


**Focus Group**  
Nahal Riazi<sup>1</sup>

**Abstract**

Interview is a way for collecting data. There are kinds of interview and Focus Group is one of them. It's tried to bring the less imperfections. The four parts of Focus Group are: members, interaction, place and moderator. The interaction is the axial part of Focus Group and interview is shaped by interaction process that collects the useful data. Human part is the impressionistic one. Focus Group also needs to consider principles to lead to Legal Discourse. The last result is the reliable data.

Keywords: interview, interaction, conversation, Focus Group.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

<sup>1</sup> - PH.D. student in Sociology Azad University nahal870@hotmail.com

## مصاحبه گروهی

نهال ریاضی ۱

### چکیده

یکی از شیوه‌های گردآوری اطلاعات، مصاحبه است. مصاحبه انواع گوناگونی دارد و مصاحبه گروهی یکی از انواع آن است که سعی شده معایب مصاحبه را نداشته باشد. در مصاحبه گروهی عناصری قابل تشخیص‌اند که عبارتند از: اعضا، کنش متقابل، مکان، هماهنگ‌کننده و مجری. عنصر محوری مصاحبه گروهی کنش متقابل است. اصولاً در جریان تعامل مصاحبه شکل می‌گیرد، مسیر خود را می‌پیماید و به پاسخ‌ها ختم می‌شود. نقش هر یک از عوامل انسانی شکل‌دهنده مصاحبه گروهی تعریف شده است. به ویژه آن که عامل اصلی در شکل‌گیری کنش متقابل، عامل انسانی است. مصاحبه گروهی نیازمند رعایت اصولی است تا استمرار یابد. رعایت این اصول به ایجاد عقلانیت ارتباطی می‌انجامد و عقلانیت ارتباطی نیز به نوبه خود تولید پاسخ‌های معتبر را ممکن می‌سازد تا در نهایت اطلاعات مورد نیاز فراهم شوند. واژگان کلیدی: مصاحبه، کنش متقابل، گفت و گو، مصاحبه (گفت و گوی) گروهی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

### A Meeting with Someone to Discuss a Particular Subject.

در جامعه علمی ایران روش‌های تحقیق مورد توجه و علاقه افراد و صاحب‌نظران قرار دارد. نشر کتاب‌های گوناگون با موضوع روش‌های تحقیق گواه این مدعاست. در بسیاری از کتاب‌های مورد نظر «مصاحبه» نیز مورد توجه قرار گرفته و بعضاً فصلی را به خود اختصاص داده است.

دکتر فرامرز رفیع‌پور<sup>۱</sup> از مصاحبه به عنوان وسیله جمع‌آوری اطلاعات یاد می‌کند: «بدین ترتیب که: ۱. محقق، طی برنامه‌ای معین، ۲. به وسیله سؤالات مشخص و ۳. در پی سنجش هدف‌هایی - کم و بیش - مشخص می‌باشد.»

دکتر علی دلاور<sup>۲</sup> از تعریف کانل و کان استفاده می‌کند: «یک گفت و گوی دو نفره که از سوی مصاحبه‌گر، جهت کسب اطلاعات مربوط به پژوهش آغاز می‌گردد و توسط وی بر موضوعاتی متمرکز می‌شود که او برای دستیابی به هدف‌های تحقیق - که شامل توصیف، پیش‌بینی یا توضیح منظم است - به آن نیاز دارد.» نهایتاً دکتر دلاور نظر خود را در مورد مصاحبه چنین ارائه می‌دهد: «یکی از اساسی‌ترین روش‌های گردآوری اطلاعات است و در برخی از موارد، با روش‌شناسی جامعه‌شناسی معادل دانسته شده است.»

دکتر باقر ساروخانی مصاحبه را یکی از ابزارهای مهم پژوهش اجتماعی می‌داند که در آن هدف و کانون بحث درباب موضوعی است. طرفین مصاحبه ممکن است دو گروه یا دو فرد و یا یک فرد و یک گروه باشد. قلمرو و حدود مشخص دارد. پس با گفت و گوی آزاد متفاوت

با نگاهی به زندگی روزمره مردم و فعالیت‌های علمی پژوهشگران، می‌توان ادعا کرد سهل‌الوصول‌ترین و رایج‌ترین شیوه گردآوری اطلاعات مورد نیاز، پرس و جو یا همان «مصاحبه» است. این شیوه به حدی مورد توجه عموم قرار گرفته و با زندگی مردم آمیخته شده که اصحاب نقد اغلب از مزیت شفاهی بودن در مقابل کتبی بودن و ترجیح مردم به کسب اطلاعات به صورت شفاهی و طی گفت و گوهای دوستانه سخن رانده‌اند. افراد در کسب آگاهی‌های لازم برای مهم‌ترین انتخاب‌های زندگی به پرس و جو متوسل می‌شوند. به عنوان نمونه می‌توان به روش‌های آشنایی دانشجویان با رشته و دانشگاه محل تحصیل اشاره کرد؛ بر اساس تحقیق انجام شده، در بین روش‌های مختلف، کسب راهنمایی از اقوام و دوستانی که در کنکور پذیرفته شده‌اند و همچنین مربیان پرورشی دبیرستان و استادان کلاس‌های کنکور، به عنوان پرمشاهده‌ترین رفتار، شناخته شده است.<sup>۳</sup> این کاربرد گسترده، موجب شده است تا به فراخور نیاز اشکال متنوعی از مصاحبه ایجاد شوند. یکی از بالنسبه جدیدترین شکل مصاحبه، «مصاحبه گروهی» است. برای آشنایی بیشتر با این شکل از مصاحبه، پرداختن به تعریف «مصاحبه»، انواع، عناصر و ویژگی‌های آن به عنوان پیش‌زمینه - هرچند گذرا - ضروری است.

