

تحقیق زمینه‌یابی

تعریف: تحقیق زمینه‌یابی عبارتست از مشاهده پدیده‌ها به منظور معنا دادن به جنبه‌های مختلف اطلاعات جمع‌آوری شده. این تحقیق از ۲ مرحله تشکیل شده است:

۱- مشاهده دقیق و نزدیک پارامترهای مورد پژوهش

۲- جمع‌آوری اطلاعات و معنا دادن به آنچه که مورد مشاهده قرار گرفته است.

به عبارت دقیق‌تر، زمینه‌یابی یک فرآیند پژوهشی است که به منظور جمع‌آوری اطلاعات درباره این موضوعات که گروهی از مردم چه می‌دانند، چه فکر می‌کنند یا چه کاری انجام می‌دهند اجرا می‌شوند. منظور از چه می‌دانند این است که مردم چه اطلاعاتی را در زمینه یک هدف یا یک موضوع پدید آورده‌اند. مراد از فکر کردن این است که عقاید، نگرش‌ها، ارزش‌ها و باورهای مردم چه هستند. زمینه‌یابی نباید برای جمع‌آوری اطلاعات از منابع موجود به کار برده شود بلکه این فرآیند پژوهشی‌ای است که اظهارات مردم را درباره اینکه چه می‌دانند و چه فکر می‌کنند اندازه‌گیری می‌کند.

اهداف تحقیق زمینه‌یابی

۱- توصیف (description): معمولاً تحقیق زمینه‌یابی به منظور کشف واقعیت‌های موجود یا آنچه که هست انجام می‌شود به عبارت دیگر این روش پژوهش به منظور توصیف یک جامعه تحقیقی در زمینه توزیع یک پدیده معین انجام می‌شود به همین دلیل محقق در مورد علت وجودی توزیع بحث نمی‌کند بلکه تنها به چگونگی آن در جامعه مورد پژوهش می‌پردازد و آن را توصیف می‌کند. برای مثال مرکز آمار، توزیع سن و جنس را در کشور، وزارت کشور درصد آراء مردم در انتخابات یا وزارت کار میزان بیکاری را در بین کارگران نشان می‌دهند و این توزیع را در نقاط مختلف کشور توصیف می‌کند. که توصیف می‌تواند در سطح جامعه، با انجام سرشماری یا در سطح نمونه و تعمیم آن به جامعه از طریق نمونه‌گیری انجام گیرد.

۲- تبیین (explanation): گرچه قالب تحقیقات زمینه‌یابی دارای هدف توصیفی هستند اما برخی از آنها هدف تبیین هم دارند به عنوان مثال در نمونه‌گیری رأی دهندگان انتخاباتی می‌توان تبیین کرد که چرا برخی از رأی دهندگان یکی از کاندیداها را بر بقیه ترجیح داده‌اند یا در مثال آمارگیری بیکاری، محقق می‌تواند بر این مسأله که چرا برخی کارگران، کار پیدا کرده‌اند و عده‌ی دیگر هنوز بیکارند تأکید نماید. تبیین عبارتست از برقراری رابطه درونی بین متغیرهای مختلف، اما چگونه می‌توان به طور عینی این رابطه را برقرار کرد؛ این فرآیند از طریق استدلال استقرایی و آزمون نتایج نظریه‌ها، میسر است.

۳- کشف (exploration): هنگامی که پژوهشگر بخواهد موضوع خاصی را مورد پژوهش قرار دهد می‌تواند از روش‌های زمینه‌یابی به عنوان یک تدبیر پژوهشی استفاده نماید.

مقدمه

در پژوهش‌هایی که از پرسشنامه استفاده می‌شود اعضا نمونه یا جامعه با پر کردن پرسشنامه و بازگرداندن آن به پژوهشگر در مصاحبه‌ای که خود آن را بر عهده داشته‌اند شرکت می‌کنند؛ به‌همین دلیل سؤال‌ها و راهنمایی‌های مربوط به آن باید به اندازه کافی روشن و قابل فهم باشد تا پاسخگو نقش مصاحبه‌کننده را نیز اجرا کند این‌گونه پرسشنامه‌ها را نیز می‌توان در محل‌های موردنظر مثل منازل و محل کار اشخاص و اماکن عمومی مثل مراکز خرید و تفریحی و در بین اعضای گروه‌های موردنظر مثل دانشجویان و پرسنل ارتش و ... توزیع نمود از آنجا که پرسشنامه جنبه **خود اجرایی** دارد باید به شیوه‌ای نوشته یا بیان شود که بتواند افراد موردنظر را مشارکت ترغیب کند. دستورالعمل، سؤال‌ها و راهنمایی آن باید به‌گونه‌ای طرح شود که افراد موردنظر را به ادامه همکاری و برگرداندن پرسشنامه علاقه مند نماید؛ این امر به خاطر عدم حضور مصاحبه‌گر واقعی برای توضیح بیشتر و تشویق پاسخ‌دهنده است.

