

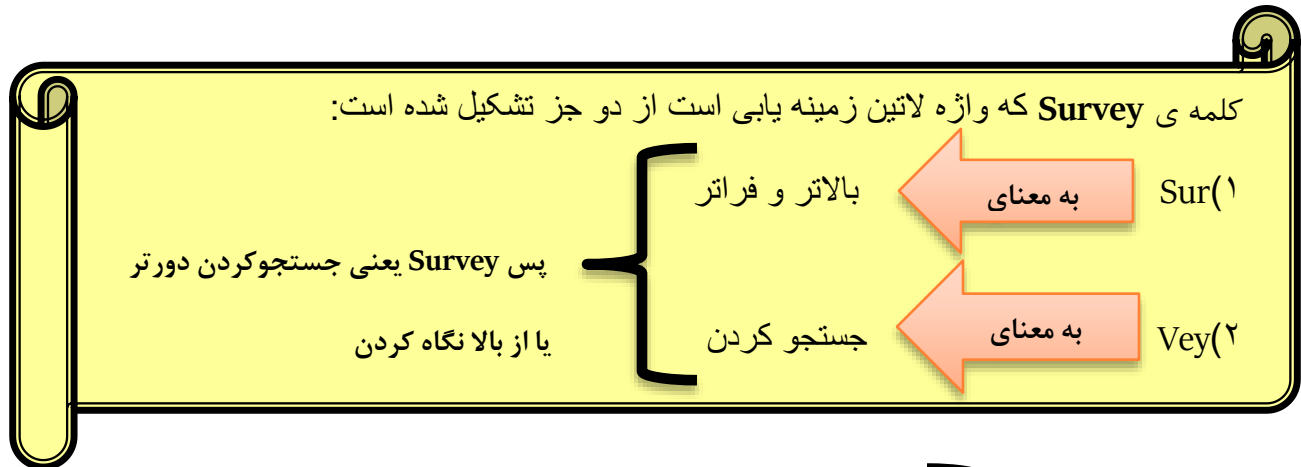
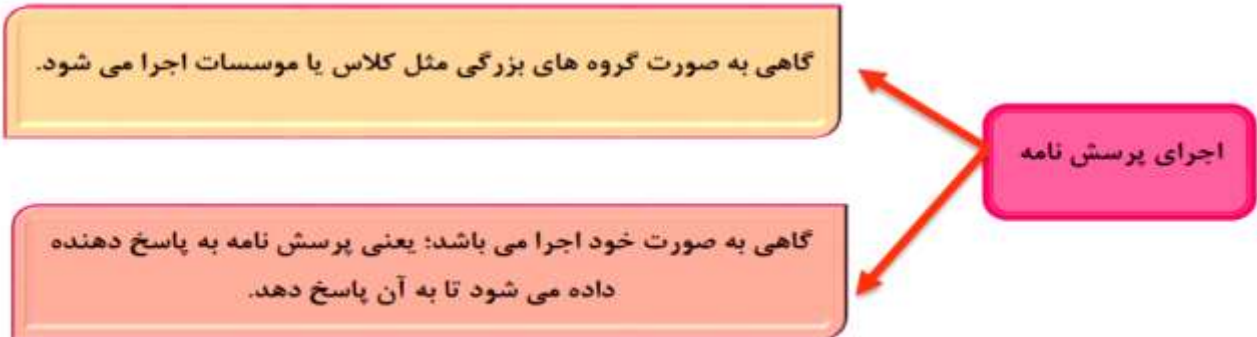


یک روش جمع آوری داده هاست که در آن از یک گروه خاص از افراد خواسته می شود تا به منظور کشف واقعیت های موجود به تعدادی سوال های خاص پاسخ دهند.

تحقیق
زمینه یابی

سوال ها می توانند گاهی
هدایت شده و گاهی غیر
هدایت شده باشند.

این گونه پرسشها مربوط
به حیطه علاقه محقق می
باشد.



(۱) **توصیف:** توصیف کردن یک جامعه تحقیقی در زمینه توزیع یک پدیده معین (مهم ترین هدف)

(۲) **تبیین:** برقراری رابطه ای درونی بین متغیرهای مختلف (تفسیر اعمال با کلمات)

(۳) **کشف:** مورد توجه قرار دادن عوامل اضافی به وسیله طرح تحقیق که باعث کشف و کاوش می شود.

هدف های تحقیق
زمینه یابی

پاسخ های مصاحبه شوندگان از طریق استاندارد کردن و کدگذاری مورد تحلیل و توصیف قرار می گیرد.



ویژگی های تحقیق زمینه یابی

اطلاعات نمونه ای از افراد جمع آوری می شود تا جوانب یا خصیصه هایی را توصیف کند که مربوط به جامعه ای است که نمونه جزئی از آن است. مانند، توانایی ها، عقاید، نگرش ها و ...	۱
روش اصلی در جمع آوری اطلاعات از طریق پرسش سوال ها صورت می گیرد. پاسخ به سوال ها از طرف آزمودنی ها اطلاعات مورد نیاز برای مطالعه فراهم می کند.	۲
به جای اینکه اطلاعات از جامعه جمع آوری شود، از نمونه جمع آوری می شود.	۳

جنبه های علمی

زمینه یابی

۲- زمینه یابی ها فقط با پرسیدن چه کسی، و چه و چرا و چگونه از مردم فراتر می روند.

