

جزوه درس نظرسنجی
مرکز علمی کاربردی واحد 13

مدرس دکتر شیوا زارعی

مقدمه

امروزه اهمیت آمار و اطلاعات به عنوان پیش نیاز کلیه تصمیم گیری ها، سیاست گذاری ها و برنامه ریزی ها بیش از پیش آشکار شده است. این نقش با افزایش پیچیدگی در بعد اجتماعی و اقتصادی در عصر اطلاعات به حدی بدیهی است که نظام آماری کشورها و حجم و کیفیت بانک های اطلاعاتی آن ها نه تنها یکی از مهمترین شاخص های توسعه یافتگی کشورها به شمار می رود، بلکه متقابلا سیاستگذاری ها و برنامه ریزی های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها، بدون در اختیار داشتن آمار کافی، صحیح، دقیق و به هنگام ممکن نیست. هر جامعه ای که خواهان دستیابی به بالاترین سطح توسعه اقتصادی است نمی تواند آمار را نادیده بگیرد. توانایی ها و قابلیت های علم آمار بسیار وسیع است و لزوم توجه به آن امروزه در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه کاملا مشهود است.

از سوی دیگر بهبود کیفیت یکی از مهمترین چالش های کشورها در حوزه آمار است. اگر اقدامات موثری در جهت کنترل خطاها از سوی تولید کنندگان آمار صورت نپذیرد، کاهش اعتماد کاربران آمار و شک و تردید آنان را در پی خواهد داشت. از این رو لازم است با استفاده از روش های آماری بهینه و بهنگام در رابطه با جمع آوری و انتشار آمارها، خود را با استانداردهای حرفه ای و اخلاقی در زمینه تولید آمار منطبق نماییم. بهبود چارچوب نمونه گیری، انتخاب طرح مناسب نمونه گیری، اصلاح فرایند جمع آوری داده ها، تغییر روش های پردازش اطلاعات، تجدید در طراحی پرسشنامه ها و آموزش متصدیان جمع آوری اطلاعات از مهمترین محورهای بهبود کیفیت آمارها می باشند.

در این میان نقش متصدیان جمع آوری اطلاعات در کیفیت آمارهای تولید شده از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است. زیرا این افراد اولین کسانی هستند که مسئولیت کنترل کیفیت داده ها را بر عهده دارند. آن ها می بایست به دانش و مهارت های خاصی تجهیز شوند. متصدیان جمع آوری اطلاعات باید بدانند چگونه و چرا جزئیات معینی از اطلاعات جمع آوری می شود و

هدف نهایی از اجرای هر طرح آماری چیست. لذا دانش و مهارت های مورد نیاز می باشد در قالب پروتکل های خاصی به آنان انتقال یابد. البته بدیهی است که مهارت ها و دانش لازم به صورت تجربی نیز قابل حصول است؛ اما هرچه بتوانیم با ارائه آموزش های مرتبط سرعت دستیابی به آن را افزایش دهیم، مسلماً در روند بهبود کیفیت آمارهای تولیدی نیز تسریع قابل توجهی ایجاد خواهد شد.

افکار عمومی

پدیده افکار عمومی یک عنصر مهم در حیات اجتماعی است که مورد توجه همه کسانی است که در کارهایشان با افراد دیگر به معنی عام سرو کار داشته اند. مطبوعات، رادیو و تلویزیون، شبکه های اجتماعی و به طور کلی همه وسایل ارتباط جمعی از جمله ابزارهای پر قدرت مناسب برای اثرگذاری بر روی افکار عمومی و ایجاد آن می باشند. تا قرن بیستم از افکار عمومی در عرصه های سیاست و فلسفه سخن گفته می شد اما در نیمه اول قرن بیستم جامعه شناسان و روان شناسان این مفهوم را وارد حوزه های علوم خود کردند و با تحقیقاتشان اطلاعات جامعی پیرامون آن فراهم کردند.

به طور کلی شناخت افکار عمومی برای همه افراد، علی الخصوص موسسات، حاکمان، کارگزاران امور عمومی و دست اندرکاران امور سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و مدیریتی در درجه نخست اهمیت قرار دارد.

تعریف افکار عمومی:

افکار عمومی عبارت است از مجموعه ای از افکار و آراء، که مردم به آنها اعتقاد دارند. این افکار و آراء مربوط به همان گروه اجتماعی و در ازای مسائلی است که به نحوی بر منافع عمومی یا خصوصی آنها تاثیر می گذارد.

برای درک بهتر مفهوم افکار عمومی تعریف دو کلمه کلید اساسی است:

1-مساله مورد موضوع:

همه پژوهشگران افکار عمومی معتقدند جهت تشکیل افکار عمومی، باید موضوعی وجود داشته باشد. موضوعی که اساس افکار عمومی را تشکیل می دهد. باید دارای ماهیت باشد تا اینکه افراد، اقشار و گروه های یک جامعه بتوانند نگاه ها و دیدگاه های خاص خودشان را نسبت به آن موضوع ابراز کنند. وجود تفاوت در عقیده و نظر نسبت به یک مساله، عامل کلیدی در تشکیل افکار عمومی است.

2-همگان یا عموم:

جمع یا گروهی از انسان ها که نسبت به یک موضوع یا مساله، احساس علاقه، وابستگی، توجه و ارتباط می نمایند. در حقیقت این افراد عموم، افکار عمومی هستند.

در جامعه شناسی سه نوع جماعت وجود دارد:

1-جماعت سازمان یافته: دارای رهبر، وحدت و دوام خاص می باشند. اعضا و افراد در آن با تصمیم قبلی گرد هم می آیند.

2-جماعت بدون سازمان: فاقد رهبر هستند. دارای نظم می باشند و از هنجارها و قواعد پیروی می کنند مانند تماشاگران یک مسابقه فوتبال.

3-جماعت خودبه خودی و غیر ارادی: در پی یک رویداد غیر عادی مثل تصادف یا انفجار گرد هم می آیند. فاقد رهبری، قاعده و سازمان هستند که می توانند به جماعت ناآرام و آشوب طلب تبدیل شوند.

عوامل موثر بر توجه افکار عمومی یا گسترش و اهمیت افکار عمومی در دنیای مدرن کنونی به عوامل زیر بستگی دارد:

1-تکنیک های بررسی پیشرفت: تکنیک های بررسی افکار عمومی روز به روز ظریف تر می شود و به موازات آن افکار عمومی رشد می یابد. با این تکنیک ها مردم را آگاه ساخته و به افکارشان واقعیت و وسعت می بخشند و گاهی آن را کنترل می کنند. در واقع اینجا، روش شناسی در خدمت شناخت افکار عمومی قرار می گیرد.

2-خوراک فراوان برای تغذیه افکار عمومی: تا کنون در هیچ دوره ای برای افکار عمومی خوراک وجود نداشته است. تحولات سیاسی، درگیری های جناحی، انتقادهای رسانه ای، همایش ها، میزگردهای تلویزیونی، رادیو و مسایل زیست محیطی، حمل و نقل، معیشت، تورم و دانشگاه از جمله آن ها هستند که با توجه به توسعه رسانه ها به طور خستگی ناپذیری مورد استقبال قرار می گیرند.

3-ضرورت توجه به افکار عمومی: به دلایل متعدد از جمله رقابت های سیاسی، تجاری و برخی ضرورت های اجتناب ناپذیر زندگی اجتماعی در جوامع معاصر، واکنش ها و دآوری های مردم مورد توجه روزافزون قرار دارد.

4-مسایل بین الملل: چون در جامعه ای زندگی می کنیم که بسیاری از رفتارهای ما وابسته به تصمیمات بین المللی و نقطه نظرات دیگر کشورها مانند حقوق بشر است افکار عمومی از نظر بین المللی نیز مورد توجه قرار گرفته است.

5-رشد فزاینده روابط اجتماعی: افکار عمومی زمینه ساز تغییر در روابط اجتماعی می باشد. این روابط اجتماعی در پرتو شکل گیری ها و تحولات افکار عمومی روز به روز غنی تر و مستحکم تر می شود. با توجه به تعریف فوق، ضرورت محکم تر شدن این روابط اجتناب ناپذیر است.

6-گسترش دموکراسی: با گسترش دموکراسی، مراجعه به آراء عمومی اهمیت بیشتری پیدا کرده است. چرا که نظام سیاسی دموکراسی بر پایه نظرات مردم و دخالت آنها در سرنوشت خود پایه گذاری شده است. از آنجا

که انتخابات بر اساس آرای مردمی شکل می گیرد افکار عمومی در چنین نظام های سیاسی اهمیت دو چندان پیدا می کند.

7- گسترش نهادهای آموزشی: گسترش نهادهای آموزشی در بین اقشار و طبقات مختلف مردم، سطح آگاهی و دانش آنان را ارتقا می دهد. با وجود شهروندان آموزش دیده و تحصیل کرده بحث افکار عمومی و توجه به آن ضرورت بیشتری پیدا کرده است.

8- گسترش رسانه ها و ارتباطات: تنوع و تعدد رسانه ها، به پیشرفت افکار عمومی و ایجاد موج در بین مردم کمک بسیاری کرده است؛ چراکه منعکس کننده بسیاری از هنجارها و ارزش های اجتماعی هستند. از طرف دیگر افکار عمومی در کیفیت و نوع برنامه های رسانه های همگانی تاثیر چشمگیری داشته اند.

9- شرایط اقتصادی: رقابت در عرصه های اقتصادی عاملی است که توجه به افکار عمومی را می طلبد. برنامه ریزان اقتصادی باید با توجه به نیازها و نظرات عمومی به برنامه ریزی و تولید بپردازند تا در عرصه اقتصادی موفق باشند.

روش های جمع آوری اطلاعات

یکی از بخش های اساسی هر کار پژوهشی را مرحله جمع آوری اطلاعات تشکیل می دهد و اطلاعات برای افراد مهمترین منبع تصمیم گیری می باشد. چنانچه کار جمع آوری اطلاعات به شکل منظم و صحیح صورت پذیرد کار تجزیه، تحلیل و نتیجه گیری از داده ها با سرعت و دقت خوبی انجام خواهد شد. برای جمع آوری اطلاعات در کارهای پژوهشی روش های مختلفی را مورد استفاده قرار می دهند. مهم ترین ابزارهای جمع آوری داده ها مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه می باشد که از طریق این ابزارها اطلاعات تفصیلی (کمی و کیفی) مناسبی در اختیار پژوهشگران قرار می گیرد. در این میان مصاحبه و مشاهده تا اندازه ای درگیر قضاوت فرد پژوهشگر راجع به

موضوع مورد پژوهش می باشد و دارای ظرافت خاصی است. بنابراین برای انجام یک مصاحبه و مشاهده کار، آگاهی از فنون مربوطه ضروری است.

1) جمع آوری اطلاعات از طریق مشاهده:

به طور کلی مشاهده ساده هر پدیده اولین گام هر تحقیق علمی است. منظور از مشاهده ثبت دقیق تمام جوانب یک موضوع ویژه یا رفتار و گفتار افراد از راه حواس و یا سایر راه های ادراکی (کمک گرفتن از ابزار خاص) می باشد. در این فن، تحلیل گر با حضور در محلی که فرایندهای کسب و کار در حال اجرا می باشد و با توجه به عادات و رفتارهای کاری و تعاملات رخ داده، سعی در جمع آوری اطلاعات می نماید. هر پژوهشگر باید عادت کند به طور دقیق مشاهده نماید، رابطه علت و معلولی پدیده ها را دریابد و حقایق را کشف کند تا منطقی تر و علمی تر پژوهش نماید. عده ای روش مشاهده را روش کلاسیک تحقیق علمی گویند چراکه در علوم طبیعی بیشترین کاربرد را داراست. در علوم اجتماعی نیز از آن به عنوان روش جمع آوری اطلاعات به معنای تخصصی تر و مبتنی بر مطالعه علمی (نگاه کردن) پدیده ها یاد شده است. خرید عملی و توزین نان توسط متصدیان جمع آوری اطلاعات مثالی از به کارگیری ابزار مشاهده می باشد.

انواع مشاهده:

مشاهده را از ابعاد گوناگونی طبقه بندی می کنند که این طبقه بندی ها تفاوتی با هم ندارند. به طور کلی مشاهده به دو صورت مشارکتی و غیر مشارکتی انجام می شود. در مشاهده مشارکتی شخص مشاهده کننده در موضوع مشاهده مشارکت دارد و در همان جا مشاهده صورت می گیرد. در مشاهده غیر مشارکتی مشاهده گر پدیده مورد مشاهده را بدون آن که خود دخالتی در آن داشته باشد ملاحظه می کند که این روش خود به دو صورت انجام می شود. در روش اول مشاهده گر پدیده ها را به صورت آشکار ثبت می کند و در

نوع دوم مشاهده گر به صورت مخفیانه، مورد مشاهده را ملاحظه و به ثبت آن می پردازد.

عوامل موثر بر میزان دقت اطلاعات مشاهده شده:

عواملی که به صورت دانسته یا ندانسته در مشاهدات محقق اثر می گذارد عبارتند از:

- تمایلات و تعصبات شخصی (نظرات محقق نسبت به موضوع)
- زیرکی و هوشیاری محقق و تیزهوشی او (ویژگی فردی)
- عوامل فرهنگی
- حدود اطلاعات و زمینه قبلی محقق (دانش و آگاهی محقق نسبت به موضوع)
- هدف تحقیق

ثبت مشاهدات

هرگاه ثبت مشاهدات باعث آشفتگی مشاهده کنندگان و جدایی مشاهده کننده از آنان نشود، ثبت همزمان با مشاهدات پیشنهاد می گردد. این کار خطای ناشی از فراموش کاری را کم می کند. البته مواردی نیز وجود دارد که بهتر است ثبت مشاهدات مدتی پس از مشاهده صورت گیرد، ولی این زمان بایستی کم باشد تا جزئیات مشاهده شده فراموش نشود. عده ای از محققان بر این باورند که ثبت و تفسیر همزمان رفتار، غالباً از عینیت مشاده رفتار می کاهد، بنابراین می بایستی تفسیر رفتار مدتی پس از مشاهده صورت گیرد.

نکته های مورد توجه در مشاهده

برای آنکه تفسیر و قضاوت های فردی راجع به مشاهده حداقل شود توجه به نکته های زیر ضروری است:

-تلاش در بی طرف بودن

-تشریح نقایص کار خود

-تلاش در جهت جداسازی واقعیت ها از برداشت های شخصی

-کاهش زمان بین مشاهده و ثبت

-به کار گیری وسایل تکمیل کننده حواس مانند عکس، فیلم، ضبط صوت

مزایای مشاهده

-فراوانی دریافت اطلاعات در زمان کوتاه

-قابل اطمینان بودن اطلاعات ناشی از مشاهده به واسطه عینی بودن

-سادگی نظارت و بررسی صحت و سقم اطلاعات

-کاهش نیاز به همکاری افراد مورد تحقیق

-در بعضی از موارد که منابع اطلاع خود قادر به توجیه مطالب نیستند، مشاهده بهترین شیوه جمع آوری اطلاعات را در اختیار محقق قرار می دهد.

-در مواردی که افراد مورد تحقیق به علت نداشتن اوقات بیکاری مایل به همکاری نیستند، مشاهده ساده ترین شیوه جمع آوری اطلاعات است.

-امکان بررسی جزئیات موضوع

معایب مشاهده

-چون زمان وقوع و حدوث بسیاری از وقایع اجتماعی قابل پیش بینی نیست، لذا امکان اینکه محقق بتواند در کلیه موارد تحقیق از شیوه مشاهده استفاده کند وجود ندارد.

-عمل مشاهده از خطر انحراف ناشی از عملکرد کار میدانی مصون نیست.

-محیط دید محدود است و اطلاعات جمع آوری شده محدود به همان محیط دید یا مطالعه است.

-حضور مشاهده کننده باعث کنترل رفتار و گفتار پاسخگویان می باشد و همین امر باعث می شود تا آگاهی از واقعیت قضایا مشکل شود.

-اطلاعات به دست آمده غالباً کیفی بوده و تبدیل آن به اطلاعات کمی مشکل است.

-مشاهده و ثبت دقیق اطلاعات می تواند تحت تاثیر انتظارات و تمایلات شخصی مشاهده گر و میزان توانایی وی قرار گیرد.

-بی توجهی به برخی نکته ها به خاطر تمرکز بر اهداف گزارش تولیدی مشاهده گر

-تفاوت برداشت مشاهده کنندگان از یک رفتار واحد

-در اجرای این روش باید منابع انرژی و وقت زیادی مصرف شود و مشکلاتی که پژوهشگر در هنگام مشاهده با آن روبرو می شود از این قرار است: ناراحتی، مشکلات اصول اخلاقی در دسر ساز و حتی مخاطره آمیز، نظارت بی طرفانه، ارائه تصویری کلی از بسیاری از حرکات و کردارهایی که به سرعت و با عجله صورت می گیرد.

-مشاهده پر هزینه است چون به وقت فراوان نیاز دارد.

-موثر بودن عوامل محیطی بر نوع و روش گردآوری اطلاعات

-در پاره ای از موارد که مشاهده کننده خود را با جامعه مورد مطالعه هم‌رنگ می‌سازد چنان با محیط خو می‌گیرد که بی‌طرفی خویش را از دست می‌دهد.

پرسشنامه

پرسشنامه یکی از ابزارهای رایج و روشی مستقیم برای اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق است. به تعبیری پرسشنامه عبارت است از فهرست پرسش‌هایی که یک محقق باید از جامعه آماری مورد بررسی‌اش به عمل آورد و پاسخ‌دهنده با ملاحظه آنها پاسخ لازم را ارائه دهد. سوال‌های پرسشنامه را نوعی محرک-پاسخ می‌توان محسوب کرد. از طریق سوال‌های پرسشنامه می‌توان دانش، علاقه‌ها، نگرش و عقاید فردی را مورد ارزیابی قرار داد، به تجربه‌های قبلی وی پی‌برده و به آنچه در حال حاضر انجام می‌دهد آگاهی یافت. برای بالا بردن دقت داده‌های گردآوری شده، توصیه می‌شود که تکمیل پرسشنامه همراه با سایر ابزارهای گردآوری داده‌ها باشد در غیر این صورت باید داده‌های حاصله را با قید احتیاط به کار برد.

اجزاء اصلی پرسشنامه

پرسشنامه شامل اجزای ذیل است:

الف: نامه همراه (مقدمه‌ای برای آماده کردن پاسخ‌دهنده به پرسشنامه)

ب: دستور العمل

ج: سوال‌های پرسشنامه

الف- نامه همراه

نامه همراه، هدف از گردآوری داده ها به وسیله پرسشنامه و ضرورت همکاری پاسخ دهنده در ارائه داده های مورد نیاز را بیان می نماید، ابتدا به هدف کلی از جمع آوری داده ها و پس از آن به نقش پرسشنامه در فراهم آوردن داده های مورد نیاز اشاره می شود.

متصدی جمع آوری داده ها باید سعی کند تا پاسخ دهنده را نسبت به همکاری و تکمیل پرسشنامه تشویق نماید. برای جلب نظر پاسخ گو باید بر روی باارزش بودن داده های حاصل از پرسشنامه تاکید نمود و پاسخ دهنده نسبت به ضرورت و اهمیت ارائه داده های صحیح آگاه شود تا با دقت بیشتری به سوالات پاسخ دهد. متصدی جمع آوری آمارها باید به پاسخ دهنده اطمینان دهد که داده های حاصل از پرسشنامه محرمانه بوده و به جز استفاده آماری به منظور دیگری مورد استفاده قرار نخواهد گرفت.

ب- دستورالعمل

در دستورالعمل پاسخ دهنده با چگونگی پاسخ دادن به سوال های پرسشنامه و نحوه تکمیل آن آشنا می شود. همچنین در رابطه با اصطلاحات و نکته های فنی پرسشنامه توضیحات کاملی ارائه می شود.

ج- سوال های پرسشنامه

در ابتدا باید متغیرهای مورد نظر را مشخص و سپس در خصوص نوع سوال هایی که می تواند متغیرها را اندازه گیری کند تصمیم گیری نمود. در زمان تصمیم گیری در مورد پرسش های پرسشنامه نخستین مساله کاربردی کردن مفاهیم مورد استفاده می باشد. کاربردی کردن مفاهیم اساسی تاثیر تعیین کننده ای بر پیامدهای نتایج تحقیقی دارد. برای مثال اگر بخواهیم نرخ بیکاری را اندازه گیری کنیم در اینجا تعریف ما از بیکاری تعیین کننده خواهد بود. اگر بیکار را کسی در نظر بگیریم که در هفته به کاری مشغول نبوده، باید کسانی را به حساب آوریم که این تعریف در مورد آنها صادق باشد.

انواع سوال های پرسشنامه

به طور کلی سوال های یک پرسشنامه «باز» یا «بسته» اند. در سوال های باز یا آزاد، هیچگونه انتخابی صورت نمی گیرد و پاسخ ها باید به صورت کامل ثبت شود. در پرسشنامه های کتبی، محل یا خطوطی برای پاسخگویی تعبیه می شود و به پاسخگو امکان می دهد تا طول پاسخ را تشخیص دهد. بدیهی است طبقه بندی پاسخ ها موجب کاهش غنای این قبیل پرسشنامه ها می شود. اما می توان برخی از پاسخ ها را به صورت نقل قول مستقیم در گزارش نهایی ذکر کرد تا خواننده با نوع پاسخ های ارائه شده آشنا شود. بزرگترین امتیاز سوال های «باز»، آزادی عملی است که برای پاسخگو فراهم می گردد. هرچند سوال های باز اغلب آسان است، اما پاسخگویی به آن دشوار و دشوارتر از آن تجزیه و تحلیل آن است.

در پرسشنامه های بسته از پاسخگویان خواسته می شود که به یکی از گزینه های پرسش، پاسخ دهند. محققانی که از پرسش های بسته استفاده می کنند پاسخ تعدادی از گزینه ها را ارائه می دهد تا پاسخ دهنده یکی را از میان آنها انتخاب کند. در این گونه پرسش ها از پاسخگو خواسته می شود به جای نوشتن پاسخ تنها یک علامت در مقابل یکی از پاسخ ها بگذارد. پاسخ گو نیز سوالات را به سرعت درک کرده و به سهولت به آن پاسخ می دهد. در پرسش های بسته معمولاً پس از پیشنهاد پاسخ های احتمالی از پاسخ گو خواسته می شود ملاحظات شخصی را نیز در صورت تمایل ذکر نماید؛ که در این حالت پرسش، شکل (نیمه بسته، نیمه باز) به خود می گیرد.

پرسش های بسته به محقق امکان می دهد که روابط متغیرهایی را که از قبل شناسایی کرده است مطالعه کند. پرسش هاس بسته اگر خوب طرح شود تا حدی مشکل امتناع از پاسخگویی را حل می کند.

علاوه بر دسته بندی کلی فوق انواع دیگری از پرسش ها نیز وجود دارد که تعارف آن ها در ادامه به صورت مختصر ارائه می گردد:

1- پرسش های خام: به پرسش هایی اطلاق می شود که جهت آزمون صحت پاسخ ها در پرسشنامه جای می گیرند.

2- پرسش های نیمه باز: در این نوع پرسش ها پاسخگو به جای یک حالت، چند حالت پیشنهادی را علامت گذاری می کند.

3- پرسش های چند جوابی: به یک سوال پاسخ های بسیاری اختصاص می یابد و از پاسخگو درخواست می گردد هریک از پاسخ هایی را که درست می داند با علامت مشخص نماید.

4- پرسش های مدرج سببی: در این نوع سوال ها کوشیده می شود تا نه تنها علل مختلف یک عمل، طرز فکر و ... شناخته شود بلکه شدت و ضعف عمل نیز به دست آید.

5- پرسش های اطلاعی: منظور سوال هایی است که در راه شناخت میزان اطلاع پاسخگو از موضوع مورد مطالعه به عمل آید.

6- پرسش های شناسایی: به سوال هایی اطلاق می شود که درباره هویت پاسخگو مطرح می شوند.

7- پرسش های ویژه: سوالاتی که با هدف کنترل، تصحیح پرسشنامه و یا تکمیل دیگر اطلاعات طرح می شوند و به خودی خود مفهومی ندارند.

9- پرسش های تعیین صلاحیت: سوال هایی که امکان تکمیل پرسشنامه از جانب پاسخگویی خاص را تعیین می کند.

اصول کلی تدوین و تنظیم پرسشنامه

اولین گام در طرح یک پرسشنامه تعریف مساله ی مورد بررسی و تصمیم گیری درباره انتخاب سوالاتی است که باید مطرح شوند. برای طراحی پرسشنامه اصول کلی زیر می بایست مد نظر قرار گیرد:

-حجم پرسشنامه در تمایل به همکاری مصاحبه گر و پاسخ گو و احتمالاً در نرخ امتناع و کیفیت یافته ها تاثیر می گذارد؛ بنابراین حجم پرسشنامه باید متناسب باشد. شاید هرچه حجم پرسشنامه کوچکتر باشد مصاحبه گر و پاسخ گو بهتر به آن تمایل و رغبت نشان دهد.

