

www.salampnu.com

سایت مرجع دانشجوی پیام نور

- ✓ نمونه سوالات پیام نور : بیش از ۱۱۰ هزار نمونه سوال همراه با پاسخنامه
- تستی و تشریحی
- ✓ کتاب ، جزوه و خلاصه دروس
- ✓ برنامه امتحانات
- ✓ منابع و لیست دروس هر ترم
- ✓ دانلود کاملاً رایگان بیش از ۱۴۰ هزار فایل مختص دانشجویان پیام نور

www.salampnu.com



به نام خدا

تکنیکهای خاص تحقیق

رشته علوم اجتماعی

سه واحد درسی

نام منبع و مولف : تکنیکهای خاص تحقیق در علوم اجتماعی ، فرامرز رفیع پور، شرکت سهامی
انتشار، 1382

علی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام
نور مرکز گیلانغرب



جایگاه درس

درس تکنیکهای خاص تحقیق در علوم اجتماعی از دروس تخصصی الزامی رشته علوم اجتماعی گرایش پژوهشگری می باشد



تکنیکهای خاص تحقیق

■ عناوین درس:

- مقدمه
- تکنیکهای خاص تحقیق در علوم اجتماعی
- آمار
- مطلعین کلیدی
- بحث گروهی
- محدودیت تکنیک پرس و جو
- مشاهده
- تحلیل محتوا
- آزمایش
- سوسیو متری



تکنیکهای خاص تحقیق ؛ بخش اول

مقدمه

■ فرایند تحقیق

■ ضرورت و محدودیتهای تحقیق



تکنیکهای خاص تحقیق؛ مقدمه

مقدمه

فرایند تحقیق

- دو انگیزه مهم جهت علاقه به شناخت :
- یکی نیاز و یافتن راه حل های مناسب برای رفع **نیاز**
- دیگری **کنجکاوی** .



فرایند تحقیق

- در ابتدا بیشتر روشهای **قیاسی** (*deductive*) معمول بودند که طی آن دانشمندان (به علت نداشتن یا ندانستن روشهای تجربی در حد امروز) از اطلاعات، دانش و تئوریهای موجود و کلی خود، علل مسائل جزئی پیش آمده را اشتقاق می کردند.



فرایند تحقیق

- بعد از دوره رنسانس به تدریج روشهای **استقرائی** (*inductive*) رشد کردند. پیروان این دو روش مدتی بر سر آنکه کدام روش انسان را به واقعیت ها نزدیکتر می کند، در جدال بودند.



ادامه فرایند تحقیق

هر یک از روشهای استقرایی و قیاسی به نوبه خود دارای جنبه های مثبت و منفی بودند. لذا در نتیجه این جدال روشی، دانشمندان بر سر یک روش معقول تر به نام « **منطق تحقیق نوین** » به توافق رسیدند. بر این اساس می بایست در هر تحقیق از هر دو روش استفاده نمودند .



مرحله اول فرایند تحقیق

در مرحله اول بعد از کشف یا طرح مسئله، ابتدا باید با استفاده از روشهای قیاسی، جایگاه آن مسئله در نظام فکری - تئوریک و نظریات موجود دانشمندان مختلف تعیین شود.



مرحله اول فرایند تحقیق

در مرحله اول شناخت :

- مشخص نمودن ابعاد مسئله
- یافتن علل احتمالی پیدایش آن مسئله، یا به عبارت دیگر متغیرهای تاثیر گذار بر روی پیدایش آن مسئله و همچنین
- پیامدهای مسئله



ادامه مرحله اول تحقیق

- مرحله اول از کنکاش تئوریکی و نظری به گونه دیگری نیز بیان می شود:
- اول ما یک مسئله داریم ، یعنی یک متغیری که پیدایش آن به علل یا متغیرهای دیگر وابسته است.



مرحله اول فرایند تحقیق

- علل احتمالی این مسئله از تئوریه‌ها اشتقاق می‌شوند. این علل را نیز اصطلاحاً « **متغیرهای مستقل** » می‌نامند.
- متغیرهای مستقل متغیرهایی هستند که در تحقیق مورد نظر مستقلاً بر روی مسئله یا متغیر وابسته تاثیر دارد یا می‌تواند تاثیر داشته باشد.



ادامه مرحله اول تحقیق

■ رابطه هر متغیر مستقل اشتقاق شده از تئوریهها، بر روی متغیر اصلی وابسته یعنی بر روی مسئله، یک فرضیه است که باید در مرحله بعد اثبات شود.

■ **فرضیه = متغیر مستقل X (علت) --- < متغیر وابسته Y**
(معلول)



مرحله دوم فرایند تحقیق

- در مرحله دوم متغیرهای فرضیه ها، یعنی هم مسئله مورد بررسی و هم علل آن با روشهای مختلف استقرائی (*inductive*) و تجربی **تعریف عملی** می شوند و به معرفها و واحدهای قابل سنجش برگردانده و بررسی می شوند. در این مرحله از **روشهای تجربی** و استقرائی استفاده می شود.



ادامه مرحله دوم تحقیق

- تعریف عملی نسبت به هر مسئله و هر محیط خاص با شرایط مختص خود، روشها و تکنیک های خاص مناسب آن مسئله و شرایط آن را لازم دارد.



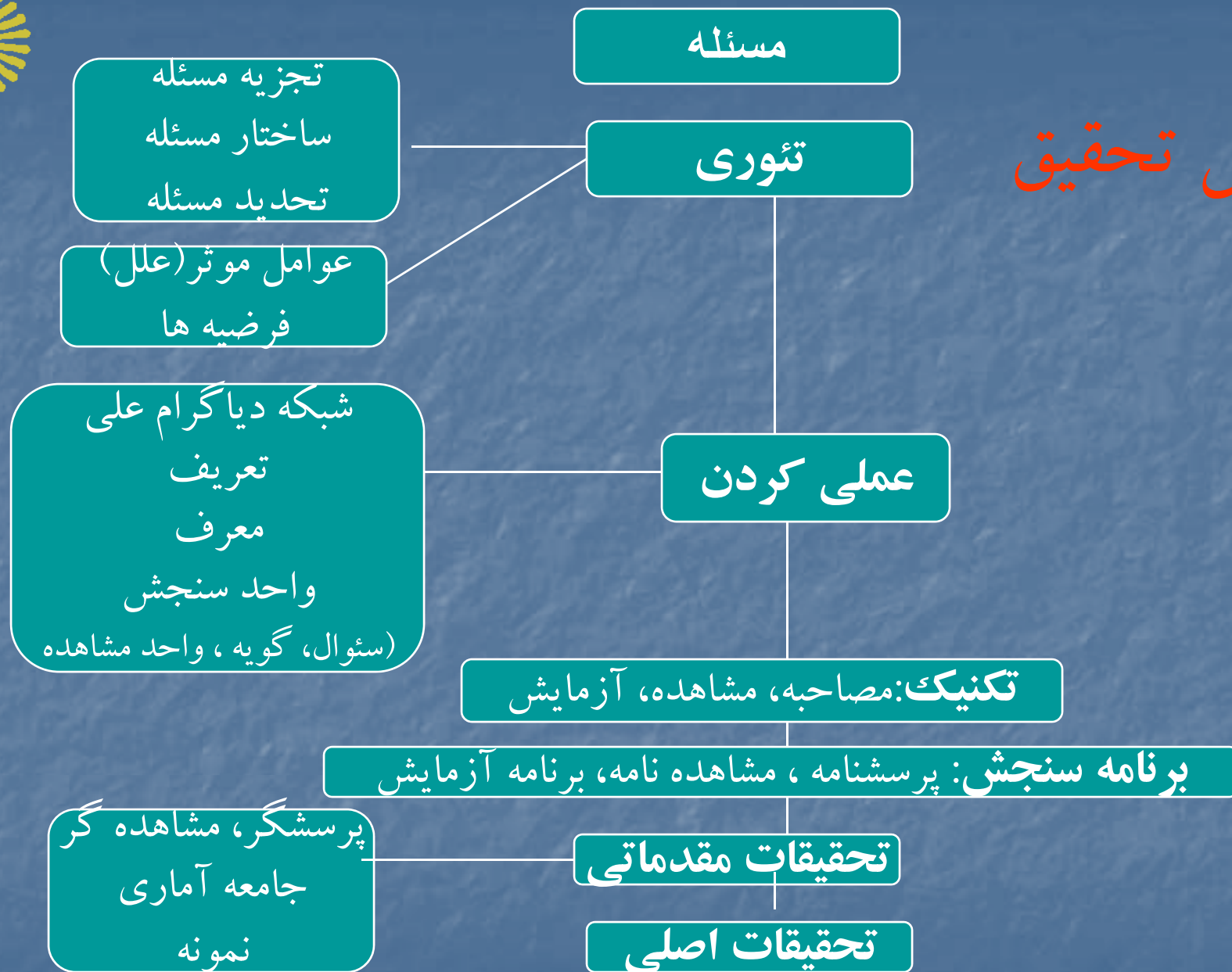
محدودیت منطق نوین تحقیق

محدودیت منطق نوین تحقیق

- این انتظار منطق علم نوین مبنی بر اشتقاق مسائل از تئوریه‌ها و یا کمک تئوریه‌ها به کشف و تبیین مسائل در بسیاری از مواقع، بالاخص در جهان سوم مقدور نیست.
- زیرا این دانشمندان عموماً در حین عمل، یعنی در محیط‌های عملی با تعداد قابل توجهی از مسائل مواجه می‌شوند که تازه بعد از آن باید برای آنها چهارچوب و مدل نظری درست کنند.



مراحل تحقیق





انواع تکنیکهای تحقیق

- آمار
- مطلعین کلیدی
- بحث گروهی
- پرس و جو
- تکنیک دلفی
- مشاهده
- تحلیل محتوا
- آزمایش
- سوسیومتری



تکنیک آمار

■ آمار (*statistics*)

- آسان ترین و کم هزینه ترین روش انست که ما به عنوان محقق اصلا وارد يك تحقيق عملي نشویم و با اطلاعات آماری موجود نیاز بخود را برطرف کنیم.



ادامه تکنیک آمار

■ با مطالعه مقالات امریکایی در مجله *American Sociological Review* متوجه می شویم که تحقیقات بیشتر دانشمندان امریکائی در این مجله؛ تحقیقاتی نیستند که خود آنها شخصاً انجام داده باشند



ادامه تکنیک آمار

آمارهای موجود در ایران بیشتر در سه زمان متمرکز هستند:

1- مرکز آمار ایران

2- بانک مرکزی

3- سازمان مدیریت و برنامه ریزی.



محدودیت تکنیک آمار

دلایل عدم به تکنیک آمار

- مسئولین رده بالای کشورهای جهان سوم مایل نیستند که عدم کارایی و ناتوانی آنها در اداره امور کشور بر ملا شود. لذا آنها در مورد آماری که بیانگر کارایی و توان مدیریت آنها است، از سازمان های مربوط انتظار دارند که ارقام مورد انتظار و تایید آنها را ارائه دهند.



محدودیت تکنیک آمار

- اخیراً در پی جمع آوری اطلاعات در مورد ضریب جینی و دیگر اطلاعات آماری، وقتی ما این آمارها را در کنار هم قرار دادیم، به نظر می رسد که این اطلاعات به قدری دستکاری و در هم ریخته شده اند که کسی نتواند از آن استفاده نماید .



تکنیک مطلعین کلیدی

■ مطلعین کلیدی (*key- Informant*)

تکنیک نسبتاً کم هزینه استفاده از اطلاعات افراد « مطلع کلیدی» (*key- Informant*) در یک محیط است. از این طریق هم ما اطلاعات نسبتاً کامل تر و جمع تر به دست می آوریم و هم برای این هدف، زمان کمتری صرف می کنیم.



محدودیت تکنیک مطلعین کلیدی

- از یک طرف این خطر وجود دارد که شخص مطلع کلیدی ، وضعیت را به گونه ای توصیف کند که نهایتاً برای شخص او امید و احتمال افزایش منافع و یا کاهش مضرات وجود داشته باشد.
- از طرف دیگر اطلاعات یک شخص مطلع کلیدی نباید بیش از حد ارزیابی شود.



بخش سوم : تکنیک بحث گروهی

- تعریف
- اهداف بحث
- شرایط بحث
- مدیریت بحث
- طرز کار در بحث گروهی
- کاربرد و محدودیت بحث گروهی



تکنیک بحث گروهی

بحث گروهی (Group – Discussion)

- فایده این تکنیک آنست که افراد پاسخگو در یک محیط جمع می شوند و محقق نیاز ندارد محل زندگی تک تک آنها را جستجو و به آنها مراجعه نماید، برای هر یک خودش را معرفی کند و از تک تک آنها سوالات را بپرسد.



ادامه بحث گروهی

تعریف

منظور از بحث، یک صحبت بین چندین شرکت کننده بر سر یک موضوع است که طی آن شرکت کنندگان هر یک نقطه نظرهای مختلفی درباره آن موضوع دارند و مطرح می کنند.



ادامه بحث گروهی

- باید توجه داشت که :
- « بحث » یک **جدل نیست** که طی آن یک نفر « حق » داشته باشد و دیگری « ناحق »
- بحث یک **مسابقه نیست** که طی آن افراد بازنده و برنده شوند.
- بحث یک **مناظره نیست** که افراد با تمام ابزار ممکن نظراتشان را به دیگران بقبولانند یا تحمیل کنند و یا بر دیگری تفوق بیابند.
- بحث درباره **افراد نیست**، درباره یک موضوع است.



اهداف بحث

اهداف بحث

- بحث، یک صحبت بی برنامه و هر دمبیل و یا از هر چمن گلی نیست.
- بحث معمولا دو هدف را دنبال می کند: یکی موضوع و دیگری شرکت کنندگان را.
- تا آنجا که به موضوع مربوط می شود، توسط بحث، هدف روشن کردن تمام بخشها و ابعاد و
- رویهم گذاشتن و جمع کردن نظرات در این زمینه است و
- یافتن آنکه هر یک از ابعاد دارای چه وزن و اهمیتی هستند.



ادامه اهداف بحث

از طریق بحث مشخص شود که :

- ساختار آن موضوع علل و پیامدهای آن چیست و چرا؟
- باید هر شرکت کننده، این احساس را به دست آورد که
- در نتایج حاصل سهم بوده است و
- بیاموزد که چگونه می تواند با دیگران ارتباط برقرار و تبادل نظر کرد و از آن طریق به نتایج مثمر و مفید رسید.
- در یک بحث در درجه اول هدف رسیدن به تفاهم بین یکدیگر است و کسب اطلاعات در درجه دوم اهمیت قرار می گیرد.



شرایط بحث

شرایط بحث

- یک بحث ایجاب می کند که شرکت کنندگان واقعاً متمایل به تبادل نظر و داد و ستد اطلاعات و مخصوصاً تفاهم (و نه تضاد) با یکدیگر باشند. لذا شرکت کنندگان نباید در مقابل یکدیگر احساس رقابت کنند، بلکه یکدیگر را به عنوان همکارانی بفهمند که می خواهند درباره یک مسئله صحبت و به حل آن کمک کنند.



ادامه شرایط بحث

- یک بحث می بایست بطور سیستماتیک و منظم انجام شود، یعنی – چنانکه گفته شد – یک هدف داشته باشد و هر شرکت کننده می باید صحبت خود را به آن هدف معطوف نماید



ادامه شرایط بحث

■ شرکت کنندگان باید با زمینه مورد بحث آشنا باشند. نظرات ارائه شده در یک بحث لازم است حتی المقدور مبتنی بر اطلاعات و داده های اثبات شده باشند.

مشارکت در یک بحث علاوه بر اطلاعات کافی ، نیاز به :

■ تمرکز،

■ حضور ذهن،

■ آمادگی و

■ سرعت انتقال و همچنین

■ طرز بیان مناسب دارد.



ادامه شرایط بحث

بهترین شرکت کنندگان کسانی هستند که درباره موضوع بحث می کنند و نه آنکه موضوع مورد بحث را وسیله قرار دهند تا شخص خود را مطرح نمایند آنها

■ اول فکر می کنند،

■ بعد سوالات و نظرات خود را یادداشت و مرتب می کنند،

■ در مشارکت تعجیل نمی کنند و منتظر مناسب ترین لحظه

مشارکت می مانند.



ادامه شرایط بحث

- شرکت کنندگان از خود می پرسند که آیا مطلبی که من می خواهم بگویم
- در این مقطع بجا است؟
- فایده ای هم دارد؟
- به بحث و روشن شدن مطلب کمک می کند یا تکراری است؟
- در صورت لزوم نظرات خود را بطور واضح و قابل فهم و نه سوء تفاهم برانگیز جمله بندی کنند و
- استدلالهای قوی بیاورند



ادامه شرایط بحث

- یک نکته که در بحث موجب اشکال می شود، سوء تفاهم درباره یک مسئله است. یک شرکت کننده فهمیم، می کوشد تا ابتدا به سرعت برخی از مفاهیم سوء تفاهم آمیز را روشن کند و سپس بحث را با ارائه نظرات دقیق، روشن و قابل فهم ادامه دهد.



ادامه شرایط بحث

- ملاحظات بیش از حد؛ بیشتر موجب سوء تفاهم می شود و لذا افراد بهتر است راحت نظرات خود را بیان نمایند.
- شرکت کنندگان می بایست آنقدر توانا باشند که در یک بحث تنها خود را به موضوع مورد بحث معطوف نمایند، به خوبی و با آرامش به نظرات دیگران گوش کنند، ناراحتی و تحریک پذیری خود را کنترل و بطور معقول برخورد کنند.



ادامه شرایط بحث

به منظور تحذیر از عدم موفقیت باید در یک بحث:

- همه شرکت کنندگان همپراز و با حقوق یکسان در نظر گرفته شوند و به هر شرکت کننده اجازه اظهار نظر و اظهار وجود داده شود تا هر کس بتواند در بحث فعال شود و نظراتش را ارائه دهد.
- یک شرکت کننده نباید تصور کند که حضار تنها منتظر شنیدن نظرات او هستند.
- و به هیچوجه نباید برتری فکری، اطلاعاتی و یا شخصیتی خود را به نمایش بگذارد .