۳- اطلاعات جمع آوری شده از طریق زمینه یابی بسیار تمرکز یافته و از قبل طرح ریزی شده است. آنها به دنبال اطلاعات خیلی خاص هستند.

۱- سوال های پرسش نامه یک مصاحبه برای دسترسی به نگرشها، تمایلات نهفته افراد در حول و حوش یک دانش است.

انواع زمینه یابی

(۱) زمینه یابی های مقطعی: اطلاعات از نمونه ای جمع آوری می شود که از جامعه ای از قبل تعیین شده می باشند. اطلاعات فقط در برهه ای از زمان جمع آوری می شود.

(۲) زمینه یابی های طولی: در تحقیقات طولی اطلاعات در زمان های مختلف جمع آوری می شود و تغییرات در طول زمان مورد بررسی قرار می گیرد. سه نوع روش مختلف برای تحقیقات طولی وجود دارد:

(۱) تحقیق روند: نمونه های مختلف از یک جامعه در زمان های مختلف مورد مطالعه قرار می گیرد.

(۲) تحقیق گروه های بزرگ: در اینجا جامعه ای خاص در طی یک دوره زمانی پیگیری می شود. در تحقیق گروه های بزرگ افراد در طی دوره عوض نمی شوند.

(۳) تحقیق گروه های منتخب: محقق دقیقاً در آغاز تحقیق نمونه ای را انتخاب می کند، سپس همان افراد را در زمانهای مختلف در طی دوره پژوهش مورد مطالعه قرار می دهد.

مزایای تحقیق زمینه یابی

(۱) جمع آوری اطلاعات در زمینه موضوعاتی چون نگرشها و عقاید در گروه های بزرگ افراد بهترین روش استفاده از تحقیق زمینه یابی است.

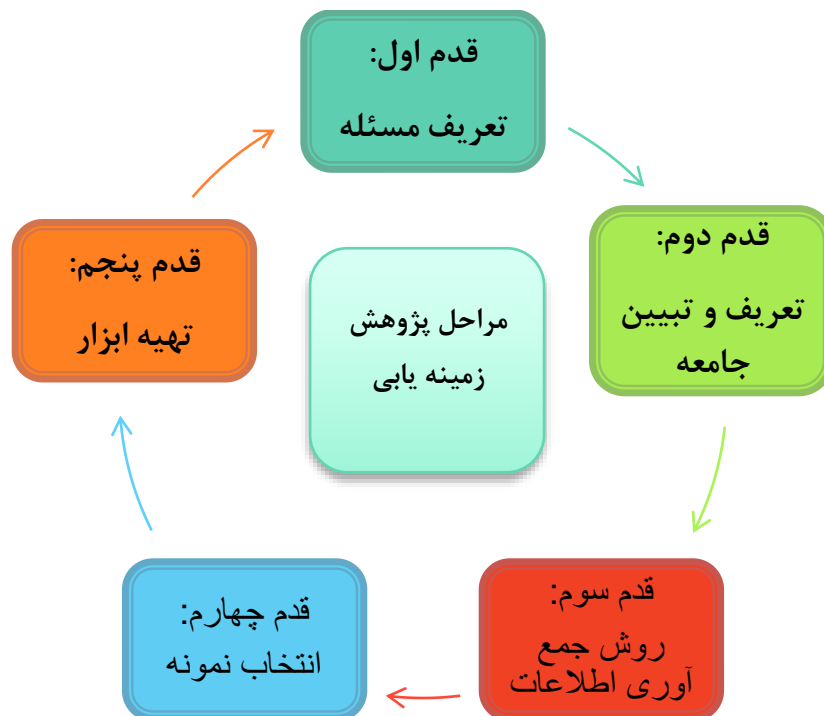
(۲) روش های زمینه یابی برای کسب اطلاعاتی پیرامون وقایعی که در گذشته رخ داده اند و در حال حاضر در اذهان مردم خاطره آنها باقی مانده، قابل مطالعه هستند.

(۳) در تحقیق زمینه یابی امکان جمع آوری اطلاعات در گروه های بزرگ در حداقل زمان ممکن و با حداقل هزینه امکان پذیر است.

معایب
تحقیق
زمینه یابی

۱) در تحقیق زمینه یابی آزمودن روابط علی امکان پذیر نیست. به عنوان یک وسیله برای تحلیل علی در مقایسه با آزمایش ضعیف است.

۲) در تحقیقات زمینه یابی عمق اطلاعات به اندازه آنچه که توسط روش های مشاهده ای به دست می آید نیست، محقق باید مطالعه زایدی در مورد عوامل محتوایی داشته باشد.



۱) تعریف مسئله

مسئله ای که مورد پژوهش قرار می گیرد باید جالب باشد. سوالات باید در راستای اهداف تحقیق باشد؛ یکی از روش ها برای تعریف سوالهای زمینه یابی استفاده از **روش سلسله مراتبی** است، که از سوالهای کلی شروع و به سوالهای جزئی و اختصاصی خاتمه می یابد.

کاربرد استفاده از روش سلسله مراتبی:

- ❖ موارد دسته بندی شده وسیعی را مورد پرسش قرار می دهد.
- ❖ موارد بسیار خاص در هر طبقه فرض می کند و سوالهای ممکن را در مورد آنها بپرسد.

۲) تعریف و تبیین جامعه

آنچه در تحقیق مورد مطالعه قرار می گیرد، عنصر تحلیل یا واحد تحلیل نامیده می شود. که شامل مردم، باشگاه، شرکت، مدرسه و... است.

نکته: داده های زمینه یاب از تعدادی افراد که واحد تحلیل هستند، جمع آوری می شود تا آن عناصر مورد توصیف قرار بگیرند. ایین توصیه ها بعداً جمع بندی می شوند تا استنباط صورت بگیرد.

۴) انتخاب نمونه

افراد مورد تحقیق باید از جامعه مورد نظر انتخاب شود، (در صورت امکان به صورت تصادفی) محقق باید اطمینان داشته باشد که افرادی که از آنها سوال می کند دارنده اطلاعات موردنظر هستند و تمایل پاسخگویی به سوالها را دارند.

۳) روش جمع آوری اطلاعات

در تحقیق زمینه یابی ۴ روش برای جمع آوری داده ها وجود دارد:

۱- **اجرای مستقیم در گروه:** این روش زمانی اجرا می شود که محقق به تمامی یا بیشتر اعضای گروه دسترسی داشته باشد. مهمترین مزیت این روش میزان بالای پاسخ هاست.

۲- **تحقیق با پُست:** پرسشنامه از طریق پُست به اعضای نمونه ارسال می شود و و باید بعد از تکمیل آن بازگردانند. مهمترین مزیت آن ارزان بودن آن است و محقق به تنهایی می تواند انجام دهد.

۳- **تحقیق با تلفن:** محقق توسط تلفن سوالهایی را از پاسخ دهنده می پرسد. مهمترین مزیت آن ارزانتر از مصاحبه های شخصی است، به سرعت هدایت می شود، استاندارد کردن فرایند به راحتی انجام می شود.

۴- **مصاحبه های شخصی:** محقق با کمک محققهای تعلیم دیده در یک مصاحبه رو در رو با پاسخ دهندگان قرار می گیرند. از مزایای آن می توان به کمترین فشار بر مهارتهای خواندن و نوشتن پاسخ دهندگان، زمان بیشتری را می توان به پاسخ دهندگان اختصاص داد. و از معایب آن پرهزینه بودن و زمان بر بودن آن است و نیاز به مصاحبه گرهای حرفه ای است. برخی از نمونه ها زیاد است و ارتباط برقرار کردن با همه آنها مشکل است.

۵) تهیه ابزار

رایج ترین ابزار مورد استفاده در تحقیق زمینه یابی پرسشنامه و مصاحبه است. پرسشنامه ها خود اجرا هستند، یعنی رهبری پاسخگویی توسط پاسخ دهندگان صورت می گیرد.

مصاحبه به طور شفاهی توسط محقق اجرا می شود. سوالات مصاحبه باید به طور روشن باشد در این روش رفتار پرسشگر مهم است.

مصاحبه

(۱) تعریفی از کاهن و کانل از مصاحبه: «گفتگوی حداقل دو نفره ای است که براساس هدف معینی و به منظور کسب اطلاعات معینی توسط مصاحبه گر شروع شده، و متمرکز بر محتوایی است که توسط اهداف تحقیق مشخص شده است.»

نکته

مصاحبه قسمتی از فرآیند تحقیق است و خودش به تنهایی فرآیند تحقیق محسوب نمی شود.

مراحل اجرای مصاحبه از نظر کاهن و

(۱) تهیه یا انتخاب ابزاری برای مصاحبه (که شامل مجموعه ای از سوالها، جملات، تصاویر

و... است) و همین طور دستورالعملی برای کاربرد ابزار.

(۲) هدایت مصاحبه (شامل برانگیختن پاسخ دهندگان برای پاسخگویی است.)

(۳) ثبت پاسخها (ممکن است به وسیله یادداشت های قلم و کاغذی، یا وسایل الکترونیکی

یا وسایل دیگری صورت گیرد.)

(۴) تهیه و تنظیم کدهای عددی

(۵) کدگذاری پاسخهای مصاحبه.

انواع مصاحبه براساس میزان ساخت



انتخاب نوع ابزار، بستگی به نیازهای خاص تحقیق و مورد تحقیق دارد.

مصاحبه ساختار یافته	مصاحبه باز پاسخ	مصاحبه با ساختار پایین	مصاحبه اکتشافی
شامل سوال های مشخص	سوال های خاص و باز پاسخ	قرار دادن عناوین موردنظر محقق در راهنمای مصاحبه	سوالهایی فی البداهه به منظور کاوش ذهن مصاحبه شونده
گروهی از پاسخ های از پیش تعیین شده	-	-	عناوین از پیش تعیین شده
روش اجرا و فرم کار یکسان	روش اجرا و فرم یکسان	روش پرسیدن سوالات و ترتیب سوال ها در هر مصاحبه منحصر به فرد	روش پرسیدن سوالات هر بار متفاوت است
مناسب برای آزمون فرضیه خاص	-	-	مناسب جهت کاوش در ذهن مصاحبه شونده و کشف مسائل جالب توجه
اطلاعات وسیع محقق قبل از اجرای مصاحبه	-	-	اطلاعات نه چندان زیاد درباره موضوعات از پیش تعیین شده
محدود بودن پاسخ های پاسخ شونده	آزاد بودن مصاحبه شونده در پاسخگویی به سوالها	آزاد بودن مصاحبه شونده در پاسخگویی	پاسخ های مصاحبه شونده به سوی موضوع مدنظر محقق هدایت می شود
حجم نمونه: وسیع	-	-	حجم نمونه: اندک
آسان بودن تجزیه و تحلیل	محقق باید پاسخها را پس از مصاحبه کدگذاری کند	کدگذاری پاسخها	ایجاد و آزمایش فرضیه های جدید در حین مصاحبه

بنا بر عقیده نلسون، بیچتول و جانسون:

« نتایجی که فرد از کاربرد مصاحبه به دست می آورد باید از اعتبار بالایی برخوردار باشد و پایایی علمی و اطلاعات با ارزش باشد.»

نکاتی درباره طرح مصاحبه

- (۱) پاسخ های منحرف کننده و هدفدار مصاحبه شونده
- (۲) مسائل مربوط به نقش موقتی مصاحبه شونده
- (۳) وضعیت روانی فرد مصاحبه شونده
- (۴) خطاهای غیر عمدی

انواع خطا از نظر ویچ و بنزن که منجر به کسب اطلاعات غلط در مصاحبه می شود

راه حل ساده وجود ندارد.

بیشتر تاکید بر سازگاری از طرف مصاحبه گر با مصاحبه شونده اشاره شده است.

احتمال سوگیری در این نوع راه حل وجود دارد.

مصاحبه گر باید انگیزه لازم در مصاحبه شونده برای روند مصاحبه بالا ببرد و او را ترغیب کند.

کنیزی برای جلب همکاری مصاحبه شونده های خود از انگیزه های نوع دوستانه استفاده می کرد.

ویچ و بنزن معتقدند یک سری عوامل شخصی بر نحوه پاسخگویی مصاحبه شونده ها تاثیر می گذارند؛ از جمله، مجموعه نگرشی، خطاهای فردی و جمعی و خیالبافی آنها، ترس ها و... می باشد.

کانل، اوکسنبرگ و کانورث تعدادی عوامل روانی و شخصیتی را که سبب عملکرد ضعیف می شود را معرفی کردند. مبهم بودن نقش مصاحبه شوند

راه حل

نوع دیگر خطاها مربوط به فواصل اجتماعی و طبقاتی زیاد، بین مصاحبه شونده و مصاحبه گر است؛ که باعث می شود صداقت کلام و اعتبار پاسخ مصاحبه شونده با توجه به میزان فواصل کاهش یابد.

سه ویژگی برای یک مصاحبه شونده خوب از نظر کانل و همکاران

(۱) فرد باید توانایی درک سوالهایی که پرسیده میشود را داشته باشد.

(۲) فرد تمایل ادامه همکاری در روند کار را داشته باشد.

(۳) فرد برای اطلاع دادن به سوالهایی که نیاز به پاسخگویی دقیق است اطمینان داشته باشد.

خطاهای غیر عمدی ← نداشتن اطلاعات لازم، آشنا نبودن با موضوع، از دست دادن حافظه یا خستگی

از دیگر منابع خطا: خصوصیات شخصی مصاحبه گر و نقش او/ نگرش های شخصی مانند ویژگی های جنسی، نژاد، سن، مذهب و تحصیلات



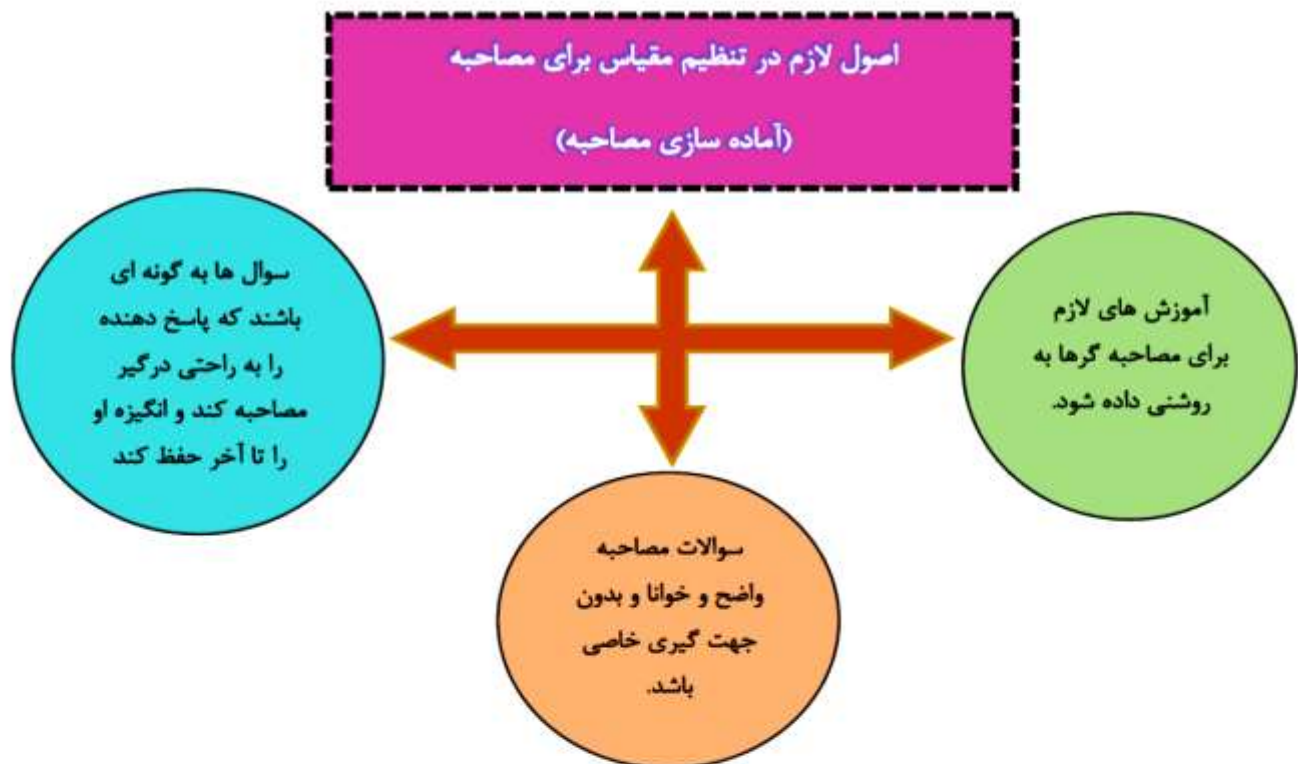
کانل و کاهن (۱۹۸۶) تکنیک هایی برای غلبه بر مشکلات ناشی از خطاهای غیر عمدی که با لغزشهای حافظه ای همراه است؛ مطرح کردند. این تکنیک ها عبارت اند از:

۱- از مصاحبه شونده ها خواسته شود که بر اساس اسنادی که در اختیار دارند، در مورد وقایع مورد پرسش گفتگو کنند. اسنادی مانند رسید واریز وجه به بانک، قبوض مالیاتی، دفتر خاطرات روزانه و

۲- تهیه کردن شرایطی برای پاسخ دهنده که گذشته را بازسازی کند، مثلاً او را از نظر زمانی و مکانی در محل وقوع حوادث قرار دهند.

۳- مصاحبه شونده به سادگی از مسائلی که در به خاطر آوردن وجود دارد؛ آگاه باشد و برای پاسخگویی ترغیب شود تا دقت کند.

۴- جمله بندی سوال ها به طریقی باشد که بیشتر نیاز به تشخیص داشته باشد تا به یادآوری مثل سوال های چندگزینه ای



آموزش ها	مصاحبه گر نیاز به آموزش هایی دارد تا بداند که چگونه مصاحبه را انجام دهد- اصول و قواعد و مهارت های مورد نیاز مصاحبه را کسب کند- نحوه پرسش و کسب اطلاعات را بداند- زمان و مکان و روز مناسب برای مصاحبه را بتواند تعیین کند- زمان موردنظر برای مصاحبه چقدر باشد- با نحوه و فنون جذب افراد برای مصاحبه و ایجاد انگیزه در آن ها آشنا باشد- اگر در وسط مصاحبه مشکلی به وجود آمد ، مصاحبه گر بتواند سریعاً مصاحبه را به پایان برساند-
جمله بندی	مصاحبه ها بهتر است با <u>بیانی نرم</u> و <u>انعطاف پذیر</u> بیان شوند مثل «خواهش می کنم به من بگویید که ...»
موارد مورد پسند اجتماع	اگر مصاحبه ای برحسب ماهیتش سوال های تهدیدآمیز در مورد فعالیت های جنایی ، رفتار جنسی یا عادات شخصی (ظاهراً منفی) داشته باشد، باید طرح و تنظیم سوال ها به دقت صورت گیرد تا برای پاسخ دهندگان <u>کمتر</u> تهدیدآمیز به نظر برسد.

تنظیم سوال ها در یک مقیاس:

در مصاحبه فرد مصاحبه شونده باید برای پاسخگویی انگیزه داشته باشد. سوالات آماری به خصوص آن هایی که ماهیت شخصی دارند، در آخر مصاحبه پرسیده می شوند. از مزایای مصاحبه این است که مصاحبه گر امکان هدایت پاسخ دهنده را توسط ارائه سوال ها دارد مصاحبه یک نوع ارتقای متقابل اجتماعی است..

به حداقل رسانیدن سوالهای باز پاسخ:

وقتی سوال های باز پاسخ پرسیده می شود ، مصاحبه گر باید پاسخ ها را یادداشت کند.

سوال های باز پاسخ باید طوری جمله بندی شوند که فرد را ترغیب به دادن پاسخی کوتاه، خلاصه و دقیق نمایند.

فرد مصاحبه گر روانکاو نیست تا افکار عمیق پاسخ دهندگان را تفسیر کند.



