

# Investigation of sample size in qualitative sampling methods

Alireza Pakgozar<sup>1</sup>, Mohadeseh Khalili<sup>2</sup>

DOI: 10.22034/popsci.2021.286809.1090

## Abstract

Although the sampling method is very important in qualitative research, the issue of sample size selection is less studied and researchers usually determine their desired sample size or the researcher's theoretical saturation is the criterion. Using a systematic review technique in other articles, this article aims to summarize new materials and findings in the field of scientific sample size suitable for qualitative sampling methods and its critical evaluation. There are qualifications such as case study, ethnography, phenomenology, data foundation theory, focus group, reminder study. This study selected 27 non-random sampling methods to be used in the field of qualitative research and after introducing them, addressed the issue of selecting the minimum sample size for each method. The results of studies showed that in qualitative research methods, in addition to the fact that, like probabilistic sampling methods, a minimum sample size should be considered, much attention has been paid to the maximum number. The result of this study shows that the minimum sample size depends on the sampling method and there is no general criterion for it and the maximum sample size depends on the sampling method but does not exceed 30 unless the researcher aims to study in depth or between them. There is no big difference. In qualitative sampling, the criterion for determining the sample size is the theoretical saturation problem and like quantitative sampling methods, criteria such as sampling error and acceptance error of test hypotheses are not the basis for determining the sample size.

**Keywords:** Qualitative Research, Sample Size, Qualitative Sampling, Sampling Design, Improbable Sampling, Theoretical Saturation.

---

1. Department of Statistics, Payame Noor University, PO BOX 19395-3697 Tehran, Iran. Email: [a\\_pakgozar@pnu.ac.ir](mailto:a_pakgozar@pnu.ac.ir)

2. Department of Industrial Engineering, Meybod University, Yazd, Iran.

## بررسی اندازه نمونه در روش‌های نمونه‌گیری کیفی

علیرضا پاک‌گوهر<sup>۱</sup>، محدثه خلیلی<sup>۲</sup>

DOI: 10.22034/popsci.2021.286809.1090

نوع مقاله: علمی- پژوهشی تاریخ ارسال: ۱۳۹۹/۱۲/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۵

### چکیده

اگرچه روش نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی بسیار با اهمیت است اما مساله انتخاب اندازه نمونه (حجم نمونه) کمتر بررسی شده و پژوهشگران، معمولاً به صورت سلیقه ای اندازه نمونه مورد نظر خود را تعیین می‌کنند یا اشباع نظری محقق ملاک عمل قرار می‌گیرد. این مقاله با استفاده از تکنیک مرور نظام‌مند در مقالات دیگر، با هدف جمع‌بندی مطالب و یافته‌های جدید در حیطه علمی اندازه نمونه مناسب برای روش‌های نمونه‌گیری کیفی و ارزیابی نقادانه آن، نتایج مطالعات حوزه پژوهش‌های کیفی را درباره اندازه نمونه به تفکیک استراتژی‌های گوناگونی که در پژوهش کیفی وجود دارد نظیر مطالعه موردی، قوم‌نگاری، پدیدارشناسی، نظریه داده بنیاد، گروه کانونی، مطالعه یادآور نویسی ارائه می‌نماید. ما تعداد ۲۷ روش نمونه‌گیری غیر تصادفی که در حوزه تحقیقات کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرند انتخاب و پس از معرفی آنها به مساله انتخاب حداقل اندازه نمونه برای هر یک از روشها پرداخته‌ایم. مطالعات ما نشان داد که در روشهای پژوهش کیفی، علاوه بر آنکه بایستی مانند روش‌های نمونه‌گیری احتمالی حداقلی برای اندازه نمونه در نظر گرفت به تعداد حداکثری هم توجه زیادی شده است. به طوری که در استراتژی‌های پژوهش‌های کیفی حدود قابل تعریفی برای تعداد مشاهدات تعیین می‌شود. نتیجه این مطالعه نشان می‌دهد حداقل اندازه نمونه، به روش نمونه‌گیری وابسته بوده و ملاک عمومی برای آن وجود ندارد و حداکثر اندازه نمونه از ۳۰ مورد تجاوز نمی‌کند مگر آنکه هدف پژوهشگر مطالعه عمیق روی افراد نبوده یا بین آنها اختلاف فاحش وجود نداشته باشد. در نمونه‌گیری کیفی، ملاک اندازه نمونه اشباع نظری است و مانند روشهای نمونه‌گیری کمی معیارهایی مانند خطای نمونه‌گیری و خطای پذیرش فرضیات آزمون مبنای تعیین اندازه نمونه نیستند.

**کلمات کلیدی:** پژوهش کیفی، حجم نمونه، نمونه‌گیری غیر تصادفی، طرح نمونه‌گیری، نمونه‌گیری احتمالی

۱. استادیار، گروه آمار، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. Email: a\_pakgohar@pnu.ac.ir

۲. دکتری آمار، گروه صنایع، دانشگاه میبد، یزد، ایران.

معمولاً به این علت که شیوه تجزیه و تحلیل پژوهش‌های کیفی و کمی متفاوت هستند، به بعضی از رویکردهای آماری کمتر توجه می‌شود. از جمله، روش نمونه‌گیری که در اصل شامل اندازه نمونه و تکنیک انتخاب اعضای جامعه برای نمونه مورد نظر است، در تحقیقات کیفی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. اهمیت نقش اندازه نمونه و روش نمونه‌گیری استفاده شده هنگامی که هدف از یک پژوهش کیفی، تعمیم نتایج باشد، بسیار بیشتر می‌شود. بر این اساس، روش نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی نقش مهمی ایفا می‌کند.

در بسیاری از روش‌های کیفی، تعیین اندازه نمونه مورد مطالعه به شکلی به‌ظاهر دلخواه بوده و در طراحی روش نمونه‌گیری، منطق مشخصی ارائه نمی‌شود. بنابراین هدف مقاله، تعیین میزان حداقلی اندازه نمونه در روش‌های نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی در نظر گرفته شد.

### پژوهش کیفی

منظور از پژوهش کیفی عبارت است از هر نوع پژوهشی که یافته‌هایی را با شیوه‌هایی غیر از روش‌های کمی به دست می‌آورد. البته ممکن است در یک پژوهش کیفی با داده‌هایی سر و کار داشته باشیم که به شیوه آماری کمی به دست آمده باشند، اما تکنیک تجزیه و تحلیل به شکل کیفی باشد. همچنین روش پژوهش کیفی، اغلب به روش‌هایی گفته می‌شود که به منظور به دست آوردن داده‌های ذهنی به کار می‌رود (خداوردی، ۱۳۸۷). منظور از داده‌های ذهنی، اطلاعات خام و مفاهیمی است که افراد از روش‌های مختلف ذهنی (در مقابل عینی) درک می‌کنند. در مجموع، ماهیت پژوهش کیفی، کاملاً تفسیری بوده و مقصود آن، تأکید رابطه علی از طریق ابطال فرضیه مبتنی بر نبودن رابطه نیست؛ بلکه، برعکس، پژوهش کیفی تفسیرهای چند وجهی تجربه آدمی و رابطه تکرار شونده درون نظام‌های اجتماعی و فرهنگی را تشخیص می‌دهد (خداوردی، ۱۳۸۷).

نویسندگانی چون گال<sup>۱</sup>، بورگ<sup>۱</sup> و گال<sup>۲</sup>، پژوهش کیفی را به‌عنوان نوعی بررسی تعریف می‌کنند که "زمینه آن این مفروضه است که افراد، حقیقت اجتماعی را به صورت معانی و

1. Meredith D. Gall

تفسیرها می‌سازند، و این ساخته‌ها هم تابع شرایط و موقعیت و هم انتقالی است. روش‌شناسی مسلط آن کشف معانی و تفسیرهای فشرده در محیط‌هایی طبیعی به‌گونه‌ای است که موضوع آن داده‌های حاصل از استقرا تحلیل باشد" (هومن، ۱۳۸۵: ۱۴)

دلاور می‌گوید: پژوهش کیفی عبارت است از مجموعه فعالیت‌هایی (همچون مشاهده، مصاحبه، شرکت گسترده در فعالیت‌های پژوهشی) که هر کدام به نحوی محقق را در کسب اطلاعات دست اول درباره موضوع مورد تحقیق یاری می‌دهند. به این ترتیب، از اطلاعات جمع‌آوری شده، توصیف‌های تحلیلی، ادراکی و طبقه‌بندی شده حاصل می‌شود. در روش مورد بحث دسترسی به اطلاعات یعنی زندگی کردن با مردم مورد پژوهش یادگیری فرهنگ آنها - از جمله مبانی ارزشی، عقیدتی و رفتاری - زبان و تلاش برای درک احساسی، انگیزش‌ها و هیجان‌های آنها. محقق کیفی، رفتار اجتماعی را به این دلیل ادراک می‌کند که خود را به جای دیگران قرار می‌دهد (دلاور، ۱۳۷۴: ۲۵۵)

#### نمونه‌گیری در پژوهش کیفی

در حالی که تحقیقات کمی به اندازه کافی حجم نمونه بزرگ برای تخمین‌های دقیق کمی از نظر تولیدی نیاز دارد، نمونه‌های کوچک‌تر در تحقیقات کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرند. این به این دلیل است که هدف کلی نمونه‌گیری در تحقیق کیفی به دست آوردن اطلاعاتی است که برای درک پیچیدگی، عمق، تنوع یا زمینه اطراف یک پدیده مفید است، به جای این که جمعیت‌ها را همانند تحقیقات کمی نشان دهد (Gentles et al. , 2015).

بسیاری از محققان پژوهش کیفی ادعا می‌کنند که اندازه و طرح نمونه به تحقیقات کیفی ربطی ندارد. دلایل متعددی توسط این طرفداران مطرح شده است که طرح‌های نمونه‌گیری و ملاحظات اندازه نمونه در تحقیقات کیفی مرتبط نیستند. برای مثال، در تحقیقات کمی، اندازه نمونه و ملاحظات طراحی نمونه معمولاً با هدف تعمیم یافته‌ها و استنتاج‌ها از نمونه آماری به جمعیتی است که نمونه از آن گرفته شده است؛ در مقابل از آنجا که بیشتر تحقیقات کیفی با هدف ایجاد تعمیم آماری نیست، بسیاری از محققان پژوهش کیفی اظهار می‌کنند که اندازه

1. Walter R. Borg
2. Joyce P. Gall

نمونه و طرح‌های نمونه‌گیری در تحقیقات کیفی مسئله‌ای نیستند ( Onwuegbuzie & Leech, 2005).

دلیل دیگر، این است که آنها نمایانگر "روش‌شناسی" هستند، که با روایت‌گری واقعی در پژوهش‌های کیفی منافات دارد زیرا روش‌شناسی را می‌توان نوعی انتخاب پیش فرض و دفاع از روش‌های متداول دانست در حالی که در یک پژوهش کیفی، ما بدون در نظر گرفتن هرگونه پیش فرض کلی برای مورد خاصی اقدام به تحلیل و بررسی می‌نماییم (Janesick, 2000: 390).

ون مانن<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) به نقل از جنتلز<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۵) با تأکید بیشتر بر این که ایده رایج نمونه‌گیری ربطی به مساله پدیدارشناسی ندارد، می‌گوید: اصطلاح نمونه نباید به یک نمونه تجربی به عنوان زیر مجموعه‌ای از یک جمعیت اشاره کند. این استفاده از مفهوم نمونه‌گیری فرض می‌کند که هدف ما، تعمیم تجربی است و در یک روش پدیدارشناسی، غیر ممکن است (Van Manen, 2016, p352). با این حال، او اجازه می‌دهد که یک درک جایگزین از این اصطلاح، قابل قبول باشد: اما اصطلاح نمونه می‌تواند به مثال ریشه فرانسوی مربوط شود، که اهمیت پارادایمی دارد، همانطور که با اشاره به بیوتین دیک، آگامبن، فیدل و دیگران اشاره شده است (Van Manen, 2016, p352). برای اطلاعات بیشتر در این زمینه به (Gentles, et al. , 2015) ارجاع داده می‌شود. یاردلی<sup>۳</sup> به نقل از رابینسون<sup>۴</sup> معتقد است که نمونه‌گیری جهت برآورده کردن این معیار به صورت کامل وجود دارد: دقت زیاد، تا حدی بستگی به کفایت نمونه دارد و نه از لحاظ اندازه بلکه از لحاظ توانایی آن جهت فراهم کردن تمام اطلاعات لازم برای تحلیل جامع (Robinson, 2014).

لذا از آنجا که محققان پژوهش کیفی، دلیلی برای تعمیم نتایج نداشته یا دلیلی برای آنکه یک مطالعه یادآور نویسی<sup>۵</sup> را قابل تعمیم به کلیت جامعه نمی‌دانند، نتیجه‌گیری می‌کنند که طرح نمونه‌گیری و اندازه نمونه در پژوهش‌های کیفی مانند پژوهش‌های کمی حائز اهمیت نیست.

1. Van Manen
2. Gentles
3. Yardley
4. Robinson
5. Narrative Review

## اهمیت نمونه‌گیری در پژوهش کیفی

اما از آنجا که اگر یک پژوهش کیفی، قابلیت تعمیم‌سازی داشته باشد مطالعه ارزشمندتری خواهد بود، لازم است به اهمیت این موضوع واقف بوده و با انتخاب صحیح روش نمونه‌گیری و اندازه نمونه، قابلیت علمی تعمیم نتایج را به ساختار پژوهش خود بیفزاید. استیک<sup>۱</sup> در حمایت از این دیدگاه، خاطرنشان می‌کند که در مطالعات موردی، منعی برای تعمیم نتایج وجود ندارد بلکه هر مطالعه موردی را می‌توان نماینده اتفاقاتی دانست که هنوز نیامده و در موقعیت‌های دیگر تعمیم داده می‌شوند (Stake, 2000, p390).

اهمیت دیگر طرح‌های نمونه‌گیری و اندازه نمونه که معمولاً نادیده گرفته می‌شود چند بعدی بودن یک مطالعه است و نه تنها به موضوع پژوهش مربوط می‌شوند، بلکه به ماهیت مفهومی علم داده نیز مربوط می‌شوند. به عنوان مثال در داده‌های مستخرج از یک مصاحبه، بدیهی است که کیفیت مصاحبه یک ساعته با یک مصاحبه پنج دقیقه‌ای متفاوت است و به نوبه خود اطلاعات بیشتری را نسبت به مصاحبه پنج دقیقه‌ای استخراج می‌کند. بنابراین انتظار می‌رود که اگر یک محقق به تاریخ زندگی یک شخص علاقه‌مند باشد، در مقایسه با یک رویداد خاص از زندگی آن شخص، مصاحبه طولانی‌تری تهیه نماید. بنابراین، محققان پژوهش‌های کیفی باید در مورد اجزای طرح نمونه‌گیری از قبیل تعداد مصاحبه، تعداد گروه کانونی<sup>۲</sup>، و مدت زمان دوره‌ی مشاهده، تصمیم‌گیری کنند. این تصمیمات باید با هدف دستیابی به تعامل طولانی و مشاهدات مداوم اتخاذ شود (Lincoln & Guba, 1985). همین تعامل طولانی و مشاهدات مداوم، در برگزیده مفاهیم نمونه‌گیری کیفی هستند. طبیعی است اگر به اندازه کافی نمونه‌گیری نشود، کیفیت داده‌ها تحت تأثیر قرار گرفته و داده‌ها به اندازه کافی غنی نخواهند بود و در پیدا کردن معنی را دشوارتر عمل می‌کند (Onwuegbuzie & Leech, 2005).

بنابراین بر خلاف پژوهش‌های کمی که به دنبال فرمول تعداد نمونه و انتخاب یک روش نمونه‌گیری تصادفی هستند، محققان پژوهش‌های کیفی به‌جای تصمیم‌گیری در مورد تعداد افراد یک مطالعه و چگونگی انتخاب این افراد، درباره شرایطی که تحت این انتخاب انجام

1. Stake
2. Focus Groups

می‌شود، تصمیم‌گیری می‌کنند. می‌توان گفت که در یک مطالعه کیفی، نمونه‌گیری ممکن است یک روند تکرار شونده را نشان دهد، به ویژه در روش‌های مطالعاتی نظیر نظریه داده بنیاد<sup>۱</sup> و مردم‌شناختی<sup>۲</sup>. انتخاب اندازه نمونه و طرح نمونه‌گیری باید یک فرایند بازتاب فعال باشد که مبتنی بر عوامل بسیاری از جمله زمینه، روش جمع‌آوری داده‌ها مورد نیاز باشد. بدین ترتیب اگرچه در مورد تحقیقات کیفی و چگونگی انجام آن، اجماع کمی وجود دارد، اما توافق کلی وجود دارد مبنی بر اینکه هدف از تحقیق کیفی تعمیم بیش از یک نمونه به جمعیت نیست (Onwuegbuzie & Leech, 2004).

در مطالعه‌ای که اخیراً توسط خلیفه<sup>۳</sup> و سلیمان<sup>۴</sup> انجام گرفته است به بررسی کاربرد روش‌های نمونه‌گیری غیر تصادفی در مطالعه پدیده‌های مرتبط با هنر پرداخته است. در این مطالعه تأثیرات جمعیت‌های ناهمگن در تحقیقات مرتبط با هنر واکاوی گردیده است. مهم‌ترین نتیجه این مقاله این است که نمونه‌گیری غیر تصادفی در مطالعات مرتبط با هنر بهتر و اثربخش‌تر از استراتژی نمونه‌گیری تصادفی است زیرا نتایج مفیدی را برای جمعیت‌های ناهمگن به ویژه در مورد هنرمندان، آثار هنری و هنردوستان ارائه می‌دهد (Khalefa & Selian, 2021). با توجه به تمرکز مطالعات آزمایشگاهی و کلینیکی در حوزه پژوهش‌های پزشکی، بازن<sup>۵</sup> و همکاران به اهمیت و کاربرد روش‌های نمونه‌گیری کیفی در حوزه پزشکی پرداخته‌اند (Bazen, Barg & Takeshita, 2021). در مقاله داست<sup>۶</sup> و همکاران معیارهای مناسب در ارزیابی دقیق مطالعات کیفی بر اساس استانداردهای گزارش کیفی تحقیقات (SRQR) و معیارهای تلفیقی برای گزارش تحقیقات کیفی (COREQ) در زمینه پژوهش‌های پزشکی ارائه شده است. الیور<sup>۷</sup> در سال ۲۰۲۱ کتاب مفیدی در زمینه تحقیقات کیفی و پاسخ به سوالات پژوهشی محققان تالیف کرده است که در فصل ۴ به مبحث روش‌های نمونه‌گیری پرداخته شده است (oliver, 2021).

1. Grounded Theory
2. Ethnographic
3. Khalefa
4. Selian
5. Bazen
6. Dossett
7. Oliver

## روش‌شناسی پژوهش

یافته‌های این مقاله با استفاده از روش مروری و با انتخاب روش مرور نظام‌مند به دست آمده است. روش مرور نظام‌مند، یک شکل مرور منابع ساختاردار است که روی یک پرسش متمرکز بوده و سعی در ارائه پاسخ با استفاده از تجزیه و تحلیل همه شواهد معتبر موجود دارد. هدف اصلی مطالعه مروری پیش رو، جمع‌بندی مطالب و یافته‌های جدید در حیطه علمی اندازه نمونه مناسب برای روش‌های نمونه‌گیری کیفی و ارزیابی نقادانه آن بود که یکی از پنج هدف اصلی در مقالات مروری به شمار می‌رود (Baumeister and Leary, 1998).

برای یافتن مستندات مرتبط با نگارش مقاله مروری با استفاده از کلمات کلیدی نظیر "Qualitative Sample size"، "Sampling in Qualitative Research"، "Designing sampling strategies for qualitative sampling"، "Overview of Determination of appropriate qualitative Sample Size"، "the Qualitative Methods Literature" و "اندازه نمونه غیراحتمالی"، "حجم نمونه پژوهش کیفی"، "اندازه نمونه‌گیری غیرتصادفی"، "محاسبه حجم نمونه" در پایگاه‌های تخصصی علوم نظیر گوگل اسکولار<sup>۲</sup>، بیس سرچ<sup>۳</sup>، پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی<sup>۴</sup> و علم‌نت<sup>۵</sup> در بازه زمانی شهریور ماه ۱۳۹۹ جستجوی محتوایی شد. در این بازه زمانی بیش از ۸۰ مستند علمی بررسی و با تمرکز مطالعه روی اندازه نمونه در روش‌های پژوهش کیفی و با توجه به معیارهای زیر مقالات مرجع برای استناد و مرور محتوایی استخراج شدند.

برای انتخاب مستندات مورد استفاده ابتدا عناوین یافت شده توسط موتور جستجو از نظر ارتباط موضوعی بررسی شدند. مطالب یافت شده در سه گروه درگاه اینترنتی، مقاله و کتاب تقسیم شدند. معیار انتخاب درگاه‌های اینترنتی بعد از ارتباط موضوعی، داشتن پسوند

1. Systematic review
2. <https://scholar.google.com>
3. <https://www.base-search.net>
4. <https://www.sid.ir/>
5. <https://elmnet.ir/>



دانشگاهی (ac) یا آموزشی (edu) بود. پس از بررسی این درگاه‌ها، مواردی که کامل‌تر از بقیه بودند به عنوان مرجع مورد استفاده، انتخاب شدند. مقالات نیز پس از بررسی عنوان، در مرحله بعد، از لحاظ میزان ارتباط کلمات کلیدی مقاله و چکیده با هدف پژوهش ارزیابی شدند. مواردی که به جای پژوهش کیفی و نمونه‌گیری غیر تصادفی و غیر احتمالی، مفهوم پژوهش کمی، نمونه‌گیری تصادفی یا احتمالی را در بر داشت یا آنکه به موضوع اندازه (حجم) نمونه پرداخته نشده بود از فهرست مراجع مورد بررسی حذف شد. در خصوص کتاب‌ها، معیار انتخاب، ارتباط موضوعی و در دسترس بودن بود. در مرحله سوم از مستندات منتخب فیش‌برداری شد. مطالب جمع‌آوری شده در سه حیطه "نمونه‌گیری کیفی و انواع آن"، "اندازه نمونه کیفی" و "طرح‌های نمونه‌گیری کیفی" تقسیم‌بندی و خلاصه‌سازی شد. در نهایت، در صورت نیاز نقد مطالب توسط نگارنده صورت پذیرفت.

### انواع پژوهش‌های کیفی

از آنجا که در انتخاب روش نمونه‌گیری نیازمند آگاهی از انواع روش‌های پژوهش کیفی بوده و برای هر یک شیوه نمونه‌گیری و تعداد نمونه مناسب تعیین می‌شود. در این بخش به انواع نظریه‌های پژوهش‌های کیفی می‌پردازیم.

در پژوهش کیفی استراتژی‌های گوناگونی نظیر مطالعه موردی، قوم‌نگاری، پدیدارشناسی، نظریه داده بنیاد، گروه کانونی، مطالعه یادآور نویسی و... وجود دارد.

۱) پدیدارشناسی<sup>۱</sup>: یک روش تحقیق کیفی است که هر چند نقطه شروع آن فلسفه است، ولی خیلی زود به رشته‌های علوم اجتماعی، روان‌شناسی و... نیز رسید. این روش تحقیق نظام‌مند و دقیق، یکی از رویکردهای تحقیق است، که به جلوه‌گری و نمایاندن ادراکات تجربه انسانی در مورد انواع پدیده‌ها می‌پردازد (امامی سیگارودی و همکاران، ۱۳۹۱).

۲) قوم‌نگاری یا مردم‌نگاری ریشه در انسان‌شناسی دارد و به معنای نوشتن درباره شیوه زندگی هر قوم یا اجتماع است. این راهبرد پژوهش را «بررسی میدانی» و «کار میدانی» نیز می‌نامند؛ زیرا کار میدانی بخشی اساسی از این شیوه پژوهشی است (پویا و ملکی، ۱۳۹۱).

۳) روش گروه کانونی یا متمرکز<sup>۱</sup>، شیوه‌ای برای جمع‌آوری داده‌های کیفی است که افراد را در یک بحث گروهی غیر رسمی (یا چندین بحث) پیرامون موضوعی خاص یا مجموعه‌ای از موضوعات وارد می‌کند. معمولاً به طور کلی پژوهشگران علوم اجتماعی و به طور ویژه محققان کیفی برای جمع‌آوری هم‌زمان داده‌ها از تعدادی از افراد، به تشکیل گروه‌های کانونی مبادرت می‌ورزند (حسینی، ۱۳۹۴: ۱۴).

۴) مطالعه موردی یا موردکاوی، یکی از انواع روش‌های تحقیقی است که به مطالعه عمیق یک مورد، یک موضوع یا یک پدیده خاص می‌پردازد. در روش مطالعه موردی، برخلاف پژوهش‌های آزمایشی، پژوهشگر به دستکاری متغیر مستقل و مشاهده اثر آن بر متغیر وابسته نمی‌پردازد. همچنین مانند پژوهشگری که در تحقیق پیمایشی با انتخاب نمونه‌ای از یک جامعه درباره تعدادی از متغیرها به مطالعه می‌پردازد، با نمونه بزرگی از مشاهدات کار نمی‌کند. پژوهشگر مطالعه موردی، یک مورد انتخاب و آن را از جنبه‌های مختلف بی‌شمار بررسی می‌کند. این «مورد» می‌تواند یک «واحد» یا سیستم با حد و مرز مشخص و متشکل از عناصر و عوامل متعدد و مرتبط به هم باشد (سرمد و همکاران، ۱۳۷۶: ۸۶-۹۲).

۵) مطالعه یادآور نویسی<sup>۲</sup>: ثبت یادآورهای فکوره در مورد آن چیزی است که محقق از داده‌ها می‌آموزد. برکس<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۸) معتقد هستند: محقق از این طریق می‌تواند با پژوهش تعامل داشته و با داده‌ها ارتباط قوی برقرار کند و به معنایی نسبت به داده‌هایی که جمع‌آوری می‌نماید، حساسیت بالایی داشته باشد (رزاقی و همکاران، ۱۳۹۴).

۶) نظریه‌پردازی داده بنیاد یا نظریه پایه (بنیادی)، روش پژوهشی برای رشته علوم اجتماعی است و عنوان آن تولید نظریه از داده را برجسته می‌کند و این معنا را تأیید می‌کند که این روشی است که بر اساس و پایه داده‌ها به تولید نظریه می‌پردازد (دانایی فرد، ۱۳۸۶).

### اندازه نمونه در پژوهش کیفی

مساله اندازه نمونه به دو عامل اصلی بستگی دارد که شامل حداقل نمونه برای رسیدن به درجه دقت مطلوب برای نمونه و پرهیز از مشکلات تفسیر داده‌ها می‌شود. زیرا نتایج یک

1. Focus group
2. Memo sampling
3. Birks

بررسی نمونه‌ای همواره با عدم حتمیت همراه است و برای کاهش خطای نمونه‌گیری می‌کوشیم با نمونه‌های بزرگ‌تر کار کنیم. از سویی در بسیاری از موارد، حجم نمونه بزرگ می‌تواند خطای ناشی از نمونه‌گیری یا طراحی مطالعه را بزرگتر کند (Kaplan, Chambers and Glasgow, 2014). افزون بر آن، ممکن است هیچ مزیتی برای افزایش اندازه نمونه بیش از حد وجود نداشته باشد زیرا هزینه، وقت و تلاش لازم برای انجام تحقیقات را افزایش می‌دهد و ممکن است باعث کاهش دقت در اندازه‌گیری یا استخراج اطلاعات لازم بشود. علاوه بر آن، به‌طور خاص اندازه نمونه بزرگ در نمونه‌های تصادفی، در حالی که ضریب اندازه اثر بسیار کم است باعث کاهش معنادار مقدار احتمال و پذیرش فرضه ادعایی می‌شود.

در تحقیقات کیفی نیز اندازه نمونه‌ها نباید خیلی کوچک باشد زیرا باعث می‌شود دستیابی به درجه دقت مورد نظر نمونه‌گیری دشوار شده و قابلیت استنتاج نتایج برای کل جامعه از دست برود و در عین حال، نباید به اندازه‌ای بزرگ باشد که انجام تحلیل عمیق دشوار شود. قانون کلی در پژوهش کیفی این است که شما به نمونه‌گیری تا آنجا ادامه می‌دهید که اطلاعات جدیدی به دست نیامده یا دیدگاه جدیدی قابل دستیابی نباشد (Gentles et al., 2015; Elmusharaf, 2012).

بعضی از پژوهشگران، به طور کلی برای اندازه نمونه پژوهش‌های کیفی پیشنهاداتی ارائه داده‌اند. برای مثال، کوزل<sup>۱</sup> توصیه می‌کند که ۶ تا ۸ واحد نمونه‌گیری اغلب با انتخاب نمونه‌های همگن در تحقیقات کیفی در نظر گرفته شود و به طور کلی (بدون در نظر گرفتن شرط همگنی نمونه‌ها) تعداد ۱۲ تا ۲۰ واحد به عنوان اندازه حداقلی برای این نوع روش مطالعه پیشنهاد می‌کند (Kuzel, 1992). مورس<sup>۲</sup>، معتقد است: محققان پژوهش کیفی در تحقیقات که هدف آن شناخت جوهره تجربه است حداقل از ۶ شرکت کننده استفاده کنند (Morse, 1994). پاتون معتقد است که انتخاب اندازه مناسب نمونه، مستلزم معامله‌ای پاپاپای بین گستردگی تحقیق و عمق آن است. شیوه ایده‌آل وی در نمونه‌گیری این است که

---

1. Kuzel  
2. Morse

تا رسیدن به موردی زائد (موردی که پس از آن اطلاعات جدیدی به دست نمی‌آید) به انتخاب ادامه می‌دهیم (دهقان، ۱۳۹۴).

بسیاری از محققان این حوزه، اندازه نمونه را بر اساس استراتژی انتخاب شده در پژوهش کیفی، پیشنهاد داده‌اند که در ذیل به برخی از آنها پرداخته شده است.

### اندازه نمونه در پژوهش پدیدارشناسی

از دیدگاه کرزول، تعداد نمونه تحقیقات پدیدارشناسی حداکثر ۱۰ نفر باشد (Creswell, 1998). البته در این زمینه نمی‌توان قاطعانه نظر داد زیرا پژوهش کیفی در این زمینه بسیار انعطاف‌پذیر است و اشیاء، حرف اول را می‌زند. منظور از اشیاء به‌عنوان یک قانون کلی در پژوهش کیفی این است که شما به نمونه‌گیری تا آنجا ادامه می‌دهید که اطلاعات جدیدی به دست نیامده یا دیدگاه جدیدی قابل دستیابی نباشد.

### اندازه نمونه در پژوهش قوم‌نگاری

کرزول<sup>۱</sup> توصیه کرده است تعداد یک گروه با اشتراک فرهنگی در پژوهش‌های قوم‌نگاری مطالعه شود (Creswell, 2002). از سوی مورس، تقریباً ۱۰۰ تا ۲۰۰ واحد مشاهده برای مطالعات کیفی مردم‌نگاری توصیه می‌کند (Morse, 1994).

### اندازه نمونه در روش گروه کانونی

جانسون<sup>۲</sup> و کریستنسن<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) اظهار داشتند که گروه‌های کانونی معمولاً ۶ تا ۱۲ نفر را شامل می‌شوند. کروگر<sup>۴</sup> تعداد بین ۶ تا ۹ نمونه برای گروه کانونی پیشنهاد می‌دهد و معتقد است در گروه‌هایی که بیش از ۱۲ شرکت‌کننده دارد. بهتر است فرصت هر شخص را برای به اشتراک گذاشتن بینش و مشاهداتش محدود شود (Krueger, 2000:78). به عبارتی بنا بر نظر جانسون و کریستنسن، در صورتی می‌توانیم از تعداد نمونه بیشتری در مطالعات گروه‌های کانونی استفاده کنیم که بتوانیم زمان را در دوره‌های بحث کانونی مدیریت کنیم. از طرفی طبق گفته‌ی کروگر، گروه‌های کانونی باید به اندازه کوچک باشند تا همه افراد فرصت کافی داشته باشند. در حالی که لانگفورد<sup>۵</sup> و همکاران به‌علاوه مورگان<sup>۱</sup> تعداد ۶ تا ۱۰ فرد را

1. Creswell
2. Johnson
3. Christensen
4. Krueger
5. Langford

به عنوان اندازه نمونه ترجیحی برای مطالعات گروه‌های کانونی توصیه می‌کنند؛ مورگان معتقد است که گروه‌های کانونی با کمتر از ۶ شرکت کننده، ادامه بحث را دشوار می‌کند، و در عین حال، گروه‌هایی که بیش از ۱۲ عضو دارند، مدیریت زمان را برای یک مجری دشوار می‌کنند (Langford et. al, 2002; Morgan, 1997). مورگان همچنین اظهار می‌دارد که به طور معمول تعداد ۳ تا ۵ گروه متمرکز برای رسیدن به اشیاع کافی هستند.

بنابراین طبق یک جمع‌بندی اندازه نمونه در پژوهش گروه‌های کانونی حداقل ۶ مورد و با وسواس بسیار حداکثر ۱۲ مورد پیشنهاد می‌شود.

### اندازه نمونه در مطالعات موردی

از دیدگاه کروزل بهتر است در یک مطالعه موردی بین سه تا پنج مورد انتخاب شود (Creswell, 2002).

### اندازه نمونه در مطالعات یادآور نویسی

مورس تعداد ۳۰ تا ۵۰ مصاحبه یا مشاهدات را برای این نوع مطالعات پیشنهاد می‌دهد (Morse, 1994).

### اندازه نمونه در پژوهش نظریه داده بنیان

از دیدگاه کروزل بایستی در طی یک مطالعه نظریه داده بنیان مصاحبه با انتخاب ۲۰ تا ۳۰ نفر انجام شود (Creswell, 1998). وی در مطالعات تکمیلی این تعداد را به ۱۵ تا ۲۰ نفر تغییر داده است (Creswell, 2002). مورس، تعداد ۳۰-۵۰ مصاحبه را برای این نوع مطالعه پیشنهاد داده است (Morse, 1994).

همچنین برای برآورد اندازه نمونه بر اساس استراتژی‌های گوناگونی که در پژوهش‌های کیفی ارائه شد، در مطالعات گنتلس<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۵) پیشنهاداتی ارائه شده است که در جدول (۱) به آن اشاره گردیده است.

1. Morgan
2. Gentles

جدول ۱. برآورد اندازه نمونه انعطاف پذیر پیشنهاد شده

استراتژی	برآورد اندازه نمونه	نقل قول‌ها
نظریه داده بنیان	حداقل ۲۵ مصاحبه  بیشتر ۶ مصاحبه	"یک مطالعه کوچک با ادعاهای معمولی ممکن است باعث شود زودتر اشباع اعلام شود.... مطالعه ۲۵ مصاحبه ممکن است برای برخی از پروژه‌های کوچک کافی باشد، اما در صورت ادعای نویسنده در مورد مسائلی از قبیل ماهیت انسانی یا تعارض با تحقیقاتی که از پیش ثابت شده، دربارۀ اندازه مورد نظر بد بینی را به دنبال دارد." (چارماز <sup>۱</sup> ، ۲۰۱۴، ص. ۲۱۴).  "به ندرت اتفاق می افتد که به ازای انجام پنج یا شش مصاحبه یک ساعته، استراوس <sup>۲</sup> ، بتوان داده کافی برای رسیدن به اشباع فراهم آورد" (کوربین و استراوس، ۲۰۱۵، ص. ۱۴۰).
پدیدارشناسی تبیینی <sup>۳</sup>  پدیدار شناختی	کمتر از ۱۰ مورد، چنانچه در پی دنبال کردن عمیق هستید بیشتر از ۳۰ مورد چنانچه قصد دنبال کردن عمیق ندارید	تخمین‌ها با مثال‌هایی ارائه شده است (کوهن و همکاران، پدیدارشناسی: ۲۰۰۰، ص. ۵۶) وی گفت: "مصاحبه با حداقل پنج نفر این اطمینان را حاصل نمی کند که من در نمونه خود یک بازمانده داشته باشم، اما این کار می تواند شانس من را افزایش دهد. من می خواستم کمتر از ۱۰ را دنبال کنم، به این دلیل که می خواستم به جای اینکه توجه خودم را روی یک گروه بزرگ جلب کنم، بتوانم هر فرد مطلع را بیشتر دنبال کنم.... بررسی ادبیات مربوط به مراقبان بیماران در حال مرگ باعث شد که من باور کنم که این تجربه به شدت و تغییر پذیری روز به روز بیماران پیوند مغز استخوان نبود. بنابراین، اعتقاد داشتم می توانم از یک نمونه بزرگتر، حداقل ۳۰ مورد، استفاده کنم.  "در مورد تعداد افراد انتخاب شده، این به عوامل مختلفی بستگی دارد که باید در هر پروژه تحقیقاتی آزمایش شوند. من در تحقیق خودم از ۱۲

1. Charmaz
2. Corbin & Strauss
3. Hermeneutic Phenomenologh

<p>شرکت‌کننده استفاده کردم. (کولایزی<sup>2</sup>، ۱۹۸۷، ص ۵۸)</p>	<p><b>پدیدارشناسی توصیفی<sup>1</sup>:</b></p> <p>در حدود ۱۲ مورد.</p>	
<p>اگر کمتر از ۴ مورد یا بیش از ۱۰ مورد انتخاب شود، مزایای مطالعه چندموردی محدود خواهد شد. ... تعداد ۱۵ یا ۳۰ مورد منحصر به فرد بودن و تعامل بیشتری را برای تیم تحقیق و درک بهتر خوانندگان فراهم می‌کند. اما بسیاری از مطالعات چندموردی، به جهت مزایای خوبی که دارند، کم‌تر از ۴ مورد یا بیشتر از ۱۵ مورد هستند" (استیک<sup>3</sup>، ۲۰۰۶، ص. ۲۲).</p> <p>"تعداد مصاحبه شونده‌گان، روش‌ها، سیاست‌ها یا اقدامات موجود در یک مطالعه می‌تواند به راحتی در دامنه ۲۵ - ۵۰ واحد از این قبیل قرار گیرد..."</p> <p>که به "پیچیدگی موضوع مطالعه شما و عمق جمع‌آوری داده‌ها از هر واحد بستگی دارد" (یین<sup>4</sup>، ۲۰۱۱، ص. ۹۱)</p>	<p><b>مطالعه چندموردی:</b></p> <p>۴-۱۰ مورد</p> <p><b>مطالعه تک موردی:</b></p> <p>۲۵ - ۵۰ واحد</p>	<p><b>مطالعه موردی</b></p>

(Gentles et al. , 2015)

### طرح‌های نمونه‌گیری در پژوهش کیفی

قبل از اینکه به ویژگی‌های طرح‌های نمونه‌گیری بپردازیم، به ارائه روش‌شناسی طرح‌های نمونه‌گیری<sup>۵</sup> که برای پژوهشگران کیفی مهم است پرداخته می‌شود. این شیوه‌شناسی مبتنی بر کاربرد آنها در مقایسه داده‌ها است و عبارتند از:

(الف) طرح‌های نمونه‌گیری موازی<sup>۶</sup> که نمایانگر بدنه‌ای از طرح‌های نمونه‌گیری است که مقایسه معتبر دو یا چند زیر گروه مختلف را تسهیل می‌کند که از همان سطح مطالعه

1. Descriptive Phenomenologh
2. Colaizzi
3. Stake
4. Yin
5. Typology of Sampling Design
6. Parallel Sampling

استخراج می‌شوند. در بسیاری از تحقیقات، از یک جامعه چند نمونه انتخاب می‌کنیم. در حالت خاص، این نمونه‌ها باید به طور کلی یا جزء به جزء نظیر هم باشند. چنین نمونه‌هایی موازی یا هم‌تا خوانده می‌شوند. این طرح‌ها می‌تواند شامل مقایسه هر مورد با سایر موارد باشد (به عنوان مثال، طرح‌های نمونه‌گیری زوجی) یا می‌تواند شامل مقایسه زیرگروه‌های یک جامعه (یعنی طرح‌های نمونه‌گیری زیر گروهی) باشد.

(ب) طرح‌های نمونه‌گیری لانه‌ای (تودرتو)<sup>۱</sup>، طرح‌های نمونه‌گیری هستند که مقایسه معتبر دو یا چند عضو یک زیر گروه را تسهیل می‌کنند، در حالی که یک یا چند عضو زیر گروه نشان‌دهنده یک زیر نمونه از نمونه کامل است. هدف از این نمونه‌گیری فرعی، به دست آوردن نمونه‌ای از مواردی است که از آنها می‌توان اطلاعات بیشتری را استخراج کرد. به طور کلی، مدل مفهومی تغییرات لانه‌ای بر این پایه استوار است که جمعیت هدف را می‌توان در مراحل مختلف و بر اساس یک معیار معین، به طبقات یا سلسله مراتب معین و مشخص، تقسیم کرد. اولین طبقه جمعیت که در اولین مرحله طبقه‌بندی حاصل می‌گردد را می‌توان در مرحله دوم به زیر طبقات (زیر کلاس‌ها) دیگر تقسیم کرد. طبقات یا کلاس‌هایی که بدین ترتیب به وجود می‌آیند، در واقع، حاصل از طرح طبقه‌بندی (نمونه‌گیری) دو مرحله‌ای هستند. بدیهی است که عملیات تقسیم را می‌توان در مراحل بعدی نیز ادامه داد. هر مرحله، تشکیل‌دهنده طبقه‌ای از مشاهدات یا نمونه‌ها است و هر مشاهده، تنها و تنها متعلق به یک کلاس (لانه) در مرحله مربوط است. بنابراین، مطابق این نظریه، هر مشاهده، در برگیرنده تغییرات در مراحل مختلف است.

نمونه‌گیری تصادفی ممکن است برای طرح‌های نمونه‌گیری تو در تو مناسب باشد. علاوه بر این، نمونه‌گیری‌های هدفمند ذیل در نمونه‌گیری لانه‌ای کاربرد دارد: حداکثر تغییر، نمونه‌گیری از موارد بحرانی، نمونه‌گیری مبتنی بر نظریه، نمونه‌گیری نمونه معمولی، نمونه‌گیری هدفمند تصادفی، نمونه‌گیری تصادفی هدفمند چند مرحله‌ای و نمونه‌گیری هدفمند چند مرحله‌ای (Onwuegbuzie & Collins, 2007).

(ج) طرح‌های نمونه‌گیری چندلایه‌ای، نشان‌دهنده طرح‌های نمونه‌گیری است که مقایسه‌های معتبر دو یا چند زیر گروه را که از سطوح مختلف مطالعه استخراج می‌شوند، تسهیل می‌کند

## 1. Nested Sampling



(Onwuegbuzie & Leech, 2007). به عنوان مثال، یک محقق کیفی ممکن است علاقه‌مند به مقایسه ادراک دانشجویان نسبت به آزمون‌های استاندارد شده با استادان آنها باشد. نمونه‌های دانشجویان و استادان نوعی سلسله مراتب را نشان می‌دهد. به دلیل این سلسله مراتب، طرح‌های نمونه‌گیری و اندازه نمونه مورد استفاده برای سطح پایین و سطح بالاتر نمونه‌ها / نمونه‌های فرعی معمولاً یکنواخت نیستند. به عنوان مثال، از آنجا که دانش‌آموزان نمونه / زیر نمونه سطح پایین را نشان می‌دهند و استاد (های) آنها سطح عالی را نشان می‌دهد، صدای چندین دانشجو را می‌توان با صدای یک استاد مقایسه کرد. علاوه بر این، در حالی که مشارکت‌کنندگان دانشجویی (نمونه سطح پایین) ممکن است با استفاده از هر یک از طرح‌های نمونه‌گیری موجود انتخاب شوند، چنانچه استاد از بین هر یک از روش‌های نمونه‌گیری شامل نمونه‌گیری مناسب، نمونه‌گیری از موارد بحرانی، نمونه‌گیری از موارد مهم سیاسی یا نمونه‌گیری معیار یا با استفاده از معیار، انتخاب شود شرط محقق مبنی بر انتخاب استاد از نمونه سطح بالا فراهم می‌شود (Onwuegbuzie & Leech, 2007). در انتخاب اندازه نمونه، طرح‌های نمونه زیادی در اختیار محقق است و هر دو هنگام انتخاب نمونه کیفی، مختلط یا کمی. (Onwuegbuzie & Leech, 2005). تصریح می‌کنند که ۲۴ طرح نمونه وجود دارد، که یا به صورت تصادفی یا غیر تصادفی قرار می‌گیرند و همان طرح‌هایی هستند که بسته به هدف تحقیق، می‌توانند برای مقایسات ذکر شده در بالا مورد استفاده قرار گیرند.

### نمونه‌گیری احتمالی یا تصادفی

محققان کیفی قبل از تصمیم‌گیری در انتخاب روش نمونه‌گیری، باید تصمیم بگیرند که هدف از این تحقیق چیست؟ اگر هدف از این تحقیق، تعمیم تفاسیر به یک جمعیت باشد، باید نمونه‌ای انتخاب شود که شرایط تصادفی بودن روش و به اندازه کافی بزرگ بودن تعداد اعضای نمونه را رعایت کرده باشد (Creswell, 2002). در این شرایط، معمولاً یکی از پنج طرح اصلی نمونه‌گیری تصادفی انتخاب می‌شود که عبارتند از: تصادفی ساده<sup>۱</sup>، تصادفی طبقه‌ای<sup>۲</sup>، خوشه‌ای<sup>۱</sup>، منظم<sup>۲</sup> و تصادفی چند مرحله‌ای<sup>۳</sup>. لازم به اشاره است طرح‌های

1. Simple Random Sampling
2. Stratified Random Sampling

نمونه‌گیری تصادفی منحصر به روش‌های اشاره شده نیست و توضیح درباره آنها در منابع مختلف وجود داشته و از بحث مفصل در این باره اجتناب می‌شود.

نمونه‌گیری غیرتصادفی

این روش نمونه‌گیری که گاهی توسط محققان دیگر به عنوان نمونه‌گیری اربیب<sup>۴</sup> یا نمونه‌گیری غیراحتمالی معرفی شده است زمانی استفاده می‌شود که هدف پژوهش تعمیم نتایج نمونه به یک جمعیت خاص نباشد، بلکه به منظور دستیابی به بینش در مورد یک پدیده، افراد یا رویدادها به کار رود.

طرح‌های نمونه‌گیری غیر تصادفی

این روش نمونه‌گیری که گاهی توسط محققان دیگر به عنوان نمونه‌گیری اربیب<sup>۵</sup> یا نمونه‌گیری غیراحتمالی معرفی شده است زمانی استفاده می‌شود که هدف پژوهش تعمیم نتایج نمونه به یک جمعیت خاص نباشد، بلکه به منظور دستیابی به بینش در مورد یک پدیده، افراد یا رویدادها به کار رود. در تحقیقات کیفی معمولاً محقق به طور هدفمند افراد، گروه‌ها و شرایط پژوهش مد نظر خود را تعیین می‌نماید که بتواند به واسطه آنها درک بیشتری از پدیده کسب کند. به این ترتیب، متداول‌ترین روش نمونه‌گیری در تحقیقات کیفی، نمونه‌گیری هدفمند است (Creswell, 2002).

طرح‌های گوناگون نمونه‌گیری غیر تصادفی به سه دسته قابل تفکیک بوده و برای هر دسته روش‌های نمونه‌گیری خاصی پیشنهاد شده است که عبارتند از:

#### الف) نمونه‌گیری برای رسیدن به معرف بودن یا قابلیت مقایسه

۱. نمونه‌گیری هدفمند: در این روش، نمونه به صورت عمدی و غیر تصادفی برای دستیابی به یک هدف خاص انتخاب می‌شود. برای مثال ممکن است محقق بخواهد در یک گروه خاص افرادی را در دو انتهای یک طیف انتخاب کند تا از وجود تمام نقطه نظرات اطمینان حاصل کند یا ممکن است ترجیحاً افرادی را جمع‌آوری کند که در زمینه مورد نظر

1. Cluster Random Sampling
2. Systematic Random Sampling
3. Multi Random Sampling
4. Biased Sampling
5. Biased Sampling
6. Purposive (Judgmental) Sampling

بهترین آگاهی و تجربه را دارند. بنابراین در نمونه‌گیری مبتنی بر هدف، محقق افرادی را در نمونه قرار می‌دهد که فکر می‌کند برای مطالعه مناسب هستند. این روش عمدتاً زمانی به کار می‌رود که افراد دارای تجربه در یک مورد خاص، از نظر فراوانی تعداد کمی باشند.

۲. نمونه‌گیری هدفمند طبقه‌ای<sup>۱</sup>: این روش شبیه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای است. در این روش، ابتدا قالب نمونه‌گیری به اقسام مختلف جامعه تقسیم، سپس یک نمونه هدفمند از هر طبقه انتخاب می‌شود. این نوع طراحی می‌تواند مقایسه گروه را تسهیل کند. این روش با نمونه‌گیری حداکثر اختلاف<sup>۲</sup> اندکی تفاوت دارد (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱؛ جلالی، ۱۳۹۱).

۳. نمونه‌گیری ترکیبی هدفمند<sup>۳</sup>: این روش نمونه‌گیری شامل ترکیبی از چند نمونه‌گیری هدفمند است (جلالی، ۱۳۹۱). به‌عنوان مثال، محقق ممکن است با انتخاب دو نمونه شروع کند: یکی از طریق نمونه‌گیری از موارد شدید<sup>۴</sup> و دیگری با نمونه‌گیری از موارد بحرانی<sup>۵</sup>. سپس محقق می‌تواند نتایج حاصل از هر دو نمونه را با یکدیگر مقایسه کند (تقی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶).

۴. نمونه‌گیری تصادفی هدفمند<sup>۶</sup>: در این روش، محقق موارد را به‌طور تصادفی از قالب یک نمونه‌گیری از نمونه‌گیری هدفمند انتخاب می‌کند. در این روش، ابتدا فهرستی از افراد مورد علاقه برای مطالعه را با استفاده از یکی از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند به‌دست می‌آورد سپس به‌طور تصادفی تعداد دلخواه افراد را از این فهرست انتخاب می‌کند (Omona, 2013).

۵. نمونه‌گیری هدفمند چندمرحله‌ای<sup>۷</sup>: این روش نیز شامل انتخاب نمونه در چند مرحله است. نمونه‌گیری هدفمند چند مرحله‌ای با نمونه‌گیری هدفمند ترکیبی متفاوت است زیرا اولی همیشه متوالی است. درحالی‌که دومی به‌طور معمول شامل نمونه‌گیری هم‌زمان است

1. Stratified purposeful Sampling
2. Maximum variation sampling
3. Mixed purposeful Sampling
4. Intensify Sampling
5. Critical Case Sampling
6. Random purposeful Sampling
7. Multi-stage purposeful Sampling

که در آن یک نمونه زیر مجموعه نمونه‌های دیگر نیست ( Onwuegbuzie & Leech, 2007).

۶. نمونه‌گیری تصادفی هدفمند چند مرحله‌ای<sup>۱</sup>: این نمونه‌گیری شامل انتخاب نمونه در دو یا چند مرحله است که در آن مرحله اول تصادفی است و مراحل بعدی نیز هدفمند است. در این روش، مرحله اول اغلب شامل نمونه‌گیری خوشه‌ای است، در حالی که مراحل بعدی شامل یکی از طرح‌های نمونه‌گیری هدفمند فوق‌الذکر است (Onwuegbuzie & Leech, 2007).

نمونه‌گیری حداکثر تغییر<sup>۲</sup>: نمونه‌گیری حداکثر تغییر یکی از طرح‌های نمونه‌گیری هدفمند است که اغلب در پژوهش‌های کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این روش، طیف گسترده‌ای از افراد، یا گروه‌ها مانند نمونه‌گیری از قسمت‌های مختلف شهر با فرهنگ‌ها و کلاس‌های اجتماعی به صورت هدفمند انتخاب می‌شوند (جلالی، ۱۳۹۱) و باعث در نظر گرفتن کلیه عوامل تأثیرگذار در پدیده می‌شود (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱). این نوع از نمونه‌گیری مستلزم انتخاب مواردی است که از لحاظ عمده‌ای با یکدیگر تفاوت دارند و دامنه تغییرات پدیده مورد تحقیق را نشان می‌دهد. برای مثال، بررسی تجارب پزشکان، پرستاران و غیره در مورد مراقبت از بیماران مبتلا به آلزایمر (دهقان، ۱۳۹۴).

نمونه‌گیری سهمیه‌ای<sup>۳</sup>: در این روش، محقق در مورد خصوصیات و سهمیه اعضای نمونه منتخب تصمیم می‌گیرد. به عنوان مثال، یک محقق ممکن است بخواهد یک دین یا طبقه اجتماعی خاص را در این نمونه گنجانده بنابراین سهمیه هر یک را انتخاب کند. محقق سپس به‌طور هدفمند سوژه‌ها را متناسب با سهمیه‌های مشخص شده انتخاب می‌کند. محدودیت اصلی روش، این است که فقط افرادی که در آن زمان انتخاب می‌شوند امکان انتخاب دارند. نمونه‌گیری در دسترس<sup>۴</sup>: روشی است که در آن محقق از بین افراد یا گروه‌های موجود در دسترس و مایل به شرکت در پژوهش، نمونه خود را انتخاب می‌کند. همچنین به آن

1. Multi-stage purposeful Random Sampling
2. Maximum Variation Sampling
3. Quota Sampling
4. Available Sampling

نمونه‌گیری داوطلبانه<sup>۱</sup> و نمونه‌گیری راحت<sup>۲</sup> نیز گفته می‌شود. انتخاب هم‌کلاسی یا همسایه‌ها نمونه‌ای از این روش نمونه‌گیری است (Omana, 2013).

### ب) نمونه‌گیری موارد خاص یا یگانه

نمونه‌گیری موارد افراطی<sup>۳</sup>. در روش نمونه‌گیری عامدانه موارد افراطی یا نابهنجار، یک مورد دورافتاده یا پرونده‌ای که دارای یک یا چند ویژگی غیرمعمول یا خاص است مورد مطالعه قرار می‌گیرد. به عنوان مثال، در مطالعه عملکرد دانشجویان فارغ‌التحصیل، یک محقق می‌تواند بهترین و بدترین دانش‌آموزان کلاس را انتخاب کرده و دلایل عملکرد آنها را مقایسه کند (دهقان، ۱۳۹۴).

نمونه‌گیری از موارد معمولی<sup>۴</sup>: نمونه‌گیری از افرادی است که نماینده میانگین افراد جامعه می‌باشد. این شیوه نمونه‌گیری می‌تواند به طور ویژه در آزمون‌های مقدماتی برنامه‌های جدید سودمند باشد چرا که تدوین‌کننده برنامه انتظار دارد برنامه تدوین یافته برای اکثر قریب به اتفاق افراد هدف مؤثر باشد در غیر این صورت برنامه مقرون به صرفه نخواهد بود (جلالی، ۱۳۹۱).

نمونه‌گیری از موارد شدید<sup>۵</sup>: در روش نمونه‌گیری از موارد شدید یا موارد مطلوب محقق افراد یا گروه‌هایی را تجربه می‌کند که پدیده را به شدت تجربه کرده‌اند اما از لحاظ تعداد جزو افراد حداکثری جامعه نیستند (جلالی، ۱۳۹۱).

نمونه‌گیری مهم از نظر سیاسی<sup>۶</sup>: در اینجا، محقق با در نظر گرفتن وضعیت سیاسی موجود برای انتخاب مشارکت‌کنندگان، آگاهان مربوطه را انتخاب می‌کند که ممکن است نیاز به درج و حذف آنها داشته باشند زیرا آنها با موضوعات حساس سیاسی که در تجزیه و تحلیل انتظار می‌رود ارتباط دارند (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱).

1. Volunteer Sampling
2. Convenience Sampling
3. Extreme Case Sampling
4. Typical Cases Sampling
5. Intensify Sampling
6. Politically Important Sampling

نمونه‌گیری همگن<sup>۱</sup>: درمقابل نمونه‌گیری حداکثر تغییرات، نمونه‌گیری همگن شامل افراد یا گروه‌های مشابه برای درک عمیق از پدیده است (رنجیر و همکاران، ۱۳۹۱). این نوع نمونه‌گیری متمرکز، با کاهش تنوع، آسان کردن تحلیل یافته‌ها و مصاحبه در گروه‌های آسان شده بوده و به منظور بررسی عمیق جامعه‌ای است که نمونه از آن انتخاب شده است (جلالی، ۱۳۹۱).

نمونه‌گیری بحرانی<sup>۲</sup>: این نمونه‌گیری مستلزم انتخاب یک مورد واحد است چرا که به تعمیم نتایج این اجازه را می‌دهد که اگر موضوعی در یک مورد صدق کند در سایر موارد نیز صادق است. استفاده از این روش می‌تواند در پژوهش‌های مرتبط با برنامه‌های آموزشی و پدیده‌های مرتبط با آموزش مفید باشد (جلالی، ۱۳۹۱). این انتخاب زمینه آزمون قطعی یک نظریه، برنامه یا پدیده‌های دیگر را فراهم می‌سازد (دهقان، ۱۳۹۴).

نمونه‌گیری از موارد منفرد<sup>۳</sup>: این روش، نمونه‌گیری از مجموعه‌ای از موارد نادر است که به صورت تصادفی کشف می‌شوند. این روش نمونه‌گیری همواره مورد توجه پژوهشگران حوزه مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی بوده است. در این نمونه‌گیری، نمونه یا مورد دارای اهمیت ویژه‌ای فراتر از بعضی از ایده‌های کلی است (جلالی، ۱۳۹۱).

نمونه‌گیری از کارموردی تجمعی یا ابزاری<sup>۴</sup>: در این روش تعدادی از موارد انتخاب می‌شوند تا زمینه پژوهش مشخص شود (جلالی، ۱۳۹۱). این روش تقریباً مشابه روش نمونه‌گیری پیش‌آزمون<sup>۵</sup> در نمونه‌گیری‌های احتمالی است.

نمونه‌گیری از مورد ایده‌آل<sup>۶</sup>: پژوهشگر در این روش نمونه‌گیری دست‌ورالعملی را برای یک موقعیت توصیف می‌کند که می‌گوید وضعیتی ایده‌آل برای مشاهده پدیده مورد علاقه من است (جلالی، ۱۳۹۱).

1. Homogenous Sampling
2. Critical Cases Sampling
3. Unique Cases Sampling
4. Instrumental (Collective) Casework Sampling
5. Pre test Sampling
6. Ideal Case (Bell Weather) Sampling

### ج) نمونه‌گیری متواتر یا متوالی

نمونه‌گیری نظری<sup>۱</sup>: این روش که نمونه‌گیری مبتنی بر نظریه<sup>۲</sup> نیز گفته می‌شود زمانی به کار می‌رود که پژوهشگر به دنبال تجلیات واقعی سازه‌های نظری باشد. از آنجا که تا زمانی که محقق به مرحله اشباع نظری نرسیده باشد نظریه طرح شده فاقد اعتبار است و اشباع نظری نیز در فرایند نمونه‌گیری نظری رخ می‌دهد. نمونه‌گیری نظری در نظریه داده بنیاد عبارت از فرایند گردآوری داده‌ها به منظور خلق نظریه است تا به موجب آن تحلیل‌گر، پس از گردآوری، کدبندی و تحلیل داده‌ها تصمیم بگیرد که دقیقاً بایستی چه داده‌ای و از کجا گردآوری شود تا همزمان با تکوین نظریه، آن را توسعه بدهد. برای مطالعه بیشتر به (کلاکی، ۱۳۸۸؛ جلالی، ۱۳۹۱) و (Glaser, 1978) مراجعه شود.

نمونه‌گیری تأیید و عدم تأیید از موارد<sup>۳</sup>: این روش نمونه‌گیری اغلب پس از شروع جمع‌آوری داده‌ها استفاده می‌شود. اولی (اکتشافی) تمایل دارد تا تفسیر یافته‌ها را بهبود بخشد، درحالی که دومی (یعنی تأیید) تمایل به کمک به اعتبارسنجی داده‌ها دارد (Onwuegbuzie & Collins, 2007).

نمونه‌گیری گلوله‌برفی<sup>۴</sup>: گاهی نیز با عنوان نمونه‌گیری شبکه‌ای<sup>۵</sup> شناخته می‌شود و معمولاً پس از شروع جمع‌آوری داده‌ها، مورد استفاده قرار می‌گیرد. نمونه‌گیری گلوله‌برفی شامل درخواست از شرکت‌کننده‌هایی است که قبلاً برای مطالعه انتخاب شده‌اند تا سایر شرکت‌کنندگان را به مطالعه دعوت کنند. روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی در مواردی که دسترسی به افرادی که دارای ویژگی‌های مورد نظر محقق می‌باشند، مشکل است، مورد استفاده قرار می‌گیرد (نادری و همکاران، ۱۳۹۶). برای مثال مطالعه (Alam, 2020) با هدف بررسی روش مطالعه موردی با تشکیل سوالات، روش جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل و سپس چگونگی رسیدن به نقطه اشباع با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند و گلوله‌برفی بررسی نموده است.

1. Theoretical Sampling
2. Theory-based Sampling (operational construct sampling)
3. Confirming and Disconfirming Cases Sampling
4. Snow ball Sampling
5. Network Sampling

نمونه‌گیری معیار<sup>۱</sup>: در نمونه‌گیری معیار، افراد یا گروه‌ها انتخاب می‌شوند که دارای ویژگی یا معیار مدنظر هستند. مانند بچه‌های مورد استفاده قرار گرفته در یک مرکز درمانی نمونه‌ای از این انتخاب می‌باشد (جلالی، ۱۳۹۱).

نمونه‌گیری فرصت‌طلبانه<sup>۲</sup>: در این روش، محقق از فرصت‌ها در مرحله جمع‌آوری داده‌ها برای انتخاب پرونده استفاده می‌کند. این موارد می‌تواند نمایانگر موارد معمولی، منفی، بحرانی یا شدید باشد. این شکل از نمونه‌برداری به ویژه هنگامی مفید است که محقق نتواند یا مایل نیست قبل از استعلام هر پرونده‌ای را که در این تحقیق گنجانده شده اعلام کند (Johnson&Christensen,2004).

نمونه‌گیری از موارد انحرافی<sup>۳</sup>: نمونه‌گیری از آنهایی است که نماینده یافته‌های غیر معمول از پدیده مورد علاقه هستند (جلالی، ۱۳۹۱). بنابراین این روش به موارد غیر معمول یا خاص توجه دارد.

نمونه‌گیری با کار موردی داخلی<sup>۴</sup>: در این روش، مورد از قبل به صورت ویژه تعریف شده و انتخاب می‌گردد. چرا که شخص ویژه‌ای است که به سوال پژوهش، پاسخ می‌دهد (جلالی، ۱۳۹۱).

نمونه‌گیری مستمر<sup>۵</sup>: داده‌ها از اعضایی که دسترسی به آنها در طول زمان میسر است جمع‌آوری می‌شود. مثال: بررسی طول مدت شیردهی مادران به کودکان در شهر کرج (فشارکی و همکاران، ۱۳۸۱).

نمونه‌گیری پشت سر هم<sup>۶</sup>: در این روش، مواردی جمع‌آوری می‌شود تا مقدار اطلاعات جدید و تنوع موارد تکمیل شود و به سطح اشباع در اطلاعات مورد نیاز برسیم. در این روش نمونه‌گیری از یک نمونه یا گروهی از نمونه‌ها در فواصل زمانی معین داده‌های مورد نیاز جمع‌آوری می‌شود و به تحلیل داده‌ها می‌پردازیم؛ سپس در صورت نیاز سراغ گروه دیگری می‌رویم (جلالی، ۱۳۹۱).

1. Criterion Sampling
2. Opportunistic Sampling
3. Deviant Cases Sampling
4. Interistic Casework Sampling
5. Consequence Sampling
6. Sequential Sampling



## نتیجه‌گیری

اگرچه انتخاب روش‌های نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی انعطاف‌پذیرتر از روش‌های پژوهش کمی است و این انعطاف ناشی از ماهیت غیر قابل پیش‌بینی طرح در پژوهش کیفی است، اما پژوهشگران تمرکز خود را بر جمع‌آوری اطلاعات غنی از افراد نسبتاً محدود متمرکز کرده و به انتخاب طرح نمونه‌گیری مناسب و اندازه نمونه توجه کمتری دارند.