مراحل اجرای زمینه‌یابی پرسشنامه‌ای

الف) هدف: اولین قدم در اجرای زمینه‌یابی پرسشنامه تهیه فهرستی از هدف‌هایی است که پژوهشگر قصد دارد به کمک پرسشنامه به آنها برسد؛ تهیه و تنظیم پرسشنامه قبل از داشتن درک روشنی از آنچه که باید حاصل شود تقریباً ناممکن است. تا زمانی که به شکل دقیق روشن نکنیم که به چه نوع اطلاعاتی نیاز داریم، با این اطلاعات چه کارهایی می‌توانیم انجام دهیم و چگونه هر سؤالی در پرسشنامه در رسیدن به این هدف به ما کمک می‌کند قادر به تهیه یک پرسشنامه مناسب به سؤال تحقیقی خود نخواهیم بود. در تهیه هدف‌های پرسشنامه لازم است که روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعاتی که از اجرای پرسشنامه جمع‌آوری می‌شوند مورد توجه قرار گیرند.

ب) بیان مسأله: هدف زمینه‌یابی پرسشنامه‌ای توصیف رفتار، طرز تفکر، احساس ویژه یا آزمون رابطه بین دو یا چند متغیر است. برای مثال پژوهشگر ممکن است به توصیف موارد زیر علاقه‌مند باشد. احساس مردم نسبت به مجازات اعدام برای قاچاق مواد مضر چگونه است؟ چه مقداری اقدام به قاچاق مواد مخدر کرده‌اند؟ چه مقداری از خانواده خرید کالای معین را در نظر دارند؟ در انتخابات آینده مردم به چه کسی رأی خواهد آورد؟ طرز تفکر کارکنان دولت نسبت به مشاغل چگونه است؟ پژوهشگر ممکن است به آزمون رابطه دو یا چند متغیر علاقه‌مند باشد برای مثال همبستگی بین اعتماد به نفس و موفقیت شغلی یا رابطه بین سطح درآمد و رضایت شغلی.

ج) تعیین جامعه و انتخاب نمونه: تعیین جامعه در بیشتر موارد در نکاتی همچون اهمیت موضوع، قابلیت تعمیم‌پذیری، علاقه پژوهشگر و منابع اطلاعاتی مبتنی است جامعه موردنظر، شهرک، شهر، استان، کشور، منطقه آموزشی واحد نظامی یا زیر گروهی از واحدهای ذکر شده نظیر گروه‌های قومی، مذهبی، سنی و شغلی باشد به‌علت وسعت زیاد جامعه موردنظر، همیشه مطالعه تمام آن مقدور نیست بعلاوه برای توصیف ویژگی‌های جامعه موردنظر و آزمون فرضیه در مورد آن نیازی به مطالعه تمام اعضای جامعه نیست. در عوض به انتخاب نمونه‌ای از اعضای جامعه که معرف و نماینده واقعی آن باشند اقدام می‌شود.

تنظیم پرسشنامه

بیشتر پرسشنامه‌ها حاوی مطالبی هستند که به منظور اندازه‌گیری متغیرهای وابسته و مستقل و ویژگی‌های موردنیاز تهیه و تدوین می‌شود دستورالعمل‌هایی که در تنظیم پرسشنامه الزامی هستند به شرح ذیل است:

۱. سؤال‌های پرسشنامه باید ساده، روشن و دقیق باشند؛ زیرا هنگام پاسخگویی به آنها کسی جهت تعریف و توضیح حضور ندارد.
۲. سؤالات پرسشنامه باید به صورت پاسخ بسته نوشته شود و بهتر است تعداد سؤال‌های پاسخ باز به حداقل ممکن برسد، امکان دارد پاسخ‌هایی که به سؤالات باز داده می‌شود ناتمام و بی‌ربط باشند. ناخوانایی، غلط املائی و تفسیر پاسخ‌های باز از دیگر مشکلات سؤال‌های پاسخ باز می‌باشند.

۳. به صورت اضافی و به خاطر جلوگیری از اشتباه از سؤالات گزیده استفاده می‌شود. سؤال‌های گزیده به پرسش‌هایی گفته می‌شوند که گروه معینی از پاسخ‌دهندگان به آن پاسخ می‌دهند. برای مثال با مطرح کردن سؤالی درباره وضعیت تأهل در پرسشنامه می‌توان پاسخ‌دهندگان متأهل را شناسایی کرد و سپس پرسش‌های مربوط به فرزند، یا فرزندان، همسر و سایر موارد را مطرح نمود. هر سؤال گزیده به راهنمایی خاص خود نیاز دارد.

