

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال دوم، شماره هفتم، تابستان ۱۳۸۹

ص ص ۱۲۶-۱۰۵

کاربرد روش تحقیق کیفی در مطالعات فمینیستی

(با تاکید بر روش گروه‌های متمرکز)

دکتر محمد عباس‌زاده^۱

الناز اسمعیل پورفلاحی^۲

علی بوداچی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۶/۲۵

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۲/۳/۳۱

چکیده

در عصر حاضر، حرکت و گذار پژوهش‌های اجتماعی از روش‌های کمی و سخت به روش‌های کیفی و نرم انسان‌گرایانه و تفسیری اهمیت رویکرد کیفی را در تحقیقات اجتماعی دو چندان کرده است. روش گروه‌های متمرکز از جمله روش‌های کیفی می‌باشد که از طریق ارائه تفسیرهای مختلف و متعدد از واقعیت و ایجاد الگوهای مورد توافق حاصل می‌شود. در مقاله‌ی حاضر، محققین در صددند ضمن تشریح یکی از مهم‌ترین روش‌های پژوهش کیفی یعنی گروه‌های متمرکز^۴ و جنبه‌هایی از اجراء این روش از جمله ضبط صدا، سطح دخالت مدیریت، تعداد گروه‌ها، تعداد جلسات و نوع سوالات، کاربرد روش یاد شده را در رویکردهای فمینیستی برجسته نمایند. با این استدلال که، در این روش، تاکید بر تعامل گروهی و ساخت معانی از طریق تعامل افراد با گروه از یک طرف و از طرف دیگر، تمرکز بر ویژگی‌هایی چون طبیعی بودن محیط، تاکید بر زمینه اجتماعی و غیر بهره‌گیرانه بودن باعث شده که روش یاد شده همسویی بیشتری با اصول اخلاقی و سیاست‌های فمینیست‌ها داشته باشد. این امر در سال‌های اخیر باعث استقبال بیشتر فمینیست‌ها از روش گروه‌های متمرکز شده است. چرا که از دیدگاه فمینیست‌ها، این روش نقش برجسته‌ای در به گوش رساندن صدای گروه‌های زنان دارد. درنهایت، روش یاد شده مثل سایر روش‌های

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه تبریز.
E-mail: m.abbaszadeh1@yahoo.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه تبریز.
E-mail: elnaz.fallahi@ymail.com

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه تبریز.
E-mail: a20_boodaghi@yahoo.com

۴. Focus Groups

تحقیق، دارای محدودیت‌هایی می‌باشد که توجه به آن‌ها، برای بالا بردن کیفیت تحقیق کمک خواهد کرد. به همین خاطر، در مقاله‌ی حاضر به این محدودیت‌ها هم اشاره خواهد شد. واژگان کلیدی: روش کیفی، گروه‌های متمرکز، فمینیست.