ادامه شرایط بحث

- غرور، خودخواهی و ژست نباید در یک بحث جایی داشته باشند و فرصت مطرح شدن بیابند.
- هیچکس نباید در یک بحث یک نفر را بطور شخصی مورد عتاب قرار دهد، مسائل شخصی و خصوصی را وارد بحث کند، شخصی را آزرده کند و مورد تحقیر قرار دهد. از طرف دیگر یک شرکت کننده نباید از مقابله حضار با وی تحریک و احساساتی شود و با دیگران مقابله به مثل نماید.



مدیریت بحث

مدیریت بحث

- مدیر بحث باید کوشش کند به اهداف بحث برسد.
- او باید تا آن اندازه به مسئله اشراف داشته باشد که بتواند نکات اصلی را از نکات فرعی تفکیک کند و
- جهت بحث را در مسیر نکات اصلی هدایت نماید.



ادامه مدیریت بحث

- بالاخص در شرایط محدودیت زمان تا آنجا که ممکن است از بحث درباره مسائل جانبی که به حل مسئله و یا به همدلی کمک نمی کند، جلوگیری نماید و برای آن یک فرصت دیگر در نظر بگیرد.



ادامه مدیریت بحث

- او می بایست مؤدب و با محبت باشد.
- در یک بحث جمعی، مدیر بحث نباید اجازه دهد که عده ای به موازات، بین خودشان صحبت کنند.
- برای یک بحث موفقیت آمیز لازم است که بحث حتی المقدور به اهداف از قبل پیش بینی شده برسد تا شرکت کنندگان در پایان با رضایت خاطر و نه با احساس ناکامی از هم جدا شوند.



ادامه مدیریت بحث

مدیر بحث نباید زیاد صحبت و اظهار نظر کند. وظیفه او در اینست که

- بعد از یک مقدمه درباره هدف و مسئله
- افراد را به بحث برانگیزد و کوشش کند تا هرکس در بحث شرکت کند.



ادامه مدیریت بحث

- مدیر بحث باید بین مطالب افراد مختلف یک پیوند محتوایی بزند و
- در پایان از بحث خلاصه و نتیجه گیری کند. بدین منظور او باید
- نظرات ارائه شده را یادداشت و سپس مرتب، منظم کند و بصورت سیستماتیک در آورد.



طرز کار در بحث گروهی

طرز کار در بحث گروهی

- به منظور استفاده از این تکنیک، تعداد افراد حاضر در بحث تعیین کننده است. معمولاً هر چه تعداد افراد بیشتر باشند، کنترل و هدایت یک بحث دشوارتر می شود. لذا در شرایط عادی؛ تعداد افراد را معمولاً به 6 تا 12 نفر محدود می کنند.



ادامه طرز کار در بحث گروهی

■ این افراد نسبت به هدف تحقیق می توانند متجانس یا نامتجانس باشند.

■ افراد متجانس وقتی مفیدند که انسان بخواهد در یک زمان معین و محدود به یک توافق نظر برسد. افراد نامتجانس برای کسب پهنه ای از نظرات متفاوت و تعیین دامنه آن مفید هستند.

■ محل بحث معمولاً در جایی باید باشد که بر روی حضار یا تعدادی از آنها تاثیر خاصی نگذارد



طرز کار در بحث گروهی

- شخص محقق یا مدیر بحث بعد از یک معرفی مقدماتی درباره هدف و موضوع و نقش خود،
- یک محرک اولیه یعنی یک مسئله یا موضوعی که برای همه قابل فهم در عین حال تحریک آمیز است را مطرح می کند، مثلاً یک مسئله روز که در اخبار یا افواه مطرح است.



ادامه طرز کار در بحث گروهی

- مدیر (محقق) در عین حال باید ضوابط بحث را نیز تعیین کند که مثلاً یکی یکی صحبت شود، نوبت رعایت شود،
- او باید کوشش کند تا هر کس در بحث شرکت نماید.
- ضمناً حتی القمدور مشخصات آماری افراد (نظیر سن، جنس، تحصیلات) را به دست آورد.



ادامه طرز کار در بحث گروهی

- شخص محقق نباید خود در بحث شرکت کند و تنها باید بحث را هدایت و سازماندهی نماید.
- هدف از یک بحث همیشه الزاماً به دست آوردن یک نتیجه نیست
- بحث می تواند برای استخراج دقیقتر بر روی نوار ضبط شود.



کاربرد و محدودیت بحث گروهی

کاربرد و محدودیت بحث گروهی

- بحث گروهی در زمینه های مختلفی کاربرد دارد. در زمینه به دست آوردن توافق نظر وسیع تر در یک جمع کسب اطلاعات ابتدائی واکتشافی در مورد ابعاد مختلف یک مسئله و یا کنترل اطلاعات به دست آمده با تکنیکهای دیگر.



ادامه کاربرد و محدودیت بحث گروهی

- یک فایده مهم این تکنیک آنست که افراد یکدیگر را متقابلاً کنترل می کنند و اگر شخص اطلاعات نادرستی بدهد، دیگران نظر او را تصحیح می نمایند. لذا یک محقق از این طریق می تواند یک تصویر یا دایره نسبتاً جامعی از مسئله مورد بررسی به دست آورد.



ادامه کاربرد و محدودیت بحث گروهی

- اما مهمترین فایده آن اینست که در مورد برخی از سوالاتی که افراد در شرایط معمول مصاحبه، مایل به جواب دادن نیستند، نظرات خود را بیان می کنند.
- در بحث گروهی عموماً عکس العملها سریع و گاه نیز با هیجان همراه است.



ادامه کاربرد و محدودیت بحث گروهی

- از این طریق محقق یک تصویر نسبتاً جامعی از آن ابعاد مختلف یک مسئله، از نظارت، ارزشها، تضادها، توافقهها، چگونگی شکل گیری عقاید، تاثیرپذیری متقابل میزان تفکر، احساس و بسیاری از نکاتی که قبلاً نمی توانست به آن فکر کند به دست می آورد.



محدودیت بحث گروهی

اما این تکنیک با محدودیتهائی نیز همراه است :

- معمولترین و مهمترین آن حضور افراد کلیدی متنفذ در بحث است. از یک طرف حضور آنها به دو دلیل لازم است.
- یکی داشتن اطلاعات بیشتر و دیگر حضور دیگران به خاطر حضور آنها زیرا وجود آنها به دیگران آرامش و اطمینان می دهد و آنها را به شرکت در جمع وا میدارد.



ادامه محدودیت بحث گروهی

- عده ای در بحث شرکت نمی کنند و سکوت می کنند. که این به عواملی چون : میزان تحریک موضوع انتخاب شده، انتخاب افراد شرکت کننده (متجانس و نامتجانس) شرکت افراد متنفذ پربیان احساس خطرات و نگرانیها محل بحث و بالاخص شخصیت محقق و نحوه مدیریت او بستگی دارد.



ادامه محدودیت بحث گروهی

- یک نقض دیگر این تکنیک آنست که محقق نمی تواند اولاً خصوصیات فردی افراد را (حداقل بطور کامل یا رضایتبخش) جويا شود تا آن خصوصیات را به عنوان متغیر با نظرات آنها در ارتباط بگذارد و نتیجه گیریهای اماری به دست آورد.



ادامه محدودیت بحث گروهی

- همچنین در بحث گروهی برخی از سوالات را نمی توان پیگیری کرد، زیرا جهت بحث جمعی تغییر می کند و کنترل، هدایت و بازگرداندن آن دشوار یا ناممکن می شود.



ادامه محدودیت بحث گروهی

- لذا فایده تکنیک بحث گروهی در دو نکته است. یکی به دست آوردن یک دایره یا یک تصویر جامع از محدوده و ابعاد یک مسئله دیگری کنترل اطلاعات به دست آمده از طریق تکنیک های دیگر



بخش چهارم: محدودیت تکنیک پرس و جو

- مشارکت و همکاری پاسخگویان
- تجربه قبلی پاسخگویان
- رفتار محقق
- موع مورد بررسی
- خصوصیات فردی پاسخگویان
- مشارکت و رفتار پاسخگویان
- تکنیک دلفی



محدودیت تکنیک پرس و جو

- محدودیت تکنیک پرس و جو (*Interview*)
- پرس و جو یا مصاحبه یکی از مهمترین و معمولترین تکنیک ها در علوم اجتماعی است.
- پرس و جو در مقابل تکنیک های دیگر این حسن را دارد که معمولاً از یک طرف میزان **اعتبار** (*Validity*) و **روائی** (*Reliability*) بیشتری و از طرف دیگر امکان محاسبات پیچیده آماری را فراهم می آورد.



محدودیت تکنیک پرس و جو

■ پرس و جو در صورتیکه شرایط لازم مهیا باشد. و محدودیتها و نواقص آن برطرف گردد بدون شک با وصف هزینه زیاد مادی و زمانی، معتبرترین و مفیدترین تکنیک تحقیق در علوم اجتماعی است.



محدودیت تکنیک پرس و جو

- در صورتیکه محقق تمام مراحل مقدماتی لازم (انتخاب تئوریه‌ها، متغیرها و معرفهای مناسب) را درست انجام داده باشد، در آنصورت به ترتیب مراحل تحقیق، مهمترین محدودیت کاربرد تکنیک پرس و جو (بالاخص در ایران) در مرحله اول **همکاری پاسخگویان** و در مرحله دوم **مشارکت و رفتار پرسشگران** می باشد که ذیلاً به آن می پردازیم.



ادامه مشارکت و همکاری پاسخگویان

- مشارکت و همکاری پاسخگویان
- وقتی از یک روستائی یا از یک شهری تقاضا می کنیم که با او مصاحبه کنیم، به دلایل مختلف در موارد زیادی او خود را کنار می کشد و یا
- در مورد برخی از سوالات یا پاسخ نمی دهد و یا
- پاسخهای خیلی کوتاه از سر خود واکن می دهد.
- چرا اینطور است؟ و چطور میتوان این رفتار را تبیین نمود؟



ادامه مشارکت و همکاری پاسخگویان

آقای هارتموت اسر، رفتار پاسخگویان را تابع دو مجموعه از عوامل می بیند:

- توان اجتماعی (*sociability*)
- وابستگی قشری



ادامه مشارکت و همکاری پاسخگویان

- مجموعه عوامل توان اجتماعی *Sociability* به سه بعد :
- انگیزش (*Motivation*)
- شناخت (*cognition*)
- قدرت انعطاف و تجسم (*Empathy*) تجزیه می شود



ادامه مشارکت و همکاری پاسخگویان

- **وابستگی قشری** بر اساس سه معرف درآمد؛ تحصیلات و شغل سنجیده می شود استفاده قرار می گیرد، که طی آن رفتار تابع تشویق و توبیخ یا هزینه و پاداش دیده می شود.



ادامه مشارکت و همکاری پاسخگویان

- ارزیابی فایده مشارکت در یک مصاحبه معمولاً به چهار عامل تعیین کننده وابسته است که به ترتیب عبارتند از:
 - تجزیه قبلی پاسخگویان
 - رفتار محقق
 - مسئله مورد تحقیق
 - خصوصیات فردی پاسخگو



تجربه قبلی پاسخگویان

تجربه به قبلی پاسخگویان

- یکی از مهمترین عوامل تعیین کننده برای مشارکت در یک مصاحبه، تجربه قبلی پاسخگوست. این مسئله بالاخص در روستاهای جهان سوم است.



ادامه تجربه به قبلی پاسخگویان

■ آقای **هوفمن** (*Hoffmann*) از افریقا گزارش می‌دهد که در روستاهائی که قبلا از طرف دولت مالیات جمع‌آوری شده و یا جوانان را برای خدمت سربازی گرفته بودند، پاسخگویان محقق را به عنوان یک مامور دولت می‌دیدند و به او مشکوک و بی‌اعتماد بودند.



ادامه تجربه به قبلی پاسخگویان

- نکته بسیار موثر بر رفتار پاسخگویان تجربه آنها با یک گروه تحقیقاتی قبلی است.
- آقای **پاوزه وانگ (Pausewang)** در کنار تجربیات منفی، از یک تجربه مثبت خود در اتیوپی گزارش می دهد. در یک محل ما دیدیم که روستائیان بیش از حد انتظار مایلند به سوالات ما پاسخ دهند.
- بعدا معلوم شد که پس از انجام یک تحقیق قبلی، انتظار روستائیان برآورده شده بود و به آن روستا آب لوله کشی داده شده بود .



ادامه تجربه به قبلی پاسخگویان

- آقای **هویزر (Huizer)** از تقابل روستائیان امریکای جنوبی در مقابل محققان گزارش می دهد؛ زیرا پس از انجام یک تحقیقات قبلی در روستای آنها، نه فقط نتیجه مثبتی برای آنها حاصل نشده بود، بلکه برعکس ضررهائی را نیز ایجاد کرده بود.



رفتار محقق

رفتار محقق

عامل بعدی موثر بر ارزیابی فایده یک تحقیق از جانب پاسخگویان شخص محقق است. محقق باید مورد پذیرش پاسخگویان باشد و پذیرش او وابسته است به :

■ قیافه ظاهری

■ رفتار او



قیافه ظاهری

■ ارزیابی از محقق ابتدا با قیافه ظاهری او آغاز می شود یک محقق در کشورهای جهان سوم باید از یک سن و سال مناسب و از یک میزان اقتدار برخوردار باشد تا پاسخگویان او را جدی بگیرند و حاضر باشند در مصاحبه با او شرکت کنند. زیرا در این صورت پاسخگویان تصور می کنند که محقق قادر است مسائل را بفهمد و اقداماتی در جهت حل آنها انجام دهد



رفتار محقق

■ بعد از قیافه ظاهری، رفتار محقق تعیین کننده است. رفتار محققان بیش از آنچه آنها بتوانند تصور کنند از جانب پاسخگویان با دقت زیر نظر قرار می گیرد. هرگونه رفتار یا علامات دادن و ارتباط غیر کلامی و کلامی محقق از جانب پاسخگویان هشیار و محتاط با دقت ضبط و در نظام فرهنگی و ارزشی آنها ارزیابی و تفسیر می شود.



رفتار محقق

- از عناصر مهم برای ارزیابی مثبت از رفتار محقق یکی اطلاعات او و دیگری توانایی فکری و عملی اوست.
- تحت این شرایط محقق قادر خواهد بود شرایط پاسخگویان را بفهمد. اما نه مانند یک آقای مدیر که همه چیز را او فقط بلد است و به پاسخگویان از بالا و پائین تحکم کند.



موضوع مورد بررسی

■ موضوع مورد بررسی

- بعد از آنکه پاسخگویان محقق را کم و بیش ارزیابی کردند، می خواهند بدانند که او از آنها چه می خواهد. عامل تعیین کننده برای انگیزش پاسخگویان حالا موضوع مورد تحقیق و رابطه آن با مسائل آنها است. اما در عمل متأسفانه تعداد بسیار معدودی از تحقیقات موضوع مورد بررسی شان مستقیماً به مسائل خاص پاسخگویان و افراد مورد هدف مربوط می شود.



خصوصیات فردی پاسخگویان

وضعیت اقتصادی پاسخگو

- معمولاً پاسخگویان وقتی بالاخص در مقابل انجام یک مصاحبه مقاومت می کنند که سوالاتی درباره وضعیت اقتصادی آنها پرسیده شود. پاسخگویان فقیرتر- در مقابل - چیزی برای پنهان کردن ندارند. حداقل می توان پذیرفت که آنها در زمینه دارائی های خود کمتر از آنچه که دارند نگویند.



ادامه خصوصیات فردی پاسخگویان

- ممکن است از یک طرف ثروتمندان وضعیت اقتصادی خود را کمتر از آنچه هست نشان دهند و فقرا وضعیت خود را بهتر از واقعیت این یک مشکل بزرگ در تحقیقات از طریق پرس و جو است.



ادامه خصوصیات فردی پاسخگویان

- علاوه بر شرایط اقتصادی عوامل دیگری مانند سن و تحصیلات پاسخگویان بر روی همکاری آنها تاثیر دارد. معمولاً افراد جوان و تحصیلکرده انعطاف پذیرتر هستند و نگرانی کمتر و آمادگی بیشتری برای مصاحبه از خود نشان می دهند.
- در صورتیکه ما به وضعیت ایران نگاه کنیم، باید گفت که نسبت به هر شرایطی ممکن است نتیجه متفاوتی به دست آید.



ادامه خصوصیات فردی پاسخگویان

در تحقیق نویسنده کتاب در یزد به گونه زیر خود را نشان داد:

میزان تمایل پاسخگویان به مشارکت در مصاحبه رابطه معنی دار با سن و سواد نشان نمی داد. اما با میزان سفرهای انجام شده (به عنوان یک متغیر آگاهی)، مقدار زمین، مقدار آب و درآمد کل رابطه معنی دار، اما منفی نشان می داد. به این معنی که روستائیان سفر کرده تر و با تجربه تر، و ثروتمندتر در هنگام انجام مصاحبه، تمایل کمتری به مشارکت نشان می داد.



ادامه خصوصیات فردی پاسخگویان

- هانم تاتیانا مایکا نیز در بررسی اخیر خود در آلمان به دست آورد که تمایل پاسخگویان به مشارکت در تحقیقات نسبت به عوامل مختلف تفاوت نشان می دهد.
- بین تمایل به مشارکت با مشارکت واقعی باید فرق گذاشت.
- تمایل به مشارکت در آلمان شرقی بیشتر از آلمان غربی بوده است و
- این تمایل در آلمان شرقی در بین افراد تحصیلکرده و قشر بالا بیشتر بوده است
- اما در عمل اهالی آلمان غربی در تحقیقات بیشتر مشارکت کردند.
- اینان بیشتر از قشر بالای جامعه بودند.



