

# جمع آوری و پردازش اطلاعات

استاد : محمد حسین  
جاریانی

دانشگاه علمی کاربردی

واحد

۴۹

## \* جامعه اطلاعاتی :

جامعه‌ای را که در آن کیفیت زندگی، گستره دگرگونی اجتماعی، و توسعه اقتصادی به‌گونه‌ای روزافزون به اطلاعات و بهره‌وری از آن متکی است جامعه اطلاعاتی (Information Society) می‌گویند.

در این جامعه، استانداردهای زندگی و الگوهای کار و فراغت، نظام آموزشی، و فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی از پیشرفت اطلاعات و دانش فنی تأثیر می‌پذیرد. نشانه این امر، تولید رو به گسترش کالاها و خدمات مرتبط با اطلاعات و اشاعه آنها از طریق حلقه گسترده‌ای از رسانه‌ها، به‌ویژه فن‌آوری‌های چندرسانه‌ای الکترونیکی، و به‌طور کلی غلبه فن‌آوری اطلاعات در امر ذخیره، پردازش، و انتقال اطلاعات است.

جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای وابسته به خدمات اطلاعاتی رسانه‌های همگانی است و با آهنگی سریع‌تر از دیگر جوامع و با سلطه بیشتر بر اندوخته‌های علمی و تجربی پیش می‌رود. در چنین جامعه‌ای، ارتباطات عامل واقعی انتقال برای ایجاد تحول در افراد به‌منظور دستیابی به اطلاعات است و ارزش‌های اطلاعاتی عامل تعیین‌کننده در توسعه جامعه محسوب می‌شود.

## تعریف اطلاع رسانی

هربرت بس تایلور می‌گوید: دانش اطلاع رسانی عبارتست از: رشته‌ای علمی که در باره کیفیت و کاربرد اطلاعات، نیروهای حاکم بر جریان اطلاعات و همه ابزارهای آماده سازی اطلاعات برای دسترسی و استفاده مطلوب تحقیق می‌کند.

هکار دانش اطلاع رسانی پرداختن به آن بخشی از دانش است که به تولید، گرد آوری سازماندهی، ذخیره و بازیابی اطلاعات کمک میکند.

## گذری کوتاه بر تاریخچه اطلاع رسانی

از زمانی که بشر برای ارتباط و انتقال اطلاعات از اشاره و علائمی مانند دود استفاده میکرد تا بعدها که با اختراع خط از چوب، استخوان، پوست حیوانات و سایر فناوریهای ابتدایی برای ثبت، نگهداری و انتقال اطلاعات استفاده میکرد قرن‌های متمادی گذشته است. اما بعضی از ابداعات و اختراعات نه تنها تأثیری تاریخی و بنیادی بر اطلاعات و اطلاع رسانی داشته اند و چه بسا بسیاری از بنیانهای اجتماعی را سخت متحول ساخته اند.

در حقیقت 2 انقلاب بزرگ و شگرف در عرصه اطلاع رسانی در قرن 20

میلادی را میتوان کهکشان گوتنبرگ و کهکشان میلادی نامید. سالیان بعد نیز اختراع کامپیوتر و نیز شبکه جهانی اینترنت نیز راه را برای ورود به دهکده جهانی اطلاعات باز کرد.

ه زندگی بدون داشتن اطلاعات در دهکده جهانی اطلاعات به منزله یک نوع زندگی نکردن است

نقش اطلاع رسانی در عصر انفجار اطلاعات

ه پیشرفت علم و تغییر ماهیت اطلاعات تا آنجا در رسیده است که حتی دقایقی پس از یک رویداد در نقطه ای از جهان تنها با یاری اینترنت و رسانه های ماهواره ای میتوان از همه جزئیات اخبار مربوط به آن آگاه شد.

ه در عصر حاضر که عصر سلطه ارتباطات و اطلاعات نامیده شده است بی شک سنگین ترین وظیفه بر دوش رسانه ها است که وظیفه انتقال اطلاعات و اطلاع رسانی را بر عهده دارند.

\* تعریف صحیح داده و اطلاعات چیست ؟

داده ( Data ) : مجموعه ای از اعداد و حروف و علائم و نشانه هایی هستند که به صورت قراردادی در رایانه وارد میگردند و بدون انجام پردازش فاقد ارزش هستند . نمونه ای از داده ها را میتوان به صفر و یک های یک حافظه اشاره نمود که بدون انجام پردازش فاقد ارزش هستند .

اطلاعات ( Information ) : به مجموعه ای از داده ها گفته می شود که طی عملیات های منطقی پردازش میگردند و تبدیل به اطلاعاتی میگردند که دانشی را به کاربر منتقل می نمایند . بنابراین اطلاعات از داده های پردازش شده تشکیل شده است.

\* نسبت بین خبر و اطلاعات چیست؟

دو دیدگاه اصلی در رابطه با نسبت خبر با اطلاعات وجود دارد. دیدگاه اول نسبت به عام بودن مفهوم خبر و جزء بودن اطلاعات نسبت به آن است در حالی که دیدگاه دوم معتقد است اطلاعات مفهومی عامتر بوده و پروسه های خبری شامل تولید، توزیع و انتشار خبر تنها بخشی از فعالیتهای اطلاعات محور را تشکیل میدهند بر این اساس شواهد و مستندات حاکی از عامتر بودن مفهوم اطلاعات نسبت به خبر است به عبارت دیگر خبر در دل اطلاعات قرار دارد.

\* بسته اطلاعاتی چیست؟

بسته اطلاعاتی قالب یا فورمتی از اطلاعات است که میتواند اخبار دانسته ها یا اطلاعات را در درون خود ذخیره یا پردازش نماید. و از طریق تکنولوژیهای اطلاعاتی و ارتباطی به دیگران منتقل شود.

\* چند نوع از بسته های اطلاعاتی :

(الف) مجلات

(ب) کتابهای مجموعه مقالات

(ج) کتب

(د) مجموعه داستانهای کوتاه

(و) بانکهای اطلاعاتی

شناخت نیازهای اطلاعاتی

نیاز چیست؟

نوع بشر برای زیستن به آب، غذا، اکسیژن، مسکن و لباس نیاز دارد. اما با دقت بیشتر آشکار می شود همه نیازها در این چارچوب نمی گنجند. انسان نیازهای دیگری هم دارد که از شرایط شغلی، اجتماعی، خانوادگی، سیاسی و رفتاری و مانند آن ها سرچشمه گرفته و در تعامل مداوم با محیط اجتماعی و طبیعی برانگیخته می شود. نظریات آبراهام مازلو به عنوان روانشناس انسان گرا از مطرح ترین نظریات ارائه شده در زمینه نیازها است. وی در کتاب انگیزش و شخصیت به نیازها اشاره می کند. به عقیده وی در سلسله مراتب ممکن است نیاز های افراد متغیر باشد. مازلو عقیده دارد نیازها دارای سلسله مراتب از ابتدایی تا پیشرفته است. ارضای یک نیاز موجب و سبب پیدایش نیازهای دیگر می شود. وی نیازهای نامحدود انسانی را در چند طبقه زیر تقسیم بندی کرده است:

اولین دسته بندی از نیازها، نیازهای جسمانی هستند. این نیازها هسته مرکزی دوام و بقای جسمانی هر انسان است. هر انسان باید بخورد و بیاشامد تا زنده بماند. نیاز جسمانی با نیاز به امنیت و ایمنی تعقیب می شود. به محض سیر شدن شکم و رفع نیازهای جسمانی نیاز ایمنی مطرح می شود که از یک سو تداوم وضع موجود است، یعنی اینکه در آینده نیز بتواند سیر شود. از نظر مازلو پس از این نیازها، نیازهای اجتماعی مطرح می شود. این نیازها با پذیرش اجتماعی یعنی دوست

داشتن و دوست داشته شدن و مورد توجه قرار گرفتن همراه است. نیاز اجتماعی در واقع با زیستن در جمع کم و بیش ارضا می شود. ما در خانواده زندگی می کنیم، در بیرون با دیگران حشر و نشر داریم و در نهایت در شهر و جامعه به این نیازها پاسخ داده می شود. فراتر از نیازهای اجتماعی نیاز حرمت به خود یا قدر و منزلت است. نگرش و احساس ما در مورد خویشین و تصویر از خود و اینکه ما خود را چگونه می دانیم و تا چه حد به آن وقوف یافته ایم. هر انسانی تصویری از خود دارد و نیاز دارد که این تصویر در او به درستی شکل گیرد. او دلش می خواهد همه او را نسبت به انجام امور انسانی توانا و ذیل صلاح بدانند. در نهایت خود یابی و خود شکوفایی آخرین قسمت هرو مازلو است. یعنی از بودن به شدن، یعنی توانایی های خود را کشف کرده و به کار بگیرد.

### نیازهای اطلاعاتی

یکی از مهمترین نیازهای انسان به عنوان یک ارگانیسم زنده و پیچیده نیازهای اطلاعاتی است. این نیازها را می توان پیرامون دو محور اصلی دسته بندی کرد. ۱- اطلاعات درباره خود انسان ۲- اطلاعات در مورد محیط پیرامون و پدیده های آن. انطباق انسان با محیط پیرامون به عنوان یک سیستم فراگیر و ایجاد سازگاری با آن، تضمین بقا و تداوم حیات او با وجود تغییرات مداوم بدون دسترسی به اطلاعات نا ممکن است. مغز انسان بر مبنای پردازش اطلاعات موجود فعالیت می کند. هرچه تحولات و تغییرات سریع تر باشد به همان اندازه نیاز به اطلاعات بیشتر و شدیدتر می شود. انسان برای دریافت چنین اطلاعاتی دو راه را می شناسد:

۱- جستجوی اطلاعات مورد نیاز در دانش اندوخته بشری و آنچه به عنوان ذخیره و میراث علمی موجود است.

### ۲- تولید اطلاعات

افراد جامعه ممکن است در موقعیت های فراوان تصمیم گیری بهبود عملکرد و سایر شرایط فردی و اجتماعی نیاز به اطلاعات پیدا کنند و وقتی در چنین موقعیت هایی اطلاعات موجود را کافی ندانند به دنبال اطلاعات جدید می روند.

به تعبیر دیگر نیازهای اطلاعاتی به اطلاعاتی مربوط می شود که افراد برای کارایی در انجام وظایف شغلی، کسب رضایت در حل مسائل و مشکلات یا علایق خاص خود از این ها برخوردار باشد. فقدان اطلاعات در این زمینه ها می تواند منجر به بروز بی کفایتی در فرد، شکست او در دستیابی به هدف و بروز بحران گردد.

## **\* تهیه فهرست بسته های اطلاعاتی :**

در تهیه فهرست برای بسته های اطلاعاتی با موارد زیر را رعایت کرد که عبارتند از :

الف) کتاب شناسی

ب) نمایه ها

ج) فهرست کتابخانه

د) ابزارهای آرشیو

ه) دفاتر ثبت

و) نرم افزارهای رایانه ای

الف) کتاب شناسی ها: کتابهایی هستند که حاوی اطلاعات منتشر شده درباره کتابهای یک رشته خاص یا موضوع خاص میباشند این کتابها ممکن است در دوره های زمانی متعدد به چاپ رسیده باشند و در مراکز مختلفی در ایران و جهان نگهداری میشود.

ب) نمایه ها: بروشورها و کتابچه هایی هستند که فهرست طبقه بندی شده مقالات و کتابهای جدید منتشره در حوزه های مختلف را بصورت دورههای منظم زمانی منتشر میکنند.

ج) فهرست کتابخانه ها: کتابهایی هستند که حاوی اطلاعات تفکیکی کتابخانه های مختلف کشور میباشند و از طریق آن میتوان به جزئیات مربوط به کتابخانه ها و مراکز اسناد دسترسی پیدا کرد.

د) ابزارهای آرشیو: ابزارهایی هستند که به کمک آنها اطلاعات و اسناد در داخل یک مجموعه طبقه بندی و نگهداری میشود. این ابزارها شامل انواع کاغذی و الکترونیکی میباشند.

و) نرم افزارهای رایانه ای: آن دسته از نرم افزارهایی هستند که برای جستجوی اطلاعات موجود در کتابخانه ها و سایر مراکز اطلاعاتی مورد استفاده قرار میگیرند ویژگی این نرم افزارها قابلیت جستجوی سریع ، قدرت نگهداری بالا و درهم شکستن مرزهای زمانی و مکانی و جغرافیایی است.

ه) دفاتر ثبت: دفاتری هستند که فهرستی از آثار و اشیا نگهداری شده در موزه ها و گالری ها را در خود نگهداری میکنند.

بسته های اطلاعاتی عبارتند از : 1- اینترنت 2- مطبوعات (مجله) 3- CD یا بسته های الکترونیک 4- رادیو و تلویزیون ، سینما 5- کتاب 6- قوانین ، اسناد ، مدارک و دستورالعمل ها 7- سررسید 8- بولتن های داخلی 9- عکس

5- اینترنتی (ایمیل) ، گروه های اینترنتی

گردآوری بسته ها :

کتابخانه – آرشیو – موزه ها – مراکز اسناد و بانک اینترنتی – کتابخانه های دیجیتالی

راههای دسترسی به اسناد :

سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران – موزه – پژوهشگاه اسناد و مدارک علمی کشور – وزارت امور خارجه – بنیاد نظم و آثار و نشر ارزش های دفاع مقدس – مرکز اسناد انقلاب اسلامی

ابزار ها و شیوه های اطلاع رسانی

1- رسانه ها

2- گزارشهای موردی و سالانه

3- نامه و نامه های الکترونیک

رسانه

تعریف رسانه: ابزار و وسایلی هستند که پیام را در یک مدت زمان محدود و اندک به مخاطب انتقال دهند.

تعریف رسانه های جمعی: ابزار و وسایلی هستند که در یک زمان واحد پیام مشخصی را به انبوه مخاطبان که در نقاط مختلف پراکنده هستند ارسال می نمایند.

طبقه بندی رسانه ها

از لحاظ مخاطب (کودک- نوجوان و ...)

از لحاظ هدف رسانه (تجاری- آموزش و ...)

•گستره پخش

•مالکیت رسانه

•مدت زمان فعالیت ( روزنامه -ماهنامه- 24 ساعته و ...)

•موضوع رسانه

شیوه های اطلاع رسانی در رسانه

•ما بعنوان مدیر روابط عمومی یک سازمان در حقیقت متناسب با پیام و مطلبی که میخواهیم در مورد آن اطلاع رسانی کنیم باید رسانه ای را انتخاب نماییم که متناسب با جایگاه و ظرفیت پیام باشد.

•خبرنامه داخلی (نسخه چاپی یا الکترونیک)

•گزارش عملکرد

•سیستم پیام رسانی صوتی

•ساخت فیلم ها و کلیپ

شیوه های اطلاع رسانی در روابط عمومی

•ارسال هرگونه پیام به خارج از سازمان از طریق یک رسانه

•برگزاری کنفرانسهای خبری

•برگزاری اردوهای مشترک با اصحاب رسانه

•گزارشهای موردی و سالانه

•گزارش عملکرد ( کتابچه، بروشور، جزوه و ...)

•رپرتاژ آگهی در مطبوعات

•تیزر تلویزیونی و رادیویی

•منابع اطلاعاتی الکترونیکی

•منابع اطلاعاتی به کتاب ها، تصاویر، رکوردهای کتابشناختی، صفحات وب یا انواع دیگر منابع که به صورت مجموعه هستند مانند پایگاههای اطلاعاتی، وب سایت ها، مراکز تهیه مدرک، مدارک چند رسانه ای یا



کتابخانه ها اطلاق می شود.

## Email

## نامه های الکترونیک

امروزه شهروندان اینترنت روزانه میلیون ها نامه الکترونیکی را برای یکدیگر ارسال می نمایند. اما اولین پیام ارسال شده توسط نامه الکترونیکی در سال 1971 توسط مهندسی با نام "ray tomlinson" انجام شده است.

Email یک پیام متنی ساده است که برای گیرنده پیام ارسال میشود. نامه های الکترونیکی در ابتدا و هم اینک نیز اغلب بصورت متن های کوتاه می باشند. که میتوان با افزایش ضمائم از جمله عکس، فیلم و ... حجم آنها را بیشتر کرد.

## سرویس دهندگان email

به منظور مشاهده نامه های الکترونیکی دریافت شده می بایست از برنامه های سرویس گیرنده نامه های الکترونیکی استفاده کرد. برخی از کاربران از برنامه معروف outlook و outlook express بمنظور مشاهده نامه های الکترونیکی استفاده می نمایند.

برنامه های رایگانی نیز نظیر hotmail و yahoo است که از طریق سایت آنها قابل استفاده است.

## مزایای نامه های الکترونیک

استفاده آسان و راحت از طریق نرم افزار پست الکترونیک

هزینه اندک و در خیلی موارد رایگان

امکان ارسال یک نامه بطور همزمان به چندین نفر

امکان مدیریت نامه ارسالی و دریافت جواب

قابلیت بروز رسانی

امکان ارسال ضمائم به نامه الکترونیک

فناوریها و ابزار جدید در اطلاع رسانی

امروزه با گسترش استفاده از تلفن همراه شاهد ابزارهای جدید اطلاع رسانی در این زمینه هستیم.

o ابزارهای مرتبط با تلفن همراه :

o سامانه پیامک (sms service)

o فناوری bluetooth

o فناوری اینترنت در تلفن همراه ( gprs )

دسترسی به قوانین :

روزنامه رسمی - کتاب قوانین - - سایت مجلس - سایت دادگستری

شناسایی آثار موجود در يك اثر : 1- مجلات (ژورنال های علمی - TSI) یکی از منابع مهم اطلاعاتی هستند . مرکز اطلاعات علمی بین المللی به مقاله ها یا مجلاتی که چاپ می شود يك درجه استاندارد می دهد و اگر کشوری ژورنال ها و مجله ها و مقاله های علمی بیشتری داشته باشد از لحاظ اطلاعات علمی قوی تر است. 2- کتاب 3- کتابهای مجموعه مقالات / روابط عمومی الکترونیک (مجموعه مقالات) 4- مجموعه آثار (داستانهای کوتاه - اشعار برگزیده - جنگ) - مبتنی بر تولید نیست در عوض مبتنی بر تولیدات قبلی است . 5- وب سایت نخبگان 6- بانکهای اطلاعاتی magiran.com

گردآوری منظم بسته های اطلاعاتی به صورت مجموعه :

که منظور از آن جمع آوری کتابها ، مطبوعات ، آثار فرهنگی ، اشیاء ، تابلوها و سایر وسایل اطلاعاتی در قالب کتابخانه ها ، آرشیوها ، موزه ها و مراکز اسناد است - 2 نهاد مهم مرتبط با این موضوع کتابخانه ملی ایران و پژوهشگاه اطلاعات و مدارك علمی ایران می باشد .

روش های جمع آوری اطلاعات

یکی از اصلی ترین بخش های هر کار پژوهشی را جمع آوری اطلاعات تشکیل می دهد. چنانچه این کار به شکل منظم و صحیح صورت پذیرد کار تجزیه و تحلیل و نتیجه گیری از داده ها با سرعت و دقت خوبی انجام خواهد شد. برای جمع آوری اطلاعات در کارهای پژوهشی چهار روش عمده را مورد استفاده قرار می دهند.

روش منتخب برای جمع آوری داده ها در تحقیق خود را تشخیص دهید. با انتخاب شیوه مناسب از سوگیری در تحقیق خود پیشگیری کنید.

گردآوری داده ها

پیش از گردآوری داده ها باید طرح مشخص برای اینکار در نظر گرفت. پاسخ به سوالات زیر می تواند راهگشا باشد.

داده های مربوط چه چیزی گردآوری می شود ؟

چرا داده ها گردآوری می شود ؟

داده ها چگونه گردآوری می شود ؟

داده ها در چه زمانی گردآوری می شود ؟

داده ها را چه کسانی گردآوری می کنند ؟

گردآوری داده ها به چه مواد و ابزاری نیاز دارد ؟

داده ها چگونه توصیف و تفسیر می شوند ؟

چه مقدار هزینه برای گردآوری داده ها و تفسیر آنها لازم است ؟

داده ها چگونه گزارش می شوند ؟

منبع یا منابع تأمین هزینه کیست ؟

پردازش و تفسیر داده ها

اصلی ترین روش ها برای جمع آوری داده ها:

استفاده از اطلاعات و مدارک موجود

در برخی تحقیقات اطلاعاتی که باید بعنوان داده مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرند از پیش آماده هستند. بدین صورت که محقق بدنبال اطلاعات جدید نیست بلکه می تواند نسبت به جمع آوری اطلاعاتی که از قبل تهیه شده اند و در پرونده های ( درمانگاهی بیمارستانی ثبت احوال، دانشجویی، دانش آموزی و مراجعین به مراکز مختلف شهرداری ها و...) موجود است اقدام کند.

مزایا: به واسطه موجود بودن اطلاعات ارزان است. در وقت صرفه جویی می شود. مهمترین مزیت آن امکان ارزیابی روند موضوع مورد بررسی در گذشته است که در مطالعات گذشته نگر بسیار حائز اهمیت است.

معایب: ناقص بودن و در دسترس نبودن اطلاعات از اشکالات عمده این روش است. گاهی ملاحظات اخلاقی مانع از دستیابی به اطلاعات مورد نظر می باشد. قدیمی و کهنه بودن اطلاعات هم ممکن است در برخی

موارد مطرح باشد.

## پرسشنامه

پرسشنامه شامل دسته ای از پرسش هاست که برطبق اصول خاصی تدوین گردیده است و به صورت کتبی به افراد ارائه می شود و پاسخگو بر اساس تشخیص را خود جواب ها را در آن می نویسد. هدف از ارائه پرسشنامه کسب اطلاعات معین در مورد موضوعی مشخص است. بزرگ بودن گروه یا جامعه مورد مطالعه یکی از دلایل مهم برای استفاده از پرسش نامه است چه امکان مطالعه نمونه های بزرگ را فراهم می آورد. کیفیت تنظیم پرسشنامه در بدست آمدن اطلاعات صحیح و درست و قابل تعمیم بسیار با اهمیت است.

بر اساس نحوه اجرای پرسش نامه و نیز نوع سوالات پرسشنامه می توان آنرا به دستجات متفاوت تقسیم نمود.

### طبقه بندی بر اساس ماهیت پرسشنامه :

پرسشنامه باز: در این نوع پرسشنامه با سوالات باز روبرو هستیم. در اینجا پاسخگو می تواند بدون محدودیت هر پاسخی را که مد نظرش باشد در مورد آن پرسش بنویسد و یا در آن زمینه توضیح دهد. در اینگونه سوالات ، اطلاعات دقیق تر، کامل تر و دارای ارزش بیشتر هستند ولی طبقه بندی و نتیجه گیری از آنها مشکل تر و له تجربه زیاد نیازمند است.

پرسشنامه بسته: پرسش های بسته در این نوع پرسشنامه ارائه می شود. برای هر پرسش تعدادی گزینه و پاسخ انتخاب شده است که فرد پاسخ دهنده باید یکی از آنها را به عنوان پاسخ بگزیند. هر یک از پاسخ ها به گونه ای تنظیم شده است که در عین منطقی بودن برای آن سوال از پاسخ مربوط به دیگر سوالات مجزاست. در اینجا پاسخ ها را می توان به سرعت نوشت و تجزیه و تحلیل و طبقه بندی پاسخ ها نیز ساده تر است اما اطلاعات به دقت و کاملی پرسش نامه باز نیست.

### طبقه بندی بر اساس نحوه اجرا

پرسشنامه همراه با مصاحبه : این پرسشنامه همان مصاحبه انعطاف ناپذیر است که به صورت حضوری پرسش ها از افراد پرسیده می شود و پاسخ ها را پرسشگر در برگه پرسشنامه وارد می کند.

پرسشنامه خود ایفا : پرسشنامه در اختیار فرد یا گروه قرار می گیرد و فرد به تنهایی و یا به صورت گروهی به پرسش پاسخ می دهند .

**پرسشنامه پستی :** پرسشنامه برای افراد از طریق پست ارسال می شود . فرد پس از تکمیل آنرا برای محقق عودت می دهد.

**پرسشنامه الکترونیک :** در این نوع از پرسشنامه که به تازگی موارد استفاده از آن گسترش یافته است ، محقق با استفاده از شبکه های اطلاع رسانی و اینترنت ، اقدام به ارسال پرسشنامه الکترونیک برای افراد می کند و افراد پاسخ ها را در همان پرسشنامه وارد و با پست الکترونیک برای محقق باز می گردانند. در برخی موارد ممکن است افراد نسخه ای از پرسشنامه را چاپ کرده و بعد از پاسخگویی به شکل پستی باز گردانند.

### **نکات مهم در طراحی پرسشنامه**

- داشتن يك مقدمه رسا ، جذاب و واضح در ابتدای پرسشنامه
  - وجود پرسش های قابل فهم و خالی از ابهام
  - خودداری از پرسش های طولانی و وقت گیر و دوپهلو
  - خودداری از واژه ها و لغات نامانوس و نامفهوم
  - طراحی پرسشنامه زیبا و دوراز کلمات زشت و زننده و تا جای ممکن دوستانه
  - محدود بودن پرسش های زمینه ای
  - قرار دادن پرسش های حساس و مهم در پایان پرسش نامه
  - هر سوال فقط به يك موضوع اختصاص داشته باشد
  - استفاده از پرسش های باز و بسته به همراه هم
  - قرار دادن تمام پاسخ های ممکن برای پرسش های بسته
- مزایای پرسشنامه**

**عدم نیاز به شخص مصاحبه کننده ، بنابراین عدم تاثیر وجود چنین شخصی**

**ساده و ارزان**

**سادگی طبقه بندی و تجزیه و تحلیل**

**دقت بیشتر پاسخ ها بواسطه محرمانه ماندن افراد**

**امکان تنجام مطالعات بزرگ**

**یکسان بودن شرایط در زمان تکمیل**

**معایب پرسشنامه**

عدم قابلیت استفاده برای بی سوادان

درک نکردن مفهوم سوال

امکان ارائه تصویر کاذب توسط فرد از خود

کاهش درصد پاسخ های رسیده در پرسشنامه پستی

خصوصیات یک پرسش

اعتبار صوری : بدین معنا که سوال قادر به اندازه گیری موضوع مورد پرسش باشد. به تعبیر دیگر مقیاس اندازه گیری متغیر تحت مطالعه باشد.

انتظار دانستن پاسخ : باید سوال طوی طرح شود که انتظار داشته باشیم پاسخگو، جواب آنرا داند.

روشن و صریح : سوال باید بدون ابهام باشد و تنها به یک مطلب اشاره کند.

بی آزار : به مسائل خصوصی افراد وارد نشود مگر با اجازه قبلی خود آنها.

منصفانه: دلالت بر معنا و مفهوم خاصی ننماید و آزمدنی را به موضع خاص نکشاند.

روائی و پایائی

ابزاری که برای جمع آوری داده ها مورد استفاده قرار میگیرد در مرحله نخست باید از روایی (اعتبار) برخوردار باشند و در مرحله دوم باید پایایی (اعتماد) داشته باشند. روائی بدین معناست که روش یا ابزار به کار رفته تا چه حدی قادر است خصوصیت مورد نظر را درست اندازه گیری کند.

مثال: اگر بخواهیم شیوع کم وزنی هنگام تولد را در نوزادان یک زایشگاه بدانیم، باید همه نوزادان تولد یافته را وزن کنیم. برای این کار می بایست از ترازوی مخصوص توزین نوزاد و آنهم ترازوی استاندارد استفاده شود

پایایی قابلیت تکرار روش یا ابزار اندازه گیری است. اگر روشی از پایایی برخوردار نباشد، داده های گردآوری شده روایی (اعتبار) نیز نخواهند داشت

مثال: در مثال بالا باید دید با چند بار وزن کردن آیا وزن یک کودک را در هر

**مرحله مشابه وزن قبلی نمایش میدهد.**

### **مشاهده**

از روش های جمع آوری اطلاعات است که در آن رفتار مشخصات موجودات زنده اشیا و پدیده ها با استفاده از ویژگی های گوناگون آنها ملاحظه و ثبت می گردد. منظور از مشاهده ثبت دقیق تمام جوانب بروز حادثه ویژه یا رفتار و گفتار فرد یا افراد از راه حواس و یا سایر راه های ادراکی ( کمک گرفتن از ابزار خاص ) می باشد.

**مشاهده منظم در تحقیق ضروری است بنابراین مشاهده باید:**

- به هدف تحقیق مربوط باشد
  - برنامه و نحوه عمل آن از قبل مشخص و تنیم شده باشد
  - به طور دقیق و منظم ثبت شود
  - میزان اعتبار و صحت انجام آن قابل سنجش و بررسی باشد
- مشاهده به دو صورت مشارکتی و غیر مشارکتی انجام می شود. که در مشاهده مشارکتی شخص مشاهده کننده در موضوع مشاهده شرکت دارد و در همان جلب مشاهده صورت می گیرد. (مثال) در مشاهده غیر مشارکتی مشاهده گر پدیده مورد مشاهده را بدون آنکه 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 ( مثال ) و در نوع دوم مشاهده گر به صورت مخفیانه مورد را در مشاهده را ملاحظه و به ثبت آن می پردازد.(مثال)

مشاهده ممکن است در هنگام تهیه طرح اولیه تحقیق نیز صورت پذیرد که بدان مشاهده مقدماتی گفته می شود مشاهده ممکن است منبع اصلی جمع آوری اطلاعات باشد و گاهی نیز برای تکمیل یا اصلاح اطلاعاتی که از روش های دیگر بدست آمده است استفاده شود. مشاهده ممکن است در مورد اشیا صورت بگیرد. (مثال)

**مزایا:** امکان بررسی جزئیات موضوع وجود دارد. می توان صحت اطلاعات جمع آوری شده را با وسایل دیگر آزمایش کرد. برای جمع آوری اطلاعات زمینه ای مناسب است. در زمان کوتاه اطلاعات زیادی بدست می آید و اعتبار علمی اطلاعات بالاست.

**معایب:** حضور مشاهده گر می تواند بر روند فعالیت مورد مشاهده تاثیر گذار باشد. تمایلات شخصی مشاهده گر و میزان توانایی او در مشاهده و ثبت دقیق فعالیت مورد مشاهده ممکن است تاثیر گذار باشد. عوامل محیطی بر نوع و روش گرد آوری اطلاعات موثر است. استاندارد کردن و طبقه بندی اطلاعات مشکل است ( بویژه در ثبت رفتار

انسانی ( مشکلات اخلاقی در مشاهده اعمال شخصی وجود دارد. برای نمونه های زیاد وقت گیر و پر هزینه است.

### مصاحبه

مصاحبه یکی از روش های جمع آوری اطلاعات است که در آن به صورت حضوری یا غیر حضوری از افراد یا گروهی از آنان پرسش می شود. نکته مهم آن است که سوالات مصاحبه از پیش اندیشیده شده و تعیین شده است. آنچه مصاحبه را به صورت های مختلف طبقه بندی می کند میزان انعطاف پذیری آن و یا نحوه اجرای آن است. مصاحبه را یکی از روش هایی دانسته اند که امکان دریافت پاسخ در آن بیش از روش های دیگر است، زیرا در هنگام مصاحبه امکان تحریک آزمودنی برای دادن پاسخ وجود دارد و نیز می توان در صورت ابهام با توضیح موضوع راروشن ساخت.

مهمترین انواع مصاحبه به شرح زیر عنوان شده اند:

### تعریف مصاحبه :

اولین تعریف موجود از مصاحبه در حوزه علوم اجتماعی در کتاب « زمینه جامعه شناسی » آمده است بر اساس این تعریف، « مصاحبه ملاقاتی است سنجیده که بین محقق و فرد یا افراد مورد نظر او صورت می گیرد و معمولاً محقق را به خوبی با وضع فرد یا افراد مطلوب آشنا می کند» (آریانپور، 1357: 22).

مراحل تدوین و اجرای تحقیق با روش مصاحبه :

1 ( تبیین نمودن هدف تحقیق

2 ( انتخاب نمونه

3 ( طراحی نمودن شیوه و ساختار مصاحبه

4 ( تدوین سئوالات مصاحبه

5 ( انتخاب و آموزش مصاحبه گران

6 ( انجام يك تحقیق مقدماتی

7 ( انجام مصاحبه های اصلی



## 8 ( تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده

### مرحله اول : تبیین هدف مصاحبه :

« اولین مرحله در تحقیق که از مصاحبه برای جمع آوری اطلاعات استفاده شده تبیین هدف تحقیق است . هدف تحقیق ماهیت مصاحبه را مشخص خواهد نمود زیرا اهداف متفاوت، تعیین کننده سطوح مختلف انسجام و سازماندهی در مصاحبه ، انواع سئوالات مصاحبه و مهارت مصاحبه کننده است » ( گال و دیگران ، 1386 : 524 ) .

محقق در مرحله اول می بایست اهداف تحقیق را بصورت شفاف و روشن و واقع بینانه تبیین و ترسیم نماید تا بر اساس آن اهداف بتواند از متناسب ترین نوع مصاحبه برای رسیدن به اهداف خویش بهره مند گردد و هر اندازه این اهداف برای محقق روشن تر شود به همان اندازه موفقیت او را در کسب نتیجه تضمین خواهد نمود .

بعنوان مثال نوع مصاحبه ای که با افراد صاحب نظر در رشته ای خاص صورت میگیرد با نوع مصاحبه با افراد عادی و ناهمگون تفاوت ماهوی داشته و طبعاً مصاحبه گران حرفه ای برای هر کدام از اقشار مختلف مردم و به تناسب نوع هدفی که در تحقیق به دنبال آن هستند از انواع مختلف مصاحبه نیز بهره برده و رسیدن به هدف پژوهشی خویش را تسهیل می بخشند .

### مرحله دوم : انتخاب نمونه :

در این مرحله مصاحبه گر بر مبنای یکی از فنون نمونه گیری جامعه آماری خویش را انتخاب کرده و متناسب با جامعه آماری خویش و با عطف نظر به هدف تحقیق می تواند از مصاحبه انفرادی و یا مصاحبه گروهی استفاده نماید . مرحله انتخاب نمونه از مراحل بسیار حساس و با اهمیت تحقیق بوده و در صورت بروز هر گونه اشتباه - عمدی و سهوی - در کل نتایج تحقیق تاثیر داشته و هر چند محقق در مراحل مختلف بعدی بخواهد تلاش نماید تمام اصول و اسلوب های علمی را مراعات کرده و ضوابط حاکم بر روش های علمی را مد نظر داشته باشد باز نخواهد توانست به نتیجه مطلوب دست یابد چرا که وقتی جامعه آماری مورد مطالعه برآیندی از جامعه واقعی نبوده و مشخصات و ویژگی های آن جامعه را نداشته باشد طبعاً و لاجرم نتایج بدست آمده از آن تحقیق نیز نمی تواند قابل تعمیم به کل جامعه مورد مطالعه و یا سایر جوامع مشابه گردد . پس این مرحله از تحقیق می بایست با حساسیت ویژه ای دنبال گردیده و محقق با وقت و وسواس و حوصله بیشتری نسبت به انتخاب نمونه اقدام

بنماید .

مرحله سوم : طراحی شکل و ساختار نمونه :

با عنایت به اینکه مصاحبه های کمی و کیفی در تحقیقات اجتماعی دارای تفاوت هایی می باشند ، به همین جهت طراحی شکل و ساختار مصاحبه در این دو گونه تحقیق ذکر شده نیز بالاجبار متفاوت خواهد بود . بعنوان مثال « در تحقیقات کمی مصاحبه عموماً منسجم و سازماندهی شده است که همه پاسخ دهندگان در معرض تجارب یکسان قرار می گیرند بنابراین ، مطالب آغازین سئوالات مصاحبه و اختیارات نهایی مصاحبه گر باید بدقت از قبل مشخص شده باشد ، اطمینان حاصل شود که داده های بدست آمده از افراد می تواند به طور معنا داری مقایسه شود اما در تحقیقات کیفی ، مصاحبه از نظر شکل و ساختار کاملاً منسجم و سازمان یافته نیست ، این بدین منظور است که هدف محقق کمک نمودن به مصاحبه شوندگان است که دیدگاههای خودشان را در مورد موضوع مربوط ، با داده ها و عبارات خودشان ابراز کنند » ( گال و دیگران، 1386 : 529 ) .

به همین جهت لازم است تا محقق بر اساس نوع تحقیق اقدام به طراحی شکل و ساختار مصاحبه بنماید . تصور کنید محقق در پی آن است تا عوامل تأثیر گذار بر گرایش جوانان به مواد مخدر را مشخص نماید و این محقق در مراحل قبل تحقیق ممکن است به نقش دوستان ، خانواده ، همکلاسیها و ..... در گرایش جوانان به مواد مخدر رسیده باشد و به همین دلیل محقق می تواند سئوالاتی در مورد هر کدام از این عوامل تأثیر گذار اجتماعی تدوین کرده و برای مصاحبه شوندگان مطرح نماید برای مثال « آیا دوستان شما در گرایش شما به مواد مخدر تأثیر داشته اند ؟ » در حالیکه اگر تحقیق مبتنی بر روش کیفی بوده باشد محقق بدنبال طرح هیچ متغیر از پیش تعیین شده ای نبوده و دامنه سئوالات گسترده تر بوده باشد و سئوال مشابه « چه کسانی در گرایش شما به مواد مخدر تأثیر گذار بودند ؟ » از ناحیه محقق مطرح گردد . پس بدلیل تفاوت در انسجام و سازماندهی و همچنین تفاوت در تعیین قبلی متغیرها در تحقیقات کمی و کیفی شکل طراحی و ساختار مصاحبه با همدیگر متفاوت بوده و محقق لازم است با توجه به نوع تحقیق در دست اجرا از لحاظ کمی و یا کیفی بودن اقدام به طراحی شکل و ساختار مصاحبه نماید .

مرحله چهارم : تدوین سئوالات :

« اینکه سئوالات باید قبل از انجام مصاحبه یا در خلال انجام آن تدوین

شود اساساً بستگی به نوع مصاحبه دارد . مصاحبه بدون سازمان در تحقیقات کمی مصاحبه به شیوه گفتگوهای غیر رسمی در تحقیقات کیفی از انواعی هستند که سئوالات آنها در همان زمان انجام مصاحبه تدوین می یابد این سئوالات بر مبنای طرح کلی تحقیق و اطلاعات مصاحبه گر از ویژگی های پاسخ دهندگان از قبیل میزان تحرک و پر حرفی مصاحبه شونده و تواناییهای هوشی وی تدوین می شود . سایر انواع مصاحبه ها استفاده بیشتری از سئوالات بسته و باز از نوع تدوین شده می کنند » ( گال و دیگران ، 1386 : 537 ) .

مصاحبه گران حرفه ای بسته به نوع مصاحبه و روش تحقیق خویش اقدام به طراحی و تدوین سئوالات می نمایند و براساس برنامه ازپیش تعیین شده اقدام به اجرای مراحل مختلف مصاحبه می نمایند . بعضاً به نظر میرسد سئوالات باز در تحقیقات کیفی و حتی در تحقیقات کمی نیاز چندانی به تدوین نداشته و مصاحبه گر در طول مصاحبه آزاد است هر گونه سئوالاتی از مصاحبه شونده داشته باشد در حالیکه این برداشت کاملاً اشتباه بوده و به هیچ عنوان صحت ندارد .

### مرحله پنجم : انتخاب و آموزش مصاحبه گران

محققانی که در فرایند تحقیق نیاز به استفاده از تعداد بیشتری مصاحبه گر برای جمع آوری اطلاعات می باشند لازم است به مسائل ذیل توجه داشته باشند .

#### 1 ( تعداد مصاحبه گران :

محقق باید برآورد نماید که در فرایند تحقیق به چه میزان مصاحبه گر نیاز دارد و حتی لازم است اتفاقات خاص احتمالی در اجرای تحقیق را نیز مد نظر داشته و در صورتیکه بنا به هر دلیل مصاحبه گر از ادامه همکاری سر باز زد بتوان مصاحبه گر آموزش دیده ای را جایگزین وی کرده و از ایجاد اختلال در اجرای تحقیق پیش گیری نمود .

#### 2 ( رعایت تناسب میان مصاحبه گر و مصاحبه شونده :

« شواهدی وجود دارد که نشان دهنده این مطلب است که تناسب مصاحبه گر ها با مصاحبه شونده گان به لحاظ طبقه اجتماعی ، نژاد ، سن و جنس احتمالاً نتایج معتبرتری برای مصاحبه بدست می آورد . » ( گال و دیگران ، 1386 : 541 ) .

این موضوع مخصوصاً در جامعه ایران از اهمیت خاصی برخوردار بوده و

توجه به آن ضرورت تام دارد . وجود ویژگی های فرهنگی متفاوت ، رایج بودن ارزشهای دینی در سطوح مختلف اجتماعی ، تفاوت های طبقاتی گوناگون و .... باعث میگردد که محققان ایرانی به جنبه تناسب مابین مصاحبه گر و مصاحبه شونده دقت و توجه بیشتری داشته باشند و همچنین به تابوهای موجود در سطح جامعه با حساسیت مضاعفی عنایت بنمایند . برای مثال در تحقیقات اجتماعی معطوف به روابط خانوادگی از زنان روستایی، کسب اطلاعات مورد نیاز نه تنها از جانب مصاحبه گران مرد بی اطلاع از فرهنگ رایج غیر ممکن می باشد بلکه کسب این اطلاعات از ناحیه مصاحبه گران زن نیز با دشواری میسر میگردد و لازم است تا مصاحبه گران زن نیز با کسب آموزشهای لازم و فراگیری مهارت های خاص و آشنا شدن به فرهنگ جامعه مورد مطالعه بتوانند در کسب اطلاعات مورد نیاز توفیق حاصل بنمایند .

### ( 3 ) توجه به توانمندی مصاحبه گران در برقراری ارتباط مثبت :

مصاحبه گر تنها زمانی می تواند در انجام مصاحبه توفیق حاصل نماید که از ناحیه مصاحبه شونده گان پذیرفته شده و بتواند اعتماد مصاحبه شونده گان را جلب نماید . با توجه به اینکه برای جلب اعتماد مصاحبه شونده گان فرصت زمان زیادی در اختیار مصاحبه گران وجود ندارد تا بتوانند زمینه های جلب اعتماد در مصاحبه شونده گان را ایجاد نمایند موفقیت تنها حاصل کسانی می شود که دارای این استعداد بوده و مهارت های لازم و کافی را برای ایجاد ارتباط سریع با مصاحبه شونده گان را کسب نموده باشند . اگرچه توانایی برقراری ارتباط مثبت تا حدودی ذاتی بوده و از این لحاظ اشخاص متفاوت دارای توانمندیهای متفاوتی می باشند لیکن با آموزشهای مختلف و رایج و تمرین و ممارست امکان کسب توانمندیهای لازم جهت برقراری ارتباط مثبت میسر بوده و اکتساب آن ویژگیها خارج از دسترس نمی باشد . پس از انتخاب مصاحبه گران نوبت به آموزش آنها می رسد . محقق باید بر اساس اهداف و نوع تحقیق به آموزش مصاحبه گران مبادرت بنماید .

« آموزش مورد نیاز بستگی به عمق مصاحبه ها و میزان ساختار مصاحبه دارد ( گال و دیگران ، 1386 : 542 ) .

« آموزش معمولاً در دو مرحله انجام می پذیرد . در اولین مرحله کارآموزان راههای مصاحبه را مطالعه می کنند در مورد شرایط مصاحبه و مواردی از قبیل امکانات مورد نیاز، کنترل های ضروری و محفوظ نگه داشتن اطلاعات و موضوعی که باید در مورد آن تحقیق شود مطالبی می آموزند ... در مرحله دوم آموزش فراگیران باید مصاحبه های تمرینی انجام دهند و بازخوردهای اصلاحی دریافت کنند . این عمل باید تا آنجا ادامه یابد که عملکرد آنان از لحاظ ساختار ، عینیت و پایایی به حد استاندارد مورد

انتظار برسد» ( گال و دیگران ، 1386 : 3 - 542 ) .

#### مرحله ششم : انجام مصاحبه مقدماتی

انجام مصاحبه های مقدماتی از اهمیت بالایی برخوردار است و می تواند از امکان سوء گیری داده های مصاحبه جلوگیری بنماید . در مرحله انجام مصاحبه های مقدماتی است که محققان می توانند مصاحبه گران را مورد ارزیابی قرار داده و نتایج آموزشهای داده شده را بررسی و مورد توجه قرار بدهند و اگر در خلال مصاحبه های مقدماتی به مواردی برخورد کردند که نیاز به تجدید نظر در توجیه مصاحبه گران بود قبل از اجرای مصاحبه اصلی این اقدام صورت بگیرد . چرا که در حین اجرای مصاحبه اصلی فرصت حیران اشتباه میسر نبوده و داده های کسب شده می تواند در نتایج تحقیق تاثیر نامطلوبی داشته باشد .

پس « محقق در خلال انجام مصاحبه های مقدماتی باید نسبت به موارد ذیل هشیار باشد : مشکلات مربوط به ایجاد رابطه بین مصاحبه گر و مصاحبه شونده ، شواهدی که گویای ناکافی بودن انگیزه مصاحبه شوندگان برای شرکت در مصاحبه باشد و سایر نشانه ها که بیانگر ضرورت باز نویسی سئوالات مصاحبه یا بازنگری مراحل و روند مصاحبه باشد» ( گال و دیگران ، 1386 : 544 ) .

در این مرحله است که محقق روشهای ضبط و ثبت داده ها را مورد بررسی قرار داده تا مشخص گردد چه میزان از اطلاعات مکتسبه ضبط و ثبت می گردد و اینکه با کدام روش مصاحبه گران بهتر و راحت تر می توانند با مصاحبه شوندگان رابطه ایجاد کنند .

باید محققان توجه داشته باشند که « ضبط مصاحبه های آزمایشی و مقدماتی روی نوار ضبط صوت اهمیت دارد حتی اگر قرار نباشد که مصاحبه های اصلی تحقیق روی نوار ضبط شوند . با گوش نمودن نوار ضبط شده ، مصاحبه گر ها می توانند نسبت به چگونگی طرح سئوالات توسط خودشان بصیرت پیدا کنند و از مشکلاتی که در خلال مصاحبه روی داده و مصاحبه گر ها از آن گریخته اند آگاه شوند » ( گال و دیگران ، 1386 : 545 ) .

#### مرحله هفتم : انجام مصاحبه

تمام مراحل پیشین صورت گرفته صرفاً به خاطر اجرای خوب این مرحله ( مصاحبه ) انجام می پذیرد . انجام مصاحبه نیز برای خودش اصول ، ریشه و چارچوبی دارد و محققان مختلف برای اجرای مناسب این مرحله توصیه های مختلفی را ارائه داده اند تا نتایج کسب شده در مرحله اجرای مصاحبه از اعتبار بالایی برخوردار بوده باشد . گال و همکارانش توصیه

هاي مهم و کاربردي براي مصاحبه گران ارائه نموده اند كه اين توصيه ها هم براي مصاحبه هايي كه در تحقيق كيفي انجام مي گيرد قابليت اجرا داشته و هم براي مصاحبه هاي تحقيقي كمّي کاربرد دارد. اين توصيه عبارتند از:

1 - پيش از شروع مصاحبه پاسخ دهندگان را از محرمانه بودن كامل پاسخهايشان مطمئن نماييد و اگر لازم باشد روشي را كه براي محرمانه ماندن اطلاعات اتخاذ نموده ايد توضيح دهيد .

2 - با مشغول نمودن مصاحبه شونده در يك مكالمه کوتاه غير رسمي و روزمره ، قبل از شروع مصاحبه با مصاحبه شونده رابطه اي دوستانه و خودماني برقرار نماييد .

3 - سئوالات پيچيده يا جدل برانگيز را در قسمت آخر مصاحبه و پس از برقراري رابطه دوستانه با مصاحبه شونده مطرح نماييد .

4 - فوايد بالقوه تحقيق مورد نظر را براي پاسخ دهندگان توضيح دهيد .

5 - مصاحبه گر بايد كمتر از مصاحبه شونده صحبت كند . بعنوان يك قانون ، هر چه مصاحبه گر كمتر صحبت كند اطلاعات بيشتري حاصل مي شود .

6 - سئوالات را با زباني كه براي پاسخ دهندگان واضح و معنادار باشد مطرح نماييد .

7 - سئوالاتي بپرسيد كه فقط از يك مطلب واحد باشد .

8 - هنگام نگارش سئوالات ، چارچوب و محدوده اي را كه شما مي خواهيد پاسخ دهندگان براي پاسخ دادن در نظر بگيرند ، مشخص نماييد .

9 - در صورت لزوم از عبارات موشكافانه ساده استفاده كنيد ، براي مثال : « آيا مي توانيد كمّي بيشتري در مورد آن صحبت كنيد . »

10 - از تكذيب نمودن گفته هاي مصاحبه شونده يا آزمودن صحت گفته هاي او با شگردهاي مختلف در خلال مصاحبه ، پرهيز نماييد .

11- آنها را با اشاره جهت دهي ننماييد خواه با ارائه يك اظهار نظر ، لحن گفتار يا علامت هاي غير گفتاري مانند سرچنباندن درهنگامي كه پاسخهاي موردانتظاري مرجح شما به يك سؤال داده مي شود.

12 - اگر به نظر ميرسد مصاحبه شونده يك موضوع خاص مطرح شده در مصاحبه را تهديد كننده مي بيند ، موضوع ديگري را مطرح كنيد و تلاش

نمایید مجدداً با عبارات و واژه های متفاوت به همان موضوع اولیه برگردید .

13 - زمانی که سئوالات حساس یا تهدید کننده مطرح می نمایند ، از مصاحبه شونده بخواهید که نظر یا رفتار دوستانش و نیز رفتار یا نظرات خود را بیان نماید .

14 - پشت سرهم تعداد زیادی سؤال بسته نپرسید .

15 - موضوعات مورد بحث در مصاحبه را خیلی زیاد تغییر ندهید ( از این شاخه به آن شاخه نپرید)

16 - از پرسیدن سئوالات جهت دهنده پرهیز نمایید . برای مثال به جای اینکه بپرسید : « آیا موافق کمک های دولت مرکزی به تعلیم و تربیت هستید ؟ » بپرسید : « دیدگاه شما در مورد کمک های دولت مرکزی به تعلیم و تربیت چیست ؟ » البته بعضی مواقع يك سؤال جهت دهنده ممکن است پرسیده شود تا نوع خاصی اطلاعات از پاسخ دهنده دریافت گردد.(گال و دیگران ، 1386 : 5-544)

#### انواع مصاحبه

یکی از بحث های پر دامنه در موضوع مصاحبه تقسیم بندی آن به انواع و اقسام مختلف است . شاید کمتر نویسنده ای در حوزه علوم اجتماعی پیدا شود که در تقسیم بندی مصاحبه حداقل تشابه ظاهری تقسیم بندی اسلاف خویش را مراعات نموده باشد . هرچند روح حاکم بر انواع تقسیم بندی های مختلف یکی بوده و متناسب با اهداف مصاحبه تقسیم بندی های مختلفی صورت می گیرد ولی باز تاکید می گردد علیرغم تعدد در تقسیم بندی ها مشترکاتی در همه آنها می توان پیدا کرد و به عبارت دیگر همه آنها را در يك تقسیم بندی کلی تری می توان آورد .

درمبحث حاضریه تقسیم بندی های مختلفی که از مصاحبه صورت گرفته است اشاره می گردد و در نهایت پس از توافق با يك تقسیم بندی متناسب نسبت به تعریف و توضیح اقسام ذکر شده مصاحبه اقدام میگردد.

دئوبالوپی مصاحبه را به دو صورت تقسیم بندی کرده است ، شکل اول مصاحبه را به مصاحبه فردی یا گروهی تقسیم بندی کرده و در شکل دوم انواع مصاحبه را به مصاحبه با ساختار یا منسجم و مصاحبه بی ساختار یا آزاد تقسیم کرده است .

انواع مصاحبه هایی که در این نوشته به توضیح آنها پرداخته خواهد شد

عبارتند از :

## 1 - مصاحبه باز :

این نوع از مصاحبه به نامهای مصاحبه های « عمیق » ، « غیر استاندارد » ، « ژرفانگر » ، « بی ساختار » و « آزاد » نیز شناخته شده است .

«پرسشگر در بیان پرسشها و پاسخگو در طرح آن آزادی کامل دارند ، یعنی پرسشگر آنچه را که به نظرش ضروری می رسد مطرح می کند و در طرح سؤال خود هیچگونه محدودیتی احساس نمی نماید و پاسخگو در جواب دادن به سئوالها آزادی کامل دارد . پرسشگر چنین مصاحبه ای می تواند ایده های خود را در هر پرسش کلامی قرار دهد و سئوالهای خود را با هر عبارت که کامل باشد مطرح نماید و پاسخگو نیز می تواند جواب خود را به هر صورت که مایل باشد و در هر لفظی که دوست داشته باشد بیان دارد . » ( ساروخانی ، 1373 : 214 ) .

پس در این نوع از مصاحبه « دست پژوهشگر یا پرسشگر باز است که :

اولاً- درباره نکته مورد نظر خود با سئوالات پی در پی آنقدر کنجکاوی نموده و عمق آنرا دنبال نماید که به نظرش لازم می رسد .

ثانیاً - ترتیب سئوالات و یا نکات را به دلخواه و نظر خود تغییر دهد .

ثالثاً - از هر شخص مطلع سئوالات متعددی را جویا شود» ( رفیع پور ، 1370 : 305 ) .

مصاحبه باز در مواردی قبل از تحقیق اصلی انجام گرفته و محقق را در اشراف بر موضوع تحقیق و روشن ساختن زوایای مختلف مسئله یاری می کند تحقیق در این مرحله « با مطالعه کتب و نشریات مختلف و سئوالات و نکات گوناگون درباره ساخت مسئله و موضوع مورد نظر و عوامل مؤثر و روابط علت و معلول بین آنها در جامعه خاص مورد مطالعه در ذهن پژوهشگر به وجود خواهد آمد » ( رفیع پور ، 1370 : 304 ) .

این نوع از مصاحبه کاربردهای مختلف در تحقیقات اجتماعی داشته و طبیعی است که اجرای آن بر خلاف تصور عامه چندان راحت نبوده و نیاز به تجربه و توانمندیهای خاص در مراحل اجرای آن وجود دارد و افراد مبتدی در بکارگیری آن حتماً دچار مشکلات خواهند شد و به همین جهت توصیه می گردد در صورت استفاده از آن حتماً از مشاورت اساتید با تجربه استفاده شده و این مرحله از تحقیق حتماً تحت نظر آنها صورت بگیرد چرا که بی دقتی در این مرحله از تحقیق ، در نتایج آن نیز تأثیر گذار خواهد



شد .

## 2 - مصاحبه نیمه باز یا نیمه استاندارد

« همانطور که از نام آن برمی آید در مصاحبه نیمه باز، طرفین یعنی پرسشگر و جوابگو، محدودیت هایی احساس می کنند، یعنی پرسشگر باید صرفاً موضوع های معینی را مطرح کند و فقط در خصوص آنها جواب دریافت دارد. پاسخگو نیز نمی تواند احساس و عقیده خود را آنطوری که ترجیح می دهد در کمال آزادی ابراز کند. در این مصاحبه پرسشگر و پاسخگو هیچکدام آزادی کاملی را که در مصاحبه آزاد از آن می توانند برخوردار گردند ندارند » ( ساروخانی، 1373 : 214 ).

در این نوع مصاحبه دست مصاحبه گر بسته نیست و می تواند طبق ضوابط و ملاک هایی در مصاحبه تغییراتی را ایجاد نماید. چرا که معمولاً این مصاحبه زمانی صورت می گیرد که سئوالات هنوز به آن ساختار منظم نرسیده و هنوز زوایای مختلف موضوع تحقیق برای محقق کاملاً آشکار نشده است و محقق براینکه بتواند به روایی سئوالات طراحی شده پی برد لازم دارد تا در این گونه مصاحبه هایی دلالت سئوالات را با اهداف تحقیق ارزیابی نماید و اینجاست که در مصاحبه هایی با مصاحبه گران مختلف اقدام به طرح سئوالات تحقیق نموده و اگر ایراد و ابهامی در سئوالات بود بر اساس معیارهای خاص، محقق آزاد است آنها را طوری تغییر دهد که برای مصاحبه شونده قابل فهم بوده باشد پس در مصاحبه نیمه استاندارد « در صورتیکه متن سوالی برای پاسخگویی نامفهوم باشد، پرسشگر مجاز است که متن سوال را طوری تغییر دهد تا برای پاسخگو قابل فهم شود. مشروط براینکه متن جدید را بالای سوال مربوط یادداشت نماید تا هنگام تصحیح پرسشنامه و تهیه پرسشنامه جدید و دقیق تر محقق بداند در چه مواردی در کدام محل تحقیق با چه نوع پاسخگویی، چه سئوالاتی برای پاسخگویان نامفهوم بوده و با چه جمله بندی بهتر قابل فهم می باشد » ( رفیع پور، 1370 : 305 ).

ترتیب سئوالات در روند مصاحبه تاثیر گذار می باشد و اگر سئوالات با روال منطقی طراحی شده باشد به نحوی که رشته افکار پاسخگو از بین نرود طبیعی است که مصاحبه گر می تواند اطلاعات بیشتری را کسب نماید ولی اگر نحوه ترتیب سئوالات مانع روانی سیر مصاحبه گردیده و مصاحبه شونده را دچار تشتت و آشفتگی فکری نماید و به اصطلاح « از این شاخه به آن شاخه پریدن » باشد ضمن صرف وقت و انرژی زیاد از مصاحبه گر و مصاحبه شونده در کسب اطلاعات مورد نظر نیز خلل ایجاد می نماید. به همین جهت اگر ضرورت احساس گردد « پرسشگر می تواند ترتیب سئوالات را تغییر داده و آنرا با رشته سخن و فکر پاسخگو

تطبيق دهد» ( رفيع پور، 1370: 306 ) .

### 3 - مصاحبه استاندارد :

« در مصاحبه بسته يا محدود نه تنها موضوعاتي كه پرسشگر بايد مطرح كند از قبل معين شده اند بلكه اين موضوعات به طور دقيق رده بندي گرديده اند پرسشگر ناچار است هريك از موضوعات را در جاي خود طرح كند و هيچ يك را به سليفه خود بر ديگري مقدم ندهد . علاوه بر اين در مصاحبه هاي محدود پرسشها از قبل در قالب كلمات معين قرار مي گيرند پرسشگر محدود است هر پرسش را با كلماتي مخصوص و يكسان طرح كند و از پاسخگو بخواهد كه هر يك از سئوالها را به طور دقيق و مختصر پاسخ گويد . اين نوع مصاحبه داراي برنامه اي ساخت يافته است «(ساروخاني، 73: 5-214).

در اين مصاحبه « پاسخگو يا موظف است كه فقط از بين پاسخ هاي از پيش تعيين شده يكي يا بيشتر را انتخاب نمايد و يا پرسشگر پاسخ پاسخگو را در يكي از طبقات جوابهاي پيش بيني شده ( با زدن علامت) جاي مي دهد » ( رفيع پور ، 1370 : 307 ).

بر خلاف مصاحبه هاي باز يا نيمه استاندارد كه دست محقق جهت تغيير در سئوالات و ترتيب آنها و يا تفهيم سئوالات براي پاسخگو از آزاديهاي برخوردار بود در اين مصاحبه و سئوالات آن « پرسشگر به هيچ وجه اجازه ندارد كه در متن سئوالات و يا پاسخ هاي پيش بيني شده تبديلي دهد ، حتي در صورتيكه پاسخگو سوال را نفهمد در اينگونه موارد او حداكثر مي تواند يك بار همان متن را با همان طرز بيان قبلي (بدون تغيير ) تكرر كند «(رفيع پور ، 1370:308). و حتي « پرسشگر موظف است كه ترتيب سئوالات در پرسشنامه را حفظ كند و در آن تبديلي ندهد . زيرا ترتيب سئوالات و چگونگي تاثير آنها برروي يكديگر بطور نسبتاً دقيق حساب و تنظيم شده است ، گاه برخي از سئوالات پيش در آمدي هستند براي سئوالات بعدي و گاه براي آنكه سئوالات برروي يكديگر تاثير نگذارند ، سئوالات ديگري بين آنها جاي داده شده است «(رفيع پور ، 1370:310).

در مصاحبه با ساختار و منظم « سئوالهاي همانند به يك طريق و ترتيب به هر آزمودني عرضه مي شوند و انتخاب پاسخهاي جانشيني به فهرست از پيش تعيين شده محدود مي شود . حتي توضيحات مقدماتي و پاياني يكساني نيز به كار مي روند "(بالد بي، 1373: 203).

عليرغم همه محدوديت هاي موجود در اين نوع از مصاحبه ، مي توان تصريح كرد كه قابليت تعميم يافته هاي بدست آمده با اطمينان بيشتر

امکان پذیر بوده و علمی بودن آن بیشتر از مصاحبه های بی ساختار می باشد و به همین جهت در جمع آوری اطلاعات کمی امکان مقایسه و بکار بردن شیوه ای یکسان از بقیه انواع مصاحبه سرآمد بوده و در عین ریزه کاریهای موجود در تهیه و تنظیم مصاحبه مذکور نتایج بدست آمده قابل اتکا بوده و از قابلیت تعمیم بیشتر برخوردار می باشد .

#### 4- مصاحبه با صاحب نظران و متخصصان

متخصصان و افراد صاحب نظر در مورد موضوعاتی که در آن زمینه دارای تجربه و تخصص می باشند دارای اطلاعاتی می باشند که امکان کسب آن اطلاعات از اشخاص دیگر میسر نمی باشد ، به همین جهت مصاحبه با این اشخاص در امر تحقیق دارای اهمیت بوده و می تواند در پیشبرد تحقیق موثر باشد . پس در مصاحبه با صاحب نظران « مصاحبه کننده داده ها را از اشخاصی جمع آوری می کند که دانش یا دیدگاه ویژه ای دارند که از طریق دیگران قابل حصول نیست» (گال ، 1386: 525).

صاحب نظران علاوه بر اینکه اطلاعات منحصر به فردی در خصوص دانش خودشان دارند از مزیت دیگری نیز برخوردار هستند و آن اینست که آنها « اغلب نسبت به سایر اعضای تحقیق از مهارت بهتری در گفت و شنود دارند» (گال ، 1386: 525). لیکن باید در نظر داشت که صاحب نظران امکان دارد در طول مصاحبه با توجه به جنبه هاب 1- نحوه شرکت 2- گرایشها 3- سلسله مراتب 4- سطح بیان 5- سبک کلام و 6- مختصات ظاهر صدا ، یکی از نقشهای زیر را از خویش بروز دهند . او یا رفتاری روشنفکرانه در مواجهه با مصاحبه گر در پیش میگیرد و یا اینکه رفتار روشنفکر متظاهر را از خود به نمایش می گذارد که هر کدام رفتارهای مختص به خود داشته و لازم است مصاحبه گر با این جنبه های رفتاری آشنایی داشته تا بتواند بر سیر مصاحبه و مراحل اجرای آن تسلط کافی داشته باشد .

#### 5- مصاحبه گروهی

نوعی از مصاحبه که در بین محققان توسعه و گسترش یافته و روز به روز میزان استفاده از آن شیوع پیدا می کند مصاحبه گروهی می باشد . این نوع از مصاحبه از آن جهت حائز اهمیت می باشد که انسانها عموماً در جمع های کوچک راحت تر و راغبتر به بیان دیدگاههای خویش می پردازند . یعنی در زمان انجام مصاحبه افراد مصاحبه کننده نسبت به بیان احساسات خویش رغبت بیشتری از خود نشان می دهند . رغبتی که شاید در تعاملات دو نفره احتمال ابراز آنها به شدت کاهش پیدا می کند .

پس می توان در تعریف مصاحبه گروهی عنوان کرد که مصاحبه گروهی

عبارت از « مصاحبه اي است با گروه كوچكي از افراد در باره يك موضوع خاص. اين گروه معمولاً از شش تا هشت نفر تشكيل مي شود و مصاحبه بين يك و نيم تا دو ساعت به طول مي انجامد »(فليك، 1387: 212).

در اين روش « وظيفه اصلي مصاحبه گر اين است كه مانع آن شود كه يك نفر يا بخشي از گروه به مصاحبه و به اين ترتيب بر كل گروه مسلط شوند . علاوه بر اين ، مصاحبه گر بايد اعضايي را كه ساكت اند به شركت در مصاحبه تشويق و نظرات آنها را نيز اخذ كند . همچنين بايد تلاش كند تا پاسخ كل گروه را براي پوشش هر چه بيشتر موضوع مصاحبه به دست آورد» (فليك، 1387: 212).

«خلاصه آنكه مهم ترين مزايای مصاحبه گروهی عبارت است از : كم هزینه و سرشار بودن از اطلاعات ، تشويق شركت كنندگان به پاسخ گویی، كمك ياد آوري رویدادها ، كمك براي دست يابی به پاسخي وراي پاسخ يك مصاحبه شونده تنها »(فليك، 1387: 213).

نكات مهم در موردانجام مصاحبه

تکلم با زبان شخص مصاحبه شونده

آشنائي مصاحبه گر با اهداف و روش طبقه بندي و ارزش گذاري پاسخها

دخالت ندادن تمايلات شخصي مصاحبه گر

ايجاد شرايط يكسان براي همه

كسب اجاره درهنگام استفاده از دستگاه ضبط صدا

جلب اعتماد مصاحبه شونده

رعايت مقام وموقعيت اجتماعي افراد

بيان توضيحات كافي قبل از شروع مصاحبه

ارائه آموزش به مصاحبه گران پيش از انجام مصاحبه

مزايای مصاحبه

قابليت استفاده براي كم يا بي سوادان و كودكان و بيماران

امكان روشن كردن مفهوم سوالات

در مقایسه با مشاهده بدست آمدن درصد بیشتری از پاسخ ها  
معایب مصاحبه

وقت گیر و پرهزینه

در مقایسه با روش مشاهده ثبت وقایع ناقص تر است  
طبقه بندی و تجزیه و تحلیل اطلاعات درهنگامی که سوالات باز هستند  
مشکل است

دخالت دادن نظرات شخصی

\* نمایه سازی :

به ثبت و ضبط محتوای اطلاعاتی مدارک با استفاده از روشهای گوناگون،  
به منظور سازمان دادن اطلاعات به قصد سهولت بازیابی «نمایه سازی»  
گفته می شود

\* هدف نمایه سازی :

هدف نمایه سازی افزایش میزان دسترسی مراجعه کنندگان به مطالب  
موضوعی مورد جستجو است. از این لحاظ ممکن است که نمایه سازیها  
بسته به جامعه استفاده کننده و نیازهای اطلاعاتی آنها با هم متفاوت  
باشند. گزینش مواد از میان مطالب منتشره، توجه به موضوعی خاص،  
سوگیری زبانی، توجه به مدرک و منبعی خاص و... از جمله عواملی  
هستند که می توانند بر هدف نمایه سازی تأثیر بگذارند

\* کارکرد نمایه سازی :

نمایه سازی عموماً سه کارکرد عمده دارد:

• محتوای اطلاعاتی مدارک را فشرده می سازد.

• به عنوان واسطه برای تطبیق و یکسان سازی زبان مدرک و زبان کاوش  
به کار می رود.

• به عنوان ابزاری کارا، بر شیوه تدوین راهبردی کاوش در جستجوی  
اطلاعات نظارت دارد.

\* نمایه موضوعی :

ساخت و پرداخت زمینه های اطلاعاتی مدرک که بار موضوعی دارد و

دست‌رسی بر مدارک را از طریق موضوع امکان‌پذیر می‌سازد «نمایه موضوعی» خوانده می‌شود.

### تعریف چکیده

**چکیده : Abstract :** خلاصه ایست از یک نوشته که شامل فشرده تمام مطالب مهم یا فشرده قسمتهای ویژه یا فهرستی از محتوای آن نوشته باشد گاهی شامل اصطلاحات وکلید واژه های متن است.

### چکیده نویسی: Abstracting

عمل تهیه خلاصه کوتاه از یک کتاب ،جزوه یا مقاله که شامل نکات اساسی آن باشد را می‌گویند و شامل یک سری فعالیت‌های زنجیره ای است که طی آن اطلاعات موجود در مدرک در ابعاد کوچکتری ارائه می‌شوند. برای رسیدن به این هدف انجام دو فرآیند ضروری است:

هرس متن یا حذف اضافات : یعنی حذف نکات غیر ضروری و حفظ نکات ضروری.

عصاره گیری متن: یعنی رسیدن به اصل مفهوم محتوای مدرک

### انواع چکیده بر حسب لحن

#### چکیده تمام نما : Informative ABstract

تا حد امکان اطلاعات روشنی از مباحث کمی و کیفی مندرج در مدرک ارائه می‌کند، طولانی‌تر از سایر انواع چکیده است . طول چکیده تمام نما باید متناسب با نوع و محتوای مدرک باشد ، اما اغلب در مقاله های مجلات 100 تا 250 و در پایان نامه ها تا 500 واژه در نظر گرفته می‌شود. تهیه چکیده تمام نما اگر چه بر سایر انواع چکیده ارجحیت دارد اما بسیار وقت گیر و پرهزینه بوده و نیاز به مهارت خاص دارد.

#### چکیده راهنما : Indicative Abstract

چکیده ای است که اطلاعات کامل را نمی‌دهد، بلکه به یافته ها هدایت می‌کند و بیشتر تاکید بر نتایج است. و بیشتر برای ایجاد انگیزه برای مراجعه به متن می‌باشد.

#### چکیده تلفیقی: Compound Abstract

تلفیقی بین چکیده راهنما و تمام نما است و این مسئله با توجه به عدم

خلاصه شدن جداول و نمودار ها است که در چکیده تما م نما میسر نیست ولی می توان نتایج آن را توضیح داد.

#### چکیده انتقادی : Critical Abstact

علاوه بر معرفی محتوای مدرک به ارزیابی آن هم می پردازد ، بندرت از این نوع چکیده، استفاده می شود ، چون تهیه آن نیاز به مهارت در چکیده نویسی و داشتن تخصص موضوعی در سطح بالا را دارد . در این نوع چکیده ، چکیده نویس عقاید و نظریات خود را نیز بیان می دارد.

#### انواع چکیده بر حسب حجم

چکیده تلگرافی: Telegraphic Abstract خیلی کوتاه و در حد یک یا یک و نیم جمله است

چکیده عنوانی: Titular Abstact همان طور که پیش از این آمد به دلیل این که همیشه عنوان بیانگر متن نیست عنوانی ساختگی ایجاد می شود که جایگزین عنوان مبهم باشد.

چکیده عام: General Abstract نسبتا طولانی است و تا کنون استاندارد برای آن تهیه نشده است. بنابراین بستگی به سیاست پایگاه یا موسسه یا نشریه دارد

#### انواع چکیده بر حسب کاربرد

چکیده رشته مدار: برای حوزه ای خاص از دانش : مثلا ریاضیات

چکیده وظیفه گرا: برای کمک به فعالیت های کاربردی می باشد که یا مربوط به تخصص خاص یا بین رشته ای باشد. ( با توجه به تکلیفی که انجام می دهند)

چکیده سو گرفته : اغلب شکلی از چکیده وظیفه گرا است و قسمتی از محتوای سند را مورد بررسی قرار می دهد و بر آن تمرکز می نماید.

#### انواع چکیده بر حسب تهیه کننده

چکیده مولف: Autour Abstact بیشتر چکیده ها از این نوع هستند و موسسات ترجیح می دهند که خود مولف که مسلط به متن است چکیده را بنویسد که البته لزوما بهترین چکیده نیست.

چکیده حرفه ای یا تخصصی : Professional Abstract چکیده ای است که توسط افراد حرفه ای نوشته می شود که این کار به دلیل توجه به

یکدستی و جامعیت بیشتر می باشد.

چکیده نویسی دستی : توسط انسان انجام می شود.

چکیده نویسی ماشینی : تمام کار به وسیله رایانه است. نقاط دستیابی را نحو قرار می دهد. و معمولاً به دو روش انجام می شود.

**Key Method :** که حالت کلید واژه دارد که در یک حوزه مورد قبول است و به عنوان Subsystem در کنار سیستم اصلی نصب می شود و به آن می گوید که این کلمات را انتخاب کن و یک دستور که چگونه آنها را کنار هم قرار دهد و یک جمله بسازد و ساختار نحوی ایجاد کند.

**Cue method** به کلیدواژهها امتیاز می دهد و بر اساس فاصله بین کلمات و امتیازات داده شده کنار هم قرار می گیرد. پس توالی منطقی وجود ندارد و چکیده دستی بهتر است

در تهیه چکیده ، بخصوص اگر سازمانی بطور اختصاصی به این امر می پردازد ، داشتن شیوه نامه یا خط مشی مهم است و موارد زیر را باید لحاظ کنیم :

1. ذکر این پیش فرض که چکیده حاوی خلاصه کل مدرک است .
  2. تعیین اهداف چکیده نویسی .
  3. چکیده باید حاوی کلید واژه های متن اصلی باشد .
  6. تعیین نوع یا انواع چکیده مورد استفاده در چکیده نویسی .
  5. تعیین سطح علمی و مهارتی چکیده نویس یا چکیده نویسان
- گام های تهیه چکیده
6. تعیین اینکه چکیده های تهیه شده ویراستاری می شوند یا خیر .
  7. تعیین نوع حروف چینی، صفحه آرایی و مسائلی از این قبیل .
  8. تعیین محل درج اطلاعات کتابشناختی در ابتدا یا انتهای چکیده .
  9. تعیین جملاتی که نباید در چکیده بکار روند .
  10. رعایت نظم و ترتیب متن اصلی در چکیده
  11. تعیین مواردی که ذکرشان در چکیده مربوط به آثار پژوهشی و



تحقیقی یا سایر انواع متون ضروری است.

بعد از تعیین خط مشی ، برای تهیه چکیده بایستی :

1. مرور متن اصلی و نه فقط مطالعه سرفصل ها
2. مرور مطالب به صورت حرفه ای و تخصصی به این معنی که باید توجه کنید آیا متن اصلی از انضباط و هماهنگی مطالب برخوردار است و آیا مطالب آن طور که باید باشد از کل به جزء هست؟
3. یافتن جمله اصلی و خط کشیدن زیر آن .
4. این کار را در پاراگراف های بعدی و متن اصلی تکرار می کنیم
5. در این مرحله بعضی جملات را حذف و با ایجاد ارتباط کامل، متن جدیدی به نام چکیده بدست می آید که منطبق بر متن اصلی است.

**\* فهرست نویسی:**

در علوم کتابداری و اطلاع رسانی، فهرست نویسی به فرآیندی گفته می شود که برای آماده سازی یک کتاب، یا یک مجموعه مکتوب، یا چند رسانه ای انجام می شود تا دستیابی سریع و صحیح به آن کتاب یا مجموعه میسر شود

هدف اصلی فهرست نویسی، برقراری نظم است که به کمک آن هم کتابدار و هم مراجعه کننده بتوانند به سهولت و صحت، کتاب مورد نیاز خود را از میان کتابهای موجود در کتابخانه بیابند البته در اغلب کتابخانه ها، سعی می شود کتابهای هم موضوع در کنار یکدیگر قرار گیرند به هر یک از موارد اطلاعاتی که برای توصیف کتاب شناختی مشخصات یک کتاب ذکر می شود یک شناسه گویند. فهرست نویس ها توصیفات لازم در شناسه ها را می نویسند. افزون بر شناسه نویسی معمولاً امور رده بندی و تعیین موضوع نیز بر عهده فهرست نویس است در کتابخانه ملی ایران برای هر کتاب یک فهرست نویسی پیش از انتشار صورت می گیرد که به اختصار فیبا نامیده می شود. فهرست نویسی در حقیقت تلاش در جهت ایجاد برگه ای است که مراجعان را به منابع مورد نظر خود برساند برگه فرست کتاب در واقع حکم شناسنامه کتاب را دارد. که این شناسنامه بایستی در سراسر جهان به یک شکل تهیه شود. به عبارتی دارای استاندارد بین المللی است

فهرست نویسی دارای مراحل ذیل است:

## 1- فهرست نویسی توصیفی

## 2- فهرست نویسی تحلیلی

فهرست نویسی توصیفی باید مطابق با قواعد فهرست نویسی انگلو امریکن انجام گیرد. و شامل سرشناسه (نام پدید آور اثر یا در مواردی خاص که پدیدآور اثر مشخص نیست عنوان اثر) می باشد (عنوان کامل اثر)، (نوبت ویرایش)، (نوع ماده "کتاب، CD و سایر شکل های منابع کتابخانه ای)، (تعداد صفحه یا تعداد جلد)، (وضعیت تصویر)، و ... فهرست نویسی تحلیلی موضوع مواد (کتاب، و منابع غیر کتابی) مطابق با سرعنوانهای موضوعی فارسی (برای کتابهای فارسی) یا سرعنوانهای موضوعی کتابخانه ملی پزشکی کنگره MASH برای کتابهای لاتین تعیین میشود و در بخش تحلیلی کارت شناسه کتاب آورده میشود

محیط های نگهداری اطلاعات :

اماکن فیزیکی نگهداری اطلاعات ، اسناد و کتابها معمولاً دارای ویژگی های خاصی هستند به گونه ای که امنیت محیط و حفاظت از آثار در مقابل حوادث طبیعی و غیرطبیعی و دستبردهای غیرمجاز حفظ شود . معمولاً کتابخانه بالاترین گنجیه می باشد . کتابخانه ها ، آرشیوها ، مراکز اسناد ، موزه ها و گالریهای هنری و Data center ها محیط های فیزیکی نگهداری اطلاعات هستند .

تاریخچه اینترنت :

1- جنگ سرد : امریکا و شوروی 1945 تا 1990

2- سفارش پنتاگون : MIT

3- راه اندازی آرپانت Aepanet – اینترنت متولد آرپانت

4- فاز نظامی

5- فاز دانشگاهی

6- فاز اقتصادی

7- فاز عمومی – 1990 – اختراع وب 1991 – www توسط تیم برتلی

اینترنت : اینترنت در سال 1969 در امریکا متولد شد . وزارت دفاع امریکا ( پنتاگون ) پروژه ای را به شرکت آرپانت سفارش داد و این شرکت به خاطر فعالیتهای کاملاً نظامی اینترنت را بوجود آورد . از سال 1969 تا

1991 کسی از اینترنت استفاده نمیکرد ولی از سال 1987 موسسات تحقیقاتی بزرگ از طریق اینترنت با هم ارتباط داشتند . ابداع وب در سال 1991 و عصر انفجار اینترنت و عمومی شدن آن از همان سال بود .

تاخیر ورود تاریخی روزنامه به ایران 250 سال بود و در سال 1825 اولین روزنامه به نام اخبار در ایران منتشر شد . و تاخیر ورود تلویزیون به ایران 25 سال ، ولی اینترنت بعد از حدود 2 الی 3 سال بعد از عمومی شدن برای اولین بار حدود سال 1372 در مرکز تحقیقات فیزیک نظری ایران از طریق یک پورت به دانشگاه وین وصل شد . و در سال 1376 استفاده از اینترنت عمومیت پیدا کرد .

**\* کاربرد ایمیل در جمع آوری اطلاعات :**

1- سرعت تبادل بالا

2- حجم اطلاعات

3- فرمت های مختلف

4- امنیت

5- هزینه

6- استفاده از سرویسهای مختلف

7- بازاریابی و تبلیغات

8- فراگیری

9- تبادل و انتقال اطلاعات

**\* مصادیق عملی کاربرد ایمیل در جمع آوری اطلاعات :**

1- ارسال فرم های نظر سنجی برای افراد

2- اجرای سیستم بدون کاغذ در مکاتبات اداری

3- اشتراک خبرنامه الکترونیک از طریق ایمیل

4- ارتباط با رسانه ها

5- استفاده از ایمیل توسط دفاتر خدمات ارتباطی

## 6- عضویت در گروه های ایمیلی

**\* چت روم و کاربرد آن در جمع آوری اطلاعات :**

چت روم یا اتاق گفتگو به فضای مجازی ای گفته می شود که افراد در آن با هم ارتباط برقرار میکنند. ایده ی چت روم نخستین بار از طرف یاهو،[و با نرم افزار یاهو مسنجر ایجاد شد که بعد ها سایت های زیادی این فضا را ایجاد کردند.

**\* موتورهای جستجو :**

جویشر یا موتور جستجو در فرهنگ رایانه، به طور عمومی به برنامه ای گفته می شود که کلمات کلیدی را در یک سند یا بانک اطلاعاتی جستجو می کند. در اینترنت به برنامه ای گفته می شود که کلمات کلیدی موجود در فایل ها و سندهای وب جهانی، گروه های خبری، منوهای گوفر و آرشیوهای FTP را جستجو می کند.

**الف - خبرنامه الكترونيك (درون سازماني و برون سازماني)**

**ب- گروه هاي خبري :** گروه هاي تخصصي از علوم و زمينه هاي مختلف هستند که درباره موضوعات خاص به تبادل اطلاعات با یکدیگر می پردازند .

**ج - SPAM**

**سوال :** نقش خبرنامه الكترونيك در جمع آوري اطلاعات براي مخاطبان درون سازماني و برون سازماني را تشریح فرمائید ؟

خبرنامه الكترونيك يكي از مهمترين فناوري اينترنتي است که در امر جمع آوري و انتشار اطلاعات براي مخاطبان درون سازماني و برون سازماني مورد استفاده قرار مي گيرد . با تبديل نسخه چاپي يا پرينتي بولتن ها ، نشریات و خبرنامه هاي سازماني به نسخه الكترونيك و ديجیتال مي توان سرعت انتشار را بالا برد ، در هزینه ها صرفه جويي کرد و پوشش فراگيرتری براي مخاطبان ایجاد کرد .

**وب سایت :**

يك پایگاه اينترنتي است که حجم اعظم اطلاعات موجود در اينترنت را در خود ذخيره کرده است . وب سایت را با **www** مي شناسند و مخترع آن تیم برنرلي مي باشد . در حال حاضر بیش از 5 ميليارد صفحه وب در

اینترنت وجود دارد . برای راه اندازی هر وب سایت به سه چیز نیاز داریم .  
1- هاست ( فضا ، میزبان یا کامپیوتر خدمت دهنده وب سایت ) 100 مگا  
بایت ، 100 هزار تومان 2- دامین (نام یا دامنه وب سایت ) . ir . org . com  
3 -net . gov (طرح یا قالب وب سایت )

کاربرد وب سایت در جمع آوری و پردازش اطلاعات :

1- انتشار سریع اطلاعات

2- جمع آوری اطلاعات و دیدگاه ها

3- ارتباط با مخاطب / مشتری

وبلاگ : وبلاگ يك صفحه اینترنتی است که به صورت رایگان در دسترس همگان بوده و امکان انتشار اخبار ، اطلاعات ، دیدگاه ها و علائق افراد در آن وجود دارد . وبلاگ ها یکی از مهمترین ابزارهای جمع آوری و انتشار اطلاعات در روابط عمومی ها هستند . در حال حاضر بیش از 70 میلیون وبلاگ در جهان ثبت شده که حدود 2 میلیون از آنها فارسی بوده . وبلاگ فارسی تا فاصله سالهای 83-84 رتبه چهارم جهان را دارا بوده و این رتبه اکنون به جایگاه 10 رفته .

الزامات عملی راه اندازی وبلاگ :

1- ثبت نام در يك سرویس دهنده وبلاگ رایگان

2- دریافت یوزر نیم و پسورد

3- انتشار اطلاعات

4- بازدید وبلاگ

کاربرد وبلاگ در روابط عمومی :

1- جمع آوری اطلاعات از طریق وبلاگ های منتشره

2- تحلیل محتوا و تحقیق بر اساس محتوای وبلاگ ( نویسندگان و کاربران ، نظرات )

3- انتشار اطلاعات با زبان صمیمانه تر و غیررسمی از طریق وبلاگ

چت روم ها : اتاقهای گپ و گفتگو هستند که در آنها دیدگاه ها ، علائق ، اخبار و نظرات شخصی افراد منتشر می شود . چت روم ها یکی از راه های مؤثر پی بردن به گرایشات افکار عمومی می باشد . چت روم ها

محبوب ترین سرویس اینترنتی در ایران هستند که دو دلیل اصلی آن محدودیت ای اجتماعی و سرعت پایین اینترنت در ایران است .

فروم ها : تالارهای گفتگو : بخشهایی از يك وب سایت هستند که از طریق آن سؤالات ، مشکلات و مسائل مختلف مطرح شده و توسط کاربران به آنها پاسخ داده شده است . مطالب فروم ها قابل جستجو ، قابل سرچ و قابلیت استناد دارد .

بانکهای اطلاعاتی :

مخزن ذخیره اطلاعات هستند که امکان نگهداری اطلاعات مختلف را بر اساس طبقه بندی گوناگون دارا می باشند ویژگی مهم بانکهای اطلاعاتی قدرت جستجوی هوشمند اطلاعات هستند .

دایرکتورها :

مجموعه ای از لینک های طبقه بندی شده اطلاعات هستند که به صورت شاخه ای و موضوعی بر روی وب قرار می گیرند و کاربران می توانند از طریق دنبال کردن این لینک ها به اطلاعات مورد نظر خود دست پیدا کنند . سایتهایی مانند گویا و یاهو سایتهای برجسته ای از دایرکتورها به شمار می روند . ( 2 نوع - عمومی و تخصصی)

سفارش به گوگل (سرچ در آینده) :

یکی دیگر از تکنیکهای پیشرفته جستجوی اطلاعات استفاده از سرویس [ulert.google](http://ulert.google) می باشد . در این سرویس محقق کلمات کلیدی مورد نظر خود را به گوگل سفارش داده تا در صورتی که در آینده اطلاعاتی در این باره تولید شد به ادرس ایمیل محقق ارسال شود .

جستجوی ترکیبی :

عبارت است از استفاده همزمان از چند روش و تکنیک کندوکاو اطلاعات تا در صورتی که یکی از روش ها ناموفق بود از سایر روش ها به اطلاعات مورد نظر دست یابیم .

بانک مقالات شخصی :

یکی از روشهای مؤثر بازیابی اطلاعات ایجاد يك بانک مقالات و اطلاعات شخصی بر روی رایانه شخصی شما می باشد . اطلاعات این بانک بصورت روزمره و در حین وب گردی های روزانه جمع آوری و ذخیره می شود . این اطلاعات می تواند بصورت طبقه بندی شده و یا بوسیله

ابزارهایی مانند گوگل رومیزی (desktop) بازیابی شود .

کتابخانه های دیجیتالی :

یا الکترونیکی شبیه کتابخانه های دنیای واقعی گنجینه ای از اطلاعات هستند که با مراجعه به آنها می توان حجم گسترده ای از اطلاعات را دریافت کرد . بزرگترین پروژه کتابخانه دیجیتالی جهان توسط گوگل و با مشارکت دانشگاه های بزرگ دنیا در حال انجام است . این سرویس در آدرس بوکس گوگل دات کام برای همه قابل دسترسی است .

ساختار موتور جستجو در گوگل :

اینترنت را یک زباله دان بزرگ دانسته اند که شاید اطلاعاتی که داخل این زباله دانی می رود ارزشی نداشته باشد و این عنکبوت گوگل یا ربات جستجو گر همه این اطلاعات یا به اصطلاح زباله ها را جمع میکند و اینها را در دیتا بیس یعنی بانکهای اطلاعاتی ذخیره میکند که البته ظرفیت این دیتا بیس 5 میلیون ترا بایت است . آن چیز که باعث بالا بودن رتبه گوگل می شود الگوریتم گوگل است . ( شاخصهای طبقه بندی اطلاعات ) الگوریتم یک رمز و یک راز برای گوگل است که هنوز کسی این را متوجه نشده است ولی بررسی ها نشان می دهد این رموزها عبارتند از : عناوین شاخصها بر اساس

1- محتوی یعنی آن سایتی که اطلاعات بیشتر دارد یعنی محتوی بر اساس حجم .

2- قدمت ، توجه میکند کدام سایت قدیمی تر است احتمالا آن سایت قدیمی محتوی بیشتری باید داشته باشد .

3- به روز رسانی سایتی که اطلاعاتش به روز است .

4- نظم یکی از اصول شش گانه توسعه در دنیا نظم است اگر سایتی دقیق به روز شده بود قابلیت بیشتری برای جستجو دارد .

5- کلمات کلیدی یعنی راجع به آن کلمه بررسی میکند این سایتها چقدر این کلمه را تولید کرده اند .

6- لینکهای درون و برون متنی ، هرچه مطلب بیشتر لینک داشته باشد یعنی مطلب مستند تر است .

7- گیرنده لینک ، در ارتباطات واژه ای داریم به نام سای تیش CITATION یعنی خود مقاله علمی مهم است ولی به این توجه میشود منابع دیگر و چه دانشگاههایی به مقاله شما رجوع کرده اند پس هرچه بیشتر به آن

سایت یا فرد رفرنس داده باشند ، آن سایت مهمتر است ( برای جستجو

8- بازدید ، تعداد بازدیدکننده در سایت alexa.com می توانیم در این سایت تعداد بازدید کنندگان خود را ببینیم .

9- ترکیب یعنی ترکیب همه این شاخصها با هم دیگر click stream یعنی مسیر کلیک یعنی این مسیر هایی که می رویم همه ثبت می شود یک سایت جدید Archive.org در این سایت کلیه مطالب حتی دلیت شده ها ثبت شده و می ماند این آرشیو با پتا بایت اندازه گیری می شود . اشلون schlone مرکزی است در نیوزلند که غیر از اینترنت تمام مطالب مخابراتی را ذخیره میکند .

سه زمینه طبق قوانین بین المللی فیلتر روی آن انجام می شود : 1- تجارت اسلحه 2- راجع به قتل 3- کورنوگرافی کودکان

بالاترین نفوذ در اینترنت را کشورهای اسکاندیناوی دارند . و پرسرعت ترین اینترنت دنیا را سوئد دارد . کره جنوبی سه سال است که رتبه اول دولت الکترونیک را دارد .