مصاحبه چیست؟

برای ارائه تعریفی جامع از مفهوم مورد بحث، منابع مختلفی می‌توانند مورد استناد قرار گیرند. در فرهنگ آکسفورد<sup>۴</sup> مصاحبه چنین تعریف شده است:

تعیین انواع بر حسب نوع پرسش است. به این ترتیب با فرض بدیهی روشن بودن موضوع مصاحبه، بسته به اینکه پرسش یا پرسش‌ها از قبل طراحی شده باشند و یا در حین مصاحبه مطرح شوند به انواع مصاحبه بسته، مصاحبه باز و مصاحبه نیمه‌بسته - نیمه‌باز تقسیم شده‌اند. دکتر ساروخانی ۵ علاوه بر توجه به انواع گفته شده، سایر صورت‌ها را نیز متمایز و معرفی می‌کند:

۱. مصاحبه کانونی که در آن محقق محورها یا کانون‌هایی را در جریان مصاحبه رعایت می‌کند. یعنی پرسشگر کانون‌های اصلی را بیشتر به بحث می‌گذارد و توضیح می‌خواهد.

۲. مصاحبه متناوب که به مراجعه مکرر محقق اشاره دارد و ممکن است با تغییر شرایط انجام مصاحبه همراه باشد.

۳. مصاحبه ساخت یافته که در این صورت، بر اساس اصول عملی و توالی مراحل در مصاحبه باید رعایت شوند، به دقت برنامه‌ریزی می‌شود.

سایر انواع مصاحبه عبارتند از: مصاحبه رسمی، مصاحبه غیررسمی، مصاحبه عمیق، مصاحبه ساخت یافته و مصاحبه بدون ساخت ۲۱ در برخی از تعاریف و دسته‌بندی‌های ارائه شده از مصاحبه، نوع مصاحبه تلفنی نیز معرفی شده است (وبگاه جامعه‌شناسی دانشگاه‌های انگلستان ۲۰۰۶).

بنابر آنچه در تعریف مصاحبه مورد توجه قرار گرفت، «کنش متقابل» به عنوان عنصر اصلی و اساسی قابل تشخیص است. یعنی مصاحبه به هر ترتیب، در هر کجا و توسط هر فرد با هر ویژگی، باید به برقراری کنش متقابل بیانجامد و بر اساس تعامل شکل گرفته، پرسش‌ها مطرح و طی تعامل، پاسخ‌ها دریافت شوند.

به این ترتیب در تعریف مصاحبه می‌توان گفت:

است؛ تعاملی است مشخص، محدود، هدفمند و روشمند.

سپس، شرایط مصاحبه را چنین مطرح می‌سازد:

۱. به جلسه‌ای که در آن یک نفر برای دیگران صحبت می‌کند و یا مجمعی که در آن جمعی به مذاکره پرداخته‌اند، مصاحبه گفته نمی‌شود.

۲. مصاحبه به عنوان ابزار تحقیق باید به تعامل بین طرفین مصاحبه بیانجامد. از آنجا که در مصاحبه، طرفین بریکدیگر تأثیر می‌گذارند، گفته می‌شود مصاحبه حاکی از تعامل بین دو نفر است.

وی در ادامه به کاربردهای مصاحبه می‌پردازد:

کاربردها:

۱. کسب اطلاعاتی در مورد امور عینی؛

۲. کسب اطلاعاتی در مورد عقاید افراد؛

۳. شناخت علل رفتار و یا عقاید؛

۴. شناسایی استعدادها و توانایی‌های روانی افراد؛

۵. سنجش آرزوها و انتظارات و تحلیل پیشنهادها.

بنابر این پرسش و پرسیدن عناصر اصلی مصاحبه را تشکیل می‌دهند اما برقراری کنش متقابل به قدری مهم

است که به عنوان شرط مصاحبه محسوب می‌شود؛ یعنی مصاحبه باید به نوعی گفت و گو تبدیل شود، گفت و

گویی که طی آن پرسش‌هایی پیرامون موضوع تحقیق مطرح می‌شوند و با برقراری کنش متقابل به پاسخ

می‌رسند. پس اصطلاح «پرس و جو» بیان‌کننده تمامی شرایط نیست چرا که تنها پرسش و پرسیدن در آن

مستتر است و سایر عناصر دیده نمی‌شوند.

انواع مصاحبه:

هر یک از صاحب‌نظران به معرفی و تعیین انواع مصاحبه پرداخته‌اند. اما آنچه در بیشتر اسناد می‌توان یافت،

تحقیق، گفت و گو شده و اطلاعاتی گردآوری می‌شود اما از معایب زیر به دور نیست:

۱. پیش از شروع و در حین مصاحبه تلاش‌ها به ایجاد زمینه مساعد برای دریافت پاسخ‌های درست معطوف می‌شوند. در جریان گفت و گو از اثرگذاری عوامل مزاحم و منحرف کننده روند ارائه اطلاعات از سوی مصاحبه شونده جلوگیری می‌شود. اما نکته‌ای که وجود دارد محدودیت تعداد واژه‌های و عواطف ابراز شده همیشه مانع بررسی تمامی جوانب موضوع می‌گردد.

۲. هر عضو جامعه دارای چارچوب فکری و اعتقادی و شخصیت منحصر به فردی است که بر اثر چالش‌ها، مشارکت در تجارب جمعی و کسب تجارب فردی حاصل شده است. کنش اجتماعی هر فرد بازتاب و نمایانگر افکار، اعتقادات، تجارب و شخصیت اوست؛ به گونه‌ای که ایستارها، گرایش‌ها و انتخاب‌های فرد را می‌سازد. به این ترتیب با انجام مصاحبه به صورت گروهی معایب گفته شده برطرف می‌شوند و علت این امر، کارکردهای مصاحبه گروهی است. کارکردهای مورد نظر عبارتند از:

۱. طرح موارد ابتکاری و نظرات مؤثر - ناشی از تراکم نیروی ذهنی و روانی در گروه
۲. طرح عقاید شخصی و مکنونات قلبی - ناشی از ایجاد امنیت اجتماعی و روانی در گروه
۳. پذیرش و تأیید تصمیمات اتخاذ شده جریان مصاحبه - ناشی از همکاری در تصمیم‌سازی در گروه
۴. جلب همکاری اعضا برای پیشبرد تصمیمات گروهی - ناشی از ایجاد حس مسئولیت‌پذیری و مشارکت اجتماعی در اعضای گروه

«گفت و گویی که طی آن طرفین مصاحبه، پیرامون موضوعی که برای آن‌ها شناخته شده است، به بحث می‌نشینند. در این بحث و گفت و گو، پرسش / پرسش‌هایی مطرح می‌شوند که برای رسیدن به هدف طراحی شده‌اند. با برقراری تأثیر و تأثر متقابل بین طرفین مصاحبه، پاسخ‌ها دریافت می‌شوند.»

معمولاً استادانی که ارائه مبحث «مصاحبه» را در کلاس‌های روش‌های تحقیق عهده دارند، بر سه موضوع مهم در اخذ پاسخ‌های درست از مصاحبه‌شوندگان تأکید می‌ورزند:

۱. نقش تعیین کننده مصاحبه‌گر در برقراری ارتباط متقابل در حین مصاحبه - به طوری که از بروز هرگونه جبهه‌گیری مخاطب پرهیز شود.

۲. کاربرد واژه‌هایی که معنی یکسان در ذهن طرفین مصاحبه تداعی می‌نمایند. معانی واژه‌ها باید از پیش مشخص شده و معرف‌های آن‌ها تعیین شده باشند.

۳. بی‌طرفی مصاحبه‌گر - تا دریافت پاسخ‌های درست امکان‌پذیر شود.

معایب مصاحبه

مصاحبه، در واقع، یکی از شیوه‌های گردآوری اطلاعات است و عمدتاً در روش‌هایی کاربرد دارد که فراهم نمودن اطلاعات جز با مراجعه به واحدهای سازنده و یا مرتبط با پدیده مورد مطالعه امکان‌پذیر نباشد. به این ترتیب در حین گفت و گو اطلاعات لازم در خصوص موضوع تحقیق فراهم می‌شود. شکل‌های مختلف گفت و گو - که پیش از این معرفی شده‌اند - هر یک در گردآوری اطلاعات در زمینه و شرایط خاص به کار می‌روند. در مصاحبه دو نفره، اگرچه پیرامون موضوع

مشترک‌آهویت و تعریفی برای مصاحبه گروهی رقم می‌زنند که آن را به امور و پژوهش‌های اجتماعی مرتبط می‌سازد. پاول مصاحبه گروهی را این گونه تعریف می‌کند:

«گروهی از افراد انتخاب شده که از طرف پژوهشگران فراخوانده شده‌اند تا در مورد تجربه‌ای فردی که موضوع تحقیق است به بحث و گفت و گو بپردازند ۱۵».

مصاحبه گروهی شکلی از مصاحبه با گروه است اما مهم، تفاوت قابل شدن بین این دو است. «مصاحبه با گروه» مصاحبه با تعدادی از مردم در یک زمان واحد را شامل می‌شود و طی آن بر پرسش‌ها و واکنش‌های بین پرسشگر و پاسخگویان تأکید می‌شود. اما مصاحبه گروهی متکی است بر:

«کنش متقابل بین اعضای گروه که بر اساس موضوعات خاصی که از سوی پژوهشگر مشخص شده‌اند، شکل می‌گیرد ۱۴».

بنابراین ویژگی کلیدی که متمایز کننده مصاحبه گروهی از سایر انواع مصاحبه است، ایجاد شناخت و تولید اطلاعات در جریان کنش متقابل بین شرکت‌کنندگان می‌باشد. کاربرد مصاحبه گروهی:

هدف اصلی از کاربرد شیوه مصاحبه گروهی، ترسیم گرایش‌ها، احساسات، باورها، تجارب و واکنش‌هاست که باشیوه‌های دیگر مانند مشاهده، مصاحبه فردی و یا روش پیمایش با استفاده از پرسشنامه، دسترسی به آن‌ها شدنی نیست. چرا که ممکن است بخشی از این گرایش‌ها، احساسات و باورها به موقعیت فرد در گروه و یا یک مجموعه اجتماعی وابسته باشد؛ اما بیشتر به نظر می‌رسد برقراری ارتباط متقابل در گردهمایی‌ها که از

به این ترتیب، مصاحبه (گفت و گوی) گروهی شیوه‌ای از مصاحبه است که فاقد معایب پیش گفته می‌باشد اما این شیوه تعریفی دارد و لازم است ویژگی‌ها و امکانات آن مورد بررسی قرار گیرد.

مصاحبه گروهی بحث‌های سازمان یافته با گروهی است که اعضای آن را افرادی انتخابی (انتخاب شده) تشکیل می‌دهند. هدف از این بحث‌ها دستیابی به اطلاعاتی در مورد دیدگاه‌ها و تجارب اعضای انتخاب شده در زمینه موضوعی خاص است. بنابر تعریفی که از انواع مصاحبه ارائه شد، این شکل از مصاحبه، به نوعی مصاحبه کانونی است با این تفاوت که در آن افراد برای عضویت در گروه مصاحبه‌شوندگان انتخاب می‌شوند تا به صورت گروهی پیرامون موضوعی کانونی مورد پرسش قرار گیرند. اگرچه مصاحبه کانونی گروهی در پژوهش‌های اجتماعی استفاده می‌شود اما کاربرد آن در تحقیقات بازاریابی نیز دارای سابقه‌ای طولانی است و اخیراً پژوهش‌های علوم پزشکی رانیز شامل شده است. مددکاران اجتماعی نیز در روش «کار با گروه» به شیوه‌ای می‌پردازند که شباهت بسیاری به شیوه مورد بحث دارد. در کار با گروه، کانون‌های مصاحبه شکل می‌گیرد و استمرار می‌یابد. در این کانون‌ها با استفاده از شیوه مصاحبه کانونی گروه به سمت هدف که عموماً به جامعه‌پذیری دوباره - مانند رفع مشکلات ارتباطی و فراگیری مهارت‌های زندگی - و همچنین رفع اعتیاد می‌انجامد.

مصاحبه گروهی چیست؟

تعاریف بسیاری از مصاحبه گروهی وجود دارد. اما ویژگی‌هایی مانند «بحث سازمان یافته» ۱۱، «فعالیت جمعی» ۱۵، «رویدادهای اجتماعی» ۹ و کنش متقابل ۱۱

۱۳ و ۱۰. این موضوع از آن جهت که ممکن است نمونه اخذ شده، واقعی نباشد، مهم است.