۱-دوست یا همسایه ای در مصاحبه شرکت کرده

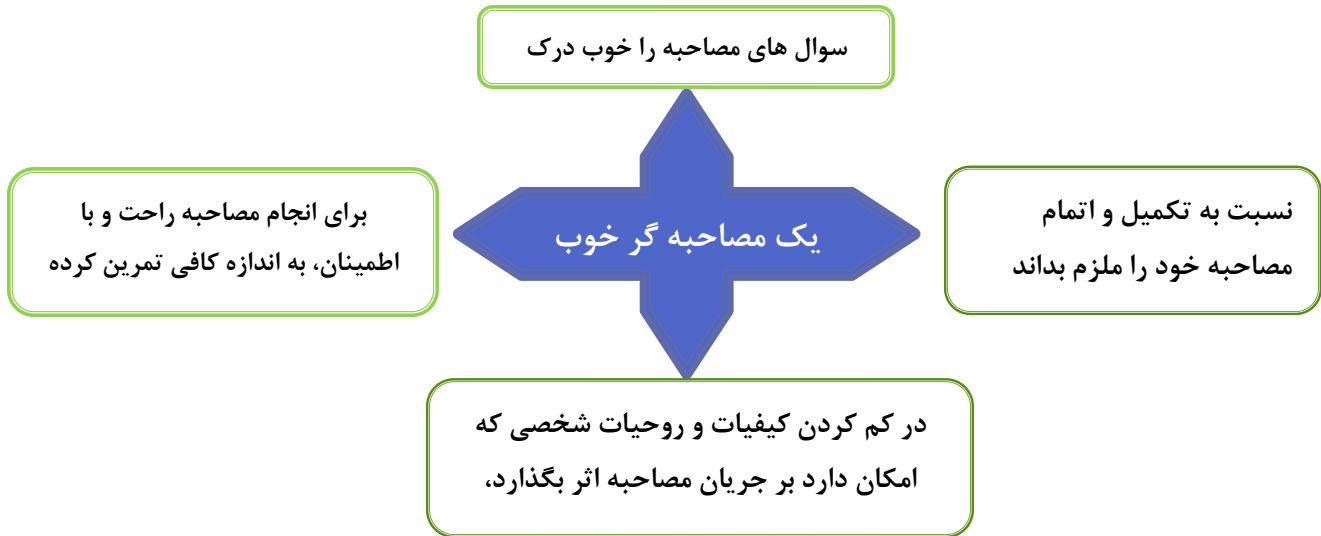
۲-عقیده فرد واقعا خواسته شود.

۳-گزارش مصاحبه به قدری مهم باشد که منتشر شود یا تصمیمات مهمی بر اساس آن گرفته شود.

۴-محقق واقعا به کمک فرد نیاز داشته باشد.

تاکتیک های
دانز و همکارانش
برای علاقه افراد
در پاسخگویی
به مصاحبه

مصاحبه گر ها افرادی عادی هستند. گاهی لازم است افراد سمجی باشند تا بتوانند پاسخ مورد نیاز را بدست آورند. باید پرس و جو کنند ولی خودشان را بی طرف نشان دهند. آن ها باید نسبت به آنچه پاسخ دهنده می گوید علاقه مند باشند.



یکی از ویژگی های برجسته زمینه یابی ها ← نحوه جمع آوری داده هاست

پرسشنامه ها. ← در طول و پیچیدگی سوال ها با هم متفاوت هستند. سوال ها یا فرضیه های تحقیق باید به روشنی بیان شوند.

اصول کلی در تدوین و تهیه سوال ها

۱) سوال ها باید با موضوع تحقیق ارتباط مستقیم داشته باشند.	۶) تنها اطلاعاتی را بخواهید که پاسخ دهنده بتواند به آنها پاسخ دهد.
۲) سوال ها باید روشن و دقیق و بدون ابهام باشند.	۷) سطح خواندن سوال ها را متناسب برای پاسخ دهندگان بسازید.
۳) در هر سوال فقط یک مورد پرسیده شود.	۸) از سوال های کوتاه و ساده کنید.
۴) از کاربرد سوال های هدایت کننده پرهیز شود.	۹) حتی الامکان از طرح سوال های منفی و منفی مضاعف پرهیز شود.
۵) از طرح سوالهای با پاسخ شخصی پرهیز شود.	۱۰) در سوالهایی که اطلاعات کمی مورد نظر است، به جای پرسیدن حد وسط، مقدار خاص پرسیده شود.



✓ این سوال ها، سوالاتی هستند که در آنها از فرد خواسته می شود تا پاسخ سوال را بنویسند.

✓ پاسخ در این سوالات باز و بدون محدودیت است؛ البته بهتر است طول پاسخ تعیین شود.

✓ پاسخ های این گونه سوال ها فردی است.

✓ در تفسیر سوالات مشکل وجود دارد.

✓ این سوالات معمولاً چند گزینه ای هستند و برای سنجیدن عقاید، نگرشها یا دانسته ها به کار می رود.

✓ این سوالات به راحتی قابل استفاده، نمره گذاری یا کدگذاری برای تحلیل یا کامپیوتر هستند.

✓ محقق باید گزینه ای تحت عنوان «موارد دیگر» قید کند تا آزمودنی بتواند موردی را که محقق مطرح نکرده، به عنوان پاسخ مطرح کند.

✓ در اینگونه سوالات پاسخ ها نباید با یکدیگر همپوشی داشته باشند. (انحصار دو طرفه)

(۱) آزادی برای پاسخگویی وجود دارد.

(۲) ساختن آن راحت تر است.

(۳) امکان پیگیری از طرف مصاحبه گر وجود دارد.

(۱) ثبات پاسخها در میان پاسخ دهندگان بالا می رود.

(۲) جدول بندی کردن سریعتر و راحت تر صورت می گیرد.

(۳) توسط پاسخ دهندگان مردم پسندتر است.

مزایا

(۱) پاسخها منجر به بی ثباتی در طول و محتوا می شود.