مشارکت و رفتار پرسشگران

مشارکت و رفتار پرسشگران

- در صورتیکه ما یک تحقیق آماری مانند آنچه که سازمان آمار ایران انجام می دهد و یک بررسی تخصصی در زمینه جامعه شناسی را با هم مقایسه کنیم متوجه می شویم که در آمارگیری سراسری
- اطلاعات ساده یا مانند جمعیت خانوار، سواد و شغل و مشابه آن سوال می شود که به برای پرسشگر سوال کردن درباره آن مشکل است و نه برای پاسخگو پاسخ دادن
- به علاوه این بررسی قبلا از طریق رادیو تلویزیون به اندازه کافی به اطلاع مردم می رسد و مردم برای پاسخگویی به آن آمادگی دارند.



تکنیک دلفی

■ مقدمه

■ طرز کار

■ بحث و انتقاد

علی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام
نور مرکز گیلانغرب



مقدمه تکنیک دلفی

تحقیق درباره آینده : **تکنیک دلفی** (*Delphi*) یا شبه استخاره

■ مقدمه

■ نام این تکنیک از اوراکل دلفی گرفته شده و خود نشان دهنده آن است که این روش به پیشگویی در آینده مربوط می شود.



تکنیک دلفی

تحقیقات دلفی ابتدا بعد از جنگ دوم جهانی با کار آقای هلمر در حدود سال 1950 در امریکا آغاز شد و هدف آن یافتن روند تکامل علمی و صنعتی در زمینه های مختلف در 50 سال آینده بود. او نتایج جالبی را ارائه کرد که تعداد قابل توجهی از آنها نیز واقعاً به وقوع پیوستند.



ادامه تکنیک دلفی

■ در اروپا در دهه 1970 تحقیقات درباره آینده با تکنیک دلفی توسط برخی از دانشمندان انجام گرفت اما از اوائل دهه 1990 در آلمان این نوع تحقیقات درباره روند آینده پیشرفتهای علمی و تکنولوژی با بودجه گسترده وزارت آموزش و تحقیقات به عنوان تحقیقات ملی توسط موسسه سیستم - تکنیک و تحقیقات نوآوری آغاز و چند بار تکرار شد. در ژاپن نیز حتی نتایج هفتمین تحقیق دلفی منتشر شده است.



ادامه تکنیک دلفی

■ تحقیقات دلفی هدفش آنست که تصویری قابل اعتماد از آینده به دست آورد. اینکه آینده واقعاً چگونه خواهد بود، هیچکس نمی داند. اما این امکان وجود دارد که برخی از روندهای رشد مسائل را تخمین زد و بررسی و بحث نمود و به اقداماتی اندیشید که آنها به واقعیت پیوندد.



طرز کار تکنیک دلفی

طرز کار

- در این روش همان تکنیک مصاحبه با گونه ای بحث گروهی کتبی، ترکیب شده است. بدین ترتیب که مانند هر روش مصاحبه دیگر ابتدا اهداف تحقیق « عملی شده» (یعنی فرضیه ها مشخص ، متغیرها تعریف و به معرفهای قابل سنجش تبدیل شده اند) و سپس در قالب یک پرسشنامه در اختیار افراد انتخاب شده که در رشته خود متخصص فن می باشند گذارده می شوند.



چهار مرحله تکنیک دلفی

- پژوهش با این روش در چهار مرحله یا دوره انجام می گردد که در اینجا به طور براساس تحقیقات هلمر و گوردون تشریح می شود



دوره اول دلفی

دوره اول

- 1- از افراد مورد مطالعه (متخصصین فن در رشته های مختلف)
 - 2- بوسیله پرس و جوی کتبی (پرسشنامه فرستاده شده)
 - 3- در مورد مسائل خاصی سوال می شود (هلمر از متخصصین خواسته بود که رویدادهای پنجاه سال آینده را توصیف نمایند.
 - 4- سپس از نظرات متخصصین و مسائل و رویدادهایی را که نام برده بودند یک لیست تهیه شد.
- (هلمر رویهمرفته 49 مسئله تهیه نمود متخصصین به آنها اشاره کرده بودند).



دوره دوم دلفی

■ دوره دوم

- 5- این نتایج یعنی لیست تهیه شده از مسائل، مجدداً برای متخصصینی فرستاده شد و بدین ترتیب آنها از نظرات دیگران آگاه گردیدند!
- 6- سپس از آنها خواسته شد که بنویسند که هر یک از رویدادها و مسائل با چه احتمالی به وقوع خواهد پیوست.
- 7- پس از دریافت نظرات متخصصین، مشخص شد که آنها در مورد چند رویداد (10 از 49 رویداد) اتفاق نظر داشتند.



دوره سوم دلفی

دوره سوم

8- نتایج اخیر ، یعنی توافق نظر در مورد 10 رویداد مجدداً برای همه پاسخگویان (متخصصین) فرستاده شد.

9- از 39 رویداد باقی مانده که اختلاف نظر درباره آنها وجود داشت، محققان خود 17 رویداد مهم را انتخاب نمودند.

10- این 17 رویداد برای متخصصین فرستاده و



ادامه دوره سوم دلفی

- 11- از آنها خواسته شد که توضیح دهند، چرا نظر آنها با نظرات اکثریت در مورد این 17 رویداد فرق دارد.
- 12- این عمل موجب شد که این متخصصین در نظرات خود در مورد 17 رویداد فوق، تعمق بیشتری نمایند و آن را به صورت جدیدی بازگو نمایند و از آن طریق نظراتشان را با نظرات اکثریت تطبیق دهند.
- 13- در پایان مرحله سوم تفاوت نظرها بسیار کاهش یافتند و از نظر آماری پراکندگی چارکها محدودتر شدند.



دوره چهارم دلفی

■ دوره چهارم

14- نتایج دوره سوم (یعنی تجدید نظر متخصصین در نظرات خود و تطبیق آن با اکثریت) مجدداً به اطلاع متخصصین رسانده شد.

15- و کوشش شد از آن طریق مانند گذشته اتفاق نظر بیشتری حاصل شود

16- در عین حال از پاسخگویان (متخصصین) پرسیده شد که آیا آنها تک تک این رویدادها را قابل تحقق و مفید می دانند؟

17- نتایج کار در تصاویر و متون مختلف بازگو شد.



بحث و انتقاد دلفی

■ بحث و انتقاد

- تکنیک دلفی از نظر روش شناسی دارای نقیصه مهمی است که اعتبار آن را محدود می سازد، زیرا در این روش در اصل کوشش می شود که با نزدیک کردن مصنوعی عقاید متخصصین به یکدیگر از نظر اماری توزیع اطراف میانه محدود شود. این فرضیه به دلایل زیر اشتباه است:





ادامه بحث و انتقاد دلفی

■ نخواستن نام و پرسشنامه های بی نام تاثیر هنجارهای اجتماعی و فشار به سوی همرنگی و همشکلی را خنثی نمی کند. چنانکه آزمایش های آش و هوفشتر نشان دادند تمایل به همرنگی و همشکلی همیشه از طریق فشارهای بیرونی به وجود نمی آید. در بسیاری از موارد، نیروهای کنترل کننده درونی در به وجود آمدن تمایل به همرنگی نقش اساسی دارند. زیرا که هنجارهای اجتماعی در اینگونه موارد درونی شده اند و انسان نمی خواهد مغایر با دیگران و به اصطلاح غیراجتماعی باشد.

تکنیک مشاهده و کاربرد آن در علوم اجتماعی



- سرفصل بخش مشاهده
- مشاهده و کاربرد آن در علوم اجتماعی
- تعریف مشاهده
- انواع مشاهده
- مشاهده غیر سیستماتیک و غیر سیستماتیک
- مشاهده با ساخت و بدون ساخت
- مشاهده غیر مشارکتی
- طرز کار



مشاهده

ادامه سرفصل تکنیک مشاهده

■ تکنیک تحلیل کنش متقابل بیلز

- مدل تئوریکی

- طرز مشاهده

- استخراج

- نمونه گیری

- نتیجه گیری کاربردی از تکنیک بیلز

■ مشاهده مشارکتی

- طرز کار

■ حاشیه : تکنیک بدون عکس العمل

■ بحث و انتقاد

- ادراک نادرست

- تضاد نقش ها

- مشاهده محدود

■ خلاصه و نتیجه گیری



تکنیک مشاهده و کاربرد آن در علوم اجتماعی

تکنیک مشاهده و کاربرد آن در علوم اجتماعی

- در مواقعی که یک محقق می خواهد درباره مسائلی تحقیق کند که تاکنون اطلاعات کافی در آن باره وجود ندارد (یعنی در تحقیقات اکتشافی) عموماً از تکنیک مشاهده استفاده می شود. در تحقیقاتی که ما برای اولین بار می خواهیم اطلاعاتی درباره یک قوم و گروه، ناشناخته به دست آوریم (یعنی بالاجرم در رشته مردم شناسی) تکنیک مشاهده به کار می آید.



مشاهده

در مواردی که قاعداً امکان استفاده از تکنیک پرس و جو وجود دارد نیز بسیار پیش می آید که افراد مورد مطالعه به دلایلی نظیر کم حوصلگی و یا نداشتن وقت و یا از همه مهمتر به علت تجربیات بد و یا ترس از ضررهایی (مثلاً نگرانی از توبیخ ارباب یا نیروهای کنترل کننده جامعه، تعزیرات و...) میل به مصاحبه نشان نمی دهند و حتی المقدور از آن سرباز می زنند.



تعریف مشاهده

■ تعریف مشاهده

آقای رنه کونینگ می نویسد که رابطه ما با جهان به وسیله حواس پنجگانه به وجود می آید و ما به کمک آن حواس، تجربیات خود را می اندوزیم. بدین معنا، « مشاهده » نوعی کسب تجربه از جهان است که از طرق ساده تا طرق علمی به وسیله جلا دادن و تیز کردن حساب شده ادراک و حواس انجام می گیرد. به عبارت دیگر در تکنیک مشاهده شناخت از طریق حواس پنجگانه حاصل می شود.



مثال مشاهده

مثلاً ما مشاهده می کنیم که

- تعداد اتومبیل های گران قیمت و نمایش ثروت و تجمل (لباسها، زنجیر طلای گردن) بیشتر شده در مقابل
- تعداد گدایان در شمال شهر تهران افزایش یافته است.
- تعداد مغازه های طلافروشی بیشتر شده است.
- تعدادی از خانمهایی که پا به سن گذاشته اند، زیرپوست صورت خود مایعاتی تزریق می کنند تا چروک صورت آنها پیدا نباشد و گاه همین کار را نیز با برخی از اجزاء بدنشان انجام می دهند.

علی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام
نور مرکز گیلانغرب



انواع مشاهده

انواع مشاهده

- مشاهدات سیستماتیک و مشاهده غیر سیستماتیک
- مشاهده با ساخت و بدون ساخت
- مشاهده آشکار و پنهانی
- مشاهده مشارکتی و غیر مشارکتی
- مشاهده غیر سیستماتیک: ما بدون هیچ برنامه و زمینه تئوریکي مشاهداتمان را انجام دهیم.



مشاهده سیستماتیک و غیر سیستماتیک

مشاهده غیر سیستماتیک و سیستماتیک

- منظور از مشاهده غیر سیستماتیک آن است که ما بدون هیچ برنامه و زمینه تئوریک، مشاهداتی را انجام دهیم. مانند مشاهده گدایان و طلا فروشان و غیره. اما برای یک مشاهده سیستماتیک ما می بایست بر اساس یک برنامه مشخص پیش برویم



مشاهده سیستماتیک

■ در مشاهده سیستماتیک مانند هر تحقیق دیگر

■ ما یک مسئله داریم که

■ در پی تبیین آن، به دنبال تئوری های مناسب می گردیم و سپس

■ براساس این تئوریه‌ها، مسئله و محدوده آن را مشخص، تفکیک و ساختار آنرا تعیین می کنیم و

■ از این طریق، یعنی با مطالعه تئوریه‌ها و متغیرهایی که می توانند برای تحقیق خاص ما مهم باشند، فرضیه های خود را بنا کرده و پس از آن،

■ انها را عملی می کنیم، یعنی به معرفها و معیارهای قابل سنجش در

عمل بر می گردانیم
اعلی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام
نور مرکز گیلانغرب



مشاهده سیستماتیک

- مثلاً اگر بخواهیم وضعیت اقتصادی کشور را بررسی نمائیم، تعداد گدایان می تواند به عنوان معرف نیازمندی و کمبود درآمد در کنار معرفهای دیگر نظیر سوء استفاده (و یا اصطلاح فساد اداری) قرار گیرد.
- و یا اگر بخواهیم میزان آنومی یا آشفتگی و نابسامانی اجتماعی و یا برعکس نظم اجتماعی را بسنجیم، معرف های زیادی به چشم می خورند: صدای دزدگیرها؛ حصار نیز مانند خانه ها و قفل ماشین ها و ... همه حکایت از آن دارند که کنترل اجتماعی و امنیت اجتماعی وجود ندارد.



مشاهده با ساخت وبدون ساخت

مشاهده با ساخت وبدون ساخت

■ مشاهده بدون ساخت مانند مصاحبه غیر استانداردیزه، معمولاً در تحقیقات مقدماتی به کار گرفته می شود و محقق به دنبال کسب اطلاعات کلی و یافتن معرفهای مناسب برای سنجش موضوع مورد خود است. در مشاهده بدون ساخت می خواهد اطلاعات مقدماتی لازم را به دست آورد.



مشاهده با ساخت

■ **مشاهده با ساخت** فقط می تواند پس از یک تحقیقات مقدماتی که طی آن با تکنیک مشاهده بدون ساخت، اطلاعات لازم در مورد جامعه آماری به دست آمده است؛ به کار گرفته شود. در مشاهده با ساخت ما دیگر به دنبال اطلاعات کلی نیستیم بلکه می خواهیم فرضیه ها، متغیرها و معرفهای مشخص خود را بررسی کنیم و حتی المقدور آن را به صورت کمی بسنجیم.



مشاهده مشارکتی و غیر مشارکتی

مشاهده غیر مشارکتی

تکنیک مشاهده نسبت به مشارکت محقق در نحوه و رویه زندگی و شغل افراد مورد مطالعه، به مشاهده مشارکتی و غیر مشارکتی تفکیک می شود. از آنجا که مشاهده مشارکتی در بسیرای از موارد امکان پذیر نیست، یعنی محقق نمی تواند همانند افراد مورد مطالعه، همان شغل، رویه زندگی و رفتار را داشته باشد، لذا در بیشتر مواقع از روش غیر مشارکتی استفاده می شود.



طرز کار تکنیک مشاهده

طرز کار

■ مجدداً تاکید می شود که در ابتدا، مانند هر تحقیق دیگر ما به یک مسئله، یک چهارچوب تئوریک و فرضیه های منتج شده از آن نیاز داریم و این فرضیه ها می بایستی به نوبه خود به متغیرها و معرفهای مورد بررسی برگردانیده شوند.

■ همچنان که ما در تکنیک پرس و جو فرضیه ها و متغیرهای مورد بررسی را به سوالات بر می گردانیم و آنها را در یک پرسشنامه تنظیم می کنیم، در تکنیک مشاهده به جای پرسشنامه به یک طرح مشاهده یا مشاهده نامه نیازمندیم.

ادامه طرز کار تکنیک مشاهده

- در این مشاهده نامه ما اقلام مشاهده را آماده می کنیم. یعنی مشخص می کنیم که چه چیزها و چه مسائل و رویدادهائی را می خواهیم مشاهده کنیم.
- هر قلم مشاهده را به طبقات مشاهده تقسیم می کنیم، یعنی مشخص میکنیم که در مورد یکی قلم مشاهده، می خواهیم به چه چیزهائی توجه نمائیم و آنها را در چه طبقه ای یادداشت کنیم.



تکنیک تحلیل کنش متقابل – ییلز

■ تکنیک تحلیل کنش متقابل – ییلز

- یکی از مهمترین شیوه ها در مشاهده غیر مشارکتی ، یوه ای است که آقای ییلز، استاد دانشگاه ها روارد امریکا در دهه 1950 به کار برد. این شیوه از آن پس همواره از سوی محققان دیگر، در زمینه های مشابه مورد استفاده قرار گرفت



تکنیک تحلیل کنش متقابل – بیلز

■ بیلز می خواست کمک کند تا در جامعه امریکا که از فرهنگهای مختلف همراه با تفاوت ها و گاه تضادهای گوناگون تشکیل شده روشی ارائه دهد که چگونه تضادها کاهش یابد و دوستی و الفت بین افراد گسترش یابد و پیوند و همبستگی افراد یک جامعه به سوی وحدت جمعی زیاد شود و از این طریق یک انسجام و یوند مستحکم اجتماعی ایجاد گردد.



ادامه تکنیک تحلیل کنش متقابل – بیلز

■ آقای بیلز برای این کار یک مدل تئوریکی و عملی ارائه داد که نشان دهد انسانها تحت چه شرایطی و با نشان دادن چه رفتاری با هم دشمن می شوند. و تحت چه شرایطی و با نشان دادن چه رفتاری با هم دشمن می شوند و تحت چه شرایطی و با چه رفتاری با هم دوست می شوند.

■ آقای بیلز برای تحقق این هدف بررسی خود را به گروههای کوچک معطوف ساخت و کنش های متقابل افراد را در گروه های کوچک مورد بررسی قرار داد.



ادامه تکنیک تحلیل کنش متقابل – بیلز

- منظور بیلز از کنش های متقابل اجتماعی : گفت و شنود یا رفتاری که طی آن دو یا چند شخص مستقیماً با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند است.



ادامه تکنیک تحلیل کنش متقابل – بیلز

محل تحقیق: به منظور بررسی این مسئله او یک لابراتور درست کرده بود، مانند یک کلاس دانشگاهی که دارای یک تابلوی سیاه رنگ است. اما او به جای تابلوی سیاه یکی آئینه بزرگ نصب کرده بود. خاصیت این آئینه که امروزه در برخی مکانهای دیگر نیز مورد استفاده قرار می گیرد آن بود که از جایی که افراد نشسته بودند به صورت یک آئینه بوئد. و محقق و دیگر مشاهده گران می توانستند همه حرکات را ببینند و همه گفت و شنودها را بشنوند.



مدل تئوریکی بیلز

مدل تئوریکی و طبقات مشاهده

- چهار چوب تئوریکی : هسته اصلی تحقیق آقای بیلز در واقع آن بود که رفتار مورد مطالعه را طبقه بندی کند و جریان رفتارهای متقابل در گروه و عواملی که بر روی این جریان تاثیر می گذارند بشناسد :
- بدین منظور او ابتدا دو بعد رفتاری را در نظر می گیرد: یک **بعد احساسی رفتار** و دیگری **بعد ایفای نقش** و انجام وظائف در روابط اجتماعی و یا در کنش متقابل در این بعد، رفتار در بیان و پرسش و پاسخ منعکس می شود.



ادامه مدل تئوریکی بیلز

- هر کدام از این ابعاد خود به طبقاتی تجزیه می شوند. بطوریکه در مجموع 12 طبقه از رفتارهای ممکن برای مشاهده در نظر گرفته می شوند.
- هر یک از طبقات با مثال هائی مشخص شده اند تا مشاهده گر بتواند عکس العمل ها را حتی المقدور بدون ابهام وارد کند.
- ترتیب طبقات براساس یک ترتیب منطقی است و نه اتفاقی (خواننده تفاوت این ترتیب را با ترتیب گویه ها در طیف لیکرت در نظر بگیرد).
- فرض بر آن است که هر رفتار از سوی هر یک از اعضای گروه را بتوان در یکی از این طبقات طبقه بندی نمود.



طبقات مشاهده	زمینه رفتاری
<p>1- همراهی و دوستی نشان می دهد: دیگران را تقویت می کند ، کمک می کند ، تشویق می کند</p> <p>2- فضای باز رفتاری : شوخی می کند ، می خندد ، رضایت از خود نشان می دهد</p> <p>3- تایید می کند : منفعلانه می پذیرد ، می فهمد ، از خود گذشتگی نشان می دهد</p>	<p>A- زمینه احساسی اجتماعی عکس العمل های مثبت</p>
<p>4- پیشنهادهای مختلف می کند: راهنمایی می کند و در عین حال استقلال دیگران را حفظ می کند.</p> <p>5- اظهار نظر می کند: ارزشیابی و تحلیل می کند و آرزوهای خود را بیان می کند.</p> <p>6- آگاهی می دهد: اطلاع می دهد ، تکرار می کند ، توجیه می کند ، تایید می کند.</p>	<p>B- زمینه وظایف: جهت پاسخ</p>
<p>7- کسب اطلاع می کند: تکرار می کند ، تایید می کند.</p> <p>8- نظرات دیگران را می پرسد: ارزشیابی ، تحلیل ، بیان احساسات</p> <p>9- تقاضای پیشنهاد می کند: تقاضای راهنمایی و طرز کار می کند.</p>	<p>C- زمینه وظایف : پرسشها</p>
<p>10- تایید نمی کند: منفعلانه نفی می کند ، ایراد درباره شکل کار میگیرد ، کمک نمی کند.</p> <p>11- فضای کشاکش و درگیری بوجود می آورد: تقاضای کمک می کند ، خودش را عقب می کشد.</p> <p>12- خصومت نشان می دهد: دیگران را تحقیر می کند ، از خود دفاع می کند ، خود را جلو می اندازد.</p>	<p>C- زمینه اجتماعی - احساسی عکس عملهای منفی</p>



تکنیک بیلز

- طرز مشاهده
- مشاهده گر رفتار افراد را مطالعه و صحبت‌های آنها را می شنود.
- هنگامی که مشاهده گر یک رفتار را تشخیص دهد، آن رفتار را در طبقه مورد نظر یادداشت می کند، آن هم با دو عدد. با عدد اول آن شخصی را که صحبت می کند و با عدد دوم شخص مخاطب را مشخص می سازد.



مثال تکنیک بیلز

مثال

پسر بچه ای (حسین) صبح موقع رفتن به مدرسه گریه می کند و می گوید که من هنوز انشائم را ننوشته ام پدرش می گوید خاک بر او سرت احمق تنبل، مادرش می گوید وا اول صبحی که به بچه فحش وبد و بیرون می گویند. پسرم عیبی ندارد به معلمت بگو مریض بودی نتوانستی بنویسی، حسین از برادر بزرگش می پرسد، می توانی به من کمک کنی؟



ادامه مثال تکنیک بیلز

- برادر بزرگ می پرسد موضوع انشایت درباه چی هست. او می گوید موضوع انشائم این است : بهترین راه کمک کردن به دوستان و اقوام چیست ؟ برادر می پرسد " منظور معلمت چیه ؟ من نمی فهم می شود یک کمی برای من توضیح بدهی ؟ حسین توضیح می دهد.
- برادر می گوید ؟ این توضیح خوب بود. اما برای اینکه من بهتر بفهمم ، می توانی یک مثال هم بیاوری ؟
- حسین یک مثال هم می آورد.



ادامه مثال تکنیک بیلز

- برادر بزرگ می گوید: بین چه خوب توضیح دادی و مثال قشنگی هم آوردی؟ حالا همین حرفهائی را که زدی بنویس. اول چه توضیحی دادی؟ وبعد به حسین کمک می کند تا توضیح قبلی او را بنویسد.
- به منظور بررسی این رفتار بهتر است ابتدا انرا بطور مشخص تجزیه کنیم
- پسر بچه ای (حسین) صبح موقع رفتن به مدرسه گریه می کند و
- می گوید که من هنوز انشائم را ننوشته ام
- پدرش می گوید "خاک بر آن سرت احمق تنبل"



ادامه مثال تکنیک بیلز

- مادرش می گوید : وا اول صبحی که به بچه فحش وبد وبیراه نمی گویند.
- پسر عیبی ندارد به معلمت بگو مریض بودی نتوانستی بنویسی
- حسین از برادر بزرگش می پرسد " می توانی به من کمک کنی ؟"
- برادر بزرگ می گوید موضوع انشائم این است : بهترین راه کمک کردن به دوستان و اقوام چیست ؟
- برادر می پرسد : منظور معلمت چیه ؟ من نمی فهم ، می شود که یک کمی برای من توضیح بدهی ؟
- حسین توضیح می دهد.



ادامه مثال تکنیک بیلز

- برادر می گوید : این توضیح خوب بود
- اما برای اینکه من بهتر بفهم ، می توانی یک مثال هم بیاوری ؟
- حسین یک مثال هم می آورد.
- برادر بزرگ می گوید : بین چه خوب توضیح دادی و مثال قشنگی هم آوردی ..
- حالا همین حرفهائی را زدی بنویس. اول چه توضیحی دادی و..
- بعد به حسین کمک می کند تا توضیح قبلی او را بنویسد.
- بعد از تجزیه، کوشش می کنیم که عکس العمل ها را ابتدا به ترتیب زمانی مرتب و سپس بر اساس طبقات دوازده گانه طبقه بندی کنیم :

علی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام
نور مرکز گیلانغرب



ادامه مثال تکنیک بیلز

- پسر بچه ای صبح موقع رفتن به مدرسه گریه می کند و می گوید که من هنوز انشائم را ننوشته ام.
- توضیح: شخص شماره 1 حسین در بین خانواده بدون مخاطب قرار دادن شخص خاصی، به بقیه یک اطلاع می دهد و در واقع تقاضای کمک و راهنمایی می کند. بنابراین عکس العمل او، هم در طبقه 6 وهم در 9 قرار می گیرد.
- پدرش می گوید " خاک بر اون سرت ، احمق تنبل :"



ادامه مثال تکنیک بیلز

■ توضیح پدر: پدر شخص شماره 2 از فرط نگرانی و ناراحتی درباره بچه اش، عکس العمل فرهنگی استبدادی نشان می دهد. او در واقع نه فقط به حسین کمک نمی کند، بلکه رابطه اش را با بچه تخریب می کند، سرمایه ارتباطی خود را با پسرش برای آینده نیز از بین می برد و یا او خصومت می ورزد. لذا این عکس العمل پدر نسبت به حسین یعنی 1-2 در مرحله زمانی 2 و در طبقه 12 قرار می گیرد.

■ مادرش می گوید "وا اول صبحی که به بچه فحش و بد و بیراه نمی گویند.



ادامه مثال تکنیک بیلز

- مادر پسر م عیبی ندارد به معلمت بگو مریض بودی نتوانستی بنویسی.
- توضیح : در مرحله زمانی بعد 3 مادر شخص 3 نیز نسبت به پدر شخص 2 عکس العمل احساسی منفی نشان می دهد و از او ایراد می گیرد. در نتیجه عکس العمل او در طبقه 10 قرار می گیرد و به صورت 3-2 وارد می شود. از طرف دیگر او با حسین دلسوزی و او را تایید می کند. لذا این رفتار مادر نسبت به حسین در طبقه 3 و در مرحله زمانی 4 بصورت 3-1 جای می گیرد. در عین حال مادر دروغ گفتن را نیز می آموزد که این مسئله البته در طبقات آقای بیلز مورد توجه نیست.



ادامه مثال تکنیک بیلز

- حسین از برادر بزرگش می پرسد " می توانی به من کمک کنی؟"
- توضیح این یک تقاضای پیشنهاد و راهنمایی است و لذا در طبقه 9 و در مرحله زمانی 5 به صورت 1-4 وارد می شود.
- برادر بزرگ می پرسد موضوع انشایت درباره چی هست؟
- توضیح " این یک پرسش است که در طبقه 7 در مرحله زمانی 6 جای می گیرد.
- حسین می گوید: موضوع انشایم این است: بهترین راه کمک کردن به دوستان و اقوام چیست؟
- توضیح: این یک پاسخ است که توضیح می دهد و در طبقه 6 و در مرحله زمانی 7 قرار می گیرد.



ادامه مثال تکنیک بیلز

■ برادر می پرسد: منظور معلمت چیه؟ من نمی فهمم می شود یک کمی برای من توضیح بدهی؟

■ توضیح: برادر در واقع نقش آموزنده ای را به عهده می گیرد که نمی فهمد و تقاضای راهنمایی می کند که این عکس العمل در طبقه 9 قرار می گیرد. اما برادر در واقع می خواهد که حسین خودش فعال شود و فکرش تولیدی شود و نه منفعل و مصرفی. لذا با این سوال حسین را به فعالیت وا می دارید.

■ حسین توضیح می دهد:

■ توضیح شخص 1 به شخص 4 پاسخ می دهد (طبقه 6)

علی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام نور مرکز گیلانغرب



ادامه مثال تکنیک بیلز

- برادر می گوید این توضیح خوب بود
- توضیح: برادر او را تایید می کند و می پذیرد.
- 10- برای اینکه من بهتر بفهم، می توانی یک مثال هم بیاوری؟
- توضیح: برادر او را تایید می کند و می پذیرد (طبقه 3)
- 11- اما برای اینکه من بهتر بفهمم، می توانی یک مثال بیاوری؟
- توضیح: برادر تقاضای راهنمایی می کند (طبقه 9)
- 12- حسین یک مثال هم می آورد (طبقه 6)



ادامه مثال تکنیک بیلز

- برادر بزرگ می گوید " بین چه خوب توضیح دادی و مثال قشنگی هم آوردی ؟ تایید می کند = طبقه 1
- 14- حالا همین حرفهائی را که زدی بنویس. اول چه توضیحی دادی وبعد به حسین کمک می کند تا توضیح قبلی او را بنویسد.



ادامه مثال تکنیک بیلز

- توضیح: شخص 4 به شخص 1 در طبقه 4 راهنمایی می کند و در عین حال استقلال او را حفظ می کند.
- با این کار برادر عملاً موضوع انشاء را در عمل بکار می برد. او شخص مورد نظر را بطور غیر مستقیم با سوال کردن فعال می کند و کمک می کند تا او خودش مسئله اش را حل کند و از این طریق احساس موفقیت و اعتماد به نفس به دست آورد.



انجام مثال بیلز در جدول

مراحل زمانی کنش های متقابل و عکس العمل ها

14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	طبقات بیلز
	1<4-													1- همراهی ودوستی
														2- فضای باز رفتار
				1<4						1<3				3- تایید می کند
	1<4													4- پیشنهاد می کند
														5- اظهار نظر می کند
			-1		1		4<-1						<-1	6- آگاهی می دهد
		< 4		- < 4										
								1<-4						7- کسب اطلاع می کند
														8- نظرات دیگران
				1<-4		-4				4<-1			<-1	9- تقاضای پیشنهاد
						< 1								
											2<-3			10- عدم تایید، ایراد
														11- فضای کشاکش
							علی محمد جوادی ، دسنیار آموزشی دانشگاه پیام نور مرکز گیلانغرب							
												1<-2		135 12- خصومت نشان می دهد



ادامه مثال تکنیک بیلز

■ به طوری که ملاحظه شد، بیلز تقریباً تمام عکس العمل‌های ممکن از سوی افراد در یک گروه را در این طبقات به شکل جانبی در نظر گرفته است. در قسمت راست مشاهده نامه در قسمت $A, B,$ D, C محل هر طبقه در چهار چوب تئوریک مشخص شده است. و نشان می‌دهد که هر یک از طبقات در واقع چه مفهوم تئوریک را می‌خواهند بسنجند. این مفاهیم از دو قسمت تشکیل شده اند .. 1- زمینه اجتماعی .. احساسی (A, D) 2- زمینه وظایف (B, C) اگر به این طبقات خوب دقت کنیم، خواهیم دید که در واقع طبقه 1 و 12 هر دو یک مفهوم را می‌سنجید. یعنی دوستی، وحدت و همبستگی و عکس آن یعنی خصومت = طبقه 12



طبقات تکنیک بیلز

- بقیه طبقات بیلز هر کدام به طور زوجی یک مفهوم را می سنجدند که ذیلا نشان داده می شود :
- طبقات 6،7 = مسئله آگاهی دادن
- طبقات 5،8: مسئله ارزیابی
- طبقات 4،9: مسئله کنترل
- طبقات 3،10: مسئله تصمیم گیری
- طبقات 2،11: مسئله حل مسائل و در گیری
- طبقات 1،12: مسئله دوستی و وحدت همبستگی.



استخراج تکنیک بیلز

■ استخراج مشاهده نامه به این صورت است که باید دید در هر طبقه چند بار اعداد 1-2 و یا 3-8 (در صورتی که نفر سومن با نفر هشتم صحبت کرده باشد) نوشته شده است. مثلا ممکن است از تعداد کل مشاهدات = 23000 فقط 246 مشاهده در طبقه اول، همبستگی و وحدت وارد شده باشد. لذا در صد مشاهدات در طبقه وحدت و همبستگی در حدود 1 درصد می باشد. حال باید دید که این درصد و در یک محدوده قابل اطمینانی قرار می گیرد یا نه. بدین منظور آقای بیلز از روش تعیین محدوده اطمینان بی نومیال به پیروری از اسناد کر استفاده می کند. جدول زیر نتیجه استخراج مشاهدات بیلز را نشان می دهد.





نتایج استخراج تحقیق بیلز

محدوده قابل قبول برای آزمایش محدوده بالا		محدوده پایین	تعداد مشاهدات ثبت شده درصد		مطلق	طبقات
0/5	0/0		1	246	1	
0/14	0/3		3/7	1675	2	
0/20	0/6		2/12	2798	3	
0/11	0/2		2/5	1178	4	
0/40	0/21		0/30	6897	5	
0/30	0/21		2/21	6897	6	
0/11	0/14		4/5	4881	7	
0/9	0/2		5/3	1229	8	
0/5	0/1		8/0	809	9	
0/13	0/0		1/6/6	172	10	
0/10	0/3		4/4	1509	11	
0/7	0/1		4/2	558	12	



نمونه گیری بیلز

نمونه گیری

- در مشاهدات غیر مشارکتی ممکن است مشاهده گر نتواند تمام رویدادها را ثبت نماید، خصوصاً وقتی که سرعت رویدادها فوق العاده سریع باشد و یا آنکه رویدادها را در 2 چند مکان انجام گیرند که مشاهده گر امکان حضور در تمام این مکانها را نداشته باشد. در اینگونه مواقع می توان از رویدادها به دو گونه نمونه گیری نمود





انواع نمونه گیری بیلز

■ **نمونه گیری زمانی** ، به طوری که مشاهده گر رفتاری را که فرضاً در طول یک ساعت انجام می گیرد، درمقطعهای خاصی مثلاً (پس از هریک ربع فقط 5 دقیقه مشاهده می کند.)

■ **نمونه گیری مکانی**، که طی آن مشاهده گر از مکانهای مختلف، براساس ضوابط تحقیق (یعنی آن طور که تحقیق اقتضا می کند و براساس ضوابط نمونه گیری، مکانهایی را انتخاب می نماید. مثلاً اگر بخواهد رفتار مردم را در نمایشگاه بین المللی تهران مشاهده کند، می تواند چند غرفه مهم (مثلاً یک غرفه اروپائی و یک آسیائی و...) و یا آنکه از بین تعداد کل غرفه ها چند غرفه را براساس روش نمونه گیری انتخاب کند.



نتیجه گیری از تکنیک بیلز

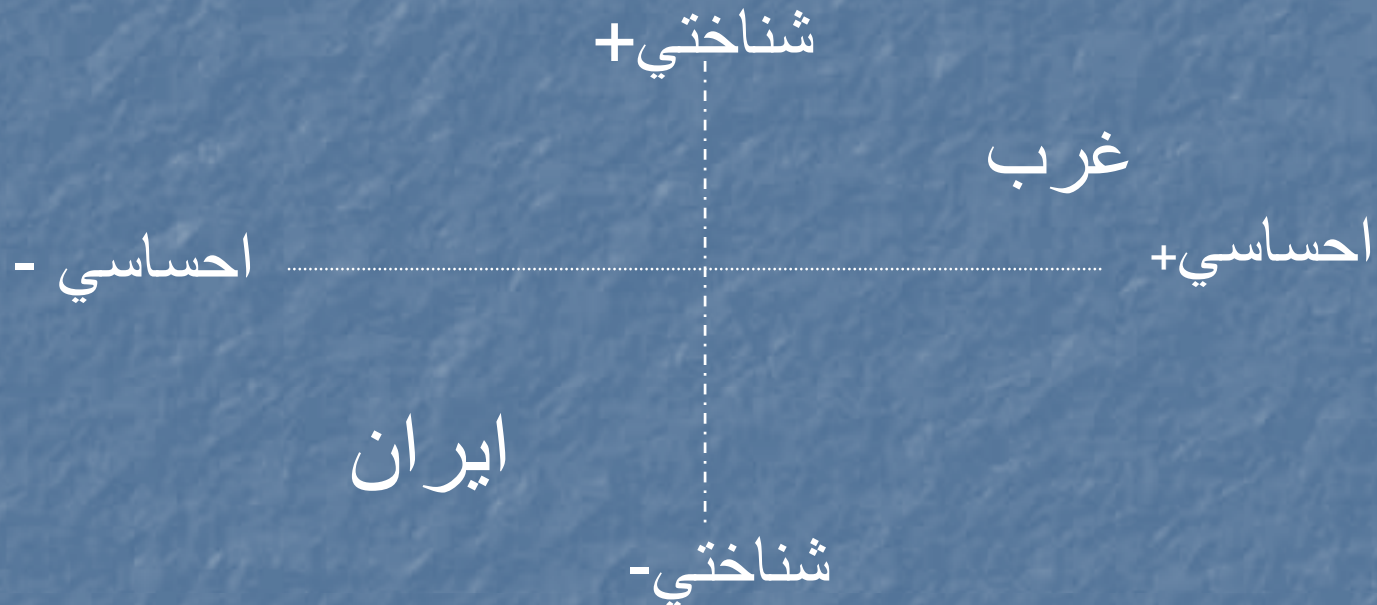
نتیجه گیری کاربردی از تکنیک بیلز

- کار بیلز، بیشتر از آن نظر ارزنده است که به انسانها می آموزد که رفتارشان نسبت به دیگر انسانها چگونه باید باشد تا حاصل آن رفتار دشمنی متقابل نباشد، بلکه دوستی الفت باشد. موفقیت کشورهای غربی و بالاخص ژاپن نیز در بکارگیری همین نوع هرمن های اجتماعی بوده است.



نتیجه گیری از تکنیک بیلز

■ مدل همکاری غرب و ژاپن را با رفتار همکاری ایرانیان بر اساس مدل بیلز





ادامه نتیجه گیری از تکنیک بیلز

■ گروه های اجتماعی وقتی پیوندشان قوی تر می شود، که رفتارهای اعضای دارای بعد احساسی مثبت باشند. رابطه زن و شوهر در گروه خانواده وقتی تقویت می شود که هریک از کلمات انتقاد کننده ونیش زننده که احساسات دیگری را تحریک منفی کند خودداری نماید.



ادامه نتیجه گیری از تکنیک بیلز

■ در رابطه با عوامل موثر در بوجود آوردن زمینه احساسی مثبت ، تایید " یکی از مهمترین عوامل است که مبتنی بر نیاز اساسی به احترام و عزت نفس انسانها است . بنابراین اگر یک شخص در رفتار متقابلش با دیگری، حتی المقدور آن دیگری را تایید کند، پیوند دیگری با وی قوی تر و تمایلش به او بیشتر می گردد.



ادامه نتیجه گیری از تکنیک بیلز

- از تئوری آقای بیلز می توان همچنین برای تخریب روابط اجتماعی در گروه ها استفاده کرد، یعنی دشمنان یک کشور می توانند روشهای درگیری ، متلک زخم زبان ، فحش و دیگر تضادها را در یک جامعه به یک فرهنگ عمیق تبدیل کنند.



مشاهده مشارکتی

مشاهده مشارکتی :

مشاهده گر دارای دو نقش : 1- محقق 2- عضو گروه
در تکنیک مشاهده مشارکتی هم به صورت آشکار است و هم
پنهان.

طرز کار تکنیک مشاهده مشارکتی : داشتن مشاهده نامه
وجود یک چهارچوب تئوریک و فرضیات و متغیرها



مشاهده مشارکتی

■ مشاهده نامه آلبرت رایسدر مورد پلیس

سوال - آیا پلیس یک بررسی و تعقیب درباره شخص یا اموالی را شروع کرده بود؟

1- بلی (..... < الف - 32) 2- نه (..... < 33)

الف - 32- چه نوع بررسی را شروع کرده بود؟

مسئله شخصی تفتیش (..... < ب - 32)

مالی (مثلا اتومبیل یا منزل) (..... < ج - 32)

هر دو (..... < ب - 32)



مشاهده مشارکتی

ادامه مشاهده نامه آلبرت رایسدر مورد پلیس

ب- 32 - آیا به نظر مشاهده گر این تفتیش برای محافظت افسر پلیس از خودش لازم بود؟

1- بلی
2- نه
3- نمی دانم.

ب- 32 - آیا پلیس قبل از این تفتیش از متهم اجازه گرفته بود؟

1- بلی
2- نه
3- نمی دانم.

ب- 3 - آیا متهم با مورد تفتیش قرار گرفتن خود مقابله نمود؟

ب- 32 - آیا اسلحه یا مدرک دیگری پیدا شد؟

1- اسلحه گرم
2- چاقو
3- ...



مشاهده مشارکتی

مشاهده نامه فریدریشز

سوال 9- آیا آقای A چشمش به آقای B افتاد؟ (ویا زیر چشمی همدیگر را زیر نظر داشتند؟)

انواع پاسخها:

مشاهده نشد

نه (= ... دقیقه)

بلی - در نیمی از تمام مدت مشاهده (= ... دقیقه)

بلی - در تمام مدت مشاهده (= دقیقه)



مشاهده مشارکتی

■ ادامه مشاهده نامه فریدریشز

در همان مشاهده نامه نیز گاه مانند مشاهده نامه آقای بیلز سوال فقط به صورت ذکر رئوس مطالب آمده بود، مثلا:

سوال 11- تعداد دعواها:

انواع پاسخها:

مشاهده نشد

تعداد دعواها



تکنیک بدون عکس العمل

■ **تکنیک بدون عکس العمل** : محقق با افراد به طور مستقیم تماس ندارد.

■ مثلاً برای بررسی مصرف مشروبات الکلی می توان به سطل زباله بررسی نمود



بحث و انتقاد تکنیک مشاهده

بحث و انتقاد :

- ادراک نادرست

- تضاد نقش ها

- مشاهده محدود



بحث و انتقاد مشاهده

ادراک نادرست

- بر طبق نظر پوپر ادراک خالص اصلا وجود ندارد و شناخت ما محصولی از ادراک و چیزهایی که ما از تخیل خود به آن اضافه می کنیم.
- ما از محیط بیرونی خود همه واقعیتها را نمی توانیم مشاهده کنیم.
- ما به هر آنچه که با خواس پنجگانه خود مشاهده می نمایم چیزهایی نیز اضافه می کنیم.



بحث و انتقاد مشاهده

- تضاد نقش ها:
- به این معنا که محقق از یکسو عهده دار یک عضو گروه را به عهده دارد و از سوی دیگر نقش یک محقق و مشاهده گر را



بحث و انتقاد مشاهده

- مشاهده محدود:
- منظور آن است که مشاهده گر فقط بخش هایی از روابط اجتماعی را مشاهده می کند.



تحلیل محتوا

- عناوین بخش تحلیل محتوا
 - مقدمه
 - ماهیت تحلیل محتوا
 - پیدایش و گسترش تحلیل محتوا
 - تحلیل های کیفی
- شرایط کلی تحلیل محتوای کیفی
- طرز کار (تست T.A.T)



تحلیل محتوا

- ادامه عناوین تحلیل محتوا:
- تحلیل های کمی
 - تحلیل ارزشیابی
 - شرایط کلی
 - طرز کار
- تحلیل احتمال وقوع
 - شرایط کلی
 - طرز کار
- تحلیل با کامپیوتر
- قابلیت اعتماد و اعتبار



تحلیل محتوا

■ ماهیت تکنیک تحلیل محتوا:

استفاده از تکنیک تحلیل محتوا بر این فرض بنا شده است که انسانها ب منظور روابط اجتماعی با یکدیگر تبادل نظر و تبادل افکار دارند و این تبادل نظر عموماً از طریق زبان انجام می گیرد.
ارتباط



انسان

انسان

وسیله = زبان



تحلیل محتوا

■ در صحبت‌های انسانها همواره دو خصوصیت نهفته است:

■ 1- خصوصیات فردی

■ 2- خصوصیات اجتماعی

■ خصوصیات فردی و اجتماعی شخص شنوده یا خصوصیات در یافت کننده یا گیرنده پیام بر روی ادراک او از آن گفته یا نوشته یا هر نوع پیام یا محتوای تبادل نظرات تاثیر می گذارد. و در اینجا تعریف تکنیک تحلیل محتوا را می توان بدست داد که :





تحلیل محتوا

■ تعریف تکنیک تحلیل محتوا:

منظور این روش آن است که بتوان، خصوصیات زبانی یک متن گفته یا نوشته شده را بطور واقع بینانه یا عینی و بطور سیستماتیک شناخت و از آنها استنتاج هایی در باره مسایل غیر زبانی یعنی در باره خصوصیات فردی و اجتماعی گوینده یا نویسنده و نظرات و گرایش های وی نمود.



تحلیل محتوا

■ اهمیت تحلیل محتوا:

این تحلیل می تواند بی رابطه با زمان و مکان در مورد محتواها و منابع که در زمانهای گذشته و یا در فرهنگهای دیگر تولید شده اند، به کار گرفته شود و از آن طریق اطلاعات پر ارزشی حتی درباره جوامع و فرهنگهای دیگر که مطالعه مستقیم آنها میسر نیست بدست آورد.



تحلیل محتوا

پیدایش و گسترش تحلیل محتوا:

مرتن و رورمن معتقدند این تکنیک در یونان باستان و بعدها در قرن هفتم در فلسطین برای تفسیر تورات بکار برده شده است در علوم اجتماعی این تکنیک در هنگام جنگ جهانی دوم بکار برده شده و انگیزه آن نحوه تبلیغات آلمان در هنگام جنگ جهانی دوم بوده است



تحلیل محتوا

ادامه پیدایش و گسترش تحلیل محتوا:

- انگیزه اصلی کاوش در این تکنیک نحوه تبلیغات آلمان در هنگام جنگ جهانی دوم بود که با تکنیکهای گوناگون ابداع شده توسط شخصی به نام گوئل بطور بسیار موثر مردم کشورهای رقیب و همچنین جامعه آمریکا را تحت تاثیر قرار داده بود.



تحلیل محتوا

■ تحلیل محتوای روزنامه the true American توسط لاسول:

جملات و اصطلاحات	علیه	له
آمریکا از درون فاسد است	301	34
سیاست خارجی امریکا غیر مسیحی است	41	0
رئیس جمهور امریکا قابل انتقاد است	150	17

بدین ترتیب مشخص شد که روزنامه مزبور یک جهت گیری به سود آلمان داشته است



تحلیل محتوا

ادامه پیدایش و گسترش تحلیل محتوا:

مرتن و رورمن نشان داده اند که قبل از لاسول دانشمندی دیگر مثل ویل ککس در سال 1900 ، استک لوسا در سال 1910 قبلا با پیدایش و گسترش روزنامه های یومیه به چنین کارهایی دست زده اند.

کار لاسول نقطه عطفی در راه کاربرد این تکنیک بوده است



تحلیل محتوای کیفی

تحلیل های کیفی :

هدف آن است که تاثیر متن های مورد نظر بر روی گیرنده پیام سنجیده شود و این از آن طریق انجام می گیرد که محقق بار ارزشی مفاهیم و عبارتهای بکاربرده شده را بررسی و شمارش کند.



تحلیل محتوای کیفی

از نمونه های تحلیل محتوای کیفی :

وایت: مقایسه شعارهای ارزشی در شعارهای هیتلر و روزولت

جدول درصد توزیع شعارهای ارزشی در سخنرانی های قبل از جنگ جهانی دوم توسط هیتلر و روزولت:

محتواها	هیتلر	روزولت
ارزش های قدرت طلبانه	8/34%	2/15%
ارش های اخلاقی	0/38%	3/28
ارزش های اقتصادی	8/10	7/27
سایر ارزشها	4/16	8/28
جمع	0/100	0/100

علی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام

نور مرکز گیلانغرب



تحلیل محتوای کیفی

ادامه از نمونه های تحلیل محتوای کیفی :

شوی : بررسی عکسها مجلات آمریکایی در زمینه تبعیض قایل شدن بین سفید پوستان و سیاه پوستان از نظر پایگاههای اجتماعی بدین منظور او 292 جلد از مجلات فوق از سالهای 1949 و 1950 را تحلیل نمود.

سپس در هر مجله ، هر تصویر و هر عکسی که بر روی آن یک یا چند سیاه پوست دیده می شدند ثبت و توصیف شد.

همچنین در مقابل تحلیل هر عکس از سیاهپوستان ، یک عکس از سفید پوستان تحلیل می شد.



تحلیل محتوای کیفی

- ادامه تحلیل محتوای شوی
- برای مقایسه ، بین عکس های تبلیغاتی و عکس های مربوط به نوشته های نویسندگان مجله فرق نهاده شد.
- در هر عکس فقط شخصیت اصلی ثبت و توصیف می شد.
- اکثریت نزدیک به اتفاق افراد روی تصویر در سه طبقه یا گروه شغلی زیر طبقه بندی شدند.
- 1- کارگر
- 2- کارگر و کارمند ساده
- 3- کارگر ساده

تحلیل محتوای کیفی

■ ادامه تحلیل محتوای شوی

■ جدول توزیع مشاغل سیاهپوستان و سفیدپوستان در واقعیت و در تصاویر (اعداد = درصد)

سفید پوستان		سیاهپوستان		گروه‌های شغلی
واقعیت	عکس‌ها	واقعیت	عکس‌ها	
15	46	4	5	1- کارگر و کارمند متخصص
31	46	5	-	2- کارگر و کارمند ماهر
54	8	91	95	3- کارگر ساده
100	100	100	100	جمع



تحلیل محتوای کیفی

مثال های تحلیل محتوای کیفی

خانم سوزان کارن راسلر: در زمینه گزارشات ایران تایمز در باره
تعداد و روند رو به رشد اعتراضات در هنگام انقلاب ایران
خانم سوزان اولزاک و همکارانش: در زمینه شورشهای
سیاهپوستان در امریکا



تحلیل محتوای کیفی

- ادامه تحلیل محتوای کیفی
- روزنامه واشنگتن پست سخنانی یک ساعته از جورج والکر بوش رئیس جمهور امریکا درباره حمله به عراق را چنین تحلیل کرده است:
- استفاده از کلمه امید 16 بار
- استفاده از کلمه اگر ما مجبور شویم 8 بار
- استفاده زیاد از کلمه صلح و صلح آمیز
- از این طریق آقای بوش امید به موفقیت را زیاد نشان می دهد تا ناامیدی و مخالفت داخلی امریکا را کاهش دهد و از طرف دیگر بگوید به دنبال صلح است و برای این هدف باید دست به کارهایی مثل جنگ بزند.



تحلیل محتوای کیفی

■ شرایط کلی تحلیل محتوای کیفی ■ تعیین چهارچوب تئوریک:

محقق می بایست مانند دیگر تکنیکهای تحقیق یک چهارچوب تئوریک داشته باشد که بر اساس آن فرضیه ها و متغیرهای خود را مشخص کند.



تحلیل محتوای کیفی

شرایط کلی تحلیل محتوای کیفی

- **نمونه گیری**: گرد آوری متن ها جهت تعمیم مسئله
 - **واحد محتوا**: واحد های سنجش در تحلیل محتوا میتوانند لغات جملات سرمقاله ها باشند که ما می خواهیم بار ارزشی آنان را بسنجیم و یا بر اساس محتواهایشان آنها را طبقه بندی کنیم
- باید در نظر داشت که استنتاج از تک تک لغات در باره گرایش یک شخص بدون اشکال نیست. لذا باید در اینگونه موارد واحد محتوا بزرگتر از حد یک لغت باشد.



تحلیل محتوای کیفی

ادامه شرایط کلی تحلیل محتوای کیفی

■ تهیه طبقه های تحلیل :

- مربوط به فرضیه مورد بررسی باشد
- صریح باشند ، بطوریکه در یک طبقه بندی مجدد ، محقق محتواها را دوباره متعلق به همان طبقه تشخیص دهد.
- هر طبقه یک بعد معنی داشته باشد.



تحلیل محتوای کیفی

- ادامه تهیه طبقه های تحلیل

- طبقات کاملا از یکدیگر متمایز باشند
- طبقات کامل باشند. یعنی هر محتوا یا واحد سنجش باید بالاخره فقط در یک طبقه جا بگیرد و تعدادی از لغات و واحدهای دیگر سنجش باقی نماند که نتوان آن را در هیچ طبقه ای جای داد.



تحليل محتوای کیفی انگیزه کارایی

کاربرد تحلیل محتوای کیفی در تست T.A.T (انگیزه کارایی)

انگیزه کارایی را ابتدا مک کله لند مطرح نمود

توسط هک هاوزن تست انگیزه کارایی به کاربرده شد.



تحلیل محتوای کیفی انگیزه کارایی

طرز کار تست انگیزه کارایی

منظور از انگیزه کارایی آن است که انسانها تا چه حد در خود احساس تمایل به داشتن کارایی بیشتر دارند
هک هاوزن به منظور سنجش انگیزه کارایی 6 تصویر تهیه نمود ،
این تصاویر همه کم و بیش مبهم هستند تا هر پاسخگو بتواند آنها را با ایده های خود تکمیل کند.



تحلیل محتوای کیفی انگیزه کارایی

ادامه طرز کار تست انگیزه کارایی:

- از پاسخگویان خواسته می شود تا در مورد هر تصویر مبهم یک داستان پر آب و تاب بنویسند
- هر یک از تصاویر فقط 20 ثانیه به پاسخگویان نشان داده میشود.
- هر پاسخگو پس از 20 ثانیه 5 دقیقه فرصت دارد داستان خود را بنویسد



تحلیل محتوای کیفی انگیزه کارایی

ادامه طرز کار تست انگیزه کارایی:

هر پاسخگو به چهار سوال زیر با ایده های جالب پاسخ دهد

1- در اینجا چه می گذرد؟ این افراد چه کسانی هستند؟

2- چگونه شد که این اتفاق افتاده

3- این افراد در تصویر به چه می اندیشند

4- این وضعیت چگونه ادامه پیدا خواهد کرد؟ چگونه پایان خواهد گرفت؟

تحلیل محتوای کیفی انگیزه کارایی

ادامه طرز کار تست انگیزه کارایی:

هک هاوزن 6 تصویر به پاسخگویان نشان می داد و پاسخگویان می بایست برای هر تصویر یک داستان تعریف کنند در نهایت شش داستان با تکنیک تحلیل محتوا بررسی می شوند تا مشخص شود چند بار موضوعات امید به موفقیت و ترس از موفقیت به چشم می خورد.



تحلیل محتوای کیفی انگیزه کارایی

■ طبقات تحلیل محتواها در تست T.A.T انگیزه کارایی

طبقات برای:

ترس از موفقیت

امید به موفقیت

ن = نیاز به موفقیت	ن = نیاز به موفقیت
ف = فعالیت برای اجتناب از عدم موفقیت	ف = فعالیت برای دستیابی به هدف
اع = انتظار عدم موفقیت	ا = انتظار موفقیت
ت ب = توبیخ	ت = تشویق
ح - = احساس منفی	ح + = احساس مثبت
م ع = موضوع عدم موفقیت	م = موضوعی موفقیت



تحليل محتوای کیفی انگیزه کارایی

■ مثال انگیزه کارایی:

- توضیحی درباره تصویر داده می شود ، این تصویر مرد جوانی است که پشت میز نشسته است و در مقابلش یک کلاسور قرار دارد او به نگاه کننده تصویر لبخند دوستانه و باز می زند.



علی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام نور مرکز گیلانغرب



تحلیل محتوای کیفی انگیزه کارایی

- در اینجا داستانهایی را که یک پاسخگو در این باره تعریف کرده می آوریم:
- پاسخ به سوالات چهارگانه:
- 1- شخصی دارد می خندد. به نظر می رسد او یک دانشجو است که درس می خواند و یا تکالیفش را انجام می دهد. اما در این لحظه بر روی کارش متمرکز نیست. او از کارش لذت می برد.
- 2- این الان در زمان بعد از کلاس درس است.
- 3- این شخص در این لحظه به کارش فکر نمی کند و ممکن است وقتش هدر رود.
- 4- (اما) او به کارش ادامه می دهد.



تحلیل محتوای کیفی انگیزه کارایی

■ طرز طبقه بندی : امید به موفقیت

مثلا اگر پاسیخ اول (یک دانشجو است که درس می خواند و تکالیفش را انجامن می دهد) و محتوای پاسخ دوم که (او به کارش ادامه میدهد) هر دو بیانگر فعالیت برای دستیابی به هدف یعنی طبقه ف است

■ همچنین قسمت آخر محتوای پاسخ اول (او از کارش لذت می برد) در طبقه ح+ جای می گیرد ، لذا این پاسخگو از بخش امید به موفقیت نمره 2 می گیرد.



تحلیل محتوای کیفی انگیزه کارایی

■ طرز طبقه بندی : ترس از عدم موفقیت

اگر پاسخ (او در این لحظه بر کارش متمرکز نیست ، این محتوا به بخش ترس از عدم موفقیت مربوط می شود و در طبقه ف ع نمره 1 می آورد.

در مجموع جمع نمرات این پاسخگو از تصویر فوق 3 خواهد شد.



تحلیل محتوای کمی

■ تحلیل های کمی:

■ تحلیل ارزشیابی

■ تحلیل احتمال وقوع



تحلیل محتوای کمی - ارزشیابی

■ **تحلیل ارزشیابی:**
شرایط کلی:

■ هدف از تحلیل ارزشیابی آن است که با تحلیل کمی متن مورد بررسی بتوان به نوع گرایش و ارزشهای تولید کننده متن پی برد.



تحلیل محتوای کمی - ارزشیابی

شروط استفاده از تحلیل محتوا :
یک موضوع و پدیده مورد داوری و گرایش

■ یک خبر یا مفهوم عامیانه

■ یک فعل

■ مثلاً "ژنرال شمر مرد قسیالقلبی است" که در آن :

■ ژنرال شمر موضوع داوری و گرایش (یعنی موضوع و پدیدخ ای که نویسنده گرایش و داوری خود را بیان می کند)، "مرد قسیالقلبی" خبر یا مفهوم عامیانه یا بار ارزشی و "است" فعل جمله می باشد.



تحلیل محتوای کمی - ارزشیابی

■ طرز کار تحلیل ارزشیابی :

■ در مرحله اول باید جملات چند محتوایی به جملات یک محتوایی تجزیه شوند، برای مثال رزونامه اطلاعات مورخ 15/4/68 تحت عنوان: پیام تاریخی مقام معظم رهبری به حجاج بیت الله الحرام” مندرج گشته ولی برلی درک بهتر تحلیل محتوا ، در این متن تغییراتی داده می شود:

■ “ آمریکا این دشمن بزرگ با اسلام دشمنی کینه توزانه ای دارد و به هجوم همه جانبه و دیوانه وار علیه اسلام دست زده است و... کسانی از سران آمریکا بوده اند که ... برای دلخوشی آمریکا با امام در افتادند.



تحلیل محتوای کمی - ارزشیابی

ادامه طرز کار تحلیل ارزشیابی :

- جملات دارای چند محتوایی به جملات یک محتوایی تجزیه شوند.
- موضوع داوری با خروج الفبا مشخص شود
- بدین صورت جملات طولانی فوق به شکل زیر تجزیه می شود:
X شیطان بزرگ است.
X دشمن کینه توز y است.
X به هجوم همه جانبه و دیوانه وار علیه y دست زده است.
Z ها موجب دلخوشی X می شوند.
Z ها با W در افتادند.



تحلیل محتوای کمی - ارزشیابی

■ ادامه طرز کار تحلیل ارزشیابی :

■ - جهت بار ارزشی با علایم + و - تعیین می شود.

■ شدت بار ارزشی از صفر تا 3 ارزیابی می شود.



0



تحلیل محتوای کمی - ارزشیابی

■ ادامه طرز کار تحلیل ارزشیابی

فعل های زمان حال نمره 3 ، فعل های کمکی نمره 2 و فعلهای که رابطه فرضی بین موضوع و مفهوم عامیانه برقرار می کند نمره 1 می گیرند.
نمره ارزشیابی عامیانه بستگی به فرهنگ هر جامعه دارد.
معمولترین شیوه شاخص سازی در تحلیل محتوا بر اساس فرمول زیر می باشد :

$$\frac{1}{3} \times \sum \frac{s}{n}$$

S نمره فعل ضرب در مفهوم عامیانه
n تعداد کل جملات

مثال تحلیل ارزشیابی کمی در جدول اسلاید بعدی آمده است





تحلیل محتوای کمی - ارزشیابی

موضوع داوری	مفهوم عامیانه	نمره	فعل	نمره فعل	حاصلضرب نمرات
X	شیطان بزرگ	-3	است	+3	-9
X	دشمن کینه توز Y	-3	است	+3	-9
X	به هجوم همه جانبه و دیوانه وار علیه Y	-3	دست زده است	+2	-6
Z ها	موجب دلخوشی X	+2	می شوند	+3	+6
Zها	با W	+3	در افتادند	-3	-9



تحلیل محتوای کمی - ارزشیابی

ادامه جدول مربوط به تحلیل ارزشیابی:

از آنجا که در جدول 3 جمله به موضوع مورد گرایش مربوط می شوند باید فقط حاصلضرب این 3 جمله را در نظر گرفت.

بنابراین در این جملات شاخص گرایش گوینده درباره آمریکا عدد $-66/2$ ، یعنی بسیار منفی است.

$$\frac{1}{3} \times \sum \frac{s}{n}$$

$$\frac{1}{3} \times \frac{-24}{3} = -2 / 66$$



تحلیل محتوای کمی - احتمال وقوع

تحلیل احتمال وقوع:

هدف سنجش کمی گرایش بیان شده در یک متن است ، می خواهیم بدانیم آیا بین مفاهیم بکاربرده شده ، ارتباط تداعی کننده وجود دارد یا نه.

■ مثلاً چند دفعه لغات امریکا با کلماتی نظیر جهانخوار ، دشمن کینه توز .. که بارارزشی منفی دارند و تداعی کننده یک مفهوم منفی به طور متقارن به کار رفته و چند با کلمات و جماتی نظیر: امریکا در سال 2011 در کرخ مریخ بیک ایستگاه مطالعاتی خواهد ساخت. و آیا احتمال وقوع چنین ارتباطهای تداعی کننده اتفاقی است و یا آنکه از نظر آماری معنی دار است.



تحلیل محتوای کمی - احتمال وقوع

طرز کار تحلیل احتمال وقوع :

■ ابتدا طبقات و رده های تحلیل را متناسب با موضوع مورد مطالعه مثل دشمنی ، پیشرفت علمی .. تهیه نمود.

2- لغاتی که دارای مفهوم مشابه هستند ، در طبقات مذکور طبقه بندی شوند.

3- در هر ستون یعنی برای هر طبقه فراوانی نسبی محاسبه می شود ، یعنی از 100 جمله بررسی شده در چند جمله لغت دشمنی یا لغات مشابه آن آمده است، جدول اسلاید بعدی

،



تجاوز E	قدرت D نظامی	پیشرفت C نظامی	دشمنی B	امریکا A	جملات
-	-	-	+	+	1
-	-	-	+	+	2
+	-	+	+	+	3
-	-	+	-	-	4
-	-	-	+	+	5
-	-	-	+	+	6
-	-	-	+	+	7
+	-	+	+	+	8
-	-	+	-	-	9
-	+	-	-	+	10
20	/10	/40	/70	/80	فراوانی نسبی



تحلیل محتوای کمی - احتمال وقوع

- ادامه طرز کار احتمال وقوع
- 4- احتمال وقوع و پیش آمدن انتظاری دو طبقه متقارن را از حاصلضرب فراوانی نسبی دو طبقه با یکدیگر بدست می آید.
$$PAB = PA * PB$$
در مثال مربوط به جدول احتمال وقوع انتظار وقوع لغت دشمنی با امریکا برابر با $56/$ است که از ضرب $80/$ و $70/$ بدست آمده است.
- 5- در این مرحله اعداد واقعی بررسی می شوند ، یعنی باید دید که واقعا چند بار دو طبقه با یکدیگر آمده اند.
- 5- در صورتیکه اعداد واقعی بطور معنی دار بزرگتر از اعداد انتظاری باشند ، آنوقت این دلیل بر تقارن دو طبقه با یکدیگر خواهد بود.



تحلیل محتوای کمی - احتمال وقوع

ادامه طرز کار احتمال وقوع

- 6- برای تعیین سطح معنی داری تقارن باید انحراف معیار اعداد انتظاری برای دو طبقه را از فرمول بدست آورد

$$\frac{P(1-P)}{N}$$

که برای دو طبقه A و B می شود

- 7- اعداد انتظاری می توانند در حد انحراف معیارشان نوسان داشته باشند و اگر اعداد واقعی بزرگتر از اعداد انتظاری + انحراف معیار باشد در آن صورت می توان استنتاج کرد که تقارن موجود معنی دار است و اتفاقی نیست

و این مورد در مورد اعداد واقعی تقارن طبقه های A و B صادق است، زیرا عدد واقعی 70 بزرگتر از 56 و بزرگتر از 61 (56+496) است.



تحلیل محتوای کمی - احتمال وقوع

جدول تحلیل احتمال وقوع

E	D	C	B	A	طبقات
/16	/08	/32	/56	0	A
/14	/07	/28	0	/70	B
/08	/04	0	/20	/20	C
/02	0	/00	/00	/10	D
0	/00	/20	/20	/20	E



تحلیل محتوای کمی

■ تحلیل با کامپیوتر:

به دلیل آنکه شیوه های کمی تحلیل محتوا بسیار وقت گیر و با احتمال اشتباه همراه است می توان متن را بر روی کامپیوتر نوشته و سپس براساس بر نامه آماده انجامداد مثلا کافی است دستور search یا جستجو را برای لغت امریکا داده شود و در فاصله چند ثانیه مشخص می شود که این لغت در کجاست .



انواع دیگر تحلیل محتوا

انواع دیگر تحلیل محتوا:

■ ارسال محرک و تحلیل عکس العمل:

این تحلیل در کار سیاست بسیار مورد استفاده است، بدین صورت که محقق پارهای از محرکها را بر اساس مدل تئوریک می فرستد، سپس عکس عملهای شخص مورد مطالعه را بررسی می کند و سپس محرکهای خود را بر اساس مدل تئوریک نسبت به بخش های مختلف رفتاری تجزیه می کند، عکس العملی که بیرون می آید نشان می دهد که در درون فرد مورد مطالعه چه رفتار و گرایش هایی وجود دارد.

روش دیگر آن است که بطور غیر مستقیم محرکهای نامحسوس فرستاده می شود، مثل رادیو بی بی سی که با فرستادن نکات تحریک آمیز منتظر عکس عملهای سیاستمداران می مانند



انواع دیگر تحلیل محتوا

■ تحلیل بیان و صورت:

مثلا با تحلیل خطبه های نماز جمعه مسئولین ایران می توان پی برد که در فلان روز در مجموع منحنی تن صدای وی بالاتر از روزهای دیگر قرار داشت و این می تواند حاکی از این که این مسئله برای او اهمیت بیشتر دارد و او را بیشتر تحت تاثیر قرار داده است.



انواع دیگر تحلیل محتوا

■ تحلیل تصویری:

در صورتیکه ، امکان مشاهده تصویری وجود داشته باشد ، یک محقق می تواند اطلاعات بیشاری از آنچه که از طریق تنها صوت صورت می گیرد ، بدست آورد. مثلا در مشاهده پاپ محقق از طریق تصویر می بیند که چگونه دست او می لرزد و او سرش را از روی نامه ای می خواند تکان نمی دهد ، در نتیجه مشخص می شود که او کمترین انرژی برای حرکات دیگر ندارد.



تحلیل محتوا

قابلیت اعتماد و اعتبار

قابلیت اعتماد **Reliability**: به منی آن است که آیا روش انتخاب شده ، موضو مورد نظر را به طور دقیق می سنجد یا نه؟

اعتبار **Validity**: به معنی آن است که آیا روش انتخاب شده برای سنجش موضو مورد نظر مناسب است و آن را می سنجد یا نه ؟



آزمایش

■ عناوین بخش تکنیک آزمایش

■ مقدمه

■ آزمایش حکمای قدیم

■ آزمایش آموختن متمرکز یا با فاصله

■ آزمایش لولگلیا و هاوزر

– مسئله

– زمینه تئوریکی

– پایگاه گروهی ، مشخصات پایگاه گروهی و درجه پایگاه گروهی

– احساس

– تحقیق 1

– تحقیق 2



آزمایش

- ادامه عناوین آزمایش
 - آزمایش لاولر ویون
 - مسئله و تفاهم
 - تاثیر نوع ساختار شبکه بر روابط
 - تاثیر هویت گروهی بزرگتر
 - پیشگویی ها
 - روش
 - شرایط آزمایش
 - اجرای آزمایش
- آزمایش طبیعی کوگوت و زاندر



آزمایش

مقدمه:

- در کنار روش پرس و جو ، مشاهده و تحلیل محتوا، آزمایش یکی از مهمترین و متداولترین تکنیک تحقیق در علوم اجتماعی است.
- در تکنیک آزمایش در تکنیک آزمایش محقق محقق در شرایط مورد تحقیق ، با وارد کردن یک یا چند محرک مختلف در آن شرایط ، تاثیر آن محرک را بر روی مسئله مورد بررسی می سنجد.



آزمایش حکمای قدیم

آزمایش حکمای قدیم:
آزمایش ابو علی سینا با انجام یک محرک (اسامی افراد) و تاثر آن بر روی
شرایط (نبض) بررسی می کند و و به علت عارضه پی می برد.



آزمایش آموختن متمرکز یا با فاصله

آزمایش آموختن متمرکز یا با فاصله

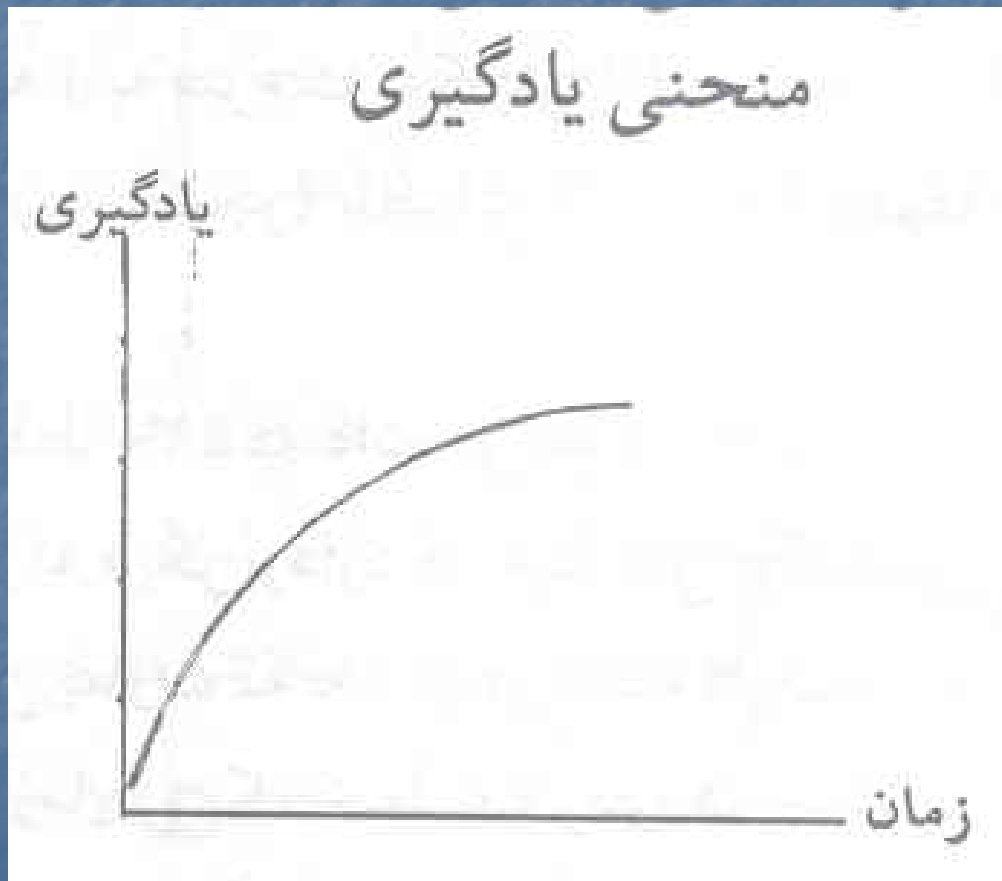
- بسیاری از مطالب با روش تداعی معانی آموخته می شود، یعنی از طریق ارتباط برقرار کردن بین دو عنصر یادگیری به طور تدریجی و مبتنی بر منحنی مشهور یادگیری است، که طی آن در مراحل زمانی اول میزان واحد رشد یادگیری نسبتاً زیاد و در مراحل زمانی بعدی به تدریج میزان رشد یادگیری کم می شود.
نمودار اسلاید بعدی





آزمایش آموختن متمرکز یا با فاصله

■ نمودار آزمایش متمرکز



علی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام
نور مرکز گیلانغرب



آزمایش آموختن متمرکز یا با فاصله

- طراحی آزمایش:
- به افراد مورد آزمایش یک برگ کاغذ می دهند که بر روی آن حروف الفبای لاتین و زیر آن اعدادی به شکل زیر نوشته شده است.

n r b f z t c g l ■

1 2 3 4 5 6 7 8 9 ■

- بر روی این برگه 90 بار حدود فوق به صورت ترکیب متفاوت آمده



آزمایش آموختن متمرکز یا با فاصله :

ادامه

شخص باید ریر هر حرف لاتین عدد مربوط به آن را پیدا کند
این کار را با کمترین زمان با رعایت ترتیب انجام دهد
بعد از هر دقیقه مدیر برنامه به میز ضربه می زند و شخص مورد آزمایش در
آن نقطه یک خط عمودی می کشد و دوباره ادامه می دهد.
هر شخص اینکار را 20 دقیقه و بدون تنفس انجام می دهد
سپس شخص مورد آزمایش یک برگه دیگر بر می دارد و مجدداً انجام می
دهد با این تفاوت که بعد از ضربه مدیر بر روی میز 30 ثانیه استراحت
داده می شود و دوباره شروع می کنند.



آزمایش آموختن متمرکز یا با فاصله

نتیجه آزمایش:

- این آزمایش نشان می دهد که در مرحله دوم تنفس افراد به طور معنی دار مقدار بیشتری از سوالات را پاسخ می دهند و کارایی بیشتری دارند.



آزمایش لواگلیا و هاوزر

■ آزمایش لواگلیا و هاوزر

مسئله : فرضیه اساسی آن است که درجات انسانها در پایگاههای مختلف ، تولید انواع احساسهای خاص می کند.



آزمایش لواگلیا و هاووزر

زمینه تئوریک :

■ پایگاه گروهی: انسانها در محیط زندگی خود از خصوصیات پایگاهی خود استفاده می کنند تا نفوذ بیشتری در گروه بدست آورند

■ مشخصات پایگاهی: موجب بالا رفتن درجه پایگاه فرد در گروه می شود



آزمایش لواگلیا و هاوزر

■ احساس :

لواگلیا و هاوزر در رابطه با تاثیر احساس از دانشمندان مختلف مثل :

شلی

بارون

کولینز

ریچ و جانسون

لاولر

کمپر

و می گویند که عکس‌العمل‌های احساسی در گروه‌های اجتماعی تولید انواع احساسات نظیر خوشحالی ، غم ، دلگیری ، همسویی و.. می کند



آزمایش لواگلیا و هاوزر

■ **زمینه جمع بندی نظرات فوق بوسیله لواگلیا و هاوزر :**

1- روابط متقابل در بین اعضای یک گروه کاری ، تولید عکس عملهای احساسی مثبت و انسجام در بین اعضای رده بالای گروه می کند.

2- وقتی اعضاء رده بالای گروه احساس مثبت و انسجام برانگیز به دست می آورند آنها کوشش خواهند کرد که اضاء رده پایین را با گروه پیوند بزنند.

آزمایش لواگلیا و هاوزر

■ ادامه زمینه جمع بندی نظرات فوق بوسیله لواگلیا و هاوزر

3- وقتی اعضاء رده پایین احساس منفی و جدایی برانگیز بدست می آورند ، آنها کوشش خواهند کرد از اعضاء رده بالا فاصله بگیرند.

4- همچنین در صورت ندادن فرصت اظهار نظربه اعضاء رده بالا ، ارزیابی منفی از اظهار نظر آنه ، مقابله کردن با نفوذ آنها ، پایگاه اعضاء رده بالا را پایین می آورد.



آزمایش لواگلیا و هاوزر

■ تحقیق 1

هدف:

فرضیه 1: هنگام روابط رودررو در یک فعالیت، رهبران گروه بیشتر احساس مثبت ابراز خواهند داشت تا دیگر اعضای گروه

طراحی آزمایش:

جامعه آماری و نمونه: 254 نفر

■ تحقیق ششم: هنگامی که دانشجویان با هم در یک گروه قرار می‌گیرند، تأثیر گذاری و تأثیر پذیری به عنوان یک معرف اصلی پایگاه در رابطه با نو احساس بود



آزمایش لواگلیا و هاوزر

■ اجرای آزمایش:

- دادن یک آزمون انتخاب رهبر به هر دانشجو
- واقعی نبودن آزمون
- محققان خود یک نفر را به عنوان رهبر گروه به صورت نمونه گیری تصادفی انتخاب کردند
- در جلسه بعدی شخص که نمره بالا آورده (به طور دروغین) رهبر شناخته شده
- اعلام نمره بالای رهبری در تابلو اعلانات

آزمایش لواگلیا و هاوزر

■ ادامه آزمایش تحقیق 1

- جلسه بعدی تمرین بر روئی یک شرکت الکترونیکی در مورد برنامه ریزی و هزینه ها
- دادن اطلاعاتی در مورد بودجه و سایر محدودیتهای شرکت
- نقش رهبر بدست آوردن توافق بیشتر در گروه بود
- در نهایت سنجش احساس اضاء بر اساس یک پرسشنامه و 8 گویه بر اساس طیف برش قطبین با 11 قسمت.
- نتیجه: افرادی که در نقش رهبری قرار گرفته بودند احساس خوشحالی بیشتری ابراز کردند. در نتیجه فرضیه اول تایید شد.



آزمایش لواگلیا و هاوزر

■ تحقیق 2:

■ هدف در این تحقیق سنجش میزان نفوذ، تاثیر گذاری و تاثیر پذیری به عنوان یک معرف اصلی پایگاه در رابطه با نوع احساس است.



آزمایش لواگلیا و هاوزر

■ طراحی آزمایش تحقیق 2:

- شریک شدن هر یک از افراد با فردی که از نظر پایگاهی از او بالاتر یا پایین تر است
- به هر یک از آنها عکس شریکشان داده شد و از خود شان عکس گرفته می شود.
- سپس با یک تست کامپیوتری با سوالات مبهم انجام گرفت که جواب آنها می توانست منفی باشد یا مثبت.
- پر کردن یک پرسشنامه 25 سوالی

آزمایش لواگلیا و هاووزر

ادامه طراحی آزمایش تحقیق 2

- در این تست افراد تصمیم می گرفتند که جواب خودشان قطعی است یا بعد از دانستن نظر شریکشان تغییر می یابد
- پاسخها از طریق کامپیوتر دستکاری شده بود که از 25 سوال شخص و شریکش در 20 مورد اختلاف داشتند
- حال افرادی که تغییر نظر می دادند و خود را با نظر شریکش تطبیق میدادند نشانه آن است که تحت نفوذ شریک کامپیتریش قرار دارد و بر عکس.



آزمایش لواگلیا و هاوزر

ادامه طراحی آزمایش تحقیق 2

- برای تولید احساس مثبت و منفی شرکت کننده یک هدیه برای شریکش می فرستاد ، اگر شریک هدیه متقابل می فرستاد علامت احساس مثبت در غیر اینصورت با همراه کردن خبر ناخوشایند احساس منفی تولید کرده بود.
- در نهایت از آنها همان تست احساس در قسمت تحقیق 1 گرفته شد. به منظور سنجش **خصوصیات پایگاهی** ، افراد شرکت کننده از بین دانشجویان دختر از دانشگاه آیوا انتخاب شدند.



آزمایش لواگلیا و هاوزر

■ فرضیه ها:

فرضیه 2- اگر خصوصیات پایگاهی ثابت نگه داشته شود مقاومت پاسخگویان وقتی خواهد بود که آنها از جانب شریک احساس منقی کسب نمایند

فرضیه 3- اگر احساس و پایگاه همسو باشند ، در آن صورت بین مقاومت افراد در پایگاه پایین و بالا تفاوت کمی خواهد بود

فرضیه 4- اگر احساس و پایگاه ناهمسو باشند ، در آن صورت بین مقاومت افراد در پایگاه پایین و بالا تفاوت زیادی خواهد بود



آزمایش لواگلیا و هاوزر

ادامه طراحی آزمایش تحقیق 2

در نمونه گیری تصادفی اتفاقی اگر نمره شرکت کننده کم بود در آنصورت شریکش در حدود 27 تا 29 سال سنو مشغول تحقیق در سطح فوق لیسانس بود و برعکس اگر نمره پایگاهی شرکت کننده زیاد بود در آن صورت شریکش یک دختر 16 ساله و دانش آموز دبیرستانی مرفی می شد ، پس سن و میزان تحصیلات دو خصوصیت اصلی پایگاه در نظر گرفته شد.



آزمایش لواگلیا و هاوزر

• نتیجه آزمایش به صورت جدول زیر در آمد:

احساس		
پایگاه	مثبت	منفی
پایین	1	2
بالا	3	4

نتیجه: شرکت کنندگان با پایگاه بالاتر، در مقابل شریکشان مقاومت بیشتری از خود نشان دادند و بر نظر خود بیشتر می ایستادند و 2- فرضیه ها در هر 4 ترکیب اول به اثبات رسیدند.



آزمایش لاولر و یون

■ آزمایش لاولر و یون ساختار شبکه و احساس در روابط متقابل

مسئله و مفاهیم: ←

روابط متقابل احساس مثبت

←

ایجاد روابط ایجاد احساس مثبت

←

قطع روابط قطع احساس مثبت



آزمایش لاولر و یون

■ تاثیر نوع ساختار شبکه بر روابط

این مطالب در قالب یک مثال تنیس بازی 4 دخترز به نام بت Beth ، جینا (Gina) ، آنا (Anna) و دایان (Diane) می باشند.

- آنها می خواهند هفته ای دو تا سه بار با هم تنیس بازی کنند
- آنها دنبال هم بازی می گردند
- هدفشان بازی در یک زمان و یک مکان مشخص است.



آزمایش لاولر و یون





آزمایش لاولر و یون

■ شبکه ها تعیین می کند:

- کی با کی بازی کند
- در مواردی ارتباط ممنوع شد است.
- انا در هر دو شبکه قدرت مرکزی دارد.
- اما قدرتش در شاخه بیشتر است تا تنه.



آزمایش لاولر و یون

■ تفاوت مهم

پیامد ساختار شبکه نوع شاخه Branch

- امکان بهره‌کشی و تعیین تکلیف برای سه نفر دیگر از جانب آنها وجود دارد
- برای آنها این دشواری وجود دارد که باید با همه به یک اندازه برسد و بین آنها تفاوت نگذارد

در شرایط شاخه یک رهبر یا مدیر نمی‌تواند بین اعضا تفاوت قائل شود



آزمایش لاولر و یون

■ پیامد ساختار نوع تنه Stem

- تضعیف ساختار قدرت
- در این ساختار بذر تخریب گروه را در خود پرورش می دهد. در ساختار تنه هم قدرت مساوی و هم قدرت نابرابر وجود دارد.

قدرت مساوی ← احساس مثبت

قدرت مساوی ← خطر کاهش همبستگی



آزمایش لاولر و یون

تأثیر هویت گروهی بزرگتر :

- در شبکه روابط از نو شاخه هویت گروهی موجب می شود که تفاوتها نابرابری و احساس استمار کاش یابد

- در شبکه روابط از نوع نه نیز افراد خود را موظف می بینند که پیوند ا را با همه حفظ کنند.



با وجود هویت گروهی وسیع (احساس تعلق به گروه بزرگتر)
کاهش اهمیت تفاوت گروهی کاهش خطر تجزیه



آزمایش لاولر و یون

■ نتیجه گیری:

تساوی قدرت بهبود روابط



روابط احساس - +



روابط بیشتر احساس مثبت



اهمیت واحد اجتماعی میزان و نوع احساس - +



میزان احساس مثبت تولید شده افزایش همبستگی





آزمایش لاولر و یون

■ پیشگویی یا فرضیه ها:

پیشگویی 1

در شاخه ، میزان روابط برای هر سه گروه یکسان است.
در تنه میزان روابط متفاوت است

پیشگویی 2:

در شاخه تفاوت سود و فاید برای هر سه ترکیب یکسان است.



آزمایش لاولر و یون

■ پیشگویی 3:

برابری و تساوی حقوق ← الفت و وحدت

دفعات روابط ← احساس مثبت ← همبستگی ← تهدد جینا و
بت بیشتر از آنا و دایان.

■ پیشگویی 4:

اگر اعضاء شبکه دارای یک هویت گروهی مشترک بزرگتر باشند در
آن صورت کوشش خواهند داشت تا تفاوت سود بین اعضاء کاهش
یابد.



آزمایش لاولر و یون

■ پیشگویی 5 :

در شبکه روابط از نوع تنه روابط بین آنا با بت و آنا با جینا بیشتر از موقعی خواهد بود که آنان هویت گروهی بزرگتر نداشته باشند.
- در روابط نوع شاخه ، روابط بین هر سه زوج به یک اندازه خواهد بود.

■ پیشگویی 6 :

با وجود هویت گروهی بزرگتر مشترک و غالب درجه بندی تفاوت در شاخه کم می شود و در تنه زیاد می شود.



آزمایش لاولر و یون

■ روش:

برای اینکه فرضی ها در یک قالب سازماندهی شوند به صورت زیر در می آید

- معامله شرکتها با هم
- انجام معامله چندین بار در طول روز
- در قالب تنه و شاخه
- در قالب وجود هویت گروهی و عدم هویت گروهی



آزمایش لاولر و یون

■ اجرای آزمایش:

- آزمایش با 192 بازیکن
- بازیکنان در گروه‌های 4 نفره
- در مجموع 48 گروه 4 نفره
- 24 زن و 24 مرد
- در هر گروه 4 نفر از طریق نمونه‌گیری تصادفی
- در شرایط و جایگاه گروه



آزمایش لاولر و یون

■ ادامه اجرای آزمایش

- در نوع شبکه (شاخه یا تنه) توزیع شدند
- افراد از این طریق 20 معامله انجام می گیرد
- معامله از طریق فرستادن یک پیشنهاد و گرفتن یک پیشنهاد مقابل از طریق کامپیوتر
- دانشجویان هنگام ورود به بازی هر یک به جایگاه فرستاده می شدند.
- خواندن یک نامه طرز کار
- در این چهار شرکت هم نوع شبکه و هم تعلق و عدم تعلق به گروه بزرگتر بود.
- یک دسته تعلق خاطر به گروه بزرگتر



آزمایش لاولر و یون

■ ادامه اجرای آزمایش

- دسته دیگر بدون وابستگی به گروه بزرگتر.
- معامله بازیکنان در زمینه آموزش فروشندگان ، هماهنگی فروشگاهها ، انطباق سرویس اطلاعاتی شبکه در مورد آموزش کارکنان ، مدیریت امکانات ، کنترل کیفیت تولید.
- در دستور کار و برنامه آزمایش 25 سری بازی در نظر گرفته شد.
- در هر سری بازی 5 مامله میشد
-

آزمایش لاولر و یون

■ ادامه اجرای آزمایش

- در هر سری بازی هر شرکت می تواند با یک شرکت دیگر یک تجارت برای یک مدت معین برقرار کند
- هر معامله شامل یک پیشنهاد از سوی بازیکن به بازیکن دیگر می شد.

- معاملات قبلی بر روی معاملات بدی تاثیر نداشتند.
- در هر سری بازی آن بازیکنانی که نتوانسته بودند با معامله گران ارتباط برقرار کنند سودی به دست نمی آوردند



آزمایش لاولر و یون

شرایط آزمایش

- هر بازیکن فقط با یک نفر ارتباط برقرار کند
- ارتباط از طریق معامله و چانه زنی .
- اطلاع بازیگران از نو شبکه ها ولی نمی دانند که چه معاملاتی انجام گرفته.
- بازیکنان در همان جایگاه شبکه باقی می مانند که با بازیکنان دیگر معامله انجام داده اند



آزمایش لاولر و یون

■ ادامه شرایط آزمایش

- بازیکنان از میزان سود بازیگران دیگر اطلاع نداشتند.
- هر کس باید بیشترین سود را بدست آورد.
- حقوق بازیکنان به میزان سود آنان بستگی داشت.
- آزمایش برای 25 سری بازی بود ولی بعد از سری 20 برای همه بازیکنان و گروهها قطع شد.



آزمایش لاولر و یون

- آزمایش بر اساس برنامه های انجام گرفت که در آن :
 - 31 امکان توافق وجود داشت
 - بازیکنان از 1 تا 31 فروش می توانستند داشته باشند
 - میزان سود به میزان فروش بیستگی داشت.
 - در هر سری بازی 5 مامله و مامله شامل یک پیشنهاد از جانب یک بازیکن به بازیکن دیگری می شد.
 - در شبکه نوع شاخه یک معامله شامل پیشنهادهای جداگانه A به هر یک از بازیکنان دیگر B, G, DE
 - همچنین پیشنهادهای بازیکنان B, G, D به A میشد.



آزمایش لاولر و یون

- در شبکه تنه : A به D, G, B پیشنهاد می کند
 B و G به یکدیگر و همچنین به A پیشنهاد می دهند و
 D به A پیشنهاد می دهد.
- هر پیشنهاد در هر معامله همزمان انجام می گیرد.



آزمایش لاولر و یون

■ تاثیر نوع شبکه

- یک تصویر از نوع شبکه ها به بازیکنان داده می شود.
- شبکه نوع شاخه تشکیل شده از بازیکن مرکزی A و سه نفر حاشیه ای B, G, D
- در شبکه نوع تنه یک رابطه بین دو بازیکن اضافه داشت
- در شبکه نوع شاخه A سه امکان معامله با سه نفر دارد و B, G, D هر یک فقط یک امکان مامله دارند.
- در شبکه نوع تنه A سه امکان معامله ، B, G هریک دو امکان معامله و D فقط یک امکان مامله دارند.

هویت گروهی غالب

علی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام
نور مرکز گیلانغرب



آزمایش لاولر و یون

■ متغیرهای وابسته :

- میزان ارتباط
- میزان احساس مثبت گزارش شده
- احساس همبستگی
- احساس تعهد، متغیر تفاوت میزان سود برای زسنجش تاثیر هویت گروهی بود.

نتایج :

نتایج بدست آمده از این تحقیق فرضی محققان را تایید می کند ، تمام مطالب آغاز بحث تئوریکی در عمل به اثبات رسید.



آزمایش کوگوت و زاندر

■ آزمایش طبیعی کوگوت و زاندر:

فرضیه اساسی ، در مقایسه بین دو نظام سرمای داری و سوسیالیسم همواره این بوده است که در نظام سوسیالیسم به لت نفوذ دولت مرکزی در تصمیم گیریها و عدم سرمایه گذاری خصوصی و فردی و همچنین پایین بودن سطح دستمزدها ، افراد انگیزه ، اق و دلسوزی لازم برای فالت و نوآوری ندارند.

کوگوت و زاندر به مقایسه کارایی دو کارخانه زایس در آلمان شرقی و غربی پرداختند.



آزمایش کوگوت و زاندر

آنان تعداد اختراعات و ابداعات دو کارخانه را در طول زمان ، یعنی بعد از جنگ جهانی دوم تا زمان وحدت مجدد دو آلمان ، با هم مقایسه کردند. در ابتدا آمریکاییها بعد از جنگ جهانی همه مهندسين ماهر کارخانه زایس در آلمان شرقی را به آلمان غربی منتقل و در آنجا کارخانه ای به همین نام احداث می کنند. ولی بعد از مدت زمانی آلمان شرقی دانشمندان جدید را فعال کرده و سطح تولید خود را به سطح آلمان غربی رساندند و به این طریق این دو عدم کارایی نظام سوسیالیسم را ابطال کردند



سوسیومتری

عناوین

- مقدمه و هدف
- طرز کار
- استخراج
- سوسیو گرام
- ماتریس
- کاربرد



سوسیومتری

■ مقدمه و هدف:

- سوسیومتری توسط مورنو ابداع شد
- در تکنیک سوسیومتری تحقیق و استخراج تقریباً همزمان انجام می‌گیرد
- با گذشت زمان تکنیک سوسیومتری متوجه بررسی گروه‌های اجتماعی شد.

امروزه تعداد افراد مطالعه محدودتر از تکنیک پرس و جو است.

- هدف اصلی این تکنیک سنجش وضعیت یک گروه در ابعاد مختلف است:

- هم‌همبستگی و تضاد درون یک گروه و هم‌تمایلات افراد نسبت به یکدیگر و تعیین پایگاه و محبوبیت افراد.



سوسیومتری

■ طرز کار :

سه سوال در این زمین انجام می گیرند:
1- برای انجام کارهای درسی این کلاس ، بچه ها باید به گروههای کوچک 3 تا 4 نفری تقسیم شوند و یک گزارش و مقاله تهیه کنند ، شما به چه کسانی می خواستید کار کنید؟
اگر ممکن است از بین این سه نفری که انتخاب کردید ، بگوئید اول بیشتر با چه کسی می خواهید کار کنید و بعد با چه کسی؟

سوسیومتری

ادامه طرز کار سوسیومتری:

2- فرض کنیم برادر یا خواهر شما قرار است ازدواج کند ، و شما می خواهید چند نفر از بچه های این کلاس را دعوت د کنید ، چه کسانی از این کلاس را دعوت می کردید؟

3- در جشن ازدواج خواهر یا برادرتان، چه کسی رپا حتما دعوت نمی کردید؟

سوال اول بعد توانایی و کارایی و سوال دوم بعد محبوبیت و سوال سوم تنفر را می سنجد.



سوسیومتری

■ استخراج :

در سوالات فوق :

- یک انتخاب و دادن رای سرو کار داریم
 - این انتخاب در جاتی از اولویت دارد
- تعداد افراد گروه را به 5 نفر محدود و آنها را با حروف A,B,C,D,E مشخص می کنیم





$$A \dashrightarrow B$$

$$A \xrightarrow{+3} C$$

$$A \xrightarrow{+1} D$$

$$A \xrightarrow{+2} E$$

$$B \dashrightarrow A$$

$$B \xrightarrow{+2} C$$

$$B \xrightarrow{+1} D$$

$$B \xrightarrow{+3} E$$

$$C \xrightarrow{+1} A$$

$$C \xrightarrow{+2} B$$

$$C \dashrightarrow D$$

$$C \xrightarrow{+3} E$$

$$D \xrightarrow{+3} A$$

$$D \xrightarrow{+2} B$$

$$D \xrightarrow{+1} C$$

$$E \xrightarrow{+1} A$$

$$E \dashrightarrow C$$

$$E \xrightarrow{+2} D$$



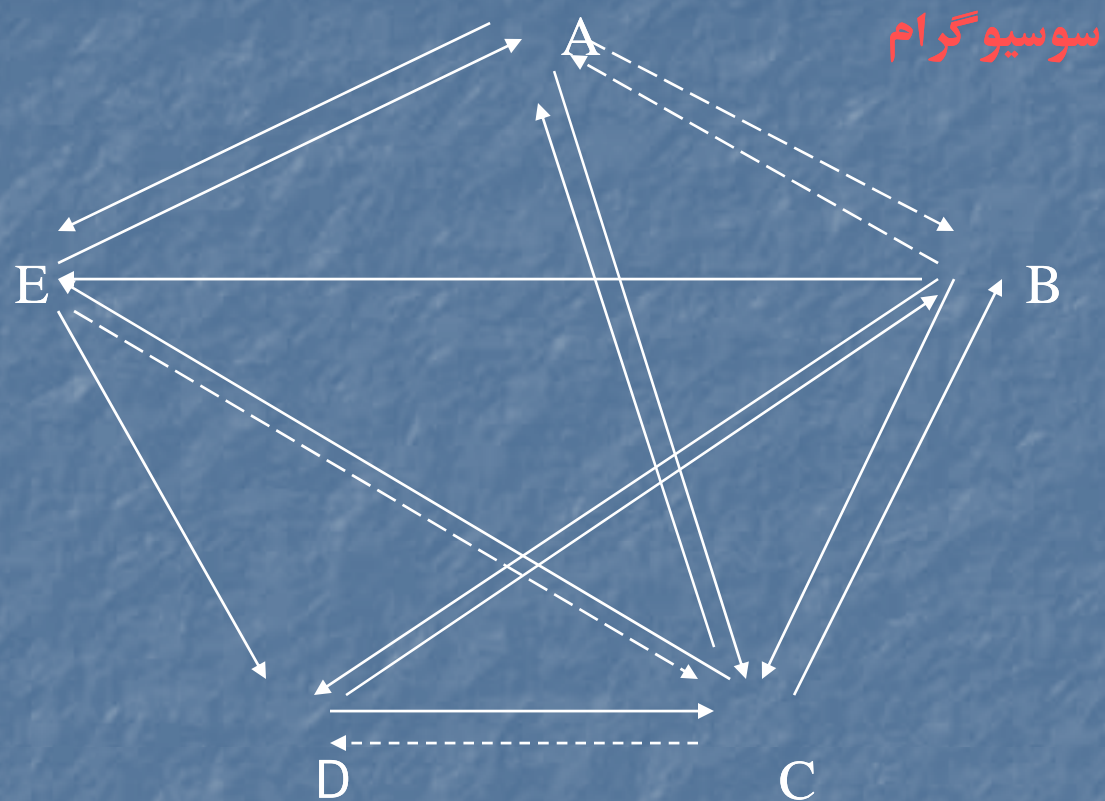
سوسیومتری

استخراج

در سطر اول آراء A نسبت به بقیه آمده است
فلش ممتد ← به معنی انتخاب یا رای مثبت و خط فلش
منقطع به معنی عدم انتخاب است.
بالای هر فلش اعداد 1، 2، 3 آمده است که 1 به معنی انتخاب
رای اول، 2 به معنی انتخاب رای دوم و 3 به معنی انتخاب
رای سوم باشد.



سوسیومتری





سوسیومتری

سوسیوگرام

$$\text{تعداد آراء متقابل} = \frac{5}{10} = 1/5$$

همبستگی گروهی

تعداد آراء متقابل ممکن

$$\text{تعداد آراء متقابل ممکن} = \frac{n(n-1)}{2} = \frac{5(5-1)}{2} = 10$$

بنابراین ضریب همبستگی گروهی بر اساس این فرمول برابر با $1/5$ می شود.



سوسیومتری

پایگاه سوسیومتری

تعداد آراء مثبت کسب شده

$$SS+ = \frac{\text{تعداد آراء مثبت کسب شده}}{\text{تعداد اعضاء گروه} - 1}$$

بر این اساس پایگاه سوسیومتریکی مثبت A برابر است با:

$$SS+ A = \frac{3}{5} = /75$$

پایگا سوسیومتریکی منفی : به جای آراء مثبت کسب شده آراء منفی کسب شده محاسبه می شوند.



سوسیومتری

ماتریس

	A	B	C	D	E
A	-	-1	+3	+1	+2
B	-1	-	+2	+1	+3
C	+1	+2	-	-1	+3
D	+3	+2	+1	-	0
E	+1	0	-1	+2	-



پایگاه سوسیومتریکی ضریب بندی شده: درج اولویت آراء با هم متفاوت می باشد و اینجا درجه اولویت محاسبه می شود و پایگاه ضریب بندی شده محاسبه می شود

	A	B	C	D	E
A	-	-1	+3	+1	+2
B	-1	-	+2	+1	+3
C	+1	+2	-	-1	+3
D	+3	+2	+1	-	0
E	+1	0	-1	+2	-
	+7	+4	+6	+8	+4 =29

علی محمد جوادی ، دستیار آموزشی دانشگاه پیام نور مرکز گیلانغرب

جمع آراء ضریب بندی شده مثبت



سوسیومتری

پایگاه سوسیومتری ضریب بندی شده

■ در ماتریس ضریب بندی شده اعداد ضریب بندی شده زیر اعداد قبلی نوشته شد است.

پایگاه ضریب بندی شده از آن رو محاسبه می شود که جمع آراء ضریب بندی شده توسط یک شخص بر مجموع نمرات ضریب بندی شده تقسیم می گردد.

جمع آراء مثبت کسب شده ضریب بندی شده

$$SS+ = \frac{\quad}{\quad}$$

جمع کلیه آراء مثبت ضریب بندی شده



سوسیومتری

■ کاربرد تکنیک سوسیومتری:

در سازمانهای رسمی و غیر رسمی می توان با هزینه نسبتاً کوتاه به نوع روابط اجتماعی و پیوند بین افراد و جایگاه افراد در یک گروه پی برد.

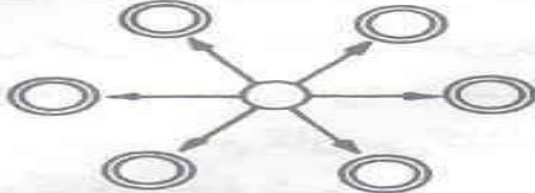
تصاویر مورنو



1.



2.



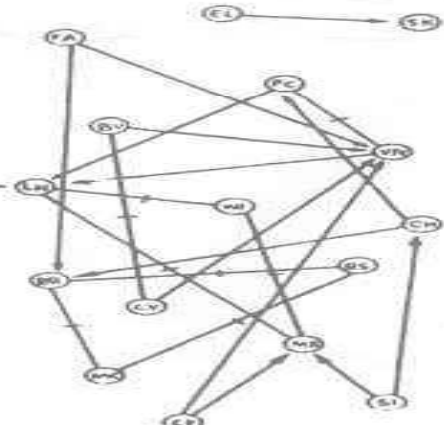
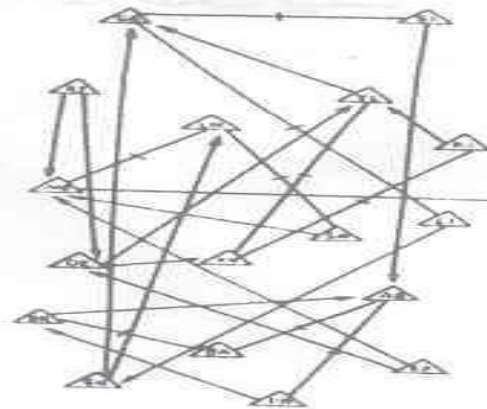
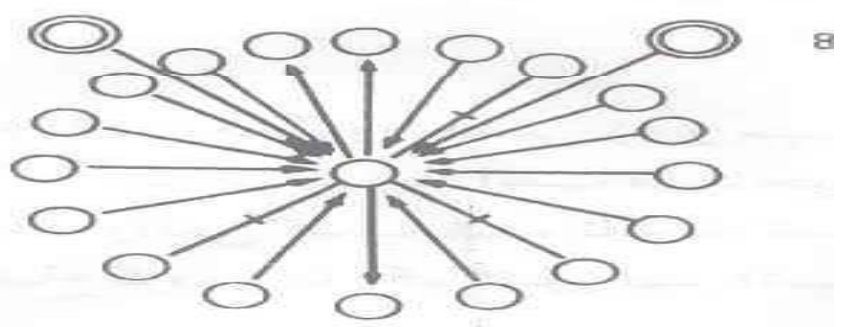
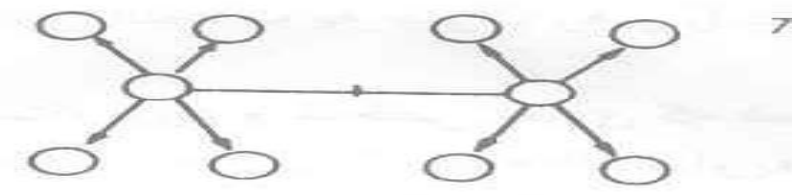
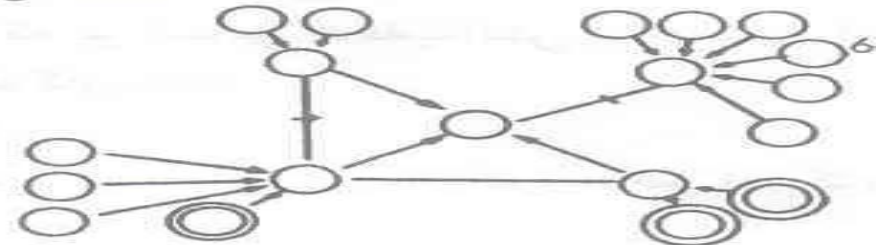
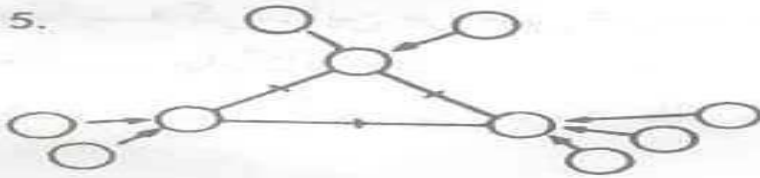
3.



4.



5.



www.salampnu.com

سایت مرجع دانشجوی پیام نور

- ✓ نمونه سوالات پیام نور : بیش از ۱۱۰ هزار نمونه سوال همراه با پاسخنامه
- تستی و تشریحی
- ✓ کتاب ، جزوه و خلاصه دروس
- ✓ برنامه امتحانات
- ✓ منابع و لیست دروس هر ترم
- ✓ دانلود کاملاً رایگان بیش از ۱۴۰ هزار فایل مختص دانشجویان پیام نور

www.salampnu.com