نوع تلفنی مصاحبه گروهی نیز در صورتی به کار می‌رود که: ۱. متخصصان در مسافت‌های دور از هم باشند؛ ۲. زمان بسیار مهم باشد؛ ۳. افراد کمتر تمایلی به مشارکت و گردهمایی داشته باشند؛ ۴. برقراری ارتباط غیررسمی در کسب نظرات ابتکاری تأثیر داشته باشد؛ ۵. فضا و گستره جغرافیایی مهم باشد و ۶. مفاهیم غیر معمول آزمون شوند. ۲۱

نمونه‌هایی از تحقیقات انجام گرفته به شیوه مصاحبه گروهی، گسترش HIV در زیمبابوه، همچنین فهم اینکه پیام رسانه‌ها چگونه درک می‌شوند ۱۱ و مصاحبه پزشکان خانوادگی در دوره‌های زمانی مختلف ۱۸ می‌باشد.

مسئولان اجرایی:

مصاحبه گروهی به لحاظ اجرایی از دو بخش تشکیل می‌شود: ۱. هماهنگی ۲. اجرا. در بسیاری از متون، هماهنگ‌کننده و مجری فردی واحد است و با اصطلاح Moderator خوانده می‌شود. پس هماهنگ‌کننده می‌تواند مجری جلسه نیز باشد. در این صورت علاوه بر آن که در تمامی مراحل سازمان‌دهی مصاحبه گروهی را بر عهده دارد، در زمان برگزاری جلسه نیز به اداره جلسه می‌پردازد. بنابراین خواه هماهنگ‌کنندگی و اجرا بر عهده یک نفر و خواه بر عهده افراد مختلف باشد، مجموعه وظایفی از هر یک انتظار می‌رود که به شرح زیر تعریف می‌شود:

هماهنگ‌کننده:

وظایف هماهنگ‌کننده با عبارت «سازمان‌دهی مناسب» نیز مشخص می‌شود که از چند بخش تشکیل می‌گردد.

الزامات مصاحبه گروهی است به این امر تحقق می‌بخشد. در مقایسه با مصاحبه‌های فردی، که هدف آن به دست آوردن گرایش‌ها، باورها و احساسات فردی است، مصاحبه گروهی دیدگاه‌های گوناگون و فرآیندهای عاطفی در متن گروه را مطرح می‌سازد. اثاباید توجه داشت از آنجا که ممکن است شروع بحث و یا اصطلاحاً ابتکار عمل در مصاحبه گروهی با شرکت‌کنندگان باشد، کنترل و هدایت مصاحبه فردی به مراتب آسانتر است. در مقایسه با مشاهده، مصاحبه گروهی، پژوهشگر راقدر می‌سازد تا به مجموعه گسترده‌تری از اطلاعات در مدت کوتاه‌تری دست یابد. در شیوه مشاهده برای به وقوع پیوستن برخی امور، صرف زمان و صبر لازم است. در حالی که پژوهشگر می‌تواند مصاحبه هدایت شده در مصاحبه فردی را پیگیری کند. در این صورت مصاحبه اتفاقی نبوده بلکه تماماً سازمان یافته است. مصاحبه گروهی به ویژه در وضعیتی که تفاوت قدرت بین مشارکت‌کنندگان عادی و تصمیم‌سازان یا متخصصان وجود دارد، مفید است.

مصاحبه گروهی می‌تواند در مرحله مقدماتی و یا اکتشافی تحقیق مورد استفاده قرار گیرد؛ ۱۲؛ در طی تحقیق نیز برای ارزیابی یا گسترش برنامه پژوهشی و یا برای بررسی میزان تأثیر برنامه بعد از انجام تحقیق، یا برای تعمیم بخشی به یافته‌های تحقیق می‌تواند کاربرد داشته باشد. به این ترتیب هم به عنوان یک شیوه مستقل گردآوری و هم یک شیوه تکمیلی به ویژه برای ارزیابی اعتبار یافته‌ها قابلیت کاربرد دارد.

مصاحبه گروهی به کشف یا تعمیم فرضیه‌ها کمک می‌کند ۱۵ و پرسش‌ها و مفاهیم را به صورت پرسشنامه و یا پرسش‌های هدایت شده برای مصاحبه بسط می‌دهد

۲. افراد مناسب: بسته به موضوع تحقیق، افرادی که برای مصاحبه دعوت می‌شوند به لحاظ موارد زیر متفاوت خواهند بود.

۲.۱. جنس: در بعضی از تحقیقات نیاز به اخذ نظرات هر جنس وجود دارد. مثلاً در تحقیق پیرامون رضایت از مدیریت بیمارستانی، نظرات بیماران در بخش‌های مختلف اعم از زنان، بیماریهای عفونی، اورژانس و... اخذ شود. همچنین در بررسی امنیت اجتماعی از دید اعضای جامعه، لازم است از دید هر دو جنس به موضوع امنیت اجتماعی نگریسته شود.

۲.۲. طبقه اجتماعی: تحقیقی که پیرامون تعیین اولویت‌های رسیدگی به امور شهر صورت می‌گیرد بدون توجه به نظرات اقشار و طبقات اجتماعی فاقد جامعیت بوده و بنابراین برنامه‌ریزی بر اساس اطلاعات چنین تحقیقی توفیق کامل به همراه نخواهد داشت.

۲.۳. ترکیبی از متخصصان و غیر متخصصان: مصاحبه گروهی فرصتی است برای رویارویی تجارب و اندیشه‌ها. مهمترین نتیجه در مصاحبه گروهی، ادراک جمعی است. افراد اعم از متخصص و غیرمتخصص در امور مختلف بر اساس تخصص و تجربه موضوعی را بررسی می‌کنند. از آنجا که موضوع در گروه مطرح شده، نتیجه‌ای هم که به دست می‌آید، حاصل بررسی گروهی است. بنابراین وجوه مختلف موضوع از دید اعضای گروه مورد تدقیق قرار گرفته و نتیجه مورد تأیید غالب اعضا خواهد بود. این موضوع به دلیل بهره‌مندی برنامه‌ریزان و مجریان از حمایت افراد در اجرای تصمیمات بسیار مهم و تأثیرگذار است.

