

<https://telegram.me/pajoohegroup>

بسمه تعالی

ابزارهای گردآوری داده در پژوهش‌های کمی

مطالب موجود در کانال آموزشی پژوهه :

- ✓ آموزش پروپوزال و بخش‌های مختلف آن
- ✓ آموزش پایان‌نامه و بخش‌های مختلف آن
- ✓ آموزش مقاله‌نویسی و استانداردهای آن
- ✓ اصول چاپ مقاله در ژورنال‌های معتبر
- ✓ انتخاب موضوع پژوهش و معیارهای آن
- ✓ اولویت‌های پژوهشی سازمان‌ها و نهاد‌های حمایت‌کننده از پایان‌نامه
- ✓ روش‌های تحقیق گوناگون به ویژه روش‌های آماری
- ✓ برخی نرم‌افزارهای مورد استفاده در تحلیل پایان‌نامه همچون `spss` , `matlab`
- ✓ معرفی مهم پایگاه‌های اطلاعاتی لاتین و فارسی در رشته‌های مختلف
- ✓ آموزش ترندهای برنامه `WORD` جهت تایپ پایان‌نامه و مقاله

...

❖ لینک کانال تلگرام پژوهه: <https://telegram.me/joinchat/CffiVTvls6nn8eg4Zot5RQ>

❖ سایت پژوهه: <http://pajooheh.ir/>

<https://telegram.me/pajoohegroup>

روش‌های پژوهش کمی، در واقع تشکیل دهنده یک پارادایم روش‌شناختی در علم به شمار می‌آیند. این پارادایم دارای ویژگی‌ها و اصولی است که متمایز از سایر روش‌های پژوهش است. بنابراین، می‌توان گفت که ابزارهایی که برای گردآوری داده در این پارادایم استفاده می‌شوند نیز متمایز از سایر ابزارها هستند. اگرچه، برخی معتقدند که نمی‌توان مرز روشی میان ابزارهای گردآوری داده در روش‌های کمی، کیفی، یا ترکیبی قائل شد. در هر صورت، در ادامه به توضیح متداول‌ترین ابزارهای گردآوری داده در روش‌های کمی خواهیم پرداخت.

فهرست مطالب فایل

(برای دسترسی سریع می‌توانید روی عنوان مربوطه در فهرست کلیک کنید)

۳	پرسشنامه
۴	شیوه طراحی پرسشنامه
۵	شیوه‌های توزیع پرسشنامه
۶	شیوه اول- پرسیدن چهره به چهره
۶	شیوه دوم- پرسیدن تلفنی
۷	شیوه سوم - توزیع و جمع‌آوری
۸	شیوه چهارم - توزیع پستی
۸	شیوه پنجم - توزیع از طریق پست الکترونیکی
۸	شیوه ششم - توزیع برخط و مزایا و معایب آن
۹	مزایای استفاده از پرسشنامه‌های برخط
۹	معایب استفاده از پرسشنامه‌های برخط
۱۰	ارزیابی و انتخاب ابزار پرسشنامه برخط
۱۰	برخی از رایج‌ترین ابزارهای پیمایش برخط
۱۱	انواع پرسش‌های پرسشنامه‌ای
۱۲	پرسش‌های بسته
۱۳	پرسش‌های باز
۱۳	نامه روکش همراه پرسش‌نامه

<https://telegram.me/pajoohehgroup>

سیاهه واری یا چکلیست ۱۴

پرسشنامه

رایج‌ترین و شاید مهمترین ابزار گردآوری داده در پژوهش‌هایی که با رویکرد کمی اجرا می‌شوند ابزار پرسشنامه است. پرسشنامه از مجموعه گویه‌ها (Items) پرسش‌هایی تشکیل شده که به دنبال بررسی سؤال‌های پژوهش و در نهایت رسیدن به اهداف پژوهش هستند. به طور معمول، پژوهشگر زمانی از پرسشنامه استفاده می‌کند که به دنبال پیمایش نگرش‌ها، عقاید، و نظر تعداد نسبتاً زیادی از افراد باشد. اما زمانی که پژوهشگر بخواهد یک مسئله پیچیده، چالش برانگیز، یا جدید را به صورت عمیق بررسی کند، صرف استفاده از پرسشنامه راه حل مناسبی به نظر نمی‌رسد.