۴. سؤال‌های مربوط به گذشته را در یک محدوده زمانی مشخص مطرح کنید در صورتی که قصد دارید درباره رفتار گذشته افراد اطلاعاتی کسب کنید، زمان مورد نظر را مشخص کنید. برای مثال این سؤال که چند بار مرتکب تخلفات رانندگی شده‌اید بسیار مهم است. عدم وجود محدوده زمانی مشخص در چنین سؤال‌هایی موجب می‌شود که افراد پاسخ‌های خود را به زمان‌های متفاوت نسبت دهند. لذا اطلاعاتی که در این‌گونه موارد بدست می‌آید در بهترین حالات فاقد انسجام خواهند بود و در بدترین شرایط به قدری مبهم‌اند که نمی‌توان بر اساس آنها دست به تحلیل زد. در محدوده‌ای زمانی که چنین سؤال‌هایی به کار می‌روند به صورت زیر باید عمل شود که به صورت عبارت‌هایی همچون: در ۵ سال گذشته، در یک سال گذشته، در یک ماه گذشته و یا اینکه اساساً سؤال کرد چه موقع برای اندازه‌گیری تعداد دفعاتی که رفتار افراد در آن ارتباط انجام شده است، اغلب محدوده زمانی کوتاه‌تر مناسب است زیرا پاسخ‌دهندگان نمی‌توانند وقوع رفتارهای خود را در زمان‌های طولانی به یاد آورند.

۵. برای سؤال‌های حساس چارچوب مناسبی فراهم سازید گاهی اوقات پرسش‌هایی مطرح می‌شوند که ممکن است مغایر عقیده، باور، نگرش و مکاتب فکری باشند.

۶. تعدادی از سؤال‌های پرسشنامه را به ویژگی‌های فردی و جمعیتی اختصاص دهید. این نوع سؤال‌ها که بر ویژگی‌هایی فردی تأکید دارند در قالب پرسشنامه‌ها مطرح می‌شود این پرسش‌ها از مواردی به این شرح تشکیل شده‌اند: سن، جنس، وضعیت تأهل، قوم و نژاد، تحصیلات، شغل، درآمد و گاهی اوقات مذهب، نوع مالکیت محل مسکونی، ترکیب خانوادگی.

۷. سؤال‌های پرسشنامه باید یکی از جنبه‌های هدف و یا فرضیه صورت‌بندی شده را اندازه‌گیری کند به منظور تهیه و تنظیم پرسشنامه‌ای مناسب باید هر یک از سؤال‌های پرسشنامه هدفی را اندازه‌گیری کند؛ به عبارت دیگر سؤال باید به شیوه‌ای تنظیم شود که به کمک آنها بتوان اطلاعات لازم برای پاسخ دادن به سؤال‌های تحقیق یا آزمون فرضیه‌های صورت‌بندی شده جمع‌آوری کرد.

۸. سؤال‌های پرسشنامه را با توجه به موضوع پژوهش در ارتباط با خصوصیت جامعه‌ای که پرسشنامه در آن اجرا می‌شود تعیین کنید. نظم و ترتیبی که سؤال‌های پرسشنامه بر اساس آن طرح می‌شود متفاوت است. ولی در اینکه جای هر سؤالی کجا باشد اتفاق نظری وجود ندارد. بعضی ترجیح می‌دهند که نکات مربوط به ویژگی‌های فردی و خانوادگی در ابتدای پرسشنامه و سؤال‌های حساس در آخر آورده شود و برخی عکس این عمل را انجام می‌دهند در واقع این پژوهشگر است که باید با توجه به بینشی که در مورد موضوع و جامعه‌ی پژوهشی خود دارد جای هر سؤال یا نظم و ترتیب آنها را تعیین نماید. چنانچه موضوع اهمیت قابل توجهی داشته باشد بهترین شیوه آن است که پرسش‌های مربوط به موضوع اصلی را در ابتدا بیاوریم تا بالاترین نسبت پاسخ‌دهی بدست آید.

۹. صفحه اول پرسشنامه بایست مربوط به نحوه پاسخگویی به سؤال‌ها باشد.

بررسی مقدماتی پرسشنامه

لازم است پیش‌نویس پرسشنامه قبل از اینکه به صورت نهایی تهیه و تنظیم شود چندین بار و از دیدگاه‌های مختلف بررسی شود. "دیلی من" پیشنهاد می‌کند که پرسشنامه قبل از اجرا به صورت آزمایشی برای سه گروه زیر اجرا گردد:

۱- گروهی از افراد جامعه که قصد دارید که یافته‌های پژوهش را به آنها تعمیم دهید.

