

## روش‌های مکمل و جایگزین در مطالعات پیمایشی و افکارسنجی

دکتر امید علی‌احمدی\*

### چکیده

پرسش این است که با توجه به نواقص و برد به نسبت محدود پژوهش‌های پیمایشی و افکارسنجی، چگونه می‌توان ضمن حفظ قابلیت‌ها و فواید این روش‌ها، از روش‌های مکمل و جایگزین استفاده کرد. برای پیدا کردن پاسخی مناسب برای این پرسش، پس از مرور توضیحات روش‌شناختی و نقدهای نوشته شده و نیز با توجه به تجارب مختلف به دست آمده، برای جبران و پوشش دادن نواقصی که به صورت احتمالی در جمع‌آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات، تفسیرها و نتیجه‌گیری نهایی ایجاد می‌شود، با مقایسه ویژگی‌های روش‌های دیگر و با بهره‌گیری از امکانات سایر روش‌ها، الگویی کارآمدتر برای به‌کارگیری این نوع از پژوهش‌ها پیشنهاد شده است. به‌عنوان روش‌های مکمل پیشنهاد این است که از گروه بحث متمرکز در تک‌تک مراحل پژوهش پیمایشی استفاده کرد. به‌عنوان روش‌های جایگزین، تلاش شده است تا حسب مورد، نشان داده شود که با کنار گذاشتن هر ویژگی از ویژگی‌های پژوهش‌های پیمایشی، از کدام یک از روش‌های جایگزین پیشنهادی یعنی مردم‌نگاری، تحقیق عملی مشارکتی، مطالعه موردی و تحلیل محتوا، می‌توان بهره گرفت.

کلید واژه‌ها: مطالعات پیمایشی و افکارسنجی، نقد جامعه‌شناختی پژوهش‌های پیمایشی، روش‌های مکمل مطالعات پیمایشی، روش‌های جایگزین مطالعات پیمایشی، اعتبار درونی و بیرونی مطالعات پیمایشی

---

\* دکترای جامعه‌شناسی، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آشتیان

Email: [omidaliahmadi@gmail.com](mailto:omidaliahmadi@gmail.com)

پذیرش نهایی: ۹۷/۵/۲

تاریخ دریافت: ۹۷/۲/۱

### مقدمه

به لحاظ تاریخی با رشد جمعیت و تمرکز آنها در مناطق شهری، تنوع‌پذیری سنخ‌های اجتماعی، مهاجرت و تنش‌های قومی، رشد نیاز واقعی یا نمادین به مشارکت و مشروعیت سیاسی و اجتماعی، لزوم همراه کردن مردم با برنامه‌ها، پیش‌بینی و استمراج نگرش‌ها، سلیقه‌ها و نیازهای مردم، رشد نیاز به سنجش ظرفیت‌های شورش‌های اجتماعی یا خواست‌هایی که می‌تواند به جنبش‌های اجتماعی و سلب مشروعیت مدیران جامعه منجر شود یا در نقطه مقابل دور از ترس‌های معمول در مدیران جوامع مختلف و لزوم شناخت و درک هر چه دقیق‌تر، معتبرتر و روزآمدتر اطلاعات مرتبط با مردم، ساکنان، مخاطبان، مصرف‌کنندگان، رأی‌دهندگان و مانند آنها، دست‌اندرکاران و مدیران جامعه بر آن شدند تا به شیوه‌ای علمی و در عین حال کم‌هزینه، سریع و معتبر، امکان سنجش و اندازه‌گیری نگرش‌ها، دیدگاه‌ها، عقاید قالبی، احساسات و تمایلات، خواست‌ها و نیازها و مانند آن را فراهم آورند و امکان مدیریت بهتر شرایط موجود یا آتی را ایجاد کنند. نشانه این تمایلات در کارگزاران را می‌توان در سفارش پژوهشی برای ساخت مقیاس فاصله اجتماعی<sup>۱</sup> دید که با پیدایش مسائل قومی و نژادی در شهرهای امریکا همراه بود.

بنابراین، همگام با تحولات اجتماعی مترتب بر انقلاب صنعتی، موج مهاجرت‌ها، شهرنشینی سریع و پیدایش و رشد دیدگاه‌های فلسفی و نظری و روش‌شناختی در جامعه‌شناسی و بویژه با رشد موج تجربه‌گرایی در امریکا پس از جنگ جهانی اول و دوم و توجه هر چه بیشتر به گزارش‌های اجتماعی و دخالت آن در سیاستگذاری‌ها و مدیریت مسائل شهری، پژوهش‌های نگرش‌سنجی و توجه به افکار عمومی به‌عنوان نیازی رو به تزاید و اجتناب‌ناپذیر مطرح شد و مورد توجه دانشگاه‌ها و کارگزاران سیاسی قرار گرفت.

در عمل به‌طور کلی سه هدف عمده از پژوهش زمینه‌یابی یا پیمایشی مورد نظر بوده است:

---

#### 1. social distance scale

الف) توصیف: در پژوهش زمینه‌یابی ما توزیع یک پدیده خاص را در یک جامعه توصیف می‌کنیم.

ب) تبیین: اگر چه بیشتر پژوهش‌های زمینه‌یابی اهداف توصیفی دارند، اما برخی هم به دنبال تبیین هستند. یعنی پژوهشگر افعال مردم را با استفاده از کلمات تفسیر می‌کند، به طوری که طرف مقابل آن را بفهمد و بپذیرد. در واقع تبیین علمی سعی دارد رابطه‌ای درونی بین متغیرهای مختلف برقرار کند که این تبیین امکان پیش‌بینی را فراهم می‌کند.

ج) کشف: پژوهشگر بر اساس داده‌های به‌دست آمده، احتمالات تازه‌ای را مطرح می‌سازد و امکانات جدیدی را کشف می‌کند. گاهی اتفاق می‌افتد که در حین پژوهش عوامل اضافی هم به وسیله طرح پژوهش اصلی، مورد توجه و بررسی قرار می‌گیرند که مسئله کشف و کاوش را مطرح می‌کند. به عنوان یکی از اهداف این نوع پژوهش، پژوهش‌های پیمایشی را می‌توان به صورت مقطعی یا طولی در دو شکل پانل<sup>۱</sup> و روندپژوهی<sup>۲</sup> به کار برد.

پژوهش پیمایشی بهترین روش موجود برای آن دسته از پژوهندگان اجتماعی است که علاقه‌مند به جمع‌آوری داده‌های اصلی برای توصیف جمعیت‌های بسیار بزرگی هستند که نمی‌توان به طور مستقیم آنها را مشاهده کرد. با نمونه‌گیری احتمالی دقیق می‌توان گروهی از پاسخگویان را فراهم آورد که ویژگی‌های آنان منعکس‌کننده ویژگی‌های جمعیت بزرگ‌تر باشد و پرسشنامه‌های استاندارد شده دقیق، داده‌هایی را به دست می‌دهند که با داده‌هایی که از همه پاسخگویان به دست می‌آیند، شباهت دارند (ببی، ترجمه فاضل، ۱۳۸۱: ۵۶۸).

پیمایش‌ها انعطاف‌پذیرند و می‌توان درباره موضوعی معین پرسش‌های زیادی کرد و به نحو قابل توجهی در تحلیل‌ها انعطاف به وجود آورد و این امکان را به پژوهشگر می‌دهند که از مشاهدات واقعی خود به تعریف عملیاتی بپردازند. پژوهش پیمایشی از لحاظ کم هزینه بودن و میزان داده‌هایی که جمع‌آوری می‌شوند، دارای امتیازهایی هستند. استاندارد کردن داده‌های جمع‌آوری شده نشان‌دهنده یکی از نقاط قوت پژوهش پیمایشی است (همان: ۵۷۶).

---

1. panel

2. trend research

«پیمایش بیش از حد متکی به آمار است و پرسش‌های بسیار جالب توجهی را به اعداد غیرقابل فهم تقلیل می‌دهد. پیمایش بر پرسشنامه‌های بسیار ساختارمندی متکی است که لزوماً محدودند. پژوهش پیمایشی ذاتاً به فریبکاری گرایش دارد و مارکسیست‌های فرانکفورتی آن را فریبکاری عالمانه و ماهرانه می‌خوانند. به نظر معتقدان، این فریبکاری به دو طریق صورت می‌گیرد: نخست اینکه شناختی که پیمایش درباره دنیای اجتماعی فراهم می‌آورد، به کسانی که در مقام مسلمانان قدرت می‌بخشد و این خود می‌تواند به سوءاستفاده از قدرت بینجامد. دوم اینکه پژوهش پیمایشی به فریب ایدئولوژی منتهی می‌شود. پیمایش، شناختی درباره واقعیت به عمل نمی‌آورد و اندیشه‌ای ایدئولوژیک است که پذیرش آن از سوی عموم به پیشبرد منافع خاصی منجر می‌شود» (دواس، ترجمه نایی، ۱۳۷۲: ۱۸).

جدی‌ترین محدودیت روش پیمایش آن است که اندازه‌گیری علیت با استفاده از روش پیمایشی، دشوار یا غیرممکن است. پیمایش‌ها تقریباً همیشه متضمن پرسیدن پرسش و به‌دست آوردن خودسنجی‌ها از پاسخ‌دهنده‌ها هستند. پاسخ‌دهندگان پیمایش در برآورد کردن علیت بسیار ناشی‌اند؛ یا به این دلیل که واقعاً نمی‌دانند چرا آنان یا دیگران به این طرز خاص رفتار می‌کنند یا به این علت که نمی‌خواهند بگویند چرا (الرک و ستل، ترجمه نظام شهیدی و امیری، ۱۳۸۰: ۴۴). پاسخ‌دهندگان به برخی پرسش‌ها پاسخ نخواهند داد، برای اینکه اطلاعات به قدری حساس‌اند که آنان به دلیل دستپاچگی یا تهدید شدن نمی‌توانند اطلاعاتی ارائه بدهند. پیمایش‌ها وقت صرف می‌کنند پول هزینه می‌کنند و محتاج تلاش هوشمندانه و جهت‌دار هستند. پژوهش پیمایشی از لحاظی بی‌اندازه پرزحمت است و نتایج پیمایش قطعی نخواهد بود (الرک و ستل، ترجمه نظام شهیدی و امیری، ۱۳۸۰: ۴۵).

بنابراین به‌طور خلاصه می‌توان گفت، پژوهش‌هایی که با روش‌های موسوم به پیمایشی و افکارسنجی صورت می‌گیرند، واجد امتیازها و ویژگی‌های منحصربه‌فرد و در عین حال مواجه با انتقادهایی بسیار مهم هستند. از جمله امتیازات منحصربه‌فرد این نوع روش‌ها که با هیچ روش دیگری قابل حصول نیست، الف) به‌دست آوردن داده‌های مبتنی بر نگرش‌های مردم، ب) به‌صورتی پنهانگرانه که معمولاً وابسته به تکنیک‌های

نمونه‌گیری است، ج) تهیه ماتریس داده‌ها به تفکیک واحدهای بررسی که انجام دادن عملیات آماری ساده تا پیشرفته را امکان‌پذیر می‌سازد، د) امکان پرس‌وجو از پاسخگویان در شرایط غیرواقعی، خیالی، تصویری برای به‌دست آوردن آرزوها و تمنیات درونی پاسخگویان (برای مثال هنگامی که از پاسخگو پرسیده می‌شود اگر شما جای رئیس‌جمهور بودید درباره فلان موضوع چه می‌کردید) و ه) جمع‌آوری اطلاعات با سرعتی باورنکردنی بویژه با استفاده از فناوری‌های جدیدی مانند پیام‌های تلفنی و الکترونیکی و استفاده از شبکه‌های مجازی برای دریافت اطلاعات مورد نیاز. در مقابل، این نوع از روش‌ها بنا به دلایل گوناگون با انتقادهایی روبه‌رو هستند؛ از جمله الف) نبود امکان رسوخ به لایه‌های درونی ذهن در صورت تأکید بر جنبه‌های پهنایی و گستردگی جامعه و طبعاً تعداد نمونه، ب) نامشخص بودن حوزه زمانی تعمیم نتایج به دلیل سیالیت و سرعت تغییر در نگرش‌های مردم در قیاس با روش‌های دیگر به دلیل تمرکز بر لایه‌های سطحی و نبود امکان مقابله با پاسخ‌های ناشی از آنیت تجربه، ج) نبود آمادگی یا تناسب فرهنگ‌های مختلف برای مواجهه با پرسش‌هایی که در آن فرهنگ‌ها، حساس تلقی می‌شود و لاجرم مواجه شدن پژوهشگر با پاسخ‌های هنجاری<sup>۱</sup> به جای پاسخ‌های واقعی و بویژه احتمال مبالغه در اعتبار درونی و بیرونی نتایج که معمولاً با بزرگ‌نمایی‌های آماری همراه است. گاه این نوع پژوهش‌ها با استناد به همین نقاط ضعف، فاقد ارزش تلقی می‌شوند یا از آنها به‌عنوان روش‌هایی برای پیدا کردن زمینه‌های پژوهشی جدی‌تر، یاد می‌گردد.

پرسش اینجاست که آیا راه‌هایی علمی و عملی برای ارتقای این نوع روش‌ها به وجهی که امتیازاتش حفظ شود و ایراداتش برطرف گردد، وجود دارد؟ به بیان دیگر، آیا می‌توان روش‌هایی مکمل یا جایگزین برای روش‌های پیمایشی و افکارسنجی تصور کرد؟ برای ارائه پاسخی درخور به این پرسش لازم است ابتدا به دقت عناصر و ویژگی‌های پژوهش پیمایشی و افکارسنجی را تشریح کنیم و با پیشنهادها مشخص برای هر مرحله یا عنصر، امکان اصلاح و بهبود این روش را فراهم سازیم.

### مبانی روش‌شناختی

پژوهش‌های پیمایشی را باید از جمله پژوهش‌های کمی تلقی کرد که بر پایه واقع‌گرایی روش‌شناختی بنا شده‌اند. سابقه این روش‌ها را می‌توان در زمینه‌هایی نظری و روش‌شناسانه مانند پوزیتیویسم<sup>۱</sup>، رفتارگرایی<sup>۲</sup>، طبیعت‌گرایی<sup>۳</sup> و بویژه تجربه‌گرایی<sup>۴</sup> جستجو و دنبال کرد. در تمامی این گرایش‌های نظری، تأکید بر قابلیت درک انسان و رفتارهای وی به مثابه پدیده‌هایی طبیعی به چشم می‌خورد. بسیاری از انتقادهایی که بر پژوهش‌های پیمایشی وجود دارد، از ناحیه نقد پوزیتیویسم و تجربه‌گرایی ایجاد می‌شود. به عبارت دیگر، نقد کمی‌گرایی، قابلیت سنجش انسان و درونیات وی به واسطه ابزارهایی استاندارد یا نیمه استاندارد و بویژه قابلیت تعمیم نتایج این نوع پژوهش‌ها و قابلیت پیش‌بینی و پیش‌بینی‌پذیری رفتارها و نگرش‌های انسان، عمده‌ترین انتقادهایی هستند که بر روش‌های کمی‌گرا وارد می‌شوند. این انتقادهای معمولاً با این پاسخ از سوی کمی‌گرایان و تجربه‌گرایان مواجه می‌شود که امکان سنجش درونیات انسان با رشد نظریه‌های روان‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی و مدیریت و به موازات آن با رشد ابزارهای سنجش متغیرهای مورد نظر و دقیق‌تر کردن آنها امکان‌پذیر است. طبیعی است که در مقابل این رویکرد و طرفداران پژوهش‌های کمی‌گرا، معتقدان و طرفداران روش‌های کیفی قرار می‌گیرند که در آنها تأکیداتی کاملاً متفاوت وجود دارد. از جمله این تأکیدات، تأکید بر ابزارهای نرم، ژرف‌نگری، انتخاب نمونه‌های نمایی<sup>۵</sup> و بویژه تأکید بر تعمیم‌ناپذیری نتایج و جستجوی تنوعات و معانی متفاوت یا تفاوت‌های معناشناختی انسان‌های مختلف در خصوص موضوع‌ها، عینیات و ذهنیات مشخص است.

روش کیفی از سطح پارادایمی تا سطح فنون، با روش کمی در تقابل بنیادی است؛ گرچه از منظر پارادایم پراگماتیسم می‌توان به تلفیق هر دوی آنها پرداخت. در ادامه به مهم‌ترین وجوه تقابل این دو روش‌شناسی در علوم اجتماعی و رفتاری پرداخته می‌شود.

1. positivism
2. behaviorism
3. naturalism
4. empiricism
5. modal types

جدول ۱. مقایسه مشخصه‌های عمده دو پژوهش کمی و کیفی

پژوهش کمی	پژوهش کیفی	پژوهش کمی	پژوهش کیفی
نرم	سخت	تفهم	تبیین
انعطاف‌پذیر	قالب‌مند	تفسیری	تحلیلی
درون‌نگر	برون‌نگر	استقرایی	قیاسی
ذهنی	عینی	داده‌های شفاهی	داده‌های عددی
سیاسی	بی تفاوت	فرابندی	مقطعی
موردی	پیمایشی	بسترگرا	صورت‌گرا
تأملی	قواعدی	خرد-کلان	کلان-خرد
نظریه‌سازی	نظریه‌آزمایی	معناگرا	رفتارگرا
زمینه‌ای	انتزاعی	نظام معنایی	نظام قواعدی
انسان‌محور	محیط‌گرا	اعتمادپذیر	اعتبار و روایی
احتمال‌پذیر	تکرارپذیر	استفهامی	فرضیه‌ای
قوانین موقعیتی - خاص	قوانین جهانشمول	روایتی	گزارشی
تعمیم تحلیلی	تعمیم آماری	ارزش‌مدار	فراغت ارزشی
ظهور یابنده و سیال	کنترل شده	تفسیرهای چندگانه	علت و معلول
مفهوم و مقوله	متغیر	گزارش روایتی	گزارش آماری

(برایمن<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸؛ کروتی<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸؛ پاتون<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲ و سیلورمن<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵ به نقل از محمدپور، ۱۳۹۰)

ذهن‌گرایی در برابر عین‌گرایی: روش کیفی به اطلاعات و داده‌هایی توجه دارد که در ماهیت و رفتار کنشگران اجتماعی است، نه صرفاً اشکال ظاهری و صوری رفتار. در روش کمی بر خصوصیات و آثار خارجی رفتار متمرکز است و عمیق وارد رفتار نمی‌شود.

تک واقعیت‌گرایی در برابر چند واقعیت‌گرایی: در روش کیفی، انسان‌ها واقعیت‌های متعددی را می‌سازند و تجربه و تفسیر می‌کنند، حال آنکه روش کمی به وجود یک واقعیت عام معتقد است و بنابراین به وجود یک نظم و قانون عام از پیش‌بینی و کنترل زندگی باور دارد.

1. Bryman
2. Crotty
3. Patton
4. Silverman

**کشف در برابر اندازه‌گیری:** کشف بدون پیشداوری‌های نظری عناصر معنایی و ذهنیت‌های زیرینی که به رفتارهای انسان جهت می‌دهند، عمده‌ترین هدف پژوهش کیفی است. در صورتی که روش کمی به دنبال اندازه‌گیری و سنجش رفتارها در قالب و اشکال آماری و عددی است.

**تحلیل روایتی در برابر تحلیل آماری:** گزارش‌های مبتنی بر تحلیل‌های کیفی، داستان‌گونه، اما متکی بر معنای متأثر از مشاهده‌ها و تفهیم‌های عمیق هستند، در حالی که اطلاعات و داده‌های کمی به صورت اعداد و شمارش‌ها و در قالب روش‌های کمی عرضه می‌شوند» (محمدپور، ۱۳۸۹: ۱۰۲-۱۰۱).

برایمن (۱۹۹۸) یازده روش را برای پیوند پژوهش کیفی و کمی نشان می‌دهد. منطق چندبعدی کردن (۱) از نظر او به معنای تلاش برای یافتن نمونه‌های کیفی در برابر نتایج کمی است، (۲) پژوهش کیفی می‌تواند پژوهش کمی را تأیید کند یا، (۳) به عکس؛ (۴) هر دو به‌منظور به‌دست آوردن تصویری کلی‌تر از موضوع مورد مطالعه با یکدیگر تلفیق می‌شوند، (۵) ویژگی‌های ساختاری با روش‌های کمی و وجوه فرایندی با رویکردهای کیفی مطالعه می‌شوند، (۶) روش کمی بر دیدگاه پژوهشگر متکی است، درحالی‌که پژوهش کیفی بر دیدگاه‌های افراد مورد بررسی تأکید دارد. به اعتقاد برایمن، (۷) مشکل تعمیم پژوهش کیفی را می‌توان از طریق یافته‌های کمی حل کرد، در حالی که یافته‌های کیفی (۸) ممکن است تفسیر روابط میان متغیرها در مجموعه داده‌های کمی را تسهیل کنند، می‌توان رابطه سطوح خرد و کلان، (۹) را به میزان قابل توجهی از طریق ترکیب پژوهش کیفی و کمی، در مراحل مختلف فرایند پژوهش، (۱۰) روشن کرد. در پایان، صورت‌های تلفیقی وجود دارند، (۱۱) که از پژوهش کیفی در طرح‌های نیمه آزمایشی استفاده می‌کنند (برایمن، ۱۹۹۲ به نقل از فلیک، ترجمه جلیل، ۱۳۸۷).

براساس آنچه گفته شد و بر پایه نظر برایمن، می‌توان ترکیب روش کمی پیمایشی و روش کیفی پژوهش عملی مشارکتی را از نوع ترکیب پنجم دانست؛ چرا که در این نوع ترکیب پژوهش ساختار را بر پایه اصول پژوهش‌های کمی پیش می‌برد، اما فرایندهای هر مرحله را به واسطه رویکردهای کیفی تکمیل می‌کند.



جدول ۲. مقایسه اهداف، پرسش‌ها و راهبردها در پژوهش پیمایشی و

روش‌های پژوهش کیفی

اهداف‌های پژوهش	پرسش در پژوهش‌های کمی	راهبردهای کمی (پیمایش)	پرسش در پژوهش‌های کیفی	راهبردهای کیفی
اکتشافی: بررسی پدیده کم درک شده؛ شناسایی و کشف موارد مهم برای تولید پرسش‌ها برای پژوهش بیشتر	نگرش‌های مردم و تغییرات مهمی که در آنها رخ داده است، کدام‌اند؟ و کدام یک اهمیت پژوهشی بیشتری دارد؟	پژوهش پیمایشی	در میدان اجتماعی چه چیزی رخ می‌دهد؟ تم‌ها، الگوها و مقوله‌های برجسته در مطالعه موردی و ساختارهای معنایی مشارکت‌کنندگان چه هستند؟ مطالعه مردم‌نگارانه این الگوها چگونه به اکتشافی یک‌دیگر ارتباط پیدا می‌کنند؟	مشاهده مشارکتی، مصاحبه عمیق، مصاحبه با نخبگان، مطالعه موردی، میدانی، مطالعه مردم‌نگارانه اکتشافی
تبیینی: مشخص کردن یا تبیین نیروهای تأثیرگذار بر پدیده مورد بحث و شناسایی شبکه‌های علی و محتمل شکل دهنده به پدیده	چه عواملی در شکل‌دهی نگرش‌های مردم مؤثر بوده‌اند؟ تحول نگرش‌ها با تحول کدام دسته دیگر از نگرش‌ها همراه و همبسته است؟	تکنیک‌های آماری برای کنترل متغیرها و رابطه جویی بین متغیرها و تبیین روابط علی	چه رویدادها، باورداشت‌ها، نگرش‌ها، و سیاست‌هایی این پدیده را شکل می‌دهند؟ این نیروها چگونه با هم تعامل پیدا می‌کنند تا به ایجاد این پدیده منتهی شوند؟	مشاهده مشارکتی، مصاحبه عمیق، تحلیل‌های اسنادی، مطالعه موردی چندمکانی، میدانی مردم‌نگاری
توصیفی: مستندسازی پدیده مورد علاقه	مردم چه می‌خواهند؟ چه می‌گویند؟ چه آرزوهایی دارند؟ در مورد کدام مسائل حساسیت بیشتری دارند؟	پژوهش پیمایشی، تکنیک دلفی	رفتارها، رویدادها، نگرش‌ها، ساختارها و معانی و تنوعات آنها کدام‌اند؟ فرایندهای برجسته‌ای که در این پدیده اتفاق می‌افتد، چه هستند؟ نیروهای عمده و تفسیر آنها از پدیده چیست؟	مشاهده مشارکتی، مصاحبه عمیق، تحلیل‌های اسنادی، سنجه‌های غیرواکنشی، مطالعه موردی، مطالعه میدانی، مردم‌نگاری
پیش‌بینی: پیش‌بینی خروجی‌های پدیده، رویدادها و رفتارهای منتج پدیده	مردم به کدام سوی حرکت می‌کنند و در آینده کدام نگرش‌ها را خواهند داشت؟	تحلیل‌های چندمتغیره و پیش‌بینی میزان تغییرات متغیر وابسته به ازای تغییر در هر یک از متغیرهای مستقل	در نتیجه وجود پدیده مورد بررسی چه وقایع و تیناتی خواهد داشت؟ چه کسی تحت تأثیر قرار خواهد گرفت؟ به چه شیوه‌ای؟ جهت‌گیری و واکنش سنخ‌های مختلف به موضوع چه خواهد بود؟	مشاهده مشارکتی، مصاحبه عمیق، مردم‌نگاری، نظریه زمینه‌ای، رویه‌های خاص تحلیل کیفی

(محمدپور، ۱۳۸۹ با دخل و تصرف و اضافات)

### روش پیشنهادی مکمل

برای تکمیل روش‌های پیمایشی به چه شیوه‌هایی می‌توان عمل کرد؟ برای پاسخ دادن به این پرسش لازم است پژوهش‌های پیمایشی را به مهم‌ترین اجزای آن تجزیه کنیم و ببینیم برای هر جزء چه عنصری می‌تواند به‌عنوان مکمل به‌کار رود. در جدول ۳ مراحل پژوهش پیمایشی و به‌عبارتی اجزای آن و راه‌های مکمل برای هر یک به‌صورت پیشنهادی طرح می‌شود:

### جدول ۳. مراحل پژوهش پیمایشی و چگونگی اصلاح فرایندهای آن با اتکا به اصول و

#### ابزارهای تحقیق کیفی

ردیف	مراحل پژوهش پیمایشی (حلقه‌ها)	استراتژی تکمیل‌کننده	ابزارها و تکنیک‌های مکمل
۱	طرح موضوع / مسئله	تدقیق مسئله، حذف بدیهیات و تعمیق موضوع	گروه بحث متمرکز
۲	فرضیه‌سازی	پیدا کردن زمینه‌های بروز رفتارها و ایجاد نگرش‌ها	گروه بحث متمرکز
۳	ابزارسازی	طراحی و اصلاح و کارآمد کردن ابزارها (اقتصاد ابزار)	گروه بحث متمرکز
۴	نمونه‌گیری	حذف نمونه‌های مشابه و حرکت به سوی متنوع‌ترین ترکیب نمونه‌ای	نمونه‌گیری ترکیبی
۵	جمع‌آوری اطلاعات	جمع‌آوری حضوری و جمعی اطلاعات با پرسشنامه مصاحبه گروهی	پرسشنامه مصاحبه گروهی
۶	استخراج	استخراج کمی - کیفی	کدبندی به شیوه پژوهش‌های زمینه‌ای (باز، محوری و گزینشی)
۷	تجزیه و تحلیل	به بحث گذاشتن یافته‌ها برای درک عمیق‌تر آنها	گروه بحث متمرکز
۸	نتیجه‌گیری	به بحث گذاشتن نتایج برای تلخیص و مفهوم‌سازی	گروه بحث متمرکز
۹	ارائه پیشنهادها	ارائه عملی‌ترین پیشنهادها با توجه به منابع و امکانات و خواست‌های مردمی	گروه بحث متمرکز

از ترکیب روش پیمایشی و پژوهش عملی مشارکتی<sup>۱</sup> و ابزارهای آنها یعنی پرسشنامه و گروه بحث متمرکز<sup>۲</sup> می‌توان به روشی جدید دست یافت که امتیازهای هر دو روش را به صورت یکجا داشته باشد.

شیوه کار این است که در تک‌تک مراحل پژوهش پیمایشی، عناصر و اصول پژوهش عملی مشارکتی به کار می‌رود. در طرح موضوع یا طرح مسئله که یکی از مهم‌ترین مراحل هر پژوهش اجتماعی است، برای تدقیق موضوع و حذف جنبه‌های بدیهی و هزینه‌بر و بی‌فایده، به جنبه‌هایی از موضوع که اهمیتی اساسی‌تر برای پژوهشگر یا کارفرما خواهد داشت، توجه می‌شود. یکی از ایرادهای پژوهش پیمایشی، سطحی‌نگری و ساده‌سازی یا تقلیل موضوع و مسئله به رفتار و نگرشی ساده است که می‌تواند جوانب و عمق و تنوع معناشناختی گسترده‌ای داشته باشد. گروه بحث متمرکز اگر از تنوع مطلوبی برخوردار باشد، می‌تواند وجوه مسئله یا ابعاد موضوع را بهتر روشن کند و جنبه‌های بی‌نیاز از پژوهش را حذف نماید.

در مرحله دوم یعنی فرضیه‌سازی، معمولاً وظیفه پژوهشگر در طرح‌های قیاسی<sup>۳</sup> این است که با طرح دستگاه‌های منطقی یا به عبارت دیگر طرح کبری و صغراهای منطقی، به تئورم یا نتایجی برسد که به دلیل ماهیت منطقی و نه تجربی‌شان نیازمند آزمون تجربی‌اند. بر این اساس - فرضیه‌های برآمده از ترکیب قضایای علمی و روش‌های منطق قیاسی - تعدادی فرضیه می‌سازد که در پژوهش‌های تجربی و از آن جمله پژوهش پیمایشی مورد آزمون قرار می‌گیرند. ایراد بزرگ این نوع فرضیه‌سازی عمدتاً بریده بودن از واقعیت تجربی یا فاصله داشتن مباحث نظری از سطوح تجربی و عینی واقعیت است. برای نزدیک کردن مباحث نظری و ترجمه آنها به زبان مردم و در نتیجه واقعیت تجربی لازم است با ایجاد امکان مباحثه بین مردم و پژوهشگران امکان نزدیک کردن این دو زبان و ساخت زبانی جدید با مفاهیمی تازه که امکان درک واقعی‌تری از

---

1. participatory action research

2 . focus discussion group

3. deductive design

موضوع به دست می‌دهد، فراهم شود. بدین منظور برای درک چرایی و دلایل وقوع رفتارهایی خاص مثلاً تمایل به حزبی خاص یا شیوع نگرشی تازه در جامعه یا پدید آمدن رفتاری اجتماعی که پیش از این وجود نداشته است، می‌توان با ایجاد گروه بحث متمرکز و انتقال مباحث نظری به زبان مردم در جلسه، ترکیبی نظری- تجربی از دیدگاه‌های موجود در جامعه فراهم ساخت که به واقعیت نزدیک و در عین حال از مبنایی نظری برخوردار باشد.

در مرحله سوم یعنی ابزارسازی، راه پیشنهادی این است که در طرح پرسش‌های پرسشنامه و آزمون یکسانی و همگونی درک پاسخگویان از پرسش‌ها و حذف و جایگزینی کلمات و عبارات‌های مبهم و حساسیت‌زا و دو یا چند پهلو، می‌توان از گروه بحث متمرکز استفاده کرد. شیوه کار این است که تک‌تک پرسش‌ها در جلسه بحث متمرکز مورد بررسی قرار می‌گیرد تا درک تک‌تک اعضا در مورد هر پرسش، طرح و ابهامات احتمالی با جایگزین کردن واژه‌های معمول در بین افراد مورد پژوهش برطرف شود. در عمل، استفاده از گروه بحث متمرکز عملیات آزمون مقدماتی و اصلاح و باز آزمون را ادغام می‌کند و اعتبار<sup>۱</sup> پرسش در اندازه‌گیری متغیر مورد نظر پژوهشگر را افزایش می‌دهد و احتمالاً از بی‌پاسخی‌ها یا پاسخ‌های بی‌دقت و باری به هر جهت می‌کاهد. بنابراین، اضافه کردن این مرحله به پژوهش پیمایشی نه تنها بر حجم کار اضافه نمی‌کند، بلکه با ادغام زمانی چند مرحله زمان‌بر، باعث کوتاه‌تر شدن ساخت و اجرای پرسشنامه می‌شود.

در مرحله چهارم یعنی نمونه‌گیری، با ضرورتی دوگانه مواجه هستیم؛ نخست اینکه مطابق همه طرح‌های نمونه‌ای لازم است تا نمایایی<sup>۲</sup> نمونه و حجم نمونه<sup>۳</sup> را به نحوی علمی و قابل دفاع تهیه کنیم و دومین ضرورت این است که به قیاس پژوهش‌های کیفی تعداد نمونه‌ها را کاهش دهیم و بر تنوع آنها بیفزاییم. در پژوهش‌های کیفی راهبردهای

- 
1. validity
  2. representative
  3. sample size

گوناگونی برای نمونه‌گیری پیشنهاد شده است که در همین پژوهش‌ها کاربرد دارند و دغدغه‌های اساسی پژوهش‌های کمی را پوشش نمی‌دهند. راه‌حل پیشنهادی، کاستن از تعداد نمونه‌ها و افزودن بر تنوع آنهاست. این راه‌حل چندان عملی به نظر نمی‌رسد، اما باید به این نکته توجه کنیم که همواره می‌توان ترکیب بهینه‌ای از نمونه به‌دست آورد که ضمن دربرگرفتن همه زیرگروه‌های جامعه، تعداد به نسبت کمتری از نمونه‌ها را در بر بگیرد تا با کاستن از تعداد نمونه‌ها، امکان تمرکز بیشتر بر روی هر یک از نمونه‌ها فراهم آید. برای مثال، وقتی مشخص است که تمرکز جمعیت در یکی از گروه‌های سنی بیش از سایر گروه‌هاست، همواره لازم نیست که تعداد نمونه‌ها را در آن گروه مفروض با توجه به حجم آن در نظر گرفت، بلکه می‌توان در آن گروه خاص تعداد نمونه را به حدی کاهش داد که ضمن به‌دست آوردن همه دیدگاه‌های ممکن در آن زیر گروه، از جمع‌آوری اطلاعات تکراری که باعث افزایش هزینه‌های جمع‌آوری و استخراج می‌شود، پرهیز کرد و به‌جای آن با توجه به حجم آن زیر گروه خاص، اطلاعات به‌دست آمده را در ضریبی که از نسبت آن زیر گروه به جامعه به‌دست می‌آید، ضرب کنیم تا مشکلی برای تعمیم نتایج پیش نیاید.

در مرحله پنجم یعنی جمع‌آوری اطلاعات با توجه به تأکید بر عمق و در عین حال پهنای اطلاعات، پیشنهاد می‌شود پاسخگویان به شیوه پرسشنامه‌های جمع اجرا در یک اطاق یا سالن جمع شوند و پس از توزیع پرسشنامه‌ها در خصوص تک‌تک پرسش‌ها توضیحاتی از سوی پژوهشگر و تعدادی از پاسخگویان ارائه گردد و با تأکید بر تنوع و نه همسانی نظرها، هر یک از پاسخگویان نظر خود را در پرسشنامه وارد کند. البته روشن است که خطر گرایش به دیدگاه جمعی ممکن است با ایجاد جوی نامناسب در حین تکمیل پرسشنامه ایجاد شود. برای مقابله با این وضعیت لازم است پژوهشگر مدام بر تنوع و تفاوت دیدگاه‌های موجود در جلسه و در بین پاسخگویان تأکید کند. امتیازهای این شیوه جمع‌آوری اطلاعات که نام آن می‌تواند «پرسشنامه مصاحبه جمعی» باشد، بسیار زیاد است؛ از جمله این امتیازات این است که سرعت جمع‌آوری اطلاعات

در این نوع ابزار بسیار زیاد است، به نحوی که در یک جلسه دوساعته می‌توان به تعداد حاضران در جلسه، پرسشنامه تکمیل شده به دست آورد. دوم اینکه هزینه اجرای این نوع پرسشنامه به نسبت کم است. سوم اینکه بی‌پاسخی به شدت کاهش می‌یابد. چهارم، داده‌های به دست آمده در این نوع ابزار، داده‌هایی کیفی و عمیقی است که تنها به داده‌های سطحی درباره نگرش‌های جبهه‌ای و از پیش اندیشیده و یا هنجاری محدود نمی‌شود. داده‌هایی که از این راه به دست می‌آیند، می‌توانند به دلیل درگیر شدن هویت شخصی پاسخگویان و تأکیدی که بر فردیت آنها می‌شود، اطلاعاتی منحصر به فرد، متفاوت و در عین حال بسیار ارزشمند باشند.

در مرحله ششم یعنی استخراج، با توجه به ویژگی کیفی-کمی داده‌های به دست آمده لازم است از همه عملیات و مراحل استخراج داده‌ها در این نوع پژوهش استفاده شود. در بخش کیفی، کدگذاری‌های باز، محوری و گزینشی صورت می‌گیرد. پژوهشگر ابتدا با بررسی داده‌ها و طبقه‌بندی آنها در قالب داده‌های متنی و مشاهده‌ای و نیز با ارجاع به پرسش یا پرسش‌های پژوهش آغاز می‌کند. سپس مراحل کدگذاری را به تفکیک پرسش یا پرسش‌های پژوهش آغاز می‌کند. در مرحله اول یا کدگذاری باز، پژوهشگر به بررسی متن (شامل دست‌نوشته‌ها، یادداشت‌ها و اسناد) برای یافتن مفاهیم مکنون در اطلاعات می‌پردازد. با استفاده از رهیافت مقایسه‌ای ثابت، پژوهشگر تلاش می‌کند مفاهیم را «اشباع» سازد. وی به دنبال مواردی می‌گردد که مفاهیم را بازنمایی کند و تا زمانی که اطلاعات تازه‌ای پیدا نشود، به این کار ادامه می‌دهد. این مفاهیم شامل مفاهیمی هستند که آنها را «ذخایر»<sup>۱</sup> می‌نامند. این ذخایر رویکردهای متعدد درباره زیر مقوله‌ها را نشان می‌دهند. سپس، مقوله‌های عمده را به صورت منطقی و تحلیلی به دنبال هم فهرست‌وار توضیح دهد و هر کدام را در ارتباط با دیگری و سپس در ارتباط با کل بسنجد. به این مرحله، کدبندی محوری گفته می‌شود. کدبندی به تنظیم تحلیلی و منطقی داده‌ها کمک می‌کند و زمینه را برای کدگذاری گزینشی و استخراج مقوله هسته

فراهم می‌سازد. بعد از اتمام خط داستان، مقوله‌ای با عنوان «مقوله محوری یا هسته» استخراج می‌شود. در این مرحله، پژوهشگر شرایطی را که بر این پدیده مرکزی تأثیر می‌گذارد، راهبردهای عنوان شده در پدیده، بستر و شرایط متداخلی که این شرایط را شکل می‌دهند و پیامدهای انجام این راهبردها را در قالب یک مدل نظری سه بعدی ترسیم می‌کند. این مرحله را کدگذاری گزینشی می‌نامند. در این مرحله، پژوهشگر مدلی نظری می‌سازد که روابط متقابل بین مقوله‌های محوری را نشان می‌دهد» (محمدپور، ۱۳۹۰ به نقل از کراسول<sup>۱</sup>؛ چارماز<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶؛ کوربین<sup>۳</sup> و اشتراوس<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸). در بخش کمی، پژوهشگر با تهیه ماتریس داده‌ها، تجزیه و تحلیل کمی داده‌ها را انجام می‌دهد.

در مرحله هفتم یعنی تجزیه و تحلیل، پژوهشگر می‌تواند از گروه بحث متمرکز برای به بحث گذاشتن و تنقیح یافته‌ها استفاده کند تا معنای عمیق‌تری برای آنها بیابد و ربط معناشناختی یافته‌ها را با هم پیدا کند. این کار را می‌توان به راحتی از طریق ارائه تک‌تک یافته‌ها و بحث گروهی شرکت‌کنندگان صورت بخشید.

در مرحله هشتم یعنی نتیجه‌گیری، مطابق مرحله پیشین، با استفاده از گروه بحث متمرکز تک‌تک پرسش‌های پژوهش و پاسخ‌های به‌دست آمده طرح و در مورد آنها بحث می‌شود و نتایج معتبرتر از نتایج محتمل، متمایز می‌گردد و پرسش‌های پاسخ داده شده از پرسش‌های باقی مانده یا تولید شده باز شناخته می‌شوند.

در مرحله آخر یعنی مرحله ارائه پیشنهادها، پژوهشگر می‌تواند دو دسته پیشنهاد ارائه دهد؛ یکی برای مداخله در واقعیت و یکی برای انجام پژوهش‌های بیشتر. این مهم نیز با رجوع به آرای شرکت‌کنندگان در گروه بحث متمرکز بهتر از آنچه از سوی پژوهشگر یا پژوهشگران ارائه می‌شود، می‌تواند تولید گردد. علت این امر به تجربه زیسته و دانش بومی شرکت‌کنندگان در خصوص عملی بودن مداخله‌های پیشنهادی مربوط می‌شود.

- 
1. Creswell
  2. Charmaz
  3. Corbin
  4. Strauss

### روش‌های جایگزین

برای ارائه پیشنهاد‌های مناسب و منطقی به‌عنوان راه‌ها و روش‌های جایگزین برای پژوهش‌های افکارسنجی، لازم است اهداف پژوهش پیمایشی را یک بار دیگر یادآوری کنیم و ببینیم با از دست دادن هر یک از اهداف روشی پژوهش‌های پیمایشی، با کدام روش‌های جایگزین می‌توانند مطرح باشند.

#### جدول ۴. اهداف و ویژگی‌های روش‌های مورد مقایسه، تفاوت‌ها و تشابهات

اهداف و ویژگی‌ها	اهداف و ویژگی‌ها	اهداف و ویژگی‌ها	اهداف و ویژگی‌ها	اهداف و ویژگی‌ها
سنجش نگرش‌ها	پیوند نگرش‌ها	زمینه‌های تولید نگرش	تنوع نگرش‌ها	تنوع و زمینه‌های نگرش‌ها
جامعه آماری بزرگ	جامعه آماری کوچک	جامعه آماری بزرگ	جامعه آماری کوچک	جامعه آماری بزرگ
نمونه‌گیری	انتخاب دقیق اطلاع‌رسان‌ها	تیپ‌های نمایی	انتخاب دقیق اعضا	نمونه‌گیری از اسناد
سرعت جمع‌آوری اطلاعات	سرعت بسیار کم	صرف زمان قابل توجه	سرعت جمع‌آوری اطلاعات	سرعت به نسبت خوب
هزینه به نسبت اندک	هزینه قابل توجه	هزینه به نسبت زیاد	هزینه به نسبت اندک	هزینه نه چندان زیاد
پرسشنامه	پرسشنامه	مشاهده مشارکتی	مصاحبه گروهی	پرسشنامه معکوس
تعمیم نتایج	تعمیم نتایج	تعمیم‌ناپذیری نتایج	تعمیم نسبی نتایج	تعمیم نتایج بسته به نوع اسناد
پیمایش	مردم‌نگاری	پژوهش چند موردی	گروه بحث متمرکز	تحلیل محتوا

جدول ۵ برای پیشنهاد راه‌های جایگزین پیمایش و افکارسنجی، چهار روش دیگر پیشنهاد می‌کند. الف) مردم‌نگاری، ب) گروه بحث متمرکز، ج) پژوهش چند موردی و د) تحلیل محتوا. مطالعات بر روی نگرش‌ها در ایران عمدتاً به‌صورت پیمایشی صورت می‌گیرند؛ این در حالی است که در صورت وجود یا امکان کنار گذاشتن برخی ملاحظات، می‌توان برخی تکنیک‌های دیگر را جایگزین کرد.



## روش‌های مکمل و جایگزین در مطالعات پیمایشی و افکارسنجی ❖ ۱۲۹

در پژوهش‌های مردم‌نگاری این امکان وجود دارد که درک عمیق‌تری از نگرش‌های انسان‌ها و خرده فرهنگ‌ها به دست آید. نزدیک شدن به نگرش‌های مردم در مردم‌نگاری با این هدف صورت می‌گیرد که به این پرسش پاسخ دهیم: مردم فکر می‌کنند چه می‌کنند؟ (اسپردلی و مک‌کوردی، ترجمه محمدی، ۱۳۹۵). در واقع آنچه در پژوهش‌های پیمایشی به دست می‌آید نگرش‌هاست، اما آنچه در پژوهش مردم‌نگاری تولید می‌شود این است که پژوهشگر را به کسب دانش در خصوص پیوند معناشناختی نگرش‌ها یا منظومه دانشی و خرده فرهنگ‌ها نایل می‌کند. در جدول ۵ مقایسه پژوهش‌های پیمایشی و مردم‌نگاری در قالب یک جدول آورده شده است.

### جدول ۵. شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود بین روش‌های کیفی - مردم‌نگاری و کمی - پیمایش

کمی - پیمایش	کیفی - مردم‌نگاری
نمونه نمایا: مبتنی بر یک نظریه محدود محوری	نمونه کوچک: نه نمایا، بلکه نظری و اندیشه‌نگارانه
مرور ادبیات نظری و پژوهشی در ابتدای مطالعه	مرور ادبیات نظری و پژوهشی در پایان مطالعه
گردآوری داده‌ها از طریق ابزارهای مبتنی بر متغیرهای دقیقاً تعریف شده	تأکید بر سازماندهی، هماهنگی و ترکیب میزان زیادی از داده‌ها
کنترل عینی سوگیری، تکرارپذیری، اعتبار و روایی	تلاش ذهنی برای تولید داده‌های شخصی، بار ارزشی و سیاسی
ماهیتاً قیاسی	ماهیتاً استقرایی استقهامی
ازمون نظریه	تولید و توسعه ی نظریه
بسط استنتاج براساس خروجی داده‌ها	بسط ارزش‌ها و قضاوت‌های مبتنی بر فرایند داده
شفافیت مبتنی بر تفسیر داده‌های عددی	تجربه‌های پیچیده و غنی؛ عمدتاً خالی از داده‌های عددی
اعتبار و پایایی شناخته شده	اعتبار و پایایی ناشناخته؛ اعتمادپذیری
ابزارهای سنجش استاندارد	ابزارهای سنجش غیراستاندارد
مداخله؛ فقدان درگیری مشارکتی	درگیری مشارکتی
پایبند به روش علمی فرض صفر و فرض جایگزین برای پذیرش، رد، تأیید یا عدم تأیید فرضیه‌ها	روش علمی گام به گام را دنبال نمی‌کند؛ در جستجوی معنا یا ذات است.
داده‌های عددی	داده‌های روایتی، استفاده از کلمه‌ها برای توصیف پیچیدگی
محیط آزمایشگاهی کنترل شده	اجرا در میدان طبیعی
استفاده از ابزارهای گوناگون	اصولاً از مشاهده و مصاحبه استفاده می‌شود.

ادامه جدول ۵

کیفی - مردم‌نگاری	کمی - پیمایش
مبتنی بر تفهیم، معانی و ذات‌های تجربه انسانی	مبتنی بر واقعیت‌ها، علل و جابه‌جایی‌های روابط
بلندمدت	کوتاه مدت
همگرایی اجزای مطالعه، تلاش برای تفهیم کل	جدایی بخش‌های مطالعه، تقلیل‌گرا
توصیف‌های روایتی غنی	توصیف‌های مبتنی بر داده‌های عددی
مشارکت‌کننده‌ها و پژوهشگران	موضوع‌ها
سنجدها و فنون آماری اهمیت ندارند؛ استفاده از فنون خاص پژوهش کیفی	اجرا با استفاده از سنجدها، فنون و فرمول‌های شناخته شده
رفتار انسان را همیشه نمی‌توان در قالب اعداد توصیف کرد.	رفتار انسان را همیشه می‌توان در قالب اعداد توصیف کرد
وجود یک واقعیت پویا	وجود یک واقعیت باثبات
معطوف به کشف	معطوف به تأیید
کشف تمها و روابط	معتبرسازی تمها و روابط
فرض واقعیت برساخته شده از سوی مشارکت‌کننده‌ها	فرض یک واقعیت عینی
مشاهده‌های کل‌گرایانه از بستر تامی که در درون آن کنش اجتماعی رخ می‌دهد.	تحلیل واقعیت اجتماعی از طریق و با زبان متغیرها
استفاده از استقرای تحلیلی و استقهای برای تحلیل داده‌ها	استفاده از روش‌های آماری برای تحلیل داده‌ها
تعمیم یافته‌های موردی از طریق جستجوی شباهت‌ها و تفاوت‌ها	استفاده از رویه‌های استنباط آماری برای تعمیم یافته‌ها از یک نمونه به جمعیت تعریف شده
مطالعه موردها	مطالعه جمعیت‌ها یا نمونه‌هایی که نمایای جمعیت‌ها هستند.

( تایلور<sup>۱</sup> و ترومبول<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰ به نقل از محمدپور، ۱۳۸۹)

راه جایگزین دیگر گروه بحث متمرکز است که در بحث روش‌های مکمل به تفصیل تشریح شد. تفاوت‌ها و تشابهات پیمایش و گروه بحث متمرکز به اختصار در جدول مربوط آمده است. عمده‌ترین تفاوت‌های گروه بحث متمرکز و پیمایش در اینجاست که اولی عمدتاً به‌عنوان یک ابزار و دومی به‌عنوان یک روش به‌کار می‌رود. پیشنهاد گروه بحث متمرکز به‌عنوان یک تکنیک به این دلیل است که پژوهش‌های

1. Taylor
2. Trumbull

## روش‌های مکمل و جایگزین در مطالعات پیمایشی و افکارسنجی ❖ ۱۳۱

عملی مشارکتی کاملاً وابسته به گروه بحث متمرکز است. تفاوت آینده در این است که در پژوهش عملی - مشارکتی پژوهشگر به دنبال اعمال تغییر به وجه مشارکتی در جامعه است، در صورتی که گروه بحث متمرکز، به عنوان یک ابزار یا تکنیک بر جمع‌آوری اطلاعات عمیق‌تر از پرسشنامه یا مصاحبه گروهی تأکید دارد.

در شیوه اول، بحث گروهی متمرکز می‌تواند برای انجام دادن پژوهش‌های اکتشافی پیش از پژوهش کمی، از جمله پیمایش استفاده شود. این شیوه، بویژه برای موضوعات جدید و نامشخص، مناسب است. در چنین حالتی، هدف گروه متمرکز، شناسایی مسائل برجسته و مهم، بررسی روش‌ها یا تعریف مفاهیم و اصطلاحات برای استفاده در ابزار پیمایش است. به طور نمونه، در مطالعه‌ای برای ارزشیابی کلینیک‌های تنظیم خانواده ماری استوپز در پاکستان (هنینک، ترجمه فیضی و طاهران، ۱۳۹۲) بحث گروهی متمرکز، نشان داد که مردم محلی از نام «ماری استوپز» استفاده نمی‌کنند؛ در عوض از نام‌های محلی مثل «کلینیک خانواده کوچک»، «کلینیک در آبی» و «کلینیک خارجی‌ها» استفاده می‌کنند. این نام‌ها به منظور روشن‌تر کردن پرسش‌ها برای پاسخگویان، در ابزار پیمایش گنجانده شدند.

بحث گروهی متمرکز، زمانی که موضوع پژوهش پیچیده است، قبل از طراحی پرسش‌هایی که نیاز به شناخت اولیه‌ای از مفاهیم اساسی دارند و پیش از پیمایش اجرا می‌شود. بحث گروهی متمرکز، همچنین می‌تواند زیر گروه‌های مختلف و ویژگی‌های آنها را در جمعیت مورد مطالعه شناسایی کند. این اطلاعات می‌تواند برای اندازه‌گیری میزان این عناصر جمعیتی، در ابزار پیمایش گنجانده شود (ریچی<sup>۱</sup> و لوئیس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵). در شیوه دوم، بحث گروهی متمرکز، برای شناخت بیشتر با زمینه و شرایط یافته‌های کمی، بعد از پژوهش کمی به کار می‌رود. ظرفیت‌های تبیینی پژوهش گروه متمرکز، کمتر استفاده شده است. در موارد متعدد، نتایج پیمایش، رابطه قوی میان متغیرها را

---

1. Ritchie

2. Lewis

نشان می‌دهد؛ اما داده‌های پیمایش، نمی‌توانند سازوکارهای موجد این روابط را شناسایی کنند (گرین<sup>۱</sup> و توروگود<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴). در این موارد، بحث گروه متمرکز می‌تواند از تأثیرات پراهمیت، حلقه‌های ارتباط و اطلاعات زمینه‌ای لازم برای درک عمیق‌تر نتایج کمی، پرده بردارد. موقعیت دیگری که در آن، گروه متمرکز پس از پیمایش به کار می‌رود، زمانی است که درباره زیر گروه مشخصی از جمعیت مورد مطالعه، پژوهش می‌شود که برای تحلیل آماری، از نظر تعداد، ناکافی هستند؛ اما ممکن است دیدگاه‌های مهمی درباره موضوعات پژوهش داشته باشند (ریچی و لوئیس، ۲۰۰۵). آنها توالی‌های بیشتری را پیشنهاد می‌کنند که در آن، رویکردهای کیفی، راهی برای پیگیری پیمایش است؛ اما پس از آن، یافته‌های کیفی به‌طور مستقیم در تحلیل داده‌های پیمایش به کار می‌رود. این وضعیت ممکن است در حالتی اتفاق بیفتد که نتایج بحث گروه متمرکز، حلقه اتصال یا رابطه‌ای را بین موضوعات پیدا کند که ممکن است پژوهشگران از آن غفلت کرده باشند. سپس، اگر در داده‌های پیمایش، متغیرهایی برای موضوعات مرتبط به هم وجود داشته باشد، پژوهشگران می‌توانند داده‌ها را دوباره تحلیل کنند تا روابط کشف شده در بحث گروهی متمرکز، مدل‌سازی شود. این شیوه، عمق بیشتری به تحلیل داده‌های کمی می‌دهد و یافته‌های کیفی را در تحلیل داده‌های کمی ادغام می‌کند. در شیوه سوم، گروه متمرکز و روش‌های کمی، موازی با یکدیگر، برای پژوهش درباره پرسش‌های متفاوت پژوهش با مطالعه دیدگاه‌های مختلف درباره موضوعی یکسان، به کار می‌روند. در این حالت، بسته به هدف پژوهش، ممکن است در هر دو روش، از شرکت‌کنندگان یکسان یا متفاوتی استفاده شود. منطق ترکیب این رویکردها، رسیدن به شناخت جامع‌تری از موضوع پژوهش است که هیچ یک از دو روش، به تنهایی نمی‌توانند آن را به دست آورند. وقتی هر دو روش، برای مطالعه موضوعی واحد به کار می‌روند، روش‌های کمی، شاخصی از شیوع یا اندازه مسئله را در اختیار قرار می‌دهد؛

---

1. Green

2. Thorogood

## روش‌های مکمل و جایگزین در مطالعات پیمایشی و افکارسنجی ❖ ۱۳۳

در حالی که روش‌های کیفی، ماهیت همان مسئله را بررسی می‌کند. روش‌های کیفی، قادرند جنبه‌هایی از موضوع پژوهش را بررسی کنند که بسیار پیچیده‌تر یا حساس‌تر از آن هستند که بشود با ابزاری پیمایشی، به‌طور کامل درباره آنها پژوهش کرد. در این حالت، یافته‌های بحث گروهی متمرکز، باید به‌دقت، با یافته‌های کمی ادغام شوند تا مثال‌های کیفی از یافته‌های کمی فراهم آیند و یافته‌های متناقض و سردرگم‌کننده پیمایش، روشن شوند یا تبیین‌هایی برای روابط کشف شده در نتایج پیمایش، ارائه گردد. در شیوه‌ای دیگر، بحث گروهی متمرکز، می‌تواند برای کمک به بخش مجزایی از مسئله پژوهشی به‌کار رود» (هنینک، ترجمه فیضی و طاهران، ۱۳۹۲: ۵۳-۵۰).

در روش جایگزین سوم، می‌توان از روش پژوهش موردی و بویژه پژوهش چند موردی برای جمع‌آوری تنوعات و زمینه‌ها و سازوکارهای تولید و تحولات نگرشی بهره گرفت. پژوهش موردی در اصل پاسخگویی به پرسش‌هایی در خصوص چرایی و چگونگی وقوع حوادث خاص است. حال می‌توان پرسید یک نگرش خاص در یک جامعه یا چند نگرش متفاوت در چند خرده فرهنگ از یک جامعه چرا و چگونه یا طی چه سازوکارهایی ساخته و تولید شده‌اند.