مقدمه

روش‌های پژوهش کیفی محصول نگرشی جدید به تحقیق در فرآیند گذار از کمیت‌گرایی پوزیتیویسم به ذهنیت‌گرایی پدیدارشناسی و تاویل هستند. کوشش در جهت پرهیز از آمارگرایی صرف و تعریف تمام جنبه‌های ذهنیت انسانی با اعداد و ارقام مشاهده‌ی رفتار به صورت طبیعی آن، از جمله‌ی نخستین اهداف پژوهش کیفی بود. بی‌تردید، حرکت روش‌شناختی پژوهش از شیوه‌های کمی به کیفی، معلول فرآیند گسترده‌ی تغییرات در حوزه‌های علوم انسانی و اجتماعی بوده است. در این راستا، پدیدارشناسی هوسرل در رواج و گسترش ذهنیت‌گرایی و مخالفت با پوزیتیویسم برآگاهی و جهان‌پدیدارها و نیت‌های کنشگران تاکید ورزیده، راه را برای پارادایم تفسیرگرایی که درحوزه‌ی تحقیقات کیفی، از جمله پایه‌های مهم مباحث هستی‌شناسانه به شمار می‌رود، هموار نمود. براساس اصول این پارادایم، برای درک برداشت‌ها و نیت‌های کنشگران باید به جهان آنان رسوخ کرد و از زاویه‌ی دید آنان به نظاره‌ی جهان و تفسیر آن نشست. مخالفت با کمیت‌گرایی در مکاتب کنش متقابل نمادین و روش‌شناسی مردم‌نگارانه بر استفاده از روش درون‌نگری همدلانه و ترجیح روش‌های نرم به جای روش‌های آماری و علمی سخت مورد تاکید مکتب آیوا و انجام آزمایش‌های نقض‌کننده‌ی هارولد گارفینگل که یک سره برانجام آزمایش در محیط و زمینه‌ی طبیعی تحقیق تاکید می‌ورزید، نشان دهنده‌ی تاثیر زمینه‌ها و چارچوب‌های تئوریک بر طرح‌های پژوهش کیفی در حوزه‌ی روش‌شناختی بوده است (عباس‌زاده، ۱۳۸۹: ۲۱-۲۰). با توجه به پیش‌گفته‌ها می‌توان اذعان نمود که جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی نقش اساسی در شکل‌گیری، تثبیت و تقویت روش پژوهش کیفی دارد. چرا که در این رشته‌ها پژوهشگران با مطالعه‌ی رفتار انسان دریافت طبیعی خود سر و کار دارند و تلاش می‌کنند وجود پژوهشگر یا بافت پژوهشی بر رفتار طبیعی اثر نگذارد. هم‌چنین در این روش‌ها، تلاش می‌شود داده‌ها از نگر آزمودنی‌ها با گروه‌های تحت مشاهده جمع‌آوری و بررسی شوند و پدیده‌ها را در بافت طبیعی خود بررسی می‌نمایند (میرزایی، ۱۳۸۸: ۷۰). منظور از تحقیق کیفی عبارت است از هر نوع تحقیقی که ساخت‌هایی را به دست می‌دهد که با شیوه‌هایی غیر از روش‌های آماری یا هرگونه کمی کردن، کسب شده‌اند. شیوه مذکور ممکن است به تحقیق درباره زندگی افراد، شرح حال‌ها، رفتارها و هم-چنین درباره کارکرد سازمانی جنبش‌های اجتماعی یا روابط بین‌الملل معطوف باشند اما خود تجزیه و تحلیل به شکل کیفی باشد. در واقع تحقیق کیفی گنگ و مغشوش است؛ زیرا می‌تواند برای افراد گوناگون، معانی متفاوتی داشته باشد. برخی از محققان داده‌ها را از طریق مشاهده یا مصاحبه گردآوری

می‌کنند. این فنون معمولاً با روش‌های کیفی قرین‌اند. با این حال آن‌ها بعداً داده‌ها را به گونه‌ای کدگذاری می‌کنند که به آنان امکان تجزیه و تحلیل آماری را بدهند، آن‌ها در اصل داده‌های کیفی را کمی می‌کنند (استراس و دیگری، ۱۳۸۵: ۱۷). به یک معنا، در این روش، پدیده‌ها در بافت طبیعی بدون برهم زدن صحنه‌ی پژوهش با هدف نظریه‌سازی مطالعه می‌شود و ماهیت موضوع، صراط پژوهش را تعیین می‌نماید. در واقع، پژوهش کیفی بررسی کلی و عمیق یک پدیده از طریق گردآوری اطلاعات روایتی غنی با استفاده از یک روش پژوهش قابل انعطاف می‌باشد. در این روش داده‌های کیفی به دست می‌آیند، داده‌هایی که به شکل روایات (داده‌های غیر عددی) گردآوری شده‌اند. برای دستیابی به داده‌های کیفی روش‌های گوناگونی مورد استفاده قرار می‌گیرند. برخی از این روش‌ها شامل مصاحبه، مشاهده، گروه متمرکز و ... می‌باشند. محقق باید بر اساس سوال مورد پرسش، حساسیت موضوع، شرکت‌کنندگان و منابع در دسترس، روش مناسب گردآوری اطلاعات را انتخاب نماید (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۰). هم-چنین، انواع روش‌های کیفی در علوم اجتماعی عبارتند از:

مطالعه موردی^۱: بررسی یک‌نگارانه از یک فرد، گروه یا جامعه خاص است. هدف اصلی این نوع مطالعه عبارت است از توصیف، اگرچه تلاش برای تبیین نیز در آن پذیرفتنی است (بی، ۱۳۸۸: ۵۸۵). به طور کلی، تحقیقات موردی زمانی برتری می‌یابند که پرسش‌هایی با ادوات استفهام، «چگونه» و «چرا» مطرح باشند و نیز پژوهشگر کنترلی بر رویدادها ندارد و آن‌گاه که پدیده مورد توجه متعلق به زمان معاصر و در بستر زندگی واقعی قرار داشته باشد (ک. ین، ۱۳۷۶: ۱).