(۲) هم سوالها و هم پاسخها در معرض تفسیر اشتباه قرار می گیرند.

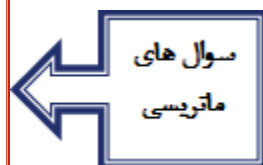
(۳) جدول بندی و نتیجه گیری مشکل است.

(۱) وسعت پاسخها ممکن است محدود شود.

(۲) برای ساختن آن زمان بیشتری به کار برده می شود.

(۳) برای پوشش دادن به موضوع تحقیق نیاز به سوالهای بیشتری هست.

معایب



چنین سوال هایی شامل مجموعه ای از سوال ها می باشد که انتخاب های مشابهی برای پاسخ دارند. به طور مثال سوالهایی در مورد مجموعه ای از نگرش های افراد که پاسخ به آن ها شامل خیلی موافقم، مخالفم، خیلی مخالفم و بدون نظر می باشد. تشکیل ماتریس پاسخگویی به این سوالات را ساده تر می کند

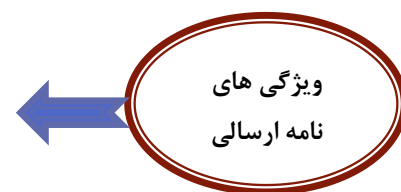
اشکالی که در این نوع سوالها وجود دارد این است که احتمال دارد پاسخ دهنده برای پاسخگویی از یک الگوی یکسان استفاده کند.(مجموعه پاسخ)


پیش نویس آن قبلا مورد آزمون قرار بگیرد.(بر روی دوستان و نزدیکان و ...)	برای تعیین مسائل و مشکلات احتمالی پرسشنامه بهتر است:
حاشیه سوال ها و حدفاصل بین دو سوال باید رعایت شود.	
از پاسخ دهندگان خواسته شود نکات موردنظر درباره سوال ها را یادداشت کنند.مثلا سوالهایی را که نفهمیدند	
پس از بررسی های اولیه نوبت پیش آزمون رسمی است.	

هدف اصلی اجرای پیش آزمون رسمی، **بررسی الگوهای پاسخی** است. به همین دلیل حجم نمونه ای که به عنوان پیش آزمون به کار برده می شود باید به اندازه کافی بزرگ باشد.

توزیع پرسشنامه	اجرا در محل: جو جلسه باید به اندازه کافی جدی باشد. رفتار فرد مجری بسیار جدی و به طورقطعی باشد. در مورد هدف زمینه یابی باید توضیح داده شود.توضیح باید خلاصه و بی طرفانه باشد. دستورالعمل تکمیل پرسشنامه توضیح داده شود
	پرسشنامه های پستی: اگر پرسشنامه ها از طریق پست توزیع می شود باید همراه با یک نامه ارسالی و پاکتی آدرس دار برای برگرداندن باشد.پرسشنامه اگر چاپی باشد بهتر است. پاکت برگردان تمبر داشته باشد و توسط پست درجه یک ارسال شود

- ۱-افزایش انگیزه پاسخگو ۲-شرح هدف تحقیق ۳-اطمینان پاسخگویان نسبت به محرمانه بودن و ناشناس ماندن پاسخ آنان
- ۴- تاکید بر روی موارد مهم تحقیق ۵- همراه کردن یک تمبر و پاکت نامه آدرس دار به همراه پرسشنامه ۶-اطلاع پاسخگویان از نتایج تحقیق پس از اتمام آن ۷- امضاء نامه توسط محقق ۸-
- تعیین آخرین فرصت جهت بازگرداندن پرسشنامه های کامل شده ۹- مختصر باشد



	به نام خدا
استاد میدانی	اعضای گروه: الهه رستمی و فاطمه آهنگی فصل ششم: تحقیق زمینه یابی گروه: ۴۰