۲- کسانی که نتایج بررسی بوسیله آنها مورد استفاده قرار می‌گیرند مانند نهادهای اجرایی، مدیران سازمان‌ها و ...

۳- صاحب‌نظران و متخصصانی که در تهیه و تنظیم پرسشنامه تبحر و تجربه دارند.

تذکر: برای ارزیابی پایایی (قابلیت اعتماد Reliability) پرسشنامه، ضریب α کرونباخ باید محاسبه شود برای ارزیابی روایی (اعتبار validity) پرسشنامه اقدام به عرضه پرسشنامه به چندین صاحب‌نظر و ارزیابی تطابق نظرات آنها می‌شود.

محدوده مقادیر α : $0.7 < \alpha < 1$ عالی، $0.4 < \alpha < 0.7$ خوب و کمتر از 0.4 ضعیف

روش محاسبه آلفای کرونباخ

یکی از روش‌های محاسبه اعتبار و اعتماد علمی پرسشنامه‌ها محاسبه "آلفای کرونباخ" است. محاسبه این شاخص با استفاده از رابطه زیر امکانپذیر خواهد بود. در این رابطه k تعداد پرسش‌ها و S_i انحراف معیار امتیاز پرسش i -ام و \bar{I} ام و سیگما انحراف معیار امتیاز کل پرسش‌ها است. هرچه این شاخص به ۱ نزدیکتر شود به معنی همبستگی درونی بالاتر و همگن‌تر بودن پرسش‌ها خواهد بود. بدیهی است در صورت پایین بودن مقدار آلفا بایستی بررسی نمود که با حذف کدام پرسش‌ها مقدار آن افزایش خواهد یافت.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{\sigma^2} \right]$$

طرح پرسشنامه

توصیه‌های زیر که بر اساس تجربه و تحقیق بدست آمده‌اند در تهیه و تنظیم پرسشنامه به شما کمک می‌کند:

۱/ پرسشنامه را جذاب کنید. یکی از راه‌های رسیدن به این هدف چاپ پرسشنامه است.

۲/ پرسشنامه را صفحه‌بندی کنید.

۳/ سؤال‌های پرسشنامه را تا حد ممکن به شکل ساده طرح کنید به نحوی که به پاسخگویی به آنها آسان باشد.

۴/ در ابتدا و انتهای پرسشنامه، نام و نام‌خانوادگی و آدرسی را که پرسشنامه به آنجا فرستاده شود ذکر کنید.

۵/ نحوه پاسخگویی به سؤال‌ها را خیلی ساده و با حروف درشت ذکر کنید.

۶/ در ابتدای هر نوع سؤال یک مثال مطرح و نحوه پاسخگویی به آن را مشخص کنید.

۷/ سؤال‌های پرسشنامه را بر اساس نظم منطقی مطرح کنید.

۸/ در ابتدای پرسشنامه سؤال‌هایی را مطرح کنید که جالب هستند.

۹/ در پرسشنامه‌هایی که خیلی طولانی هستند سؤالات مهم را در آخر پرسشنامه نیارید.

۱۰/ از به کار بردن کلماتی که پاسخ‌دهندگان نسبت به آنها حساس هستند خودداری نمایید.

۱۱/ در هر سؤال اطلاعات به طور کامل بیان کنید به نحوی که سؤال برای پاسخ دهنده معنی دار باشد.

۱۲/ طول پرسشنامه بر دقت پاسخگویی تأثیر دارد بنابراین در صورت امکان پرسشنامه را مختصر مطرح کنید به عبارت دیگر در

پرسشنامه فقط سؤال‌هایی را مطرح کنید که در جهت رسیدن به هدف‌های پژوهش مورد نیاز هستند.

اجرای پرسشنامه

پس از تدوین پرسشنامه نخستین مرحله گردآوری اطلاعات، تعیین چگونگی توزیع و جمع‌آوری آن است برای این کار دو

روش متداول است:

۱. تحویل پرسشنامه‌ها به پاسخ‌دهندگان به صورت مستقیم

۲. پست کردن پرسشنامه‌ها.

چنانکه پاسخ‌دهندگان نزدیک به یکدیگر زندگی می‌کنند به نظر می‌رسد که تحویل پرسشنامه به صورت مستقیم، سریع‌تر و

ارزان‌تر است لیکن در شرایطی که پاسخ‌دهندگان در یک منطقه وسیع جغرافیایی پراکنده باشند بررسی به صورت پستی بسیار

مناسب‌تر است.