۳. سایر مقوله‌هایی که باید مورد توجه قرار گیرند، عبارتند از:

۱. شرکت‌کنندگان: در تعریف مصاحبه گروهی به انتخابی بودن افراد شرکت‌کننده در مصاحبه گروهی اشاره شد. یعنی هماهنگ‌کننده با شناخت کافی از مجموعه افرادی که دارای ویژگی‌های مورد نظر هستند، تعدادی را برای انجام مصاحبه گروهی انتخاب می‌کند. بنابر این دو مقوله در مورد شرکت‌کنندگان باید مورد توجه قرار گیرد: تعداد و افراد مناسب.

۱. تعداد: در بعضی از متون تعداد نفرات در هر گروه ۶ تا ۱۰ نفر توصیه شده است ۸، اما بعضی از پژوهشگران تا ۱۵ نفر ۹ و بعضی دیگر گروه با ۴ نفر عضو را تجربه کرده‌اند ۱۱ واقیعت آن است که موضوع مصاحبه، تعداد اعضای گروه مصاحبه شونده را تعیین می‌سازد. فرض می‌کنیم «تعیین اولویت‌های رسیدگی به امور شهر» هدف یک طرح پژوهشی است. مسلماً گزینه‌های متنوعی مطرح می‌شوند: تأمین آب شرب بهداشتی، احداث مدرسه، توسعه خطوط مخابراتی و... اما کدامیک برای ادامه فعالیت یک شهر در اولویت قرار می‌گیرد و با فقدان یا نارسایی در کدامیک هزینه بیشتری برای شهروندان داشته است؟

برای روشن شدن این موضوع نمی‌توان به نظرات گروهی ۴ نفره اکتفا کرد. از طرفی به نظر نظرتهای شرکت‌کنندگان با اهمیت گزینه‌هایی که ممکن است کمتر بدان‌ها توجه داشته‌اند، آشنا می‌شوند و وضعیتی شکل می‌گیرد که در آن اعضا پس از ارزیابی پاسخ‌های یکدیگر به اجماع می‌رسند و پاسخ نهایی ساخته می‌شود. در خصوص نوسان تعداد اعضای گروه باید به دفعات ملاقات نیز توجه گردد.



بعضی از بررسی‌ها، ملاقات اعضای گروه فقط یکبار لازم است افراد سایر موارد به دفعات انجام می‌شود. چنانچه تشکیل جلسه به دفعات انجام شود، احتمال کاهش تعداد اعضای شرکت‌کننده در جلسات بعدی وجود دارد. در این صورت هماهنگ‌کننده موظف است اعضای جدیدی انتخاب کند تا تعداد اعضای گروه به حد نصاب برسد. انتخاب اعضای جدید مستلزم رعایت مواردی است که در توضیح «اعضای مناسب» اشاره شد.

هر جلسه مصاحبه گروهی معمولاً بین یک تا دو ساعت طول می‌کشد. هماهنگ‌کننده باید همواره مدت تعیین‌شده را در نظر داشته باشد. به ویژه آن که لازم باشد جلسات متعددی تشکیل شود. بنابراین هماهنگ‌کننده باید دقت شرکت‌کنندگان را در نظر داشته باشد. همچنین ممکن است تهیه وسایل رفت و آمد ضروری باشد.

۴. تشویق به شرکت در جلسه: برای دستیابی به نظرات افراد و نهایتاً اطلاعات درست، لازم است به صورت‌های مختلف افراد گزینش شده برای حضور در جلسات مصاحبه گروهی تشویق شده و انگیزه لازم در آن‌ها ایجاد شود. عموماً از سه شیوه برای تشویق اعضا استفاده می‌شود: ۱. انجام تکلیفات ۲. تقدیر کتبی ۳. اهدای جوایز

مجری مصاحبه

هدف از مصاحبه گروهی با شکل‌گیری گروه و تشکیل جلسات مصاحبه تحقق می‌یابد. بنابراین نقش مجری در دستیابی به هدف بسیار تعیین‌کننده است. به همین منظور مجموعه‌ای از وظایف برای مجری پیش‌بینی می‌شود:

۳.۱. مکان برگزاری: برای شکل‌گیری مصاحبه و تعامل بین اعضای گروه، لازم است گروه در مکانی مشخص استقرار یابد. ممکن است گروه قبلاً شکل گرفته و مکانی را نیز برای برگزاری جلسات خود در نظر گرفته باشد. بنابراین نیازی به شناسایی مکان استقرار نخواهد بود و می‌توان جلسات را در محل گروه‌های گروه برگزار نمود. اما در اغلب موارد گروه‌ها در جریان تحقیق شکل می‌گیرند. در این صورت لازم است مکانی برای تشکیل جلسات مشخص شود. مهمترین ویژگی مکان جلسات، بیطرف بودن آن است تا به عنوان عامل بازدارنده، تحریف‌کننده و مخدوش‌کننده نظرات اعضا عمل نکند. مثلاً در بررسی میزان مشارکت ساکنان یک مجموعه مسکونی در زیباسازی فضاهای مشترک، مکان برگزاری جلسه نباید در واحدهایی صورت گیرد که در مالکیت ساکنان آن هستند؛ به ویژه آن‌که بیشتر ساکنان مالک نباشند. چرا که انگیزه مشارکت در غیر مالکین ضعیف می‌گردد. و یا جلسه تصمیم‌گیری در خصوص تعمیر یک بخش از بیمارستان نباید در سایر بخش‌ها برگزار شود. در تعیین مکان، باید در جستجوی مکان‌های بی‌طرف بود. باشگاه‌ها، فرهنگسراها، انجمن‌ها، مکان‌های عمومی در مجموعه‌هایی همچون مجتمع مسکونی، بیمارستان و... نمونه‌هایی از مکان‌های بی‌طرف هستند که به نظر هابرماس به عنوان ابزار شکل‌گیری گفت‌وگو با اهمیت محسوب می‌شوند. ۱. از طرفی تعیین مکانی بی‌طرف می‌تواند از برقراری ارتباط مثبت یا منفی با محل یا ساختمان خاصی جلوگیری کند.

۳.۲. دفعات و مدت تشکیل جلسه: همان‌طور که در مبحث تعداد شرکت‌کنندگان اشاره شد، نوسان تعداد اعضای گروه‌ها مرتبط با دفعات ملاقات است. در

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور برگزار شد که طی آن موانع انتصاب زنان در پست‌های مدیریتی مورد بررسی قرار گرفت. در برنامه کارگاه بخشی به عنوان مقدمه شامل ارائه مطالب کلی پیش‌بینی شده بود و پس از آن اعضا در گروه‌های ۵ نفره به بحث و بررسی پیرامون موضوع می‌پرداختند. هر یک از گروه‌ها، زیر نظر مجری موضوع را مورد بررسی قرار می‌دادند. به عنوان نمونه بحث کارگاه نخست که پیرامون موانع فرهنگی انتصاب زنان در پست‌های مدیریتی بوده است ارائه می‌شود:

عضو شماره ۱ (زن): به نظر می‌رسد مردان ما آموخته‌اند که تحکم کنند و زنان هم‌پایاد گرفته‌اند که سلطه مردها را بپذیرند. حتی این موضوع وضعیتی را ایجاد کرده که تبعیت و اجرای دستور را از طرف یک مدیر زن، نادرست و حتی زشت نموده است.

عضو شماره ۲ (مرد): البته این موضوع در تاریخ فعالیت زنان و مردان سابقه‌ای طولانی دارد و تقریباً امری است پذیرفته شده.

عضو شماره ۳ (مرد): تأیید گفته عضو شماره ۲ با حرکت سر).

عضو شماره ۴ (زن): اما من فکر می‌کنم این روش تربیتی ما خانم‌هاست که از مردان چنین موجوداتی می‌سازد.

مجری: (اصلاح می‌کند) چنین تصویری از زنان و مردان ایجاد می‌کند.

عضو شماره ۴ (زن): در صورتی که می‌توان چنین نبود. خود من در تربیت فرزندم شیوه‌ای پیش گرفته‌ام که از او فردی احساساتی ساخته و حتی به او چنین آموخته‌ام که گریه کردن دور از شأن یک مرد

۱. شفاف نمودن هدف گروه - هر چه موضوع برای شرکت کنندگان شفافتر باشد، امکان دریافت پاسخ‌های مناسبتر و به واقع نزدیکتر بیشتر خواهد بود.

۲. کمک به ایجاد همدلی و اعتماد در شرکت‌کنندگان - ناآشنا بودن اعضا با یکدیگر گاه ممکن است اعتماد لازم را برای بیان مکنونات قلبی و یا عقاید سیاسی ایجاد نکند؛ در این صورت بسته به موضوع تحقیق وظیفه مجری در ایجاد احساس آرامش و اعتماد در شرکت‌کنندگان تعیین‌کننده‌تر می‌گردد ۲۰.

۳. ایجاد سهولت در شکل‌گیری کنش متقابل بین اعضای گروه - مهمترین ویژگی مصاحبه گروهی برقراری تعامل بین اعضای گروه است. بنابراین مهمترین نقش مجری نیز کمک به برقراری این ارتباط است. مجری باید در نظر داشته باشد که هر یک از اعضا می‌توانند برخوردهای متفاوتی داشته باشند: ۱. همدردی و همبستگی ۲. اظهاررضایت ۳. پذیرش ۴. ارائه پیشنهاد ۵. ارائه نظر ۶. ارائه اطلاعات ۷. درخواست اطلاعات ۸. درخواست اظهارنظر ۹. درخواست پیشنهاد ۱۰. مخالفت - بدون ابراز دلیل خاص ۱۱. ابراز ناراحتی و نارضایتی ۱۲. اظهار خصومت ۱۳. مجری با ملاحظه برخورد اعضا و ارزیابی آن، سمت و سوی تعامل گروه را مشخص کرده و می‌تواند با اعمال تدابیر مناسب برای هر وضعیت، شکل‌گیری تعامل مثبت و سازنده را سامان بخشد.

۴. طرح پرسش‌ها: مجری باید بتواند زمینه را طوری فراهم سازد که در اعضا اشتیاق به طرح پرسش و ارائه پاسخ‌های درست ایجاد شود. بدون ایجاد زمینه و در شرایطی که اعضا آمادگی کافی ندارند، پیشرفت مصاحبه کند می‌شود.

۵. هدایت بحث: در بسیاری از موارد اشتیاق در بیان تجارب، منجر به هدایت بحث به مسیری می‌گردد که مصاحبه گروهی را از هدف خود دور می‌کند. در سال ۱۳۷۸ برای نخستین بار کارگاهی یک‌روزه از سوی

تقویت کرده و در صورت ضرورت استمرار جلسات، موجب همکاری و پشتکار اعضا می‌گردد.

۹. پرهیز از قضاوت در مورد پاسخ‌های اعضا: یکی از نکات مهمی که مجری همواره باید رعایت نماید «بی‌طرفی» و پرهیز از جانبداری است. اعضا باید احساس کنند در بیان عقیده آزادند و با ابراز احساس و بیان اندیشه خود مورد ارزشگذاری قرار نمی‌گیرند. در غیر این صورت، چنانچه - به تعبیر هابرماس - عقلانیت ارتباطی شکل نگرفته باشد، بر سر مفاهیم اخلاقی و هنجارهای اجتماعی نمی‌توان به تفاهم رسید. این امری است که در مصاحبه گروهی باید به شدت از آن دوری جست. مهمترین نتیجه چنین وضعیتی شکل‌گیری گستره همگانی (حوزه عمومی) است که در آن انسان‌ها بتوانند آزادانه، خردمندانه و به دور از هر نوع سلطه (زر، زور و تزویر) به گفت‌وگو بپردازند و به وضع قوانینی بپردازند که ضمن مشارکت در یک گفت‌وگو عقلانی با آنها موافقت کرده باشند.

۱۰. رعایت زمان آغاز و پایان جلسه: ممکن است جلسه نخست به دلیل استقبال اعضا و رونق گفت‌وگوها، بیش از مدت پیش‌بینی شده به درازا بکشد. اگرچه این وضعیت خوشایند، به نظر برسد اما چون موجب صرف وقت بیشتری شده است، ضعیف شدن تمایل اعضا به شرکت در جلسات بعدی دور از انتظار نیست.

#### امکانات و محدودیت‌ها

کنش متقابل با اهمیت‌ترین نقش مصاحبه گروهی را داراست. چرا که کنش متقابل میان شرکت‌کنندگان، دیدگاه آنان را نسبت به جهان و ارزش‌ها و مجموعه باورها در مورد یک موضوع را مشخص می‌سازد. همچنین، کنش متقابل به شرکت‌کنندگان امکان پرسش از

نیست (با لحنی پیروزمندانه) و الاً ن‌طوری شده که به کمترین انگیزه عاطفی، اشک می‌ریزد.

عضو شماره ۵ (زن): (با مخالفت شدید) ولی این کار نوعی انتقام از جنس مرداست. این کار واقعاً درست نیست، از شما بعید است...

مجری: این هم تجربه‌ای است که در جای خود امکان بحث بسیاری دارد. اما نکته اصلی به این ترتیب تقویت می‌شود: مردان یاد گرفته‌اند که جنس اول محسوب شوند و این فراگیری از خانه شروع می‌شود. پس به نوعی « نابرابری آموخته‌است...»

۶. به چالش کشاندن اعضای گروه: مجری باید بتواند با طرح پرسش و توضیحاتی که می‌دهد، افراد را به چالش وادار نماید تا از ارائه پاسخ‌های کلیشه‌ای و تکراری فراتر رفته، پاسخ‌هایی ابتکاری ارائه نمایند.

۷. ایجاد فرصت برای تمامی اعضا - حداقل یکبار برای هر عضو

به هیچ‌یک از شرکت‌کنندگان نباید احساس بیهودگی و تلف شدن وقت دست دهد. چنانچه مجری بتواند مشارکت تک‌تک اعضا را جلب نماید، اعضا با اشتیاق بیشتری به همکاری خود ادامه می‌دهند. در غیر این صورت پاسخ‌های دریافت شده هرگز منطبق با واقعیت نشده و به این ترتیب روایی داده‌ها ضعیف می‌گردد.

۸. دقت و اشتیاق در شنیدن نظرها: مجری باید با علاقه‌مندی موضوع را پی بگیرد. در این صورت است که اشتیاق و دقت او به گروه منتقل می‌شود و اعضا را به ارائه پاسخ تشویق می‌نماید. از سوی دیگر اشتیاق مجری در شنیدن نظرات تک‌تک اعضا، اشتیاق به پاسخگویی را

برخوردار است. ممکن است بعضی بتوانند با برنامه‌ریزی و مدیریت دقیق در این روش موفق شوند، اما برای دیگران غیرقابل انجام و عجیب باشد. به عنوان مثال ممکن است محقق یا مدیر اجرایی کمترین کنترل را بر تولید اطلاعات - به نسبت مطالعات کمی یا مصاحبه‌های چهره به چهره - داشته باشد ۱۴. در صورت اعمال کنترل محدود برکنش متقابل شرکت‌کنندگان، مدیر اجرایی به جای آن‌که بر ادامه بحث درباره موضوع تأکید کند، باید اجازه بحث و صحبت با یکدیگر، پرسش و طرح موارد تردید و دیدگاه‌های خودشان را بدهد. به این ترتیب طبیعت این روش، بازبودن تحقیق بدون تعیین نقطه پایانی برای آن است. ممکن است به نظر برسد که افراد، در حین بحث، دیدگاه‌های فردی خود را مطرح نمی‌کنند. آنها در محدوده‌ای خاص و با فرهنگی خاص بحث می‌کنند و بنابراین گاهی اوقات ممکن است شفاف شدن پیام فرد مشکل باشد و این، مشکل بالقوه تکنیک مورد بحث است.

نکته دیگری که در عمل مشخص می‌شود این است که جمع کردن افراد گروه می‌تواند با مشکل مواجه شود. (البته رسیدن به یک نمونه درست از جمعیت نیز ممکن است چندان ساده نباشد). مصاحبه گروهی می‌تواند منجر به دلسردی افراد از مشارکت شود. برای مثال بعضی از شرکت‌کنندگان چندان واضح نتوانند نقطه نظرات خود را بیان کنند و یا بعضی درون‌گرا و رازدار باشند. همچنین بعضی از افراد مشکل ارتباطی و یا نیازها و موارد خاص دیگری داشته باشند. بحث در مصاحبه گروهی همچنین می‌تواند باعث پشیمانی شرکت‌کننده از اعتماد به دیگران در گفتن موارد حساس و یا دادن اطلاعات شخصی شود. در این موارد، مصاحبه‌های

یکدیگر را می‌دهد و در این بین ارزیابی دوباره‌ای را از آنچه که از تجربه‌خویش درک نموده‌اند ممکن می‌سازد.

فایده دیگر این است که اطلاعات را به گونه‌ای هدایت می‌کند که پژوهشگران بتوانند علت مهم شدن یک موضوع را دریابند. نتیجه آنکه فاصله بین آنچه مردم می‌گویند و آنچه عمل می‌کنند بهتر فهمیده می‌شود ۱۳.

این فرصت که مردم هم در فرآیند تصمیم‌سازی درگیر شوند و نظرات آن‌ها مهم و مؤثر محسوب شوند، و این شانس را بیابند که به صورت گروهی با پژوهشگران کار کنند، از عمده‌ترین مزیت‌های این روش است. اگر یک گروه خوب کار کند، با افزایش اعتماد، می‌تواند به عنوان یک واحد، راه‌حل‌هایی را برای مشکلی خاص بیابد که قطعاً بسیار مؤثرتر از اقدام انفرادی است. از طرفی افراد نیز به تنهایی نمی‌توانند از مزایای یاد شده بهره‌مند شوند.

مزیت دیگر برای تمامی افراد اعم از شرکت‌کنندگان، محققان و آنان که نتایج تحقیق را مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند، تشکیل جلسات تبادل نظر چه در حین اجرای روش و چه پس از اجراست.

در تحقیقات انجام شده به شیوه مصاحبه گروهی شرکت‌کنندگان در تحقیق، احساس آزادی از صحبت کردن در جمع و گسترش ارتباطات دو جانبه با محققان را تجربه کردند. در مطالعه‌ای ۱۶، از بیماران بستری بیمارستان خواسته شد تا در مورد خدمات بیمارستانی و نحوه اصلاح آن نظر بدهند. در این مورد، نتیجه پیشنهاد بیماران، ایجاد تغییر در مدیریت بود که به مورد اجرا گذاشته شد.