اقدام پژوهی^۲: اقدام پژوهی یا همان پژوهش در عمل، استفاده از تجربیات، به کارگیری آن‌ها در جهت تغییر و اصلاح امور است. تحقیقی که برای حل یک مشکل خاص در سازمان اجرا می‌شود و می‌خواهد با درگیر کردن افراد سازمان در مطالعه مشکلات خود در متن سازمان، به حل مشکل موجود کمک نماید (زارعی و دیگری، ۱۳۸۳: ۱۱).

مردم‌نگاری: غالباً با مطالعات انسان‌شناختی مرتبط است، معمولاً به مشاهدات طبیعت‌گرایانه و شناخت-های کل‌نگارانه فرهنگ‌ها یا خرده فرهنگ‌ها اطلاق می‌شود (بی، ۱۳۸۸: ۵۸۵).

تفسیرگرایی^۳: هدف تفسیرگرایی این است که بداند چگونه آزمودنی مورد مطالعه زندگی خود را درک می‌کند (همان: ۵۸۲).

نظریه مبنایی^۴: نوعی نظریه‌پردازی بر مبنای داده‌های گردآوری شده از میدان تحقیق قلمداد می‌شود. این روش با فرضیه ساختارمندی آغاز نمی‌شود و قصد آزمون نظریه‌ای ندارد بلکه بعد از جمع‌آوری اطلاعات

1. Case study
2. Action research
3. Interpretivism
4. Grounded theory

در تحلیل‌های خود از نظریه استفاده می‌کند. تفسیر و تحلیل عمیق داده‌ها نقش مهمی را در آن ایفا می‌کند و در صورت طی شدن تمامی مراحل می‌توان به تبیین نظریه‌ای منتهی شود (آریان، ۱۳۸۹: ۸۸).
هرمنوتیک (علم تاولی): هدف هرمنوتیک آن‌گونه که در علوم اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد، شناخت فرایند شناخت است. درحالی که تفسیرگرا می‌خواهد این نکته را کشف کند که آزمودنی چگونه تجربه خود را از زندگی تفسیر می‌کند، محققى که از روش هرمنوتیک استفاده می‌کند بیشتر علاقه‌مند به فرایند اکتشافی تفسیرگرایانه است (بی، ۱۳۸۸: ۵۸۳).

و روش گروه‌های متمرکز از جمله روش‌های کیفی می‌باشد که در پژوهش حاضر، مطمح نظر محققین است. این روش، از طریق ارائه تفسیرهای مختلف و متعدد از واقعیت و ایجاد الگوهای مورد توافق حاصل می‌شود. در روش یاد شده، دانش عینی نبوده و از تعامل بین پژوهشگر و موضوع پژوهش حاصل می‌شود. در مقاله حاضر، مشخصات گروه‌های متمرکز و کاربرد آن در مطالعات فمینیستی^۱ مورد بحث قرار گرفته است. ارتباط میان فمینیسم و متدولوژی زمانی شروع می‌شود که فمینیسم خود را به عنوان یک دانش معتبر معرفی کند. از دو دهه پیش پدین سو فمینیسم درعین حال که هم‌چنان به عنوان یک جنبش پرتحرک اجتماعی محسوب می‌شود، آرام آرام به عرصه مطالعات دانشگاهی پا نهاده و بدین‌سان از پشتوانه تئوریک نیز برخوردار شده است. اکنون نهضت زنان توانسته است با استفاده از زمینه‌های متعدد علوم درحوزه‌های دانشگاهی، موضوع جدیدی تحت عنوان مطالعات زنان را به سطح آکادمیک منتقل کند (محسنی و دیگری، ۱۳۷۸: ۷۵) و به همین دلیل است که روش تحقیق فمینیستی به میان می‌آید. باید گفت که هیچ روش تحقیقی به خودی خود فمینیستی یا ضد فمینیستی نیست؛ راه‌های انجام تحقیق در چهارچوب نظری آن که بستر تعبیر نتایج است تحقیق را فمینیستی یا ضد فمینیستی می‌کند با وجود این بسیاری از فمینیست‌ها روش‌های کمی گردآوری و تحلیل اطلاعات را مردود می‌دانند (آبوت و دیگری، ۱۳۸۰: ۲۷۷). شولمیت رین هرز^۵ بحث می‌کند که بر اساس بررسی‌های وی، روش زنان فمینیسم یک دیدگاه است نه یک روش. او معتقد است که تعدادی از موضوعات خصوصیات تحقیق زنان را بیان می‌کند که شامل یک موضع‌گیری مهم به سمت روش‌شناسی ایجاد تغییر اجتماعی است و یک طرح برای ایجاد حضور مجدد تفاوت انسان و تلاش برای فهم روابط بین محقق و افرادی که مورد تحقیق قرار گرفته‌اند، می‌باشند (استربرگ، ۱۳۸۴: ۳۵). بدین ترتیب می‌توان گفت روش گروه‌های متمرکز از جهات بسیاری می‌تواند در تحقیقات فمینیستی کاربرد داشته باشد چرا که هدف اصلی آن به دست آوردن گرایش‌ها، احساسات، عقاید، تجارب و روابط درشرایطی است که استفاده از متدهای دیگر همانند مشاهده، مصاحبه فرد به فرد و یا پرسشنامه پیمایشی امکان‌پذیر نمی‌باشد. این گرایش‌ها، احساسات و عقاید ممکن است تا حدی از گروه یا زمینه اجتماعی^۲ آن مستقل باشد؛ و داده‌ها از طریق تعامل در گروه به دست می‌-

1. Feminist

2. Contextualization

آید (گیس، ۱۳۸۷). روش بحث گروهی به خاطر داشتن ویژگی‌هایی چون ناتورالیستی بودن، طبیعی بودن، توجه به زمینه اجتماعی و حذف روابط قدرت استثماری محقق از طریق مشارکت گروهی مورد علاقه‌ی محققان فمینیستی بوده است (ویلکینسون^۱، ۱۹۹۹: ۲۲۴). در تائید این مدعا، روس بر این عقیده است که امروزه محققان فمینیستی از روش بحث گروهی بیشتر استقبال می‌کنند، چرا که تحقیقات فمینیستی با روش بحث گروهی به زنان کمک می‌کنند تا از طریق اتحاد و خرد جمعی موقعیت‌شان را تغییر دهند (روس^۲، ۲۰۰۱: ۲۲).

در رابطه با فمینیسم، انواع گوناگون نظریات فمینیستی را می‌توان به سه نظریه تفاوت، نابرابری و ستمگری طبقه‌بندی کرد. مضمون اصلی ادبیات مربوط به تفاوت‌های جنسی در دوران معاصر این است که زندگی روحی درونی زنان با حیات روحی مردان تفاوت دارد. زنان از جهت ارزش‌ها و منافع بنیادی‌شان، شیوه داوروی‌های ارزشی، ساخت انگیزه‌های دستاوردی، خلاقیت ادبی، تفنن‌های جنسی، احساس هویت و از نظر فراگردهای کلی آگاهی و ادراک خود درباره ساخت واقعیت اجتماعی، بینش و برداشتی متفاوت از مردان دارند. مضمون دوم این است که شکل کلی روابط زنان و تجربه‌های زندگی‌شان شکل متمایزی است. تبیین تفاوت‌های میان زنان و مردان اساساً بر سه گونه‌اند: زیست‌شناختی، نهادی، اجتماعی - روان - شناختی. در مورد نظریه نابرابری جنسی چهار مضمون شاخص این نظریات می‌باشند. نخست آن که زنان و مردان نه تنها موقعیت‌های متفاوتی در جامعه دارند بلکه در موقعیت‌های نابرابری نیز قرار گرفته‌اند. دوم آن که این نابرابری از سازمان جامعه سرچشمه می‌گیرد. سومین مضمون این است که هرچند افراد انسانی ممکن است از نظر استعداد و ویژگی‌های‌شان با یکدیگر تا اندازه‌ای تفاوت داشته باشند، اما هیچ‌گونه الگوی تفاوت طبیعی مهمی وجود ندارد که دو جنس را از هم متمایز سازد. چهارم این که همه نظریه‌های نابرابری فرض را بر این می‌گیرند که هم مردان و هم زنان می‌توانند در برابر ساختارها و موقعیت‌های اجتماعی برابانه‌تر، واکنشی آسان و طبیعی از خود نشان دهند. عمده نظریات فمینیستی که بر نابرابری جنسی تاکید دارند و در صدد تبیین آن می‌باشد، عبارتند از: فمینیسم لیبرالی و فمینیسم مارکسیستی. از دید نظریه‌پردازان ستمگری جنسی، موقعیت زنان اساساً همان موقعیتی است که در چهار چوب آن، زنان مورد سوء استفاده، تحت نظارت، انقیاد و ستم مردان قرار می‌گیرند. این الگو به عمیق‌ترین و فراگیرترین اشکال در سازمان جامعه عجین شده و یک ساختار تسلط بنیادی تشکیل داده است که عمده‌تاً پدرسالار نامیده می‌شود. نظریات عمده ستمگری جنسی عبارتند از: فمینیسم روانکاوانه، فمینیسم رادیکالی، فمینیسم سوسیالیستی (ریتزر، ۱۳۸۶: ۴۸۸ - ۴۶۹). با توجه به تعاریف فوق از انواع فمینیسم می‌توان گفت روش گروه‌های متمرکز توسط فمینیست‌های معتقد به تفاوت‌های جنسی می‌تواند کاربرد داشته باشد و در مقاله حاضر مقصود از فمینیست، نظریات فمینیستی مبتنی بر تفاوت‌های جنسی می‌باشد. با عنایت به

1. Wilkinson

2. Rose

موارد فوق‌الذکر سوالات مقاله‌ی حاضر بر این محورها دور می‌زنند که اولاً روش گروه‌های متمرکز چه کاربردهایی در مطالعات فمینیستی دارد؟ ثانیاً، محدودیت‌های این روش کدامند؟

روش گروه‌های متمرکز

توضیح‌های روش گروه‌های متمرکز در تمام آثار اندیشمندانی چون (کالدر^۱، ۱۹۷۷، کوکس^۲، هایقن بوثن^۳ و بورتن^۴، ۱۹۷۶، فرن^۵، ۱۹۸۲، گولمن^۶، ۱۹۶۲، کروجر^۷، ۱۹۸۸، لهمان^۸، ۱۹۸۷، لایدز^۹، ۱۹۸۶، ۱۹۸۶، مرتن^{۱۰}، ۱۹۵۶، مرگان، ۱۹۸۸، یوهاس^{۱۱}، ۱۹۸۶، زلر^{۱۲}، ۱۹۸۶) یافته شده است (یوهاس برس^{۱۳} و ویلکس^{۱۴}، ۱۹۹۱: ۶۵). در واقع، این روش، یک نوع بحث گروهی است که به موضوع و مسئله‌ی ویژه تمرکز دارد و در آن، بحث‌ها توسط مدیر جلسه، مدیریت می‌شود. هم‌چنین روش یاد شده شامل ۱۲-۸ مشارکت‌کننده است. لیدرمن (۱۹۸۹) فرضیه‌های پنج‌گانه‌ی بنیادی را در رابطه با نتایج این روش ارائه داده که به شرح زیر است: ۱. اعضا در این روش، منابع پر ارزش اطلاعات هستند. ۲. قادرند تفکرات، احساسات و رفتارهای‌شان را توصیف نمایند. ۳. هم‌چنین، مدیر جلسه می‌تواند اطلاعات فراموش شده را یادآوری کند. ۴. در این روش پویایی گروه‌ها نقش اساسی در دسترسی به اطلاعات واقعی دارد. ۵. مصاحبه کردن با یک گروه بهتر از مصاحبه کردن با فرد است (همان).

با استفاده از روش گروه‌های متمرکز می‌توان اطلاعات غنی را طی پویایی گروه، در ارتباط با موضوعی خاص به دست آورد. این روش توسط برخی محققین، بحث یا مصاحبه‌ی گروهی نیز نامیده شده است. البته برخی محققین، گروه متمرکز را یک روش تحقیق کیفی می‌دانند که از طریق آن، گروه کوچکی از شرکت‌کنندگان برای صحبت در مورد عنوان یا موضوعی خاص جهت تولید اطلاعات گرد هم می‌آیند. برخی محققین نیز، معتقدند که گروه متمرکز ابزاری اولیه برای طراحی یک پرسش‌نامه می‌باشد. استفاده از گروه متمرکز برای گردآوری اطلاعات، روش با ارزشی برای محققین کیفی می‌باشد. گروه متمرکز یک جلسه‌ی نیمه ساختاری است که به وسیله‌ی رهبر گروه هدایت و در شرایطی غیررسمی به هدف گردآوری اطلاعات در مورد عنوانی