-مساله دیگری را نیز باید مد نظر قرار داد و آن قابلیت طرح سوالات است. مثلاً پرسیدن عقیده شخصی پیرامون موضوعی که فرد قادر به درک آن نباشد و نیز طرح سوال در مورد رویدادهای گذشته بسیار دور که پاسخگو قادر به یادآوری دقیق آن نیست، منطقی نمی باشد.

-سوال ها باید دارای ترتیب منطقی باشد.

-سوال ها باید بر اساس هدف یا سوال های تحقیق تنظیم گردد.

-سعی شود سوال ها طبقه بندی شود و سوال های هر طبقه را در بخش های جداگانه قرار داد.

-پرسشنامه باید پاسخ دهنده را جذب نماید و سوال های آن برایش جالب باشد.

-پرسشنامه باید داده های مورد نیاز پژوهشگر را فراهم آورد.

-از سوال های نامفهوم و مبهم پرهیز شود. سوال باید روشن، دقیق، بدون ابهام ارائه شود.

-از سوال هایی که پاسخگو را به پاسخ خاص هدایت می کند باید اجتناب کرد.

-از سوالات پیچیده و دوجبهی که شامل دو سوال در یک پرسش است دوری شود.

-از ارائه سوال منفی تا حد امکان اجتناب شود.

-از بیان سوالی که پاسخگو را دچار حساسیت کرده و در وی ایجاد مقاومت برای پاسخگویی کند پرهیز شود.

-از تنظیم سوال هایی که پاسخگو جواب آنها را در دسترس ندارد خودداری شود(سوال ها باید طوری تنظیم شود که پاسخگو توانایی لازم را برای پاسخ دادن به آن داشته باشد).

-دستورالعمل تکمیل پرسشنامه باید کوتاه و حاوی کلیه اطلاعات مورد نیاز پاسخ گو برای کامل کردن پرسشنامه باشد.

-دستورالعمل باید چگونگی پاسخ دادن به سوال ها را برای پاسخ دهنده تشریح کند.

-در طراحی پرسشنامه باید دقت نمود که تا جای ممکن از تمام فضاهای خالی استفاده نمود تا علاوه بر صرفه جویی در کاغذ، شکل ظاهری پرسشنامه نیز زیباتر شود.

-از پرسش سوال های خیلی حساس که بر کیفیت سایر اقلام پرسشنامه تاثیر منفی می گذارد خودداری گردد.

روش مصاحبه

مصاحبه، روشی است که در آن اطلاعات مورد نیاز تحقیق از طریق ارتباط مستقیم بین پرسشگر یا محقق با پاسخگو گردآوری می شود. در واقع، مصاحبه یک مکالمه دو طرفه است که با طرح سوال مصاحبه گر به منظور کسب اطلاعات موبوط به تحقیق آغاز می شود. این امر می تواند به صورت رودررو یا برقراری ارتباط تلفنی انجام پذیرد.

مصاحبه گر در جریان مصاحبه باید به نکات زیر توجه داشته باشد:

1-مصاحبه نباید برای تندرستی و مناعت طبع مصاحبه شونده تهدیدی به حساب آید.

2-مصاحبه گر باید مصاحبه شونده را از اهداف مصاحبه و علت انتخاب او برای این امر آگاه کند.

3- مصاحبه شونده باید از روش ثبت و ضبط داده ها مطلع باشد و آنها را بپذیرد؛ یعنی اینکه باید با روش های ثبت نظیر نوشتن، علامت زدن، ضبط کردن با دستگاه ضبط صدا، گذاشتن میکروفن، عکس برداری و فیلم برداری موافق باشد.

4- مصاحبه گر باید تلاش خود را به کار برد تا اعتماد مصاحبه شونده را جلب نماید و به او اطمینان دهد که موضوعات و اظهارات مصاحبه مکتوم و مخفی باقی خواهد ماند. برای جلب اعتماد مصاحبه شونده باید قبلا با او تماس گرفت و هم زمان با توجیه وی آمادگی لازم را در او ایجاد کرد.

5- مصاحبه گر باید تلاش کند که جو حاکم بر محیط صمیمانه، دوستانه و شوق انگیز باشد؛ مثلا نباید باعث خستگی مصاحبه شونده شود، بلکه باید سعی کند مکان استقرار او راحت و زمان مصاحبه کوتاه باشد. همچنین، خود مصاحبه گر نیز باید از آرامش و راحتی برخوردار باشد؛ زیرا در غیر اینصورت بروز خستگی او نه تنها مانع تعقیب صحیح جریان مصاحبه می شود، بلکه در خستگی زودرس مصاحبه شونده نیز تاثیر دارد.

6- مصاحبه کننده باید در جریان مصاحبه هوشیاری و زیرکی و در عین حال بی تفاوتی خود را نسبت که مسائل مطرح شده حفظ کند و اگر جریان اظهارات از حالت طبیعی خارج شد (مثلا انکار یا اغراق در آن بروز کرد)، با اتخاذ تدابیر مناسب آن را به جریان طبیعی بازگرداند.

7- مصاحبه کننده باید از دادن پاسخ مستقیم و صریح که مبین عقیده اش در خصوص موضوع مورد سوال مصاحبه شونده باشد، پرهیز کند. در غیر اینصورت اگر مصاحبه شونده بتواند حالت بی طرفی مصاحبه کننده را تغییر دهد یا عقیده و نظر او را درباره مساله یا موضوعی بفهمد، می تواند جریان پاسخ سوال را طوری جهت بدهد که مصاحبه کننده از آن راضی باشد.

8- مصاحبه کننده باید توجه داشته باشد که اگر پاسخگو در مورد موضوعی قادر به تداوم جریان پرسش و پاسخ نیست، بر ادامه آن اصرار نورزد و به محض احساس چنین حالتی فوراً مسیر را به سوی موضوع و مطالب جدید هدایت نماید.

9- مصاحبه کننده باید تا حد ممکن با مصاحبه شونده هم زبان، هم فرهنگ و هم جنس باشد تا بتواند با همدیگر تفاهم نمایند. در غیر این صورت مصاحبه دچار اشکال خواهد شد.

10- در مواقعی که مصاحبه گر احساس می کند جریان مصاحبه از مسیر طبیعی خود خارج شده است باید با ظرافت و هوشیاری لازم و با طرح سوالات مناسب جریان مصاحبه را به مسیر طبیعی باز گرداند.

11- مصاحبه کننده باید سعی کند حتی المقدور سوالات مصاحبه را به خاطر بسپارد و به ترتیب منطقی نسبت به طرح آن اقدام کند.

12- مصاحبه کننده باید عین مطالب مصاحبه شونده را روی کارت مصاحبه منتقل کند و از دخالت دادن نظریات شخصی خود در آن و نیز جدل با مصاحبه شونده پرهیز کند.

ابزار ثبت اطلاعات مصاحبه

ابزار ثبت اطلاعات مصاحبه به نوع مصاحبه بستگی دارد. فرض بر این است که محقق یا مصاحبه گر با برنامه ریزی قبلی و با در نظر داشتن هدف خاصی کار مصاحبه را شروع می کند؛ بنابراین، می داند و باید بداند که حول چه موضوعات و مسائلی باید از مصاحبه شونده سوال کند، چه پاسخ هایی را باید تعقیب کند و اساساً چه نوع اطلاعاتی را باید گردآوری کند تا بتواند پاسخ مساله تحقیق را بدهد.

ابزارهای مصاحبه

ابزار مصاحبه نیز مانند پرسشنامه به دو دسته تقسیم می شود:

الف) ابزار استاندارد شده که روایی و پایایی آنها تایید شده و حاوی تعدادی سوال برای مطالعات خاص است؛ این ابزارها کار تحقیق را ساده تر می سازد.

ب) ابزار محقق ساخته و یا غیر استاندارد که در صورت نبودن ابزار میزان شده و استاندارد به کار گرفته می شود. این سوال ها را محقق طراحی، تعریف و سازماندهی می کند یا می سازد که باید از روایی و پایایی لازم برخوردار باشد.

انواع روش های مصاحبه

مصاحبه ها بر اساس روش کار و ابزار سنجش مربوط به آن به دو دسته تقسیم می شوند:

الف) مصاحبه منظم. این مصاحبه که مصاحبه بسته، استاندارد و هدایت شده نیز خوانده می شود، دارای ابزار سنجش از پیش تعیین شده است؛ یعنی تعداد و نوع سوال ها، ترتیب و نیز راهنمای تکمیل و کارت حاوی سوال ها از قبل آماده است و مصاحبه گر در هنگام مصاحبه و با استفاده از آنها و با ترتیبی که سوالات در آن تنظیم شده، کار مصاحبه را شروع می کند. در این روش، محقق یا مصاحبه گر هم می تواند از ابزار میزان شده و استاندارد استفاده کند و اولویت را به این ابزارها بدهد و هم می تواند از ابزار خودساخته استفاده کند.

ب) مصاحبه نامنظم. به این نوع مصاحبه، مصاحبه آزاد، باز، غیر استاندارد و هدایت نشده نیز گفته می شود و در آن ابزار سنجش از پیش طراحی شده وجود ندارد. البته محقق بدون برنامه نیست؛ یعنی این روش به معنی نداشتن هدف، روش و برنامه خاص مصاحبه نیست، بلکه بدین معنی است که محقق همانند روش مصاحبه منظم، دارای ابزار سنجش طراحی شده حاوی تعدادی سوال با ترتیب خاص و غیرقابل انعطاف نیست، بلکه از آزادی عمل زیادتری برای کسب اطلاعات دقیق تر و عمیق تر و بیشتر برخوردار است؛ از این رو، محقق بهتر می تواند مطالب را موشکافی و ریشه یابی نماید.

مصاحبه باز از حیث پی بردن به عمق مساله روش مناسب تری است، به ویژه اینکه تعداد افراد جامعه برای مصاحبه اندک است. به همین دلیل، برخی روش‌شناسان بالینی، مددکاران اجتماعی، مشاوران و راهنمایان تحصیلی در تحقیقات خود از روش مصاحبه آزاد و نامنظم استفاده می‌کنند؛ چرا که روش مصاحبه آزاد برای دستیابی به اطلاعات کیفی مناسب تر است.

مزیت های روش مصاحبه

این موارد عبارتند از:

1- روش مصاحبه برای مطالعات عمیق، ژرفانگر و موردی روش مناسبی است؛ زیرا تعداد افراد مورد مطالعه محدودند؛ بنابراین، وسعت جامعه کم، ولی عمق مورد مطالعه بسیار زیاد است و محقق به خوبی می‌تواند اعماق و زوایای موضوع مورد مطالعه را بکاود. مطالعه در مورد کودکان و افراد ناسازگار، یا یک ناهنجاری اقتصادی و اجتماعی و محیطی، یا بیماران روانی را می‌توان با روش مصاحبه به خوبی به انجام رساند.

2- روش مصاحبه برای مطالعه افراد جامعه ای که سواد لازم را ندارند، بسیار مفید است؛ زیرا نمی‌توانند پرسش نامه را مطالعه و تکمیل کنند.

3- مصاحبه باعث می‌شود که مصاحبه شونده یا پاسخگو به خوبی نسبت به اهداف یا اغراض و مقاصد پرسش ها و نیز تحقیق آگاه شود. بنابراین، امکان درک، کشف و دریافت پاسخ های مناسب که به محقق برای دستیابی به حقیقت و واقعیت و کشف مجهول کمک نماید، فراهم می‌شود.

4- محیط مناسب و فضای صمیمانه ای بین مصاحبه گر و مصاحبه شونده فراهم می‌شود که باعث می‌گردد پاسخگو یا مصاحبه شونده همکاری لازم را با محقق داشته باشد و او را در رسیدن به اهداف تحقیق کمک کند.

5-اگر مصاحبه، به خصوص نوع آزاد آن با هدایت هوشیارانه مصاحبه گر همراه باشد باعث می شود که پاسخگو یا مصاحبه شونده اندیشه اش را با آزادی و علاقه زیادتری بیان کند.

معایب روش مصاحبه

این موارد عبارتند از:

1-این روش وقت گیر و پرخرج است و زمان زیادی را طلب نموده، جامعه محدودی را مورد شناسایی و مطالعه قرار می دهد.

2-اطلاعات به دست آمده از طریق روش مصاحبه را نمی توان همانند روش پرسش نامه به جامعه بزرگ تری تعمیم داد؛ زیرا این اطلاعات بر پایه تعداد محدود و موردی جمع آوری می شود و تنها می توان نتایج را به افراد مشابه تعمیم داد.

3-قابلیت تعبیر و تفسیر اطلاعات به ویژه در مصاحبه آزاد پایین است و محقق باید دقت، حوصله و وقت زیادتری را صرف این کار کند. حتی قبل از شروع مصاحبه، باید روش تحلیل و تفسیر اطلاعات را پیش بینی و طرح ریزی نماید.

4-به مصاحبه گران مجرب و کارآزموده نیاز است؛ زیرا مصاحبه امری است فنی و تخصصی و از عهده هرکس بر نمی آید.

5-تماس های شخصی که بین مصاحبه کننده و مصاحبه شونده برقرار می شود، باعث توسعه روابط عاطفی می گردد؛ بنابراین، ممکن است اطلاعات با اظهارنظرهای شخصی آمیخته شود و مصاحبه شونده پاسخ هایی را بدهد که به نظر مصاحبه گر خوشایند باشد ولو واقعیت نداشته باشد؛ یا مصاحبه گر قبل از اینکه به دنبال کشف واقعیت باشد، مواردی را تعقیب و جستجو کند که حدس های او را تقویت نماید.

6- چون مصاحبه روشی انعطاف پذیر است، احتمال دارد باعث شود که مصاحبه گر فکر کند هرطور که دلش می خواهد می تواند سوال کند یا مصاحبه شونده تصور کند که هرچه دلش بخواهد می تواند بگوید. طبعاً این تصورات در صحت اطلاعاتی که گردآوری می شود، اختلال ایجاد می کند.

روش مشاهده

مشاهده یکی از روش های موثر و کارآمد در تحقیقات موردی است. اطلاعاتی را که محقق از طریق روش مشاهده می تواند کسب کند، کمتر می توان از طریق روش های دیگر به دست آورد؛ زیرا مشاهده به محقق اجازه می دهد که مستقیماً پدیده مورد مطالعه را ببیند و واقعیت را به صورت مستقیم یا بی واسطه درک کند. گفته اند: «شنیدن کی بود مانند دیدن؟». این یک واقعیت است که شنیدن ویژگی ها و ابعاد پدیده مورد مطالعه و کسب اطلاعات از راه گوش نمی تواند ارزش دیدن پدیده را داشته باشد؛ از این رو، محققان برای مشاهده اعتبار خاصی قائل اند و غالباً در مورد تحقیقات مشاهده پذیر آن را مورد تاکید قرار می دهند. روش مشاهده نه تنها خود به طور مستقل می تواند یک منبع قوی و شیوه ای مناسب برای گردآوری اطلاعات به ویژه در تحقیقات آزمایشگاهی باشد، بلکه به عنوان یک روش تکمیلی در کنار سایر روش های گردآوری اطلاعات نیز مورد استفاده قرار می گیرد.

انواع روش های مشاهده

روش های مشاهده به طور کلی عبارتند از:

الف) طرح های مشاهده کنترل نشده. این نوع مشاهده که به روش سطحی یا ساده و آزاد نیز مشهور شده، روشی است که محقق ناظر بر وقایع و رخدادهاست و آنهایی را که به هدف تحقیق نزدیک است، ثبت و ضبط می نماید. اجرای این روش به چند صورت مقدور است: یکی اینکه محقق با

مشاهده برخوردی سطحی نماید؛ یعنی بدون طرح از پیش اندیشیده شده ای وارد میدان مشاهده شود و به طور اتفاقی و آنچه می بیند اطلاعات مورد نیاز را برگیرد و مورد استفاده قرار دهد؛ دوم اینکه محقق طرح از پیش اندیشیده شده و ابزار طراحی شده ای در اختیار داشته ولی در محل مشاهده و در حضور مورد مشاهده از آن استفاده نمی کند و اطلاعات مورد نیاز کارت و ابزار سنجش را از محیط می گیرد و بلافاصله پس از اتمام مشاهده اطلاعات را به کارت منتقل می کند. و شرایط محیط مشاهده نیز کنترل نمی شود. به این دلیل، به آن روش کنترل نشده اطلاق نموده اند.

ب) طرح های مشاهده کنترل شده. در این طرح ها که به طرح های منظم و دقیق یا سازمان یافته نیز معروف اند، امر مشاهده در تمامی مراحل، از قبیل شروع و زمان انجام کار و نیز مشاهده شوند و محیط مشاهده، کنترل و از قبل برنامه ریزی شده است و محقق ابزار سنجش طراحی شده ای دارد و پس از شروع فرایند مشاهده با توجه به مشاهدات خود اطلاعات مورد نیاز را برمی گزیند و در محل های مناسب روی کارت مشاهده ثبت و ضبط می نماید. نظیر مشاهده فرایندها و رویدادها در محیط آزمایشگاه.

ج) طرح مشاهده مشارکتی. در این نوع مشاهده، محقق یا مشاهده گر خود در محیط مشاهده جذب می شود؛ یعنی به عنوان عضوی از اعضای آن درمی آید. در تحقیقات مردم شناسی و جامعه شناسی و تعلیم و تربیت و غیره، محقق برای درک عین واقعیت موجود در جامعه مورد مطالعه، باید خود همرنگ آنها شود تا بتواند آن را به خوبی درک کند. برای این کار مجبور است برای مدت طولانی در جامعه مورد مطالعه بماند تا تدریجا با مشخصات و خصاآن آشنا شود. چنین مشاهده ای را می توان از درون جامعه نام نهاد؛ زیرا محقق به داخل جامعه راه می یابد، رنگ آن را به خود می گیرد و از درون آن دریچه ای برای دیدن آن باز می کند. طبیعی است که چنین مشاهده ای ارزشمند است و بهتر به کشف و تبیین واقعیت های جامعه منتهی می شود.

د) طرح مشاهده غیر مشارکتی. این روش بر خلاف نوع مشارکتی، چندان عمیق و اساسی نیست، زیرا محقق، جامعه مورد مطالعه را از بیرون و از کنار مطالعه می کند و اطلاعات او سطحی است و نمی تواند از این طریق

به اعماق جامعه راه یابد؛ مثلاً می تواند تصویری ظاهری از مراسم و آداب و رسوم و رفتار افراد جامعه ترسیم نماید. ولی نمی تواند به عمق آن پی برده و راز و رمز آنها را بفهمد.