متخصصان پژوهش‌های کیفی درباره انتخاب محدوده مناسب اندازه نمونه راهنمایی‌هایی ارائه داده‌اند، لیکن درباره این‌که چگونه به این برآوردها رسیده‌اند توضیح علمی مشخصی ارائه نشده است. علاوه بر این، گاهی اندازه نمونه پیشنهادی، جمعیتی بیش از تعداد جامعه مورد مطالعه را شامل می‌شود. در حالی که در پژوهش‌های کمی، برآورد اندازه نمونه با در نظر گرفتن اندازه جامعه تخمین زده می‌شود و نسبت نمونه به جامعه رعایت شده است.

طرح‌های نمونه‌گیری اشاره شده به تناسب طرح با هدف و سوال تحقیق بستگی دارد. همچنین با توجه به اینکه آیا آنها قبل از شروع یا بعد از شروع جمع‌آوری داده‌ها اجرا شده‌اند، متفاوت هستند. بر اساس مطالب فوق، محققان کیفی، مانند محققان کمی، گزینه‌های نمونه‌گیری زیادی برای انتخاب دارند. بنابراین، درک طیف گسترده‌ای از طرح‌های نمونه‌گیری، احتمال تولید یافته‌هایی را افزایش می‌دهد که هم از نظر محتوا غنی هستند و هم از لحاظ دامنه فراگیر.

لذا می‌توان نتیجه گرفت روش تحقیق کیفی و به ویژه آشنایی با روش‌های نمونه‌گیری و دانستن اندازه نمونه مناسب به ازای انواع مطالعات کیفی، از جنبه‌های مهم و اصلی روش تحقیق است که محققان پژوهش‌های کیفی باید از آن استقبال کنند و به موضوع انتخاب اندازه نمونه و طرح‌های نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی، دقیقاً مانند پژوهش‌های کمی توجه اساسی داشته باشند.

آنچه می‌توان آموخت این است که دستورالعمل‌هایی در مورد انتخاب اندازه نمونه و انواع طرح‌های نمونه‌گیری وجود دارد که بعضاً به سختی توسط محققان کیفی اجرا می‌شود. و در صورت استفاده انتظار ارتقاء کیفیت و کارایی نتایج تحقیقات را خواهیم داشت. بر این اساس

پیشنهاد می‌شود محققان پژوهش‌های کیفی بایستی به مباحث نمونه‌گیری در قالب کارگاه‌های آموزشی و مقالات مرتبط بپردازند.

## منابع

- امامی سیگارودی، عبدالحسین؛ دهقان نیری، ناهید؛ رهنورد، زهرا؛ نوری، سعید علی. روش‌شناسی تحقیق کیفی: پدیدارشناسی. فصلنامه پرستاری و مامایی جامع نگر. ۲ (۶۸)، ۵۶-۶۳. پویا، علیرضا؛ ملکی، زینب. (۱۳۹۱). راهبرد کیفی پژوهش قوم‌نگاری: مفهوم، پارادایم، ویژگی‌ها و مباحث تکمیلی. *توسعه انسانی پلیس*. ۴۱، ۶۱-۸۷.
- تقی زاده، رضا؛ محمدی، وحید؛ آقایار ماکوئی، نگین. (۱۳۹۶). آشنایی با نمونه‌گیری و کاربرد در پژوهش‌های کمی و کیفی. *پنجمین کنفرانس بین‌المللی رویکردهای پژوهشی در علوم انسانی و مدیریت*.
- جلالی، رستم. (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی. *مجله تحقیقات کیفی در علوم سلامت*. ۴: ۳۱۰-۳۲۰.
- حسینی، مریم. (۱۳۹۴). *معرفی روش‌های گروه‌کانونی و کاربرد آن در تحقیقات*. مرکز پژوهش و سنجش افکار.
- خداوردی، حسن. *متدولوژی پژوهش کیفی*. ره آورد سیاسی. ۲۱، ۴۱-۶۲.
- دانایی‌فرد، حسن، امامی، سیدمجتبی. (۱۳۸۶). *استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد*. *اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)*. ۱ (2)، 97-69.
- دهقان، نرگس، روش تحقیق در معماری، محتوای آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد، ۱۳۹۴.
- رنجبر، هادی؛ حقدوست، علی اکبر؛ صلصالی، مهوش؛ خوشدل، علیرضا؛ سلیمانی، محمدعلی؛ بهرامی، نسیم. (۱۳۹۱). *نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع*. *مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ارتش*. ۳: ۲۳۸-۲۵۰.
- سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه. (۱۳۷۶). *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*. تهران: نشر آگه.
- فشارکی، محمد؛ داندن‌پور خامنه، عباس؛ عامری، احمد. (۱۳۸۱). *نمونه‌گیری و حجم نمونه در تحقیقات پزشکی*. طب و تزکیه. ۴۷: ۶۸-۷۲.

کلاکی، حسن (۱۳۸۸). نظریه بنیادی به مثابه روش نظریه پردازی. نامه پژوهشی فرهنگی. ۳(۶):۱۱۹-۱۴۰.

نادری، مهین؛ گلی، حمیده؛ قلجایی، فرشته (۱۳۹۶). گلوله برفی، روشی هدفمند در نمونه‌گیری تحقیقات کیفی، نشریه گام‌های توسعه در آموزش پزشکی، ۳(۴۱):۱۷۱-۱۷۹.

Alam, M. K. (2020). A systematic qualitative case study: Questions, data collection, NVivo analysis and saturation. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*.

Bazen, A., Barg, F. K., & Takeshita, J. (2021). Research Techniques Made Simple: An Introduction to Qualitative Research. *Journal of Investigative Dermatology*, 141(2), 241-247.

Baumeister RF, Leary MR. (1998). Writing narrative literature reviews. *Rev Gen Psychol*. 1(3), 311-320.

Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Creswell, J. W. (2002). *Educational Research: Planning, conducting, and evaluating qualitative and quantitative research*. New Jersey: Pearson Education: Upper Saddle River.

Dossett, L. A., Kaji, A. H., & Cochran, A. (2021). SRQR and COREQ Reporting Guidelines for Qualitative Studies. *JAMA surgery*.

Elmusharaf, K. (2012). *Qualitative sampling techniques*. Training Course in Sexual and Reproductive Health Research, Geneva.

Gentles, S. J., Charles, C., Ploeg, J., & McKibbin, K. A. (2015). Sampling in qualitative research: Insights from an overview of the methods literature. *The qualitative report*, 20(11), 1772-1789.

Glaser, B, 1978. *Theoretical Sensitivity*, Mail Valley: Sociological.

Johnson, B. & Christensen, L. (2004). *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed approaches* (2nd ed). Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.

Krueger, R. A. (2000). *Focus groups: A practical guide for applied research* (3rd ed.). Thousand Oak, CA: Sage.

Kuzel, A. J. (1992). Sampling in qualitative inquiry. In B. F. Crabtree & W. L. Miller (eds.), *Doing qualitative research*. *Research Methods for Primary Care*. Vol. 3, 31-44. Newbury Park, CA: Sage.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2000). Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed., pp. 163-188). Thousand Oaks, CA: Sage.



- Langford, B. E., Schoenfeld, G. & Izzo, G. (2002). Nominal grouping sessions vs. focus groups. *Qualitative Market Research*, 5: 58-70.
- Kaplan RM, Chambers DA, Glasgow RE. (2014) .Big data and large sample size: a cautionary note on the potential for bias. *Clin Transl Sci*. 7(4), 342-346.
- Khalefa, E. Y., & Selian, S. N. (2021). Non-Random Samples as a Data Collection Tool in Qualitative Art-Related Studies. *International Journal of Creative and Arts Studies*, 8(1), 35-49.
- Morgan, D. L. (1997). Focus groups as qualitative research. *Qualitative Research Methods Series*, 16. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Morse, J. M. (1994). Designing funded qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 220-235). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Oliver, P. (2021). *Using Qualitative Methods to Answer Your Research Question*. McGraw-Hill Education (UK).
- Omona, J. (2013). Sampling in qualitative research: Improving the quality of research outcomes in higher education. *Makerere Journal of Higher Education*, 4(2), 169-185.
- Onwuegbuzie, A. J. & Collins, K. M. T. (2007). A typology of mixed methods sampling designs in social science research. *The Qualitative Report*, 12 (2), 281-316.
- Onwuegbuzie, A. J. & Leech, N. L. (2004). Enhancing the interpretation of “significant” findings: The role of mixed methods Research. *The Qualitative Report*, 9,770-792.
- Onwuegbuzie, A. J. & Leech, N. L. (2005). The role of sampling in qualitative research. *Academic Exchange Quarterly*. September 22.
- Onwuegbuzie, A. J. & Frels, R. K. (2012). OSSREA Workshop: “Refresher Course on PhD Research Methodology Training in Social Sciences and Humanities”, September 17-22, Dar es Salaam.
- Robinson, O. C. (2014). Sampling in interview-based qualitative research: A theoretical and practical guide. *Qualitative research in psychology*, 11(1), 25-41.
- Stake, R. E. (2000). Case studies. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed.), pp. 435-454). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Van Manen, M. (2016). *Phenomenology of practice: Meaning-giving methods in phenomenological research and writing*. Routledge.