یکی از مسائلی که در استفاده از پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری داده باید به آن توجه کرد، ترتیب پرسش‌هایی است که در پرسشنامه مطرح می‌شود. به طور کلی، بهتر است ابتدا پرسش‌هایی مطرح شوند که از اهمیت بیشتری برخوردارند؛ با این حال، اگر پرسش‌های حساس یا شخصی برای پژوهش مهم هستند، بهتر است پرسشنامه با این پرسش‌ها آغاز نشود. یکی دیگر از مسائل بسیار مهم در طراحی این ابزار آن است که پرسشنامه تا جایی که ممکن است باید «کوتاه» باشد. برای مثال، اگر یک پرسشنامه در ۱۰ صفحه طراحی شود! به احتمال زیاد هیچ کس در پژوهش مشارکت نخواهد کرد. از این رو، باید سعی کرد پرسش‌هایی را در پرسشنامه قرار داد که حاوی

<https://telegram.me/pajoohegroup>

اطلاعات مهم و کاربردی و دقیق برای پژوهش هستند. دسته‌بندی پرسش‌ها به سه دسته «باید پرسیده شود»، «بہتر است پرسیده شود»، و «بد نیست پرسیده شود» می‌تواند در تعیین طول پرسشنامه به پژوهشگر کمک کند.

شیوه طراحی پرسشنامه

بدون شک، هر پژوهشگر بر اساس اهداف پژوهش خود باید بهترین ابزار را برای گردآوری داده انتخاب کند. زمانی که پژوهشگر در حال بررسی ابزار گردآوری داده است، ممکن است ابزار مناسب و مورد نیاز وی از قبل طراحی شده باشد یا خیر؛ در صورتی که ابزار آماده وجود نداشته باشد، پژوهشگر باید ابزار مناسبی برای گردآوری داده طراحی کند. ابزارهایی که از قبل طراحی شده‌اند، معمولاً پس از مدتی به شکل استاندارد درمی‌آیند و توسط تعداد زیادی از پژوهشگران مورد استفاده و مورد پذیرش عام قرار می‌گیرند. برای مثال، در حوزه‌های مدیریت ممکن است ابزارهای استاندارد گوناگونی برای بررسی میزان «رضایت شغلی» کارکنان وجود داشته باشد؛ که در این صورت، با توجه به بافت پژوهش می‌توان از آنها استفاده کرد.

اما زمانی که پژوهشگر مجبور به طراحی پرسشنامه می‌شود، بہتر است از مراحل زیر پیروی کند:

گام اول: بررسی ابزارهای استفاده شده در پژوهش‌های مرتبط: قبل از هرچیز بہتر است پژوهشگر منابع لازم راجع به موضوع را مطالعه و دانش تخصصی خود در زمینه مورد نظر را تکمیل کند. ممکن است در این مرحله، پرسشنامه‌های مشابه نیز پیدا شوند و به کمک پژوهشگر بیایند.

گام دوم: طراحی محتوای پرسش‌ها، جمله‌بندی، و قالب پاسخگویی به پرسش‌ها: در واقع، این مرحله مهم‌ترین مرحله طراحی پرسشنامه است. پژوهشگر پس از آنکه دانش تخصصی خود را افزایش داد و پیشینه‌های مرتبط را مطالعه کرد، نوبت به آن می‌رسد که بر اساس اهداف پژوهش به طراحی پرسش‌ها و گویه‌های مناسب برای طرح در پرسشنامه بپردازد. این مرحله هم شامل طراحی محتوا می‌شود و هم طراحی ساختار. بنابراین، پژوهشگر باید درباره نوع پرسش‌ها و قالب پاسخ مورد انتظار به یک پرسش/گویه تصمیم‌گیری کند.

<https://telegram.me/pajoohegroup>

گام سوم: ترتیب و اولویت پرسش‌ها: اولویت‌بندی پرسش‌ها مرحله سوم طراحی یک پرسشنامه است. بنابراین، پژوهشگر پس از آنکه در مورد محتوا و ساختار پرسش‌ها/گویه‌های پرسشنامه تصمیم گرفت، باید تشخیص دهد چه گویه‌هایی در ابتدا و انتهای پرسشنامه قرار گیرند، و ترتیب پرسش‌ها به چه صورت باشد.