«رویکرد مطالعه موردی یکی از متداول‌ترین راهبردهای تحقیق کیفی محسوب می‌شود. این رویکرد یک روش یا شیوه نیست، بلکه نوعی راهبرد پژوهشی است. درون این راهبرد روش‌ها و شیوه‌های متعددی مورد استفاده قرار می‌گیرند. ممکن است این روش‌ها کمی، کیفی یا ترکیبی از هر دو روش باشند. مطالعه موردی اگرچه اغلب بر فنون و شیوه‌های کیفی استوار است، ولی نمی‌تواند صرفاً از طریق فنون پژوهش کیفی تعریف شود، بلکه بایستی در قالب جهت‌گیری نظری آن تعریف گردد. در این راهبرد، تأکید بر جدایی بستر از موضوع پژوهشی نیست، بلکه تأکید بر دیدن موضوع در بستر پژوهش است. بیشتر تحقیقات موردی به علت فرصت بررسی باز، قادر به استخراج روش‌های استقرایی پژوهش می‌شوند که هدف آن نظریه‌سازی و ایجاد فرضیه و نه صرفاً آزمون آنهاست (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۳: ۸۲). مطالعه موردی نوعی پژوهش تجربی است که

پدیده‌های زمان حال را در بستر زندگی واقعی‌شان بررسی می‌کند، بویژه زمانی که مرزهای بین پدیده و بستر آن به‌طور روشن و دقیق مشخص نیستند و از منابع متعددی از شواهد استفاده می‌شود (یین، ترجمه پارسائیان و اعرابی، ۱۳۷۸: ۲۴).

یین در کتاب‌ها و مقالات بسیاری تلاش کرده است تا تعریف دقیق و مشخصی از این راهبرد داشته باشد. به نظر وی این تعریف نه‌تنها به ما کمک می‌کند که موردپژوهی را بشناسیم، بلکه آن را از سایر روش‌های تحقیق متمایز می‌سازد. برای مثال روش تاریخی با وضعیت پیچیده بین پدیده و بستر آن سروکار دارد و معمولاً به رویدادهای غیرمعاصر می‌پردازد یا اینکه پیمایش می‌تواند در پی بررسی پدیده و بستر آن برآید، اما توانایی آن در کندوکاو بستر و زمینه پدیده‌ها فوق‌العاده محدود است (یین، ترجمه پارسائیان و اعرابی، ۱۳۷۸: ۵۰).

یین دو نوع راهبرد موردپژوهی را از هم متمایز می‌سازد. اگر مطالعه شامل یک مورد باشد، موردپژوهی یگانه و اگر مطالعه شامل چند مورد (بیش از یک مورد) باشد، با موردپژوهی چندگانه سروکار داریم. او همچنین هرکدام از این دو نوع را به دو طرح جزئی تقسیم می‌کند. این تقسیم‌بندی بر این فرض استوار است که موردپژوهی یگانه و چندگانه منعکس‌کننده ملاحظات متفاوتی در طرح پژوهش است و اینکه ممکن است در این دو نوع طرح، واحد تحلیل یکی یا چند تا باشد. بدین ترتیب برای راهبرد موردپژوهی چهار نوع طرح وجود دارد. (۱) طرح‌های تک موردی کلی، (۲) طرح‌های تک موردی مبسوط، (۳) طرح‌های چند موردی کلی و (۴) طرح‌های چند موردی مبسوط (ص ۵۲).

پیشنهاد چهارم یا آخر به‌عنوان جایگزین پیمایش، تحلیل محتواست. تحلیل محتوا را هولستی مطالعه منظم، عینی و کمی محتوای آشکار ارتباطات (ترجمه سالارزاده امیری، ۱۳۹۵) تعریف کرده است. از روش تحلیل محتوا می‌توان برای تحلیل نگرش‌ها یا بازتاب نگرش‌ها در رسانه‌های مکتوب و غیرمکتوب استفاده کرد. چالش‌انگیزترین بخش استفاده از تحلیل محتوا برای تحلیل نگرش‌ها، بود یا نبود اسنادی است که به درستی منعکس‌کننده نگرش‌های مردم باشد. در هر صورت می‌توان برای فهم و تحلیل نگرش‌های گروهی خاص به سهولت از این روش استفاده کرد. برای مثال اگر قرار باشد نگرش‌های خانوادگی

گفتمانی خاص را بررسی کنیم یا حتی آهنگ تحولات آن را دریابیم کافی است مطالب مرتبط با خانواده را در روزنامه متعلق به آن گفتمان خاص، مورد تحلیل قرار دهیم.

### بحث و نتیجه‌گیری

پرسش اساسی در این نوشته این است که آیا راه‌هایی علمی و عملی برای ارتقای روش پیمایشی و افکارسنجی به وجهی که امتیازاتش حفظ شود و ایراداتش برطرف گردد، وجود دارد؟ به بیان دیگر، آیا می‌توان روش‌هایی مکمل یا جایگزین برای روش‌های پیمایشی و افکارسنجی تصور کرد؟

برای پاسخ دادن به پرسش اساسی مقاله ابتدا به مبانی روش‌شناختی تمایز روش‌های کمی و کیفی پرداختیم و به این نکته اشاره نمودیم که عمده انتقادهایی که بر روش‌های پیمایشی وارد است، از ناحیه طرفداران پژوهش‌های کیفی صورت می‌گیرد. در ادامه، چگونگی ترکیب روش‌های کمی و کیفی به‌عنوان شیوه‌ای مصلحت‌جویانه توضیح داده شد و شیوه‌ای از بین روش‌های مختلف ترکیب روش‌های کمی و کیفی انتخاب گردید که در آن اساس پژوهش‌های پیمایشی حفظ می‌شود و در همان حال، در هر مرحله، از ابزارها و اصول روش‌های کیفی و بویژه پژوهش عملی مشارکتی و ابزار آن یعنی گروه بحث متمرکز بهره می‌گیرد. این روش پیشنهادی به‌عنوان روش مکمل در متن مقاله تشریح شد.

در ادامه به‌عنوان راه‌های جایگزین، ضمن اشاره به این نکته اساسی که هیچ روشی به تمامی قادر به جانشینی و جایگزینی پژوهش‌های پیمایشی نیست؛ به روش‌هایی اشاره شد که با حذف برخی ملاحظات یا اهداف روش‌های پیمایشی می‌توان از آنها استفاده کرد. این روش‌های جایگزین عبارت‌اند از: گروه بحث متمرکز، پژوهش چند موردی، مردم‌نگاری و تحلیل محتوا.

### منابع

اسپردلی، جیمز ب و مک‌کوردی، دیوید. (۱۳۹۵). مردم‌نگاری در جوامع پیچیده (ترجمه بیوک محمدی). تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

- الرك، پاملا و ستل، رابرت بی. (۱۳۸۰). در سنامه پژوهش پیمایشی: رهنمودها و استراتژی‌هایی برای انجام دادن پیمایش (ترجمه مهراندخت نظام شهیدی و اردشیر امیری). تهران: آگاه.
- بی، ازل. (۱۳۸۱). روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی (ترجمه رضا فاضل). تهران: سمت.
- دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، مهدی و آذر، عادل. (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار، اشراقی.
- دواس، دی. ای. (۱۳۷۲). پیمایش در تحقیقات اجتماعی (ترجمه هوشنگ نیایی). تهران: نی.
- فلیک، اووه. (۱۳۸۷). درآمدی بر پژوهش کیفی (ترجمه هادی جلیلی). تهران: نی.
- محمدپور، احمد. (۱۳۸۹). ضد روش: منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی. ج ۱. تهران: جامعه‌شناسان.
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۰). روش پژوهش کیفی: ضد روش ۲: مراحل و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی. تهران: جامعه‌شناسان.
- هنینک، مونیک. (۱۳۹۲). راهنمای بین‌المللی پژوهش گروه متمرکز برای علوم اجتماعی و بهداشتی (ترجمه ایرج فیضی و مهسا طاهران). تهران: تیسرا.
- هولستی، ال-آر. (۱۳۹۵). تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی (ترجمه نادر سالارزاده امیری). تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- بین، رابرت کی. (۱۳۷۸). پژوهش موردی (ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

Bryman, A. (1998). **Quantity and Quality in Social Research**. London: Uniwin Hyman.

Crotty, M. (1998). **The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in the Research Process**. London: Sage Publication Ltd.



Green & Thorogood. (2004). **Qualitative Research for Health Research**. London: sage publications.

<http://tarbiati88.blogfa.com/post-125.aspx>

Patton, M. Q. (2002). **Qualitative Research and Evaluation Methods, Third Edition**. London: Sage Publication Ltd.

Ritchie, J. & Lewis, J. (2005). **Qualitative Research practice: A Guide For Social Science Students and Researchers**. London: Sage Publication.

Silverman, D. (2005). **Doing Qualitative Research**. London: Sage Publications Inc.

Taylor, G.R. & Trumbull, M. (2000). **Major Similarities and Differences Between two Paradigms**”, In Taylor ,G.R. (ed.) *Integrating Quantitative and Qualitative Methods In Research*, pp. 171-178, Lanham, MD: University Press of America.