<p>۱-ظاهر پرسشنامه: نگارش سوالات به صورت متراکم و شلوغ، حفظ فضای مناسب میان سوالات، نوع دست خط، رعایت طول سوالات. راه حل: با استفاده از چاپگرهای کامپیوتری و لیزری میتوان بر بسیاری از مشکلات فوق غلبه کرد.</p>	
<p>۲-ماهیت تقاضا برای پاسخگویی: یکی از جنبه های اساسی تحقیقات زمینه یابی ایجادو افزایش انگیزه افراد برای پاسخگویی است.ممکن است ظاهر پرسشنامه مناسب بوده اما همکاری پاسخ دهندگان را به همراه نداشته باشد. توضیحات موجود در نامه ارسالی باید بسیار ساده و عاری از اصطلاحات علمی و اجتماعی باشد.</p>	
<p>۳-درخواست های شخصی: اگر محقق برای انجام پژوهش خود از افراد تقاضای همکاری کند، بسیار موثر خواهد بود زیرا افراد با محقق احساس نزدیکی و هم حسی می کنند و همکاری خوبی با محقق خواهند داشت.</p>	
<p>۴-اعانت: کمک مالی موسسات یا سازمان ها یا افراد به انجام تحقیق و هدف آنها از این کمک ها باید به پاسخ دهندگان توضیح داده شود.</p>	
<p>۵-دیگر عوامل موثر در شرکت کردن: هدف اصلی تحقیق باید به صورت واضح گفته شود و هیچگاه دروغ گفته نشود. برای ایجاد انگیزه می توان مبالغی را به عنوان هدیه تعیین کرده و همراه با پرسشنامه به پاسخ دهندگان ارسال کرد که در این مورد هم باید به سن و واکنش احتمالی افراد را درنظر گرفت.</p>	شرایطی که بر تعداد افراد پاسخ دهنده اثر می گذارد:
<p>۶-جلب اطمینان و امانتداری: برای کدگذاری پرسشنامه ها لازم است که پاسخ دهندگان نام و نشان خود یا اطلاعاتی که محقق از آن ها در خصوص خودشان خواسته را بنویسند.گاهی پاسخ دهندگان نمی خواهند کسی عقاید آن ها را بداند به همین خاطر پرسشنامه را بدون ذکر نام ارسال می کنند. راه حل: محقق باید به آن ها اطمینان دهد که اطلاعات افشا نخواهد شد.</p>	
<p>۷-نوع پست: نوع ارسال پستی و زمان پست در میزان پاسخگویی ممکن است اثر داشته باشد. ابتدا زمینه یابی با پست سفارشی و در مرتبه بعدی پست درجه بهترین پست برای ارسال پرسشنامه ها می باشد.ظاهر تمبر در ایجاد انگیزه افراد موثر می باشد. نباید پرسشنامه را نزدیک ایام تعطیل ارسال کرد. برای سازمان ها و ادارات بهتر است زمینه یابی در اوایل هفته صورت بگیرد و برای پاسخ دهندگان ساکن در منزل بهتر است روزهای نزدیک به تعطیلات آخر هفته را برای ارسال پرسشنامه انتخاب کرد زیرا زمان آزاد بیشتری برای پاسخگویی دراختیار دارند.</p>	
<p>۸-فرآیندهای پیگیرانه: توضیحات این مورد در صفحه بعدی آمده است.</p>	
<p>۹-ارزشیابی میزان پاسخدهی: محقق باید نمونه را با دقت انتخاب کرده تا انتظار این را داشته باشد که حداقل نیمی از پاسخ دهندگان به سوالات پاسخ می دهند. باید میان انواع زمینه یابی و افراد مختلف تمایز قائل شد. بهترین میزان پاسخدهی، بیشترین مقداری است که محقق می تواند با اختصاص دادن زمان، هزینه و پیگیری مداوم بدست آورد.</p>	

فرایندهای پیگیرانه:

تمامی زمینه یابی هایی که از نظر ماهیت جدی هستند، نیاز به پیگیری بیشتری دارند؛



دو کار اولیه در تنظیم زمینه یابی تلفنی: ۱- برگزیدن وسیله زمینه یابی ۲- انتخاب مجموعه از پاسخ دهندگان

دو راه اساسی گروز و کاهن: ۱- آشکارسازی ۲- روش مقیاس شماره گذاری

در روش آشکارسازی پاسخ دهنده به سوالهای خاص بعدی هدایت می شود. در این روش، پاسخ دهنده نیاز کمتری به حافظه در یک زمان دارد و مواد و سوالهای نامربوط به هم کمتر ارایه می شوند. در روش مقیاس شماره گذاری از پاسخ دهنده خواسته می شود که به یک مقیاس از شماره ها فکر کند و بگوید که پاسخ او در کجای مقیاس قرار می گیرد.

روش های بدست آوردن نمونه ای از شماره های تلفن:

۱- استفاده از کتاب های راهنمای تلفنی: در روستاها و شهرهای کوچک چون تمامی خانواده ها در این کتابچه نوشته شده اند بنابراین می تواند بسیار مفید باشد. در شهرهای بزرگ احتمال کمتری دارد که شماره همه اهالی نوشته شده باشد. برای رفع این نقیصه روش سودمن استفاده می شود که فقط سه نمره آخر شماره تلفن از دفترچه راهنما انتخاب می شود و در کنار نمره های انتخابی که به طور تصادفی انتخاب شده اند، قرار داده می شود.

۲- شماره گیری هایی با استفاده از ارقام تصادفی: که امروزه روش جدیدتری است و در این روش از کامپیوتر برای انتخاب شماره های تلفن استفاده می شود.

RDD

۳- انتخاب پاسخ دهنده از میان افراد خانواده: روش کیش مورد استفاده قرار گیرد که انتخاب تصادفی از میان افراد خانواده با سایزهای متفاوت صورت می گیرد.

CATI

استفاده از کامپیوتر در مصاحبه های تلفنی

در این روش مصاحبه گر در پشت ترمینال کامپیوتر می نشیند. ابتدا کامپیوتر لیستی از شماره های تلفن را برای مصاحبه گر ارایه می کند و یکی از آنها را به طور تصادفی انتخاب می کند. مصاحبه گر ارتباط تلفنی را با آن فرد برقرار می کند و سوالها را برای او می خواند و پاسخ های داده شده را وارد کامپیوتر می کند. وقتی که مصاحبه کامل شد به شماره بعدی تلفن می کند و الی آخر. از این طریق، اطلاعات حاصل مستقیماً وارد کامپیوتر شده و در نوشتن آن ها توسط مصاحبه گر صرفه جویی صورت می گیرد. کامپیوتر عمل برنامه ریزی و کد گذاری و انتقال آن ها بر روی دیسک را انجام می دهد. بنابراین این سیستم در مقایسه با سایر انواع مصاحبه یک سیستم کارآمد و مفید است.