گام چهارم: تأیید همترازها: همترازها افرادی هستند که از دانش تخصصی لازم در یک زمینه موضوعی برخوردارند، و نظر آنها می‌تواند موجب ارتقای اعتبار یک کار علمی شود. پژوهشگر پس از آنکه پرسشنامه را تهیه کرد، بهتر است آن را در اختیار همترازها قرار دهد تا بازخورد آنها نیز دریافت شود.

گام پنجم: اجرای طرح پایلوت (یا آزمایشی): پس از طراحی اولیه پرسشنامه و دریافت نظر همترازها، برای آزمودن تناسب ابزار با اهداف مورد بررسی در پژوهش باید دست به اجرای یک طرح آزمایشی (یا پایلوت) زد. در این طرح ابزار پژوهش میان نمونه کوچکی از افراد توزیع می‌شود و بازخوردهای این پیمایش دریافت می‌شود. اجرای این مرحله در طراحی ابزار بسیار مهم است، چراکه ابزار پژوهش در عمل مورد سنجش قرار می‌گیرد.

گام ششم: اصلاح و بازنگری: پس از اجرای طرح پایلوت نقاط ضعف ابزار مشخص خواهد شد و بازخوردهای لازم در اختیار پژوهشگر قرار می‌گیرد. بنابراین، پژوهشگر می‌تواند بر اساس این اطلاعات و بازخوردها پرسشنامه را اصلاح کند تا بهتر بتواند به هدف پژوهش دست یابد.

گام هفتم: تهیه ویرایش نهایی پرسشنامه برای توزیع: پس از انجام تمامی مراحل فوق، نسخه نهایی پرسشنامه آماده شده و در میان نمونه پژوهش توزیع خواهد شد.

شیوه‌های توزیع پرسشنامه

پس از طراحی پرسشنامه، پژوهشگر می‌تواند به دو طریق اقدام به گردآوری داده کند:

- ۱) پرسشنامه‌ها را در اختیار پاسخ‌دهندگان و مشارکت‌کنندگان پژوهش قرار دهد تا آن را تکمیل کنند، یا
- ۲) خود پژوهشگر پرسش‌های پرسشنامه را از جامعه پژوهش بپرسد و آنها را تکمیل کند.

<https://telegram.me/pajoohehgroup>

روش‌های متفاوتی برای توزیع پرسشنامه در دو گروه فوق وجود دارد. در ادامه این شیوه‌ها تشریح می‌شوند. از میان روش‌های زیر، توزیع و تجمیع، توزیع پستی، توزیع از طریق پست الکترونیکی، و توزیع برخط جزء گروه اول، و پرسیدن چهره به چهره و پرسیدن تلفنی در گروه دوم قرار دارند.

شیوه اول – پرسیدن چهره به چهره

زمانی که پژوهشگر امکان تماس مستقیم با نمونه پژوهش دارد می‌تواند پرسشنامه خود را به صورت رو در رو و با کمک پاسخ‌دهندگان تکمیل کند؛ خواه این پرسشنامه به صورت چاپی باشد یا آنکه به صورت الکترونیکی طراحی شده و پژوهشگر با مراجعه به رایانه شخصی یا تبلت خود پرسشنامه را تکمیل کند. این روش در حالتی که پاسخ‌دهندگان خود نمی‌توانند پرسشنامه را تکمیل کنند، احتمالاً تنها گزینه پژوهشگر برای انجام پژوهش است. برای مثال، زمانی که جامعه پژوهش افراد نابینا هستند، یا آنکه جامعه پژوهش بیمار بوده و خود توانایی تکمیل پرسشنامه را ندارند.

شیوه دوم – پرسیدن تلفنی

زمانی که دسترسی فیزیکی و رو در رو به نمونه پژوهش برای پژوهشگر مقدور نیست، و از طرفی به دلیل پاره‌ای از محدودیت‌ها نمونه پژوهش خود نمی‌تواند پرسشنامه را تکمیل کند، پژوهشگر می‌تواند با استفاده از ابزار تلفن و مصاحبه با نمونه پرسشنامه را تکمیل کند.

