

فنون تحقیق در علوم اجتماعی :

مصاحبه

دکتر باقر ساروخانی

بی شک، یکی از ویژگیهای دوران ما توجه فوق العاده به بررسیهای اجتماعی و انسانی است. گاه از این بررسیها بیش از آنچه میتوانند ارائه دهند خونیسته میشود و حال آنکه دنیای علوم انسانی دنیای خاص و متمایز (از بسیاری جهات) از علوم طبیعی است. اگر در علم طبیعت پیدایی قوانین کلی انسان را در شناخت امور جاری میبخشد، در علم انسان، برعکس با توجه به موضوع تحقیق یعنی انسان، نظر به ویژگیهای متمایز و پرا از انبیا متمایز میکند، نسبیتی با ابعاد گسترده، کیفی بودن، بعد ذهنی پدیدهها و تعدد عوامل، موجبات عدم پیدایی نظمی ثابت بین علت و معلول حاصل میآید. از اینجاست که راههای بررسی وقایع اجتماعی که اصطلاحاً روشهای تحقیق میخوانیم، هم پیچیدگی بسیار مییابد و هم در هر آن با توجه به عدم تکرار وقایع اجتماعی، مستلزم ابتداع و تطبیق است. در سطوح زیر، از یکی از مهمترین راههای بررسی یعنی مصاحبه سخن میرانیم. سخنی که از یادداشتهای درسی استادانی نظیر مزون نووا و مارگو دوکلو^۲، استادان روشهای تحقیق در فرانسه برمیخیزد.

ماهیت مصاحبه

مصاحبه کلمه ایست که ما از زبان عربی گرفته و در ترجمه لغات Entretien در فرانسه Interview در انگلیسی بکار میبریم. مصاحبه بعنوان یک وسیله تحقیق باید شرایطی داشته باشد:

شرط اول مصاحبه اینستکه دو نفر باهم روبروشوند. بدین ترتیب، ما

1- Maisonneuve

2- Margot - Duclos

جلسه‌ای را که در آن یکنفر برای دیگران صحبت می‌کند و یا مجمعی را که در آن جمعی در مذاکره‌اند، مصاحبه خطاب نمی‌کنیم.

دوم آنکه مصاحبه بعنوان وسیله تحقیق باید به تعامل بین طرفین مصاحبه

انجامد. لغت تعامل که بازهم از زبان عربی گرفته شده است، در ترجمه interaction

در فرانسه و انگلیس بکار رفته است. این لغت بمعنای عمل متقابل یعنی تأثیر و تأثر است. در مصاحبه طرفین بریکدیگر تأثیر می‌کنند، لذا می‌گوئیم مصاحبه حاکی از تعامل بین دو نفر است.

و بالاخره مصاحبه مستازم هدفی است که از پیش تعیین شده باشد. بنابراین، نمی‌توان صحبت دو آشنا را مصاحبه بمعنای وسیله تحقیق خواند. هدفهای گوناگونی می‌توانند از طریق مصاحبه متحقق شوند یعنی مصاحبه می‌تواند جنبه امری، اطلاعی و یا مشورتی بخود گیرد.

هدفهای مصاحبه

همانطوریکه در سطور بالا تذکر دادیم، یکی از صفات ممیزه مصاحبه بعنوان وسیله تحقیق در علوم انسانی و اجتماعی، وجود هدفی در آن است. هدفهای مصاحبه متنوعند و ما در سطور زیر بذکر بعضی از آنها می‌پردازیم:

۱- از طریق مصاحبه می‌توان به کسب اطلاعاتی در مورد امور عینی نایل آمد. محقق می‌تواند با توسل باین وسیله اطلاعاتی از پاسخگو در خصوص نوع رفتار او، با سایرین بدست آورد. مثلاً اگر هدف تحقیق بدست آوردن اطلاعاتی در باره چگونگی عبور و مرور در تهران است، محقق می‌تواند با استفاده از مصاحبه، دریابد که معمولاً رفتار تهرانیها در این خصوص چگونه است، چه ساعتی معمولاً از خانه بیرون می‌آیند، چقدر در مسیر خود وقت صرف می‌کنند و تاجه حد تراکم عبور و مرور در ساعات مخصوص از روز بالا می‌رود.

۲- مصاحبه می‌تواند اطلاعاتی در مورد عقاید افراد در اختیار ما گذارد.

اگر بازهم فرض کنیم که هدف ما تحقیق در باره چگونگی عبور و مرور در تهران باشد. می‌توانیم با توسل باین وسیله تحقیق، یعنی مصاحبه، دریابیم که تهرانیها در خصوص وضع عبور و مرور شهرشان چگونه فکر می‌کنند، و نظر آنها را جع به مسئولین این امر چیست.

۳- محقق می‌تواند با استفاده از مصاحبه به علل رفتار و یا عقاید نائل شود.

اگر بپذیریم که غایت علم شناخت امور پنهانی است، یعنی هدف عالی دانشمند اجتماعی بدست آوردن صرفاً چند رقم نیست، بلکه شناسائی علل عمیقی است که در ورای کمیات و امور عینی و ظاهری قرار دارند، مصاحبه را باید یکی از مهمترین وسائل تحقیقی بشمار آوریم. زیرا در مصاحبه، مخصوصاً در مصاحبه آزاد، همانطوریکه بعداً ملاحظه خواهیم کرد، می‌توان با دقت و توجه خاصی علل پیدائی پدیده

هارا دریافت.

۴- در مصاحبه می‌توان از این هدف نیز بافراتر گذارد، و استعدادها و توانائیهای روانی افراد را شناخت.

هدفهای مصاحبه را می‌توان با در نظر گرفتن مصاحبه در سه مورد خلاصه کرد:

۱- در مصاحبه هدف مامی تواند يك جانبه باشد، یعنی صرفاً محققى به طرح سؤالاتی پردازد تا تحقیق خود را به انجام رساند، در صورتیکه مخاطب او هدفی از این سؤال و جواب نداشته باشد.

۲- هدف مصاحبه می‌تواند دوجانبه باشد. یعنی هم پرسشگر و هم مخاطب او هدفی از برخورد بایکدیگر داشته باشند. شخصی را فرض کنیم که بعلت ناراحتیهای روانی به روانپزشک ویا روانکاو مراجعه می‌نماید و بدین ترتیب مصاحبه‌ای بین آنها برگزار میشود تا علت یا علل ناراحتیهای روانی مریض پیدا شود. در این مصاحبه روانپزشک هدف مخصوصی دارد و آن درمان درد روانی مشتری خویش است و بنوبه خود مریض نیز هدفی دارد و آن مداوای اختلالهای روانی اوست. پس در چنین صورتی مصاحبه هدف دو طرف را متحقق میکند، یعنی هدف آن دو جانبه است.

۳- ممکن است مصاحبه‌ای برگزار شود و در آن مخصوصاً هدف فرد ثالث ویا سازمان دیگری در نظر باشد. فرض کنیم سازمان ویا شرکتی احتیاج به چند نفر کارمند داشته باشد. در این صورت از چند متخصص میخواهد تا با داوطلبان ورود به سازمان یا شرکت مصاحبه کنند واز بین آنها چند تن را برگزینند. بی‌تردید در چنین حالتی مصاحبه مخصوصاً به تأمین نظر سازمان ویا شرکت توجه دارد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رتال جامع علوم انسانی

انواع مصاحبه

با در نظر گرفتن هدف مصاحبه می‌توان آنرا به انواع مختلفی تقسیم کرد: مصاحبه تحقیقی و مصاحبه درمانی.

مصاحبه تحقیقی.

مصاحبه‌های تحقیقی را نیز با در نظر گرفتن ملاکهای چند می‌توان به انواع گوناگون تقسیم کرد:

اولین ملاکی که ما را در تقسیم بندی مصاحبه‌ها بکار می‌آید، میزان آزادی پرسشگر در طرح سؤال و پاسخگو در جوابگوییست. دومین ملاکی که بازم می‌تواند ما را در تقسیم بندی مصاحبه‌ها کمک کند، درجه عمق تحقیق است. بالاخره آخرین معیار ملاکی که بما اجازه میدهد تا انواع گوناگون مصاحبه را بازشناسیم،

درجه عمق تحقیق و میزان آزادی طرفین مصاحبه توأمأ خواهد بود.
بدین ترتیب بادر نظر گرفتن این دو ملاک، می توان مصاحبه را به انواع گوناگون تقسیم کرد:

۱- مصاحبه آزاد. در مصاحبه آزاد پاسخگو در بیان پرسشها و پاسخجو در طرح آنها، آزادی کامل دارند. از طرفی پرسشگر آنچه را که بنظرش ضروری میرسد مطرح می کند و در طرح سؤال خود هیچگونه محدودیتی احساس نمی نماید. از طرف دیگر پاسخگو در جواب به سئوالها، آزادی کامل دارد. پرسشگر در چنین مصاحبه ای می تواند ایده های خود را در هر پوشش کلامی قرار دهد، یعنی او می تواند، سئوالهای خود را با هر عبارتی که مایل باشد، مطرح نماید. از جانب دیگر پاسخگو نیز جواب خود را می تواند بهر صورت که مایل باشد و در هر لفظی که دوست داشته باشد، بیان دارد.

۲- مصاحبه نیمه آزاد. همانطوریکه از نامش بر می آید در مصاحبه نیمه آزاد، طرفین، یعنی پرسشگر و جوابگو، محدودیتهائی احساس می کنند. از طرفی، پرسشگر، باید صرفاً موضوعهای معینی را مطرح کند و فقط در خصوص آنها جواب دریافت دارد. از طرف دیگر، پاسخگو نیز نمی تواند، احساس و عقیده خود را آنطوریکه ترجیح میدهد در کمال آزادی ابراز کند. در این نوع مصاحبه که بعداً شرایط اعمال آنها ملاحظه خواهیم کرد. پرسشگر و پاسخگو محدودیتهائی دارند. هیچیک آزادی کاملی را که در مصاحبه آزاد از آن می تواند برخوردار گردد، ندارد.

۳- مصاحبه محدود. در مصاحبه محدود، نه تنها موضوعاتی که پرسشگر باید مطرح کند از قبل معین شده اند، بلکه این موضوعات بطور دقیق رده بندی گردیده اند. پرسشگر ناچار است هر یک از موضوعات را در جای خود طرح کند و هیچیک را بسلیقه خود بر دیگری مقدم ندارد. علاوه بر این، در مصاحبه های محدود پرسشها از قبل در قالب کلماتی معین قرار گرفته اند. پرسشگر بازم ناچار است، هر پرسش را با کلماتی مخصوص و یکسان طرح کند و از پاسخگو بخواهد که هر یک از سئوالها را بطور دقیق و مختصر پاسخ گوید.
این بود بطور خلاصه، انواع گوناگون مصاحبه بادر نظر گرفتن میزان آزادی طرفین (پرسشگر و پاسخگو). در صفحات بعد خواهیم دید که هر قدر مصاحبه ما آزادتر باشد، تحقیق ما عمق بیشتری می یابد.

همانطوریکه در ستور بالا بیان شد، در مصاحبه محدود درجه آزادی پرسشگر در طرح پرسشها و جوابگو در بیان آنها، به حداقل خود میرسند. مصاحبه محدود مخصوصاً بما اجازه میدهد که در برابر پاسخگویان گوناگون سئوالهایی یکسان با الفاظی مشابه مطرح کنیم و بدین ترتیب، واکنش هر یک از آنها را در برابر انگیزه های یکسان بسنجیم. مصاحبه محدود باید همراه با پرسشنامه اجرا شود. بنابراین در این بخش سوالاتی که برای خود مطرح می-

کنیم بقرار زیر خواهند بود:

اولین سؤال مابین خواهد بود که چگونه پرسشنامه را تدوین و تنظیم می-کنیم. سؤال دیگر در خصوص چگونگی اجرای پرسشنامه و مخصوصاً نقش پرسشگر در این مورد خواهد بود. بالاخره آخرین پرسشی که مطرح می‌کنیم، چگونگی تأثیر پاسخجو در جریان مصاحبه است.

تهیه و تنظیم پرسشنامه

تهیه پرسشنامه بعهده رهبر یا رهبران تحقیق است. پرسشنامه‌ای را می‌توان قابل اعتماد دانست که با شرکت چند متخصص تهیه و تنظیم شده باشد، زیرا امروز عقیده دانشمندان علوم اجتماعی و انسانی براینست که هر پدیده اجتماعی نام، یعنی چند جانبه است. تحقیق ماهر عنوانی که داشته باشد، بازهم شامل امور گوناگونی میشود که هر یک در قلمرو دانشی مخصوص قرار می‌گیرد، لذا باید در شناخت همه جانبه پدیده‌ها از دانشمندان و متخصصین گوناگون استفاده کرد، تا هر یک بادی مخصوص خود غنای تازه‌ای به تحقیق بخشند. در تهیه پرسشنامه، باید دو نکته را در نظر داشت: شکل و قالب پرسشها، و محتوای هر پرسش.

نکاتی که در مورد محتوای پرسشنامه باید رعایت شوند عبارتند از:

— اولین اقدام محقق تعیین حد و مرزی برای تحقیق اوست. پژوهشهای انسانی و اجتماعی دامنه‌ای بس وسیع دارند و اولین لحظات هر تحقیق را باید در محدود کردن آن صرف کرد.

— اقدام دیگر ما بعنوان محقق تحدید موضوعاتی است که باید در پرسشنامه مطرح شوند و اقدام بعدی تعیین سئوالهای متناسب با موضوع تحقیق است. ابتدا باید کتابها و گزارشهایی را که در باره موضوع مورد تحقیق نوشته شده‌اند، مطالعه و بررسی کرد. سپس باید در باره فرضیه‌های تحقیق فکر کرد و متغیرهای مربوط و مخصوصاً روابط آنها را مورد بررسی دقیق قرار داد. بدین ترتیب می‌توان موضوعهایی را که باید در پرسشنامه طرح شوند، مشخص کرد. بی‌تردید، همه تصمیماتی که درین مرحله اتخاذ میشوند، موقتی خواهند بود، زیرا هر پرسشنامه پیش‌از آنکه بطور قاطع تدوین گردد، بایسد دریک تحقیق مقدماتی مورد آزمایش قرار گیرد. در تحقیق مقدماتی نکات زیر را باید در نظر گرفت:

— ابتدا باید موضوعاتی که مورد پرسش قرار میگیرند، مشخص شوند. مثلاً اگر تحقیقی در باره شرایط اقتصادی اجازه‌نشینان تهران مطرح است، ابتدا باید حدود موضوع مورد مطالعه بطور دقیق روشن شود، یعنی در این تحقیق سئوالها باید صرفاً مربوط به شرایط اقتصادی اجازه‌نشینان باشد.

دوم اینکه اوضاع، شرایط و موقعیتهای توزیع پرسشنامه مانند موقعیت کار، ورزش، غذا، استراحت و... باید معین شود تا بتوانیم به ساخت داخلی طرز فکرها دست یابیم و به همسانی و ناهمسانی آنها پی ببریم. فایده ای که از این تحقیق مقدماتی عاید ما میشود، اینست که به علل ترضی و واقعی رفتارها پی می بریم و حساسیت پاسخگویانرا در برابر بعضی از پرسشها درک می کنیم.

باید سئوالهایی را انتخاب کرد که موضوع مربوط را بطور دقیق مورد مطالعه قرار دهد. باید از استعمال مکرر سئوالها خودداری کرد و پرسشهایی را حذف کرد که هریک گوشه ای از طرز فکرها را مورد بررسی قرار دهد.

انتخاب پرسشها مخصوصاً با توجه با افرادی که عقاید و طرز فکر آنها باید مورد بررسی قرار گیرد، صورت میگیرد. در این مورد، باید از اطلاعات افراد مورد مطالعه آگاه شد. مخصوصاً وقتی که موضوع تحقیق بیشتر جنبه فنی داشته باشد. مثلاً هنگامیکه موضوع تحقیق عبارت است از کسب اطلاعاتی در زمینه بیمه های اجتماعی یا مالیاتی بکار بردن سئوالهایی از این قبیل لازم است:

«آیا در مورد بیمه های اجتماعی چیزهایی شنیده اید؟» و یا می توان سئوالهای عمیقتری طرح کرد، مانند: «در مورد بیمه های اجتماعی اخیراً چه تسمیاتی گرفته شده است؟» و یا «فکر می کنید این اقدامات چه فوایدی دارند؟» طرز فکرهای افراد را می توان با طرح کلمه چرا، بطور عمیقتری مورد بررسی قرار داد.

سئوالها باید با سطح فرهنگی مخاطب تطابق داشته باشند، یعنی پرسشها نباید خیلی مشکل باشند و نیز از پاسخگو نباید انتظار داشته باشیم که گذشته دوردست را بطور دقیق گزارش دهد. مثلاً آنچه بر اساس این سئوال «از سال گذشته به اینطرف چند بار به سینما رفته اید؟» بدست می آیند، قابل اعتماد نیست، زیرا، باید محدودیت زمانی ایجاد کرد تا جواب قابل اعتماد باشد. مانند این سئوال: «از پانزده روز پیش تا بحال چند بار به سینما رفته اید؟» علاوه بر این، باید از طرح سئوالهای وسیع و پیچیده مانند سئوال زیر خودداری کرد:

«در باره محیط کار خود چگونه فکر می کنید؟» این سوال خیلی پیچیده و وسیع است، زیرا پاسخگو نمی داند چه چیز خاصی مطرح نظر است و ضمناً هر چه در جواب بگوید، باز هم کم گفته است.

باید از استعمال سئوالهای «چند ارزشی» ۳ خودداری کرد به عبارت دیگر، نمی توان با طرح یک سئوال چندین جنبه از طرز فکر شخص را مورد بررسی قرار

داد، زیرا هر یک از این جوانب، احتیاج به طرح سئوالهای مخصوصی دارد. سئوال پرسشنامه به منزله وسیله ایست که ما را در کسب اطلاعات یاری می کند. انتخاب هر سئوال باید با در نظر گرفتن شرایطی گوناگون صورت گیرد. معمولا در پرسشنامه ها دو نوع سئوال وجود دارد:

۱- سئوالهای بسته

۲- سئوالهای باز

سئوالهای بسته آزادی شخص را از بین می برد و افراد را مجبور می کند تا در جهت خاصی جواب دهند. در این نوع سئوالها، میزان آزادی پاسخگو، بحد اقل تقلیل می یابد و پاسخگو می تواند آری «یا» «نه» بگوید.

سئوالهای دو جوابی. پاسخ به این نوع پرسشها، معمولا بصورت «آری» «یا» «نه» خواهد بود. پس در این نوع سئوالها، جوابها دو حالت دارند: مثبت یا منفی. مثلا وقتی سئوال می کنیم «آیا به نظر شما کودکان متعلق به پدران مشروبخوار در مقایسه با دیگر کودکان در زندگی شان مساوی دارند؟»، پاسخ این پرسش، می تواند «آری» یا «نه» باشد. نیز ممکن است مخاطب در جواب بگوید «نمیدانم»^۵. در این نوع پرسشها، در لیست جواب، بعد از نوشتن چند پاسخ ممکن، چند فاصله یا نقطه می گذارند تا پاسخگو بتواند با آزادی جواب ممکن را بدهد.

فایده استفاده از سئوالهای بسته اینست که این سئوالها موجب سرعت بیشتر عملیات می شوند و ضمناً استخراج آنان نیز آسان صورت می گیرد. اما مشکل در این است که پاسخگو مجبور است جواب کوتاه و محدود بدهد و بدون تفکر، خود را مقید به ارائه جواب قالبی کند و حال آنکه شاید جوابی که پاسخگو در نظر دارد با هیچیک از جوابهای «بله» یا «نه» مطابقت نداشته باشد. با وجود اشکالاتی که سئوالهای بسته دارند، استفاده از آنها در موارد زیر ضروری بنظر میرسند:

۱- هنگامیکه هدف مصاحبه، بررسی امور عینی یا رفتاریست. مانند: «آیا عاشقین رختشویی دارید؟»، «آیا ورزش می کنید؟».

۲- هنگامیکه موضوع مصاحبه بررسی اعمال و یا نظراتی است که فقط دو جنبه مثبت و منفی دارند، مانند: «آیا قصد دارید در انتخابات آینده رأی بدهید؟»

۳- هنگامیکه سئوال در باره رفتار دوم است: «آیا جواب شما در رفتار دوم آینده مثبت است یا منفی؟» در این نوع سئوالها هدف بررسی عقاید قاطع پاسخ

۵- از نظر آماری معلوم شده است که قسمت مهمی از اشخاصی که جواب «نمیدانم» میدهند،

کسانی هستند که نمی خواهند بگویند «بله» اما جرات دادن جواب «منفی» را هم ندارند.

دهندگان است، نه تحقیق در باره علل ظریف و حساس موانعت یا مخالفت آنها با اینهمه، می‌توان این نوع سئوالها را تا حدودی توسعه داد، یعنی می‌توان به پاسخگو امکانات بیشتری داد. مثلاً هنگامیکه در باره شراب تحقیق می‌کنیم، سئوالهای خود را چنین طرح می‌نمائیم: «آیا شراب برای بدن مفید است؟ بی‌فایده است؟ یا مضر است؟»

بدین ترتیب، باآنکه پاسخگو بازهم مقید به دادن چند جواب است، لیکن او می‌تواند با دقت بیشتری عقیده، خود را بیان کند.

در سئوالهای بازپاسخگو می‌تواند با آزادی کامل، تمام کلماتی را که بذهنش می‌آیند، بیان کند. این نوع پرسشها، یا کاملاً باز هستند و یا آنکه تا حدودی بازند. مثال: «آیا ازدواج کرده‌اید؟»، «چرا کار خود را دوست دارید؟»

همانطور که ملاحظه می‌شود، در این دو نوع سئوال، درجه عمق پاسخها و مخصوصاً آزادی پاسخگو در بیان افکارش یکسان نیست. پاسخگو در جواب سئوال اول، می‌تواند بصورت مثبت و یا منفی جواب دهد در صورتیکه در جواب سئوال دوم، می‌تواند افکار خود را با تعمق بیشتری عنوان کند.

فواید این نوع پرسشها، در این نوع سئوالها، پاسخگو با دقت بیشتری می‌تواند طرز فکر خود را در زمینه موضوع مورد بحث بیان دارد. پرسشگر با طرح چنین سئوالهایی می‌تواند عمق فکر پاسخگو را بررسی کند. برای تحقق این هدف، نه تنها پاسخگو را در بیان نظراتش آزاد می‌گذارد، بلکه گاهی نیز می‌تواند با طرح سئوالهایی از قبیل: «چرا؟»، «لطفاً توضیح بیشتری دهید» و... او را وادارد تا علل و عواملی را که موجب پیدائی چنین طرز فکری شده است، بیان دارد.

ضررهای این نوع پرسشها، استخراج سئوالهای باز به سختی صورت می‌گیرد، تحلیل آماری آنها فوق‌العاده مشکل است و بسختی می‌توان آنها را یادداشت کرد ولی آنچه مفید بنظر می‌رسد، اینست که دو نوع سئوال باز و بسته را بایکدیگر مخلوط کنیم و در یک پرسشنامه بگنجانیم.

چگونگی عرضه پرسشها

طرز بیان هر سئوال، اهمیت شایان توجهی دارد، زیرا تأثیر آن در نوع جواب حتمی است. عبارتهای هر پرسش باید آسان و روشن تهیه شوند، زیرا عبارات مبهم و پیچیده موجب تحریف جواب خواهد شد. باید منظور ما طوری در پرسشنامه گنجانیده شود، که مفهوم آن برای همه یکسان باشد، حتی الامکان باید از استعمال ادات نفی خودداری کرد. در طرح هر سئوال، باید میزان تحصیل و وضع اقتصادی پاسخگو را در نظر گرفت. مخصوصاً باید دید هر لغت در فرهنگ خاص آن گروه چه معنایی دارد. مثال:

لغاتی از قبیل: انسانیت، عزت، برای هر گروه معنای خاص دارد. از جانب دیگر، بعضی از لغات مخصوص قشری از اجتماع است، مانند: کلمات مرام، معرفت و غیره... و حال آنکه همین لغات برای اشخاص دیگر که از گروههای دیگر جامعه برخاسته‌اند، معنای متفاوتی خواهند داشت. بنابراین:

- پرسشها باید حتی المقدور جنبه عینی داشته باشند.
- طراح سئوال باید از بکار بردن کلماتیکه جنبه تلقینی دارند، پرهیز کند.
- باید کوشید تا بار عاطفی کلمات هر پرسش به حداقل کاهش یابد.
- عباراتی که برای هر پرسشی تعیین میشوند، باید با کمال بی طرفی تهیه و تنظیم شوند.

- باید از کاربرد پرسشهای دو پهلو خودداری نمود. مثلا این سئوال: «آیا در مقابل یهودیها، سیاهان و مردم شمال افریقا، پیشداوریهای منفی دارید؟» این پرسش پاسخگو را در ارائه جواب درست دچار مشکل میسازد، زیرا ممکن است کسی در برابر یکی از این گروهها پیشداوری مخصوصی داشته باشد، درین صورت از دادن پاسخ درست عاجز خواهد ماند.

- باید از استعمال جملات طولانی حتی المقدور خودداری کرد، مگر آنکه نتوان سئوالی را بطور مستقیم و خلاصه عنوان کرد. مثلا وقتی ما در باره کتابی که حساسیت مردم را برانگیخته به تحقیق می پردازیم، بجای اینکه سئوال شود:

«آیا فلان کتاب را خوانده‌اید؟»، سئوال میشود:

«آیا قصد دارید فلان کتاب را بخوانید؟»

سئوالها باید طوری از بی یکدیگر بیآیند که جنبه تلقینی نداشته باشند و ضمناً هر سئوال پاسخ بعدی را تعیین نکند. از جانب دیگر، نباید بیش از حد در پی ایجاد نظم منطقی در توالی سئوالها بود.

بنظر «کانتریل» در پرسشهای دوجوابی، واژه دوم اثر بیشتری در پاسخگو میگذارد. مثلا وقتی سئوال میشود: «آیا کتابی خوانید یا خیر؟» پاسخگو بیشتر متمایل است جواب منفی بدهد. در پرسشهای چند جوابی، پاسخهای میانه بیشتر مورد انتخاب پاسخگو قرار می گیرند. مثلا در برابر این سئوال: «نظر شما درباره فیلمهای خارجی چیست؟، بسیار بد... بی تفاوت... موافق... بسیار موافق...» به احتمال زیاد، پاسخگو واژه بی تفاوت را بعنوان جواب برمیگزیند. نظمی که بر اساس مشخصات روانی پاسخگو بوجود می آید بر نظم منطقی پرسشنامه مرهج است. ابتدا باید سئوالهای مربوط به آموز عینی طرح شوند و بعد پرسشهایی که باطرز فکرها و عقاید مربوطند. بدین ترتیب، ابتدا توجه مخاطب به موضوع مورد بحث در پرسشنامه جلب میشود و آنگاه بخوبی می تواند به سئوالهای پیچیده جواب دهد. بنظر روانشناسان اجتماعی بهتر است سئوالهای مربوط به مشخصات اجتماعی فرد، پس از دیگر پرسشها مطرح شوند؛ بدین ترتیب می توان از رسمیت و تصنع پرسشنامه کاست.

چگونگی اجرای پرسشنامه

در اجرای پرسشنامه دو مرحله متمایز وجود دارد:

۱- برقرار کردن تماس مناسب با پاسخگو

۲- بکار بردن اصول و قواعد پرسشنامه در مورد پاسخگو

برقرار کردن تماس مناسب با پاسخگو: قدم اول پرسشگر، جلب همکاری پاسخگوست. بدین منظور، باید توجه او را به مسأله مورد نظر جلب کرد. مخصوصاً باید توضیحات لازم در باره هدفهای سازمانی که دست به تحقیق زده است، داده شود.

بکار بردن اصول و قواعد پرسشنامه در مورد پاسخگو. يك قاعده بیش از همه باید مد نظر قرار گیرد و آن اینکه، حتماً باید نظم سئوالها رعایت شوند. در تحقیقات هدایت شده و محدود، پرسشگر نباید ابتکار عمل از خود نشان دهد. در کاربرد این نوع وسیله تحقیق، نقش پرسشگر این نیست که طبق خواسته‌های جوابگو، در پرسشنامه تغییر دهد. بلکه لازم است سئوالهای پرسشنامه را بطور دقیق یکی بعد از دیگری و بدون هیچ تغییری مطرح نماید. در این نوع وسیله تحقیق (مصاحبه محدود) پرسشگر نباید جوابهای مخاطب را تحلیل و توصیف کند.

پرسشنامه باید حتی المقدور میزان شده باشد، یعنی تا آنجا که ممکن است بطوریکه نخواست اجرا شود: چون واکنشهای گوناگون پرسشگر در برابر پاسخگو- یان موجب تحریف پاسخها میشود و از اعتبار پرسشنامه می‌کاهد. بنابراین، پرسشگر نباید در مقابل هر پاسخ، حالت تعجب یا تحسین و یا انتقاد بخود گیرد، بلکه تنها وظیفه او خودداری از نشان دادن هر گونه واکنشی است.

در مورد سئوالهای باز، در صورتیکه پاسخگو افکار خود را آنچنانکه لازم است گسترش ندهد، پرسشگر می‌تواند توضیحات بیشتری از او بخواهد. برای این منظور، پرسشگر باید از جملات کوتاه و غیر تلقینی استفاده کند. هرگاه پاسخگو بنوبه خود سئوالی مطرح کند، از دو حال خارج نیست: یا اینکه منظور پاسخگو صرفاً کسب اطلاعات بیشتری در زمینه هدفهای تحقیق است، یا اینکه در نظر دارد عقاید پرسشگر را درباره سئوالهای پرسشنامه جویا شود. بی تردید در مورد اول پرسشگر وظیفه دارد هر چه بیشتر توضیح دهد. اما در مورد دوم، پرسشگر باید صرفاً تذکر دهد که عقیده خاصی در این مورد ندارد. اگر چنین موردی بازم تکرار شود، پرسشگر موظف است نقش خود را که مستلزم بی‌طرفی کامل است، تذکر دهد.

در مطالعاتی که بر روی جمعیت نمونه‌ای انجام می‌گیرد، معمولاً پرسشگر

تمایل دارد از آکسانی سؤال کند که طرز فکر آنها در آن مورد با خود او شباهت دارد. پرسشگر باید از این تمایل طبیعی آگاه باشد و مخصوصاً بکوشد تا امکان تجلی بدان ندهد زیرا در چنین صورتی، جمعیت نمونه، معرف کل جمعیت نخواهد بود.

تأثیر پرسشگر

تأثیر پرسشگر بر روی نتایجی که از پرسشنامه حاصل میشود، قابل ملاحظه است. در سال ۱۹۴۲ در آمریکا، تحقیقی بوسیله دو پرسشگر، سیاه و سفید بعمل آمد. در این تحقیق که بر روی جمعیت نمونه واحدی صورت می گرفت، این سؤال مطرح شد: «آیا بنظر شما بهتر است، نیروی ما صرف از بین بردن قدرت طرفداران آلمان در اروپا شود یا اینکه در راه اصلاحات داخلی کشورمان بکار آید؟» هنگامیکه این سؤال بوسیله پرسشگر سفید پوست مطرح میشد، ۶۲٪ مردم عملیات نظامی علیه هیتلر را مقدم میدانستند: در صورتیکه همین سؤال هنگامیکه در مقابل همان مردم بوسیله پرسشگر سیاه پوست، مطرح میشد: این بار فقط ۲۹٪ آنها عملیات نظامی علیه هیتلر را مقدم میدانستند. از خود سؤال می کنیم «کدامیک از این جوابها صادقانه تر است؟» بنظر مزون نوو، نمی توان گفت کدام پرسشگر وظیفه خود را بهتر انجام داده است، بلکه علت این تفاوت را باید در اختلاف رنگ پوست پرسشگران جست. نتیجه ای که مزون نوو از این تحقیق می گیرد، اینست که هر قدر منزلت اجتماعی افراد پرسشگر و پاسخگو بهم نزدیکتر باشد، طرز فکرها بهتر و صادقانه تر بیان میشوند، زیرا تماسی که بدین ترتیب برقرار میشود، تماسی است همه جانبه. بنظر او مخصوصاً از این نتیجه در تحقیقاتی باید استفاده شود که هدف آنها بدست آوردن علل و عوامل پیچیده و عمیق یک مسأله است.

بی تردید هر قدر پرسشگر بکوشد، تابعان فردی بی طرف در برابر پاسخگو ظاهر شود، باز هم ناخود آگاه، تأثیر او در نحوه جواب قابل ملاحظه خواهد بود.

تحقیق «همان» و «اسمیت» درین مورد شاهد خوبی است. بطور کلی، موضوع این تحقیق، انزوای سیاسی آمریکا و یا شرکت این کشور در مسائل کلی بین المللی بود. پرسشگران را به دو گروه تقسیم کردند: گروهی از پرسشگران با انزوای سیاسی آمریکا موافق بودند، و گروهی دیگر از آنها برعکس اعتقاد داشتند که آمریکا باید به عنوان قدرت بزرگ جهانی در حل مسائل بین المللی بکوشد. هنگامیکه به پاسخگویانی مراجعه میشد که اکثراً با دخالت آمریکا در

سیاست کلی جهانی موافق بودند، پرسشگرانیکه با چنین طرزفکری موافق بودند ۷۸٪ از بین این مردم را طرفدار دخالت آمریکا در سیاست جهانی یادداشت می‌کردند؛ در صورتیکه پرسشگران مخالف با این نظر، فقط ۶۱٪ از همین مردم را مداخله‌جو یا طرفدار مداخله آمریکا در سرنوشت سیاسی جهان قلمداد می‌نمودند.

در حقیقت نظر پرسشگر، و خواستها و انتظارات او، موجب میشوند که وی مطالب پاسخگویانرا بطور ناآگاه بنحودیگری موافق یاخواسته‌های خود یادداشت نماید. آگاهی از این تمایل طبیعی وسعی در مبارزه با آن برای هر پرسشگر ضروریست.

منابع:

- 1- John Modge: The Tools of Social Science, Anchor Books, N.Y., 1965.
- 2- Raymond Boudon: Les méthodes en sociologie, P.U.F., Paris, 1970.
- 3- Claude Javeau: L'enquête par questionnaire, Université Libre de Bruxelles, 1970.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی