

### ب) پاسخ دهندگان پرحرف

کنترل این افراد یکی از سخت ترین مسائل در هدایت جلسه است.

**راهکار:** هنگام بحث پیش از آنکه پاسخ دهند به آن ها بگویید: قبل از اینکه شما پاسخ بدهید اجازه بدهید بینیم دوستان دیگر هم نظری دارند یا نه؟

یا کمبود وقت را متذکر شوید یا پیش از آنکه شروع به صحبت کنند بگویید: لطفا نظرتان را به طور خیلی مختصر بیان کنید.

## منفعل

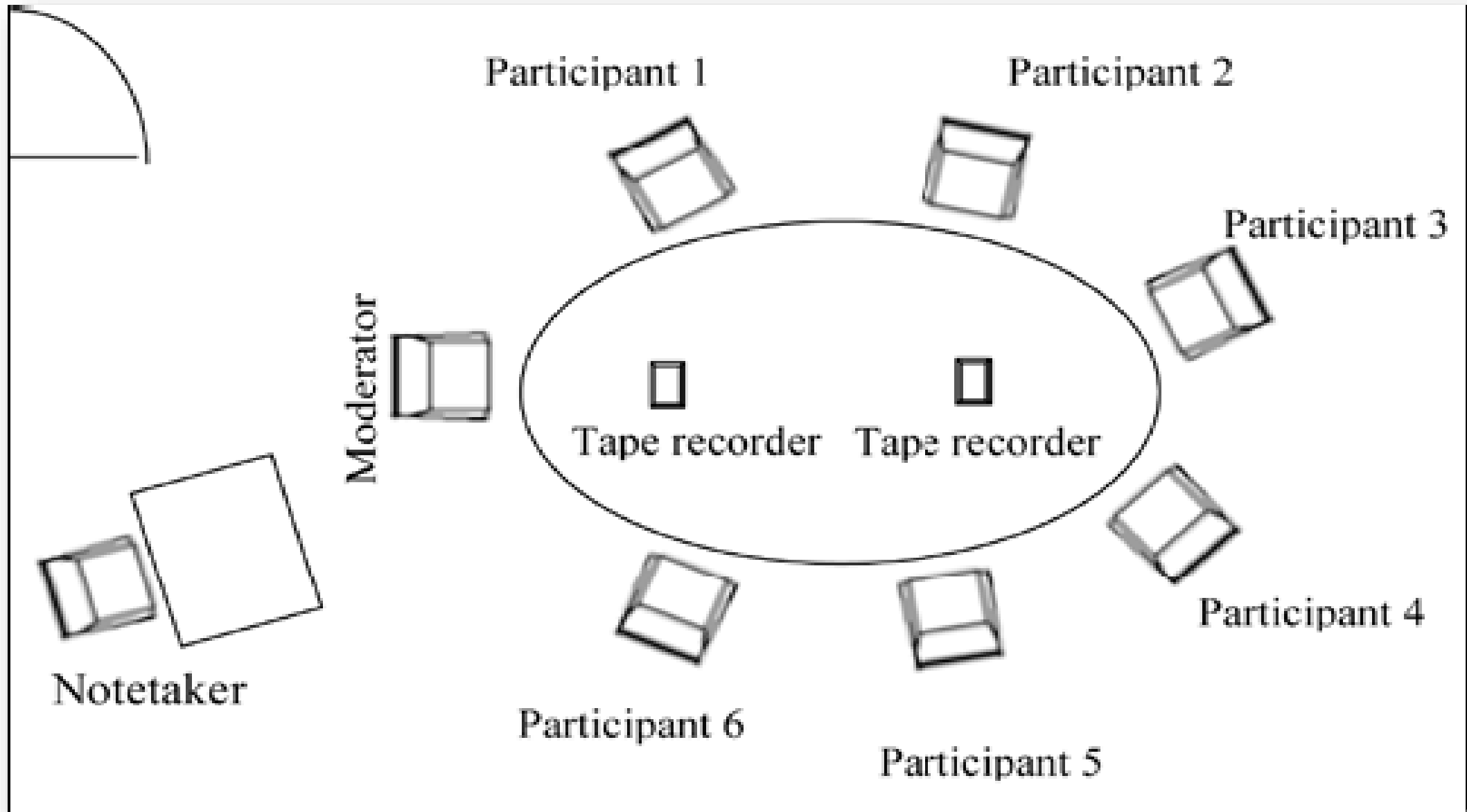
### الف) کم حرف و خجالتی

با نگاهی که حاکی از انتظار برای دریافت پاسخ از جانب وی است با پرسیدن «نظر شما در این باره چیست؟» آن ها را وارد بحث کنید.

### ب) بی علاقه به بحث

متذکر شوید که: حالا که زحمت کشیدید و تشریف آوردید بهتر است با جدیت در بحث شرکت کنید تا ضمن تلف نشدن وقت خود به ما نیز در پیشبرد اهداف تحقیق کمک کنید.

## نحوه نشستن اعضا در FGD





## تحلیل نتایج و ارائه گزارش در FGD

➤ در تحلیل نتایج بحث گروهی متمرکز، واحد تحلیل **گروه** است نه فرد.

هرچند ممکن است حتی در گزارش نهایی به برخی گفته های افراد استناد کنیم، ولی باید به تحلیل مجموعه نظرات شرکت کنندگان به طور کلی پرداخت نه این که یک یک نظرات را تحلیل کنیم.

➤ تحلیل همزمان با جمع آوری اطلاعات.

سبب می شود گرداننده بحث به نقاط قوت و ضعف پی برده و جلسه بعدی را بهتر برگزار کند. مثلا اگر متوجه شد برداشت اکثریت شرکت کنندگان از یک پرسش با آنچه مد نظر وی بوده متفاوت است باید آن را اصلاح کند.

## پرسش هایی که خوب است گرداننده بحث هنگام تحلیل از خود پرسد:

- در چه جاهایی شرکت کنندگان با هم توافق داشتند و در چه جاهایی مخالف هم بودند؟ میزان این مخالفت و موافقت چقدر بود؟
- تاکید صوتی و آوایی بر چه کلماتی داشتند؟
- در چه پرسش هایی معمولا کسی داوطلب پاسخگویی نمی شد؟
- در چه مواقعی از زبان بدن استفاده می کردند؟
- آیا نسبت به هم با ادب و احترام صحبت می کردند؟ نسبت به گرداننده بحث چطور؟

# مزایا و معایب روش بحث گروهی متمرکز



## مزایا :

- ❖ گشوده شدن باب های جدیدی از موضوع را باز می کند که محقق قبلا به آن نیاندیشیده بود.
- ❖ افراد در گروه خودشان را واقعی تر از مصاحبه فردی نشان می دهند و مصاحبه کننده می تواند سوالات بیشتری بپرسد.
- ❖ واکنش افراد نسبت به یکدیگر را نیز می توان سنجید.
- ❖ جمع آوری اطلاعات در زمان کم (صرفه جویی در وقت).
- ❖ چون مصاحبه به جای فرد با گروه انجام می گیرد، ارزان تر است (صرفه جویی در هزینه و زمان).
- ❖ قابلیت انعطاف بیشتر، محرک تفکر، کمک کننده به یادآوری و غنای اطلاعات
- ❖ حاصل جمع و برآیندی از تفکر گروه است.
- ❖ به دلیل تعدد نظرات مطرح شده اعتبار صوری این روش بالاست.

# معایب:

- ❖ کنترل بحث ها و فرایند گروه، کار پیچیده و دشواری است.
- ❖ یکی دو نفر بر بحث و گروه غالب می شوند و دیگران احساس ضعف و ناتوانی می کنند (باید افراد با سطح تحصیلات یکسان انتخاب شوند)
- ❖ گاه مشاجره بین افراد پیش می آید که باعث می شود افراد اطلاعات بیشتری در اختیار بگذارند ولی از لحاظ اخلاقی میدان دادن به مشاجرات صحیح نیست.
- ❖ جمع آوری افراد در زمان و مکان واحد دشوار است.
- ❖ به علت فاصله افراد، صدای ضبط شده ممکن است واضح نباشد (استفاده از میکروفن یقه ای یا رومیزی).
- ❖ این روش همیشه روش مناسبی نیست برای مثال وقتی که محقق کم تجربه است. یا در مورد کودکان که کنترل شان سخت است، یک تسهیل کننده ماهر مورد نیاز است.

## موارد کاربرد بحث گروهی متمرکز

این که چه هنگام می توان از بحث گروهی متمرکز استفاده کرد، به عواملی چون:

□ هدف پژوهش

□ نوع اطلاعات مورد نیاز

□ دسترسی به امکانات (بودجه، زمان، مکان...)

✓ این شیوه در مورد ننگ، تجارب تحریم شده، خشونت، سوء مصرف مواد و ... کارآمد است.

✓ معمولا برای پی بردن به **هنجارهای اجتماعی** در خصوص موضوعی خاص مثل روابط پیش از ازدواج و یا مصرف الکل از بحث گروهی متمرکز استفاده می شود.

✓ به ما کمک می کند که بفهمیم یک گروه از مردم، چرا و چگونه به یک نتیجه می رسند.

## موارد کاربرد بحث گروهی متمرکز

❖ بسیاری از اوقات پیش از یک تحقیق پیمایشی، از بحث گروهی متمرکز استفاده می کنند تا در پرسشنامه پیمایشی سوالاتی طرح شود که بیش ترین داده ها را در زمینه مورد بررسی به دست دهد.

❖ به عنوان مثال می خواهید یک تحقیق پیمایشی با موضوع رفتار های جنسی غیر ایمن انجام دهید. به دلیل حساسیت موضوع امکان طرح هر سوالی در پرسشنامه وجود ندارد. برای درک این مطلب که چه سوالاتی حساسیت زاست و در کل چه سوالاتی مناسب مطرح شدن است، می توانید از بحث گروهی متمرکز استفاده کنید.

# Brain Storming

## طوفان فکری (الکس اس برن ۱۹۸۸)



برانگیختن خلاقیت و تولید ایده های زیاد  
از تجمیع اطلاعات، یک ایده ناب پیدا کنیم.

چهار قاعده اصلی:

✓ تمرکز بر کمیت

✓ اجتناب از انتقاد

✓ استقبال از ایده های غیر معمول

✓ ترکیب و ارتقاء ایده ها



نحوه اجرا (۶ تا ۱۵ نفر):

➤ ثبت موضوع روی تخته و توضیح آن

➤ یادآوری قواعد

➤ ارائه ایده ها به صورت نوبتی

➤ ثبت کلیه ایده ها

➤ مطمئن شدن از اتمام ایده ها

➤ دسته بندی و جمع بندی ایده ها

## تکنیک های مشابه

➤ طوفان فکری معکوس (سوال پرسیدن بر پایه انتقاد. نه اینطور نیست)

➤ روش توهم خلاق (با قدرت توهم و خیال، طور دیگری به مسئله نگاه می کنیم)

➤ طوفان فکری گمنام (قبل از جلسه بدون نام و کتبی نظرات جمع آوری می شوند)

### ➤ تکنیک DOIT

Define

✓ تعریف مسئله

Open mind

✓ پیدا کردن راه حل ها

Identify

✓ انتخاب بهترین راه حل

Transfer

✓ تبدیل آن به راه حل اجرایی

# Nominal group Technique

# گروه اسمی

ابزار ساختاری برای اتفاق نظر گروه درباره مسئله مشخص

Issue	Paul	Mary	Peter	Total
Inadequate training	5	2	5	12
Unclear standards	3	6	3	12
Poor materials	2	3	1	6
High turnover	1	1	2	4
Inefficient processes	4	5	6	15
Hidden agendas	6	4	4	14



## مراحل گروه اسمی:

- ❑ موضوع به صورت کتبی به اعضا داده می شود
- ❑ هر یک از اعضا به نوبت یک ایده به گروه ارائه می دهد
- ❑ ایده های ثبت شده به بحث گذاشته می شود
- ❑ هر یک از اعضا به صورت مخفیانه و مستقل به ایده ها نمره می دهد
- ❑ تصمیم گروه آن ایده ای است که بیشترین نمره را آورده است

## Group passing

## پاس کردن گروهی

✓ افراد دور میز به شکی دایره می نشینند

✓ یک نفر یک ایده روی کاغذ می نویسد و به نفر بعدی می دهد

✓ نفر بعدی هم با توجه به آن ایده یک ایده می نویسد و به نفر بعدی می دهد

✓ نفر بعدی هم ایده ها را می خواند و با توجه به آنها نظر خود را می نویسد

✓ تا دوباره به نفر اول می رسد

✓ آن ایده نهایی است

✓ این روش در سکوت اجرا می شود و ساده است

- این واژه از کلمه یونان قدیم به نام پیشگوی دلفی (Delphi) گرفته شده است.
- راند (RAND) روش دلفی را در دهه ۱۹۵۰ توسعه داد و اصل تأثیر فناوری بر جنگ را پیش‌بینی می‌کرد.
- رویکرد یا روشی **نظام مند** یا ساختار یافته در تحقیق برای استخراج نظرات یک گروه از **متخصصان** در مورد یک موضوع یا یک سوال و رسیدن به **اجماع برای تصمیم‌گیری**
- رسیدن به اجماع گروهی از طریق یکسری راندهای پرسشنامه‌ای با حفظ گمنامی پاسخ‌دهندگان
- **منظور از اجماع:** رسیدن به اتفاق نظر راجع به یک پدیده یا تلاش برای مشخص کردن تفاوت‌ها

## روش دلفی چگونه انجام می شود؟

گام ۱: انتخاب یک مجری

✓ مرحله اولیه روش دلفی انتخاب راهنما است.

✓ پیشنهاد می شود این کار را خودتان انجام دهید یا فرد بی طرفی را پیدا کنید. شخصی

که از تحقیقات و جمع آوری دادهها اطلاع داشته باشد.

## گام ۲ : شناسایی متخصصان خود

- ✓ موفقیت روش دلفی شما به هیئت متخصصین بستگی دارد (۱۵ تا ۲۰ نفر)
- ✓ ویژگی شرکت کنندگان: دانش و تجربه، زمان کافی، تمایل، مهارت ارتباطی

## گام ۳ : تعریف مسئله

- ✓ تعریف مسئله‌ای است که شما می‌خواهید از طریق روش دلفی حل کنید.
- ✓ متخصصان باید درک کنند که در مورد چه موضوعی قرار است اظهار نظر کنند.



## گام ۴ : دور اول سوالات را پیرسید

✓ در دور اول، باید سوالات کلی را مطرح کنید تا درک گسترده‌ای از دیدگاه متخصصان در مورد رویدادهای آینده داشته باشید.

✓ سوالات ممکن است بصورت نظرسنجی انجام شود.

✓ سپس، پاسخ‌ها را جمع‌آوری کنید و رؤوس مطالب را شرح دهید، هرگونه نظرات فرعی را بیرون رانده و به دنبال دیدگاه‌های اصلی متخصصان باشید.

**مثال:** نیازهای دوران بلوغ نوجوانان چیست؟

## گام ۵ : دور دوم سوالات را بپرسید

✓ با توجه به پاسخ های دور اول، سوالات باید توضیح بیشتری در مورد موضوع بخواهند تا مسائل را بتوانند بهتر توضیح دهند.

✓ این سوالات نیز به صورت نظرسنجی یا بررسی ارائه شوند.

✓ سپس باید نتایج را جمع‌آوری کنید، معیارهای غیر مهم را تفکیک کرده و پاسخ‌های مشترک را جستجو کنید. برای حذف معیارهای غیر مهم در طیف لیکرت ۵ تایی، در صورتیکه میانگین شاخصی زیر ۳ باشد آن شاخص حذف می‌گردد.

**مثال:** خواهشمند است نسبت به اهمیت موضوعات زیر درباره نیازهای بلوغ نوجوانان، اعلام نظر فرمایید.

## گام ۶ : دور سوم سوالات را برسید

✓انتظار می‌رود که آخرین دور از سوالات، مرحله تصمیم‌گیری اساسی باشد.

✓باید بر روی نقاط تفاهم تمرکز کنید و باید مجدداً شاخص‌ها، غربالگری شوند.

✓به نکاتی توجه کنید که همه متخصصان در آن متمرکز شده‌اند. در صورت نیاز، ممکن

است برای دور دیگری از سوالات بروید تا به توافق نزدیکتر برسید.

✓مثال: خواهشمند است بازبینی و مرور فرمائید و نظر نهایی خود را اعلام نمایید

گام ۷ : براساس یافته‌های خود عمل کنید

✓ در مرحله آخر روش دلفی وقتی همه دوره‌های مختلف سوالات شما به پایان رسید، انتظار می‌رود که متخصصان شما به توافق برسند و شما یک چشم‌انداز آتی برای آن رویداد خواهید داشت.

## انواع دلفی:

✓ **سنتی یا کلاسیک** برای اجماع صاحب نظران. **متداولترین دلفی**

✓ **سیاسی** برای پی بردن به دیدگاه های مخالف

✓ **عددی** این نوع دلفی برآوردهای عددی تاریخ ها، مقادیر یا ارزش ها را استخراج می کند. برای مثال اینکه

جمعیت جهان در سال ۲۱۰۰ چه قدر و چگونه است؟ و یا در چه سالی انسان خواهد توانست به مریخ سفر کند؟

✓ **تاریخی** هدف آزمون نظام دار از دیدگاه های فیلسوفان در گذشته است. مثل علل بررسی جرم و جنایت در

گذشته

✓ **تصمیم گیری** برای دستیابی به تصمیمات مشترک