ه) طرح مشاهده فردی. مشاهده ای است که به وسیله یک نفر، خواه محقق باشد یا فرد مشاهده گر دیگری، انجام می شود. اطلاعات کسب شده بر پایه ادراکات یک نفر استوار است که احتمال دارد دچار خطا و اشتباه نیز بشود.

و) طرح مشاهده گروهی. مشاهده ای است که به کمک بیش از یک نفر انجام می پذیرد؛ یعنی اینکه پدیده مورد مطالعه به طور همزمان در معرض دید مستقیم بیش از یک نفر قرار دارد و همه می توانند اطلاعات گرفته شده را در کارت ها ثبت کنند و پس از پایان مشاهده با همفکری یکدیگر نتیجه مشترک را در کارت ثبت نمایند. این روش بهتر از روش مشاهده تک نفری است، زیرا هم حوادث و رخدادها به تائید تمام یا اکثر ناظران و مشاهده گران می رسد و هم اگر مطلبی از دید یکی از مشاهده گران پنهان ماند، مشاهده گران دیگر آن را ثبت می کنند.

ز) طرح مشاهده علنی. مشاهده علنی روشی است که محقق یا ناظر به صورت رسمی و آشکار در محیط مشاهده مستقر می شود و پدیده یا موضوع مورد مطالعه را زیر نظر می گیرد. این روش باعث می گردد که مشاهده شوندگان، به ویژه اگر انسان یا موجودات جاندار باشند، وضعیت خود را تغییر داده حالت غیرعادی و غیر طبیعی به خود بگیرند؛ محقق نمی تواند به درستی واقعیت ها را کشف کند.

ح) طرح مشاهده غیر علنی. در این روش محقق یا مشاهده گر به صورت علنی در محیط ظاهر نمی شود، بلکه به صورت غیر رسمی در محیط حضور پیدا می کند و محیط را زیر نظر می گیرد؛ مثلاً محقق به عنوان دانشجوی تازه وارد در کلاس می نشیند و رفتار دانشجویان را زیر نظر گرفته، مشاهده می نماید، یا به جای حضور در محیط مشاهده، اقدام به تعبیه وسایل تصویربرداری از محیط مشاهده می نماید. وسایل باید به صورت مخفی کار گذاشته شوند و مشاهده گران نباید متوجه شوند؛ زیرا در آن صورت حالت طبیعی و عادی خود را تغییر خواهند داد و حتی ممکن است به برخوردها و

مقاومت ها و عدم همکاری نیز منتهی شود. این روش اگر با رعایت نکات ایمنی و حفاظتی انجام شود، از روش های دیگر به ویژه روش علنی بهتر است.

محاسن روش مشاهده

این موارد عبارتند از:

- 1- با توجه به حضور محقق یا مشاهده گر در محیط و برقراری ارتباط مستقیم شنوایی و بینایی، اطلاعات واقعی و دقیقی به دست محقق می رسد و از این حیث بهترین روش در بین سایر روش های گردآوری اطلاعات است.
- 2- حجم اطلاعات وسیع تری از محیط و فرد و یا افراد مورد مشاهده به دست محقق می رسد. به ویژه اگر بتواند از وسایل تصویربرداری استفاده کند این اطلاعات کامل تر می شود.
- 3- این روش برای شناخت افرادی که قادر به بیان وضعیت خود از طریق دیگر نیستند، نظیر کودکان، بیماران روانی و غیره روش مناسبی است.
- 4- این روش می تواند به عنوان روش کنترل برای سایر روش های گردآوری اطلاعات مورد استفاده قرار گیرد.
- 5- کار جمع آوری واقعی تر اطلاعات و فهم مستقیم رفتارها و رویدادها با این روش بیشتر امکان پذیر است؛ زیرا افراد ممکن است در اظهارات خود واقعیتی را کتمان کنند، ولی اگر مشاهده به طور عادی و طبیعی صورت پذیرد، واقعیتی کتمان نخواهد شد و مشاهده گر عین حرکات و رفتارها و رویدادها را مشاهده خواهد کرد.
- 6- مشکلات زبانی و فرهنگی همانند سایر روش ها تاثیر کمتری در اجرای روش دارد، مثلاً بعضی اطلاعات را که از طریق زبان نمی توان گرفت از طریق مشاهده می توان دریافت نمود.

7- در مشاهده به ویژه اگر غیر علنی باشد، مقاومت و جدل و ممانعت احتمالی بر سر راه گردآوری اطلاعات وجود ندارد.

معایب روش مشاهده

این موارد عبارتند از:

1- روش مشاهده در جامعه ای محدود و در مطالعات موردی کاربرد دارد و برای مطالعات وسیع و جامعه ای بزرگ مناسب نیست، زیرا تدارک مشاهده گران ورزیده و متعدد مقدور نیست و با تعداد محدود مشاهده گر نیز مشاهده جامعه بزرگ عملی نیست.

2- در مشاهده های غیر علنی و پنهانی امکان ثبت فوری مشاهدات مقدور نیست و امکان دارد بر اثر ضعف حافظه مشاهده گر بخشی از اطلاعات از ذهن او محو گردد؛ زیرا حافظه و ذهن گزینشی عمل می کند.

3- وجود محقق و مشاهده گر در محیط مشاهده باعث می گردد که شرایط عادی و طبیعی آن تغییر نماید و حالت غیر عادی و غیر طبیعی به خود بگیرد. در چنین شرایطی اطلاعات دریافتی از روش مشاهده فاقد اعتبار لازم است.

4- مشاهده برای تحقیقات تداومی که زمان طولانی را طلب می کند، روشی مقرون به صرفه نیست.

5- محدودیت قلمرو دید مشاهده گر مانع از این می شود که تمام صحنه و میدان را مشاهده کند و این محدودیت علاوه بر قلمرو جغرافیایی میدان مشاهده، شامل مواردی که در زوایای بی روح یه به اصطلاح در نقاط کور قرار می گیرند، می شود.

فهرست منابع و مآخذ

1- حافظ نیا، محمدرضا، مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، گوتنبرگ، 1401

2- موسوی، آیت اله، مرادی، سردار، جزوه درس روش های جمع آوری اطلاعات (با تاکید بر اصول و فنون مصاحبه)

ShivaZarei.IR