<https://telegram.me/pajoohegroup>



شیوه سوم – توزیع و جمع

تا چند سال پیش، قبل از آنکه اینترنت به شکل کنونی توسعه پیدا کند، شاید روش توزیع و جمع رایج‌ترین شیوه توزیع پرسشنامه به شمار می‌آمد. در این روش، پژوهشگر خود با رفتن به میان نمونه پژوهش و ارتباط رو در رو با آنها، از افراد می‌خواهد که به پرسشنامه او پاسخ دهند. پرسشنامه‌ها به طور معمول بر روی کاغذ چاپ شده و افراد نیز با گذاشتن وقت مناسب پرسشنامه را تکمیل و به پژوهشگر باز می‌گردانند.

در شرایطی که احتمالاً نمونه پژوهش تمایلی به پاسخ دادن به پرسشنامه نداشته باشند، پژوهشگر سعی می‌کند تا از یک جایزه برای ترغیب نمونه پژوهش کمک بگیرد. برای مثال، این جایزه می‌تواند ارائه یک خودکار/مداد به افراد باشد، یا آنکه اسم آنها برای شرکت دادن در یک قرعه‌کشی نزد پژوهشگر فهرست شود و نهایتاً به قید قرعه به برخی از پاسخ‌دهندگان جوایزی تقدیم شود.

روش توزیع و جمع پرسشنامه‌های چاپی برای سال‌های طولانی توسط پژوهشگران مورد استفاده قرار می‌گرفت. با توسعه اینترنت و تبدیل شدن آن به یکی از ابزارهای پژوهش توسط پژوهشگران، روش توزیع الکترونیکی بیشتر ترجیح داده می‌شود. حمایت از محیط زیست، تأثیر نداشتن مستقیم پژوهشگر بر روی نمونه پژوهش،

<https://telegram.me/pajoohegroup>

سهولت توزیع، سرعت در گردآوری داده، حذف مرحله ورود داده به نرم افزارهای تحلیل داده، و غیره از مسائلی هستند که باعث شده‌اند تا استفاده از روش توزیع و تجمیع روز به روز کاهش پیدا کند.

شیوه چهارم – توزیع پستی

در شرایطی که پژوهشگر امکان دسترسی مستقیم به نمونه پژوهش را ندارد، می‌تواند پرسشنامه خود را از طریق پست برای افراد ارسال و از همین طریق آنها را گردآوری کند. محدودیت جغرافیایی می‌تواند یکی از دلایلی باشد که افراد نتوانند به صورت مستقیم با نمونه پژوهش ارتباط برقرار کرده و از آنها بخواهند تا در پژوهش مشارکت کنند. طولانی‌تر شدن مرحله گردآوری داده و هزینه‌های پستی مهمترین مسائل چالش‌برانگیز در توزیع پستی پرسشنامه به شمار می‌آیند. برای مثال، زمانی که بخواهیم کشاورزان مناطق جغرافیایی متفاوت کشور به پرسشنامه ما پاسخ دهند، احتمالاً این روش بسیار کارآمد است.

شیوه پنجم – توزیع از طریق پست الکترونیکی

امروزه با گسترش ابزار پست الکترونیکی و بالا بودن ضریب نفوذ آن میان جوامع گوناگون، دیگر استفاده از پست فیزیکی به صرفه نیست. در شرایطی که جامعه پژوهش همه به پست الکترونیکی دسترسی دارند و مرتب آن را بررسی می‌کنند، استفاده از این ابزار برای توزیع پرسشنامه مناسب خواهد بود. در این روش، پژوهشگر پرسشنامه خود را در قالب یک فایل الکترونیکی (معمولاً میکروسافت ورد/اکسل یا پی.دی.اف. تعاملی) طراحی و آن را به ایمیل ضمیمه کرده و از نمونه پژوهش می‌خواهد که به پرسشنامه او پاسخ دهند. پاسخ‌دهندگان نیز پس از تکمیل پرسشنامه آن فایل را از طریق پست الکترونیکی برای پژوهشگر ارسال می‌کنند. برای مثال، اگر جامعه پژوهش ما شامل دانشجویان یک دانشگاه خاص می‌باشند، احتمالاً استفاده از پست الکترونیکی گزینه مناسبی برای توزیع پرسشنامه است. در این حالت، می‌توان از فهرست‌های پست الکترونیکی (Mailing list) نیز بهره برد.

شیوه ششم – توزیع برخط و مزایا و معایب آن

<https://telegram.me/pajoohegroup>

استفاده روزافزون از اینترنت و ارتباطاتی که به واسطه رایانه‌ها انجام می‌شوند بر روی جامعه علمی نیز تأثیرگذار بوده‌است. امروزه استفاده گسترده از پرسشنامه برخط، به عنوان ابزاری جهت گردآوری داده در تحقیقات علمی به چشم می‌خورد؛ اما همانند هر ابزار دیگری دارای مزایا و معایبی است. برخی از این مزایا با پرسشنامه‌های چاپی مشترک است، اما برخی از آن‌ها خاص محیط برخط است. با این حال، به نظر می‌رسد در آینده‌ای نه چندان دور این شیوه توزیع پرسشنامه جایگزین شیوه قلم و کاغذی شود. در ادامه همچنان که مزایای آن می‌پردازیم، به معایب آن نیز پرداخته خواهد شد.

مزایای استفاده از پرسشنامه‌های برخط

احتمالاً مهم‌ترین و بارزترین مزایای استفاده از پرسشنامه‌های برخط هزینه، وقت، و نبود مرزهای جغرافیایی و فیزیکی است. در پرسشنامه برخط، برخلاف پرسشنامه چاپی، نیازی به چاپ کردن پرسشنامه‌ها نیست و نیازی نیست که برای رساندن پرسشنامه‌ها به پاسخ‌دهندگان هزینه‌ای صرف شود. همچنین، این پرسشنامه‌ها می‌توانند مقادیر زیادی داده در زمانی نسبتاً محدود گردآوری کنند. از دیگر مزایای بسیار مهم این نوع پرسشنامه‌ها ارائه اطلاعات آماری و نتایجی است که توسط برنامه‌های تعبیه‌شده در پایگاه فراهم می‌شود، بنابراین پژوهشگر می‌تواند درست پس از اتمام گردآوری داده به تجزیه و تحلیل آن بپردازد. همان‌طور که اونیل (۲۰۰۴) اشاره می‌کند، شواهدی وجود دارد دال بر اینکه پرسشنامه‌های برخط قابلیت گردآوری حجم بیشتری داده نسبت به انواع چاپی را دارند. او همچنین به حداقل رساندن خطاها را مزیت دیگر این ابزار می‌داند. همان‌طور که ذکر شد، در این پرسشنامه‌ها امکان آن وجود دارد که هنگام تکمیل نکردن و یا اشتباه پاسخ دادن به پرسشنامه پیغام‌هایی به پاسخگو ارائه شود که نسبت به رفع خطاها اقدام کند.

معایب استفاده از پرسشنامه‌های برخط

از مهم‌ترین و بارزترین معایب پرسشنامه‌های برخط، سوءگیری‌ای است که در فرایند گردآوری داده رخ خواهد داد. بدین معنی که همه افراد به اینترنت دسترسی ندارند و این امر در کشورهای در حال توسعه نمود بیشتری دارد. در میان افرادی نیز که به اینترنت دسترسی دارند، سطوح گوناگونی از آنچه که سواد دیجیتالی نامیده می‌شود

<https://telegram.me/pajoohehgroup>

قابل مشاهده است. مشکلات فنی - مانند تحویل داده نشدن لینک پرسشنامه به پاسخ دهندگان و همچنین فرستاده شدن لینک به پوشه اسپم ها (در مورد فرستادن ایمیل) - نیز از دیگر مشکلاتی هستند که امکان دارد در فرایند گردآوری داده از این طریق رخ دهند.

ارزیابی و انتخاب ابزار پرسشنامه برخط

در حال حاضر، ابزارهای فراوانی برای توزیع پرسشنامه به صورت الکترونیکی طراحی و در دسترس قرار گرفته اند. برخی از این ابزارها رایگان و برخی نیز نیازمند پرداخت هزینه هستند. اگرچه، ممکن است یک ابزار طرح‌های متفاوتی در اختیار کاربران قرار دهد که شماری از این طرح‌ها رایگان و استفاده از طرح‌های دیگر مستلزم پرداخت هزینه باشند. در طرح‌های رایگان بیشتر این ابزارها، امکاناتی که ارائه می‌شود معمولاً ناقص است؛ به عنوان مثال، تعداد سؤالاتی که می‌توان در پایگاه طراحی کرد محدود بوده یا اینکه نتایج به صورت خروجی اکسل و یا خروجی‌های دیگر امکان‌پذیر نیست، و یا اینکه جزئیات پرسشنامه‌های تکمیل شده را مشاهده کرد. برخی از این ابزارها نیز طرح‌های آزمایشی خود را برای مدت زمان محدودی (مثلاً برای ۱۵ روز) در اختیار قرار می‌دادند. معیارهایی که برای ارزیابی این ابزارها وجود دارد کاملاً انعطاف‌پذیرند، اما حداقل معیارهایی نیز وجود دارند که نیاز به بررسی و اجرا شدن دارند. اولین و مهم‌ترین معیار حصول اطمینان از مسائل اخلاقی و محرمانه ماندن داده گردآوری شده است. رایگان بودن و پشتیبانی از زبان فارسی نیز معیارهایی هستند که ترجیحاً باید در مرحله بعدی قرار گیرند. کاربردپذیری ابزار پژوهش، از مسائل مهم مورد توجه پژوهشگر در انتخاب ابزار باید باشد؛ بدین معنی که تعداد و نوع پرسش‌هایی (برای مثال، انواعی از قبیل طیف لیکرت، انتخاب‌های چندگانه، متن آزاد، انتخاب از لیست، و غیره) که می‌توان در ابزار طراحی کرد به چه صورت است. اعمال مدیریتی (مانند بستن یا باز کردن پرسشنامه جهت پاسخگویی، محدود کردن پاسخ دهندگان، و غیره) از معیارهای دیگری است که باید به آن توجه کرد. نهایتاً، محدودیت در تعداد افرادی که می‌توانند در یک روز یا در کل فرایند پژوهش به پرسشنامه پاسخ دهند، از دیگر مواردی است که احتمالاً باید مورد توجه پژوهشگر واقع شود.

برخی از رایج‌ترین ابزارهای پیمایش برخط

SurveyMonkey - www.surveymonkey.com

<https://telegram.me/pajoohehgroup>

Zoomerang - www.zoomerang.com

SurveyGizmo - (www.surveygizmo.com)

PollDaddy - (www.polldaddy.com)

QuestionPro - www.questionpro.com

LimeSurvey - www.limesurvey.org

Key Survey - www.keysurvey.com

SoGoSurvey - <http://www.sogosurvey.com>

Google Forms - <https://www.google.com/forms/about>

Zoho Survey - <https://www.zoho.com/survey>

Survey Planet - <https://surveyplanet.com>

Qualtrics - <http://www.qualtrics.com/research-suite>

Porseshname Online - <http://porseshnameonline.com>

انواع پرسش‌های پرسشنامه‌ای

در طراحی پرسش‌ها/گویه‌های پرسشنامه باید دید طرح چه نوع پرسشی مناسب است. پرسش‌ها/گویه‌های پرسشنامه انواع گوناگونی را شامل می‌شوند، که به توضیح آنها خواهیم پرداخت. در یک نگاه کلی این پرسش‌ها را به دو دسته پرسش‌ها بسته (یا بسته - پاسخ) و پرسش‌های باز (یا باز - پاسخ) تقسیم‌بندی می‌کنند. اگرچه، ممکن است پرسش‌های نیمه - بسته (یا نیمه - باز) را نیز بتوان به این دسته‌بندی افزود، ولی از آنجایی که استفاده از این دسته‌بندی چندان رایج نیست، از توضیح تفصیلی آن صرف‌نظر خواهیم کرد. پرسش‌های نیمه - بسته به پرسش‌هایی گفته می‌شود که پژوهشگر انتخاب‌هایی را برای پاسخ‌دهندگان از قبل تعیین کرده، ولی در عین حال فضایی تعیین کرده که پاسخ‌دهنده بتواند توضیح اضافی خود را «به زبان خود» در پرسشنامه وارد کند.

<https://telegram.me/pajoohehgroup>

پرسش‌های بسته

پرسش‌های بسته به آن دسته از پرسش‌هایی گفته می‌شود که پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه را مجبور می‌کند در قالب پاسخ‌های از قبل تعریف شده به پرسشنامه پاسخ دهند. داده‌ای که از طریق این نوع پرسش‌ها گردآوری می‌شود، اغلب داده کمی هستند که باید با تکنیک‌هایی که در آمار کمی مطرح است با آنها رفتار شود. بنابراین، پاسخ‌دهنده نمی‌تواند هر پاسخی که مد نظرش است (به غیر از پاسخ‌های از قبل تعریف شده) را در پرسشنامه وارد کند. پرسش‌های بسته می‌توانند انواع گوناگونی داشته باشند:

پرسش‌های دو وجهی: این پرسش‌ها پاسخ‌دهنده را مجبور می‌کنند که بین دو گزینه یکی را انتخاب کند. برای مثال، زمانی که جنسیت پاسخ‌دهنده خواسته می‌شود، به طور معمول او باید «مرد» یا «زن» را انتخاب کند. پرسش‌هایی که پاسخ‌شان بلی/خیر است نیز در این رده تعریف می‌شوند.

پرسش‌های چند وجهی: این پرسش‌ها تا حدی مشابه پرسش‌های دو وجهی هستند، با این تفاوت که انتخاب‌های بیشتری در اختیار پاسخ‌دهندگان قرار می‌گیرد. برای مثال، زمانی که در مورد سطح تحصیلات افراد پرسش می‌شود، ممکن است گزینه‌های «دیپلم»، «کارشناسی»، «کارشناسی ارشد»، و «دکتری» به پاسخ‌دهنده پیشنهاد شود.

پرسش‌های تعیین اولویت: این نوع پرسش‌ها تا حدی مشابه پرسش‌های چند وجهی هستند، با این تفاوت که در این نوع پرسش‌ها از پاسخ‌دهنده خواسته می‌شود تا پاسخ‌ها را بر اساس نظر خودش اولویت‌بندی کند. برای مثال، چهار پاسخ در اختیار او قرار می‌گیرد و از او خواسته می‌شود تا به هر کدام از پاسخ‌ها از عدد «۱» (بیشترین اولویت) تا عدد «۴» (کمترین اولویت) عددی اختصاص دهد.

پرسش‌های تعیین طیف: تنظیم پاسخ‌ها بر اساس طیف لیکرت بارزترین مثال برای آشنایی با پرسش‌های تعیین طیف است. در این پرسش‌ها پژوهشگر معمولاً به دنبال بررسی نظر و نگرش پاسخ‌دهندگان بر اساس یک طیف خاص است. برای مثال، بررسی میزان رضایت مشتریان از یکی از خدمات ارائه شده توسط سازمان که پاسخ‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج ارزشی (یعنی «خیلی زیاد»، «زیاد»، «متوسط»، «کم»، و «خیلی کم»). یا بررسی میزان رضایت همین گروه مشتریان بر اساس یک طیف ده ارزشی (از عدد «۱» [ناراضی] تا عدد «۱۰» [کاملاً راضی]).

<https://telegram.me/pajoohegroup>

پرسش‌های باز

پرسش‌های باز به پرسش‌هایی گفته می‌شود که پاسخ‌های آنها از قبل توسط پژوهشگر مشخص نشده و پاسخ‌دهنده می‌تواند پاسخ پرسش را به زبان خود بنویسد. بر خلاف پرسش‌های بسته، پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه برای پرسش‌های باز «توضیح» خواهند نوشت.

به همین دلیل داده به دست آمده از پرسش‌های باز اغلب کمی صرف نیست، و عمق آن به نسبت پرسش‌های بسته بیشتر است. همچنین، ممکن است موضوعات جدیدی از پاسخ پرسش‌های بسته توسط پژوهشگر بیرون کشیده شود. اما باید توجه داشت، که پاسخ به این پرسش‌ها معمولاً وقت‌گیرتر از پرسش‌های بسته است و مستلزم صبر و حوصله بیشتری از جانب پاسخ‌دهندگان است. علاوه بر این، تحلیل این پاسخ‌ها نیز به آسانی تحلیل پاسخ‌های کمی به پرسش‌های بسته نخواهد بود.

نامه روکش همراه پرسش‌نامه

معمولاً پرسشنامه‌ها با یک معرفی‌نامه همراه هستند که در متن این نامه پژوهشگر و پژوهش او معرفی شده‌اند. نامه روکش (Cover letter)، نامه پوششی، نامه همراه پرسشنامه، معرفی‌نامه، پیام خوشامدگویی (welcome message) یا نامه معرفی پژوهش اصطلاحاتی هستند که معمولاً برای توصیف این متن به کار گرفته می‌شوند. نامه روکش اگر به شکلی خوب و مناسب نوشته شود، معمولاً باعث ترغیب پاسخ‌دهندگان به مشارکت در پژوهش خواهد شد. در مقابل، اگر این متن بی‌کیفیت طراحی شود، احتمالاً باعث پایین آمدن نسبت پاسخ‌ها خواهد شد. عناصری که یک نامه روکش خوب و با کیفیت باید در متن خود داشته باشد، عبارتند از:

- عنوان پژوهش یا طرح؛
- ذکر نام سازمان پژوهشی یا دانشگاهی که پژوهشگر وابسته به آن است و طرح را برای این مؤسسه انجام می‌دهد. یا در صورتی که طرح با حمایت سازمان خاصی اجرا می‌شود، نام این سازمان درج شود؛
- معرفی پژوهشگر و اینکه چرا او چنین مطالعه‌ای انجام می‌دهد (لازم نیست این بخش مفصل نوشته شود، و بهتر است بسیار خلاصه به آن پرداخت)؛

<https://telegram.me/pajoohehgroup>

- ذکر مشوقی که باعث ترغیب پاسخ دهنده شود؛ برای مثال، یک جایزه (این بخش می تواند اختیاری باشد)؛
- توضیح مسائل اخلاقی مرتبط با پژوهش (برای مثال، ناشناس ماندن پاسخ دهندگان)، و اینکه از داده گردآوری شده به چه منظورهایی استفاده خواهد شد؛
- توضیح چگونگی جمع آوری/بازگشت پرسشنامه ها؛
- نام و شماره تلفن/آدرس پست الکترونیکی که مشارکت کنندگان در صورت نیاز بتوانند با آن تماس برقرار کنند؛

نامه روکش ممکن است شامل «دستورالعمل» پاسخگویی به پرسشنامه نیز باشد. البته، این دستورالعمل می تواند به صورت جداگانه نیز طراحی شود، به ویژه زمانی که این دستورالعمل مفصل، پیچیده، و نیازمند دقت بیشتری از سوی پاسخ دهندگان باشد. در مواردی که پژوهشگر خود شخصاً پرسشنامه را توزیع نمی کند یا آنکه پرسشنامه را به روش الکترونیکی توزیع می کند، نامه روکش اهمیت بیشتری پیدا می کند؛ بنابراین، در این مواقع باید دقت بیشتری در نگارش این نامه شود، چراکه نقش مهمی را ایفا خواهد کرد.

سیاهه واری یا چک لیست

سیاهه واری فرمی است که از آن برای ثبت اطلاعات یا شناسایی فعالیت ها استفاده می شود. تا حدی می توان گفت که سیاهه واری مشابه پرسشنامه است، با این تفاوت اصلی که سیاهه واری را اغلب خود پژوهشگر تکمیل می کند. پژوهشگر پس از مشاهده یک اقدام، یک موقعیت، یک فعالیت، یک فرایند، و غیره، با توجه به اهداف پژوهش خود اطلاعات لازم را در یک فرم وارد می کند؛ در واقع، این فرم همان سیاهه واری است. مطمئناً هر سیاهه واری ویژه یک موقعیت طراحی می شود، و نمی توان در بافت های گوناگون از آن استفاده کرد. بنابراین، می توان گفت که یک سیاهه واری اغلب بر اساس مشاهده پژوهشگر تکمیل می شود. با این حال، توسعه و طراحی یک سیاهه واری به نسبت سایر ابزارهای گردآوری داده آسان تر است. برای مثال، پژوهشگری که به هدف بررسی رفتار دانش آموزان در یک کلاس درس پژوهش خود را راه اندازی کرده، ممکن است ابتدا یک سیاهه واری از رفتارهایی که احتمالاً از دانش آموزان سر می زند تهیه و سپس حین مشاهده این رفتارها سیاهه واری خود را تکمیل کند. بنابراین، سیاهه واری این پژوهشگر یک سیاهه واری رفتاری خواهد بود.

<https://telegram.me/pajoohehgroup>

یک سیاهه واریسی به طور معمول از تعدادی پرسش‌های بسته (با پاسخ‌ها بلی/خیر) تشکیل شده است. اما باید توجه داشت که سیاهه واریسی محدود به این پرسش‌های بسته نمی‌شود و ممکن است پرسش‌های باز را نیز در بر گیرد. اگرچه پاسخ به این پرسش‌های باز اغلب کوتاه است.

نویسنده: بهروز رسولی