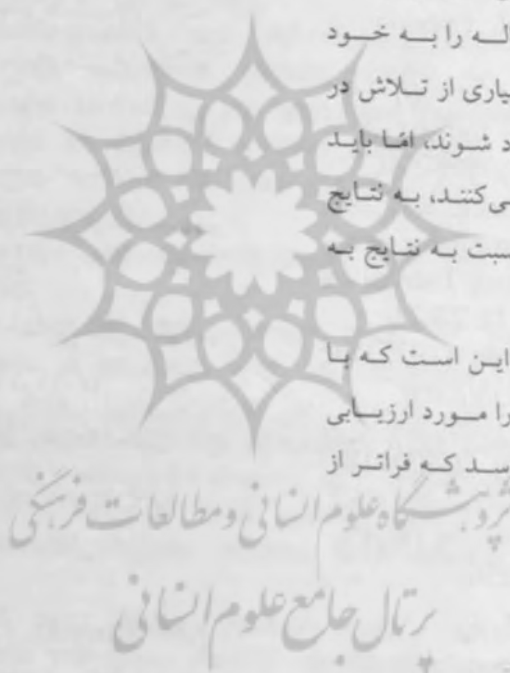
اگرچه مصاحبه گروهی مزایای بسیاری دارد، مانند تمامی تکنیک‌های تحقیق از محدودیت‌هایی نیز

فردی یا استفاده از دفترچه‌های یادداشت در حین مصاحبه احتمالاً مناسبتر خواهد بود. نهایتاً، مصاحبه گروهی کاملاً محرمانه و یا به اصطلاح امضا محفوظ نمی‌ماند؛ چرا که همگی از آنچه درباره موضوع، گفته شده باخبرند.

#### نتیجه

در مطالبی که گذشت ترکیب شیوه‌ای از گردآوری اطلاعات مورد توجه و بررسی قرار گرفت که مهمترین عناصر آن، مکان، کنش متقابل و گفت‌وگوست. تأثیر و اهمیت هر یک از عناصر و عوامل مؤثر در برقراری ارتباط متقابل و دریافت پاسخ به پرسش‌های مربوط به موضوع تحقیق بخش دیگری از مقاله را به خود اختصاص داده است. ممکن است بسیاری از تلاش در گردآوری اطلاعات به شیوه حاضر دلسرد شوند، اما باید گفت افرادی که در این شیوه شرکت می‌کنند، به نتایج تجربی ارزشمندی دست می‌یابند که نسبت به نتایج به دست آمده از سایر فرآیندها برتری دارد.

نقطه قوت و تمایز مصاحبه گروهی در این است که با ایجاد چالش، دیدگاه‌های متفاوت را مورد ارزیابی قرار می‌دهد و نهایتاً به اجماعی می‌رسد که فراتر از تک‌تک دیدگاه‌هاست.



Kitzinger. J. (1994). 'The methodology of 11. focus groups: The importance of interaction between research participants', *Sociology of Health* 16 (1): 21-103.

Kreuger. R. A. (1988). *Focus groups: a practical guide for applied research*. London: Sage.

Lankshear. A. J. (1993). 'The use of focus 13. groups in a study of attitudes to student nurse assessment', *Journal of Advanced Nursing* 18: 1986-89.

Morgan. D.L. (1997, 2<sup>nd</sup> Edition). *Focus 14. groups as qualitative research*. London: Sage, 12.

Powell. R. A. and Single. H. M. (1996). 15. 'Focus groups', *International Journal of Quality in Health Care*. 8 (5): 499-504.

Smith. J.A., Scammon. D.L., Beck. S.L. 16. (1995). 'Using patient focus groups for new patient services', *Joint Commission Journal on Quality Improvement*. 21(1): 22-31.

17. Weston, John and Alan Spooner. (1975). *the Oxford Dictionary*. Great Britain: Dragon, P: 149.

White. G.E. and Thomson. A.N. (1995). 18. 'Anonymized focus groups as a research tool for health professionals', *Qualitative Health Research*. 5 (2): 61-256.

\*\*\* منابع الکترونیکی:

www. Focus Group/social Research/ up 19. date Focus Group - 2006.  
www. orient pacific/Focus Group in Asia - 20. 2006.

www. socig. ac. uk/Introduction to 21. Telephone Focus Group - 2005.

منابع:

۱- بهرامی کمیل، نظام. (۱۳۸۱). «گفت و گو در اندیشه یورگن هابرماس». مطالعات ملی، (۴) ۱۳: ۸۹-۱۰۸.

۲. دلاور، علی. (۱۳۷۶). مبانی نظری و علمی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: رشد، ص: ۱۵۴.

۳. رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۸). کندوکاوها و پنداشته‌ها. تهران: انتشار. ج ۳، ص: ۲۹۷.

۴. ریاضی، نهال. (۱۳۸۲). عوامل مؤثر بر ارائه درخواست تغییر رشته، انتقال و انصراف از تحصیل دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی در سال تحصیلی ۸۰-۸۱ (طرح پژوهشی). دانشگاه علامه طباطبایی، ص: ۳۰.

۵. ساروخانی، باقر. (۱۳۷۳). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (اصول و مبانی). تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ص: ۲۱۱-۲۱۴.

۶. سام آرام، عزت‌الله. (۱۳۷۳). مددکاری اجتماعی (کار با گروه). تهران: نقش هستی، ص: ۱۴-۱۶ و ۶۶-۶۷.

۷. سرایی، حسن. (۱۳۸۴). روش‌های پیشرفته تحقیق (روش‌های کیفی) - جزوه کلاسی. تهران: واحد علوم و تحقیقات تهران دانشگاه آزاد اسلامی.

Area, Burgess. J. (1996). 'Focusing on fear 8  
Goss. J.D., Leinbach. T.R. (1996). 'Focus 9. groups as alternative research practice', *Area* 28 (2): 23-115.

Hoppe. M.J., Wells. E. A., Morrison. 10. D.M., Gilmore. M.R., Wilsdon. A. (1995) 'Using focus groups to discuss sensitive topics with children', *Evaluation Review* 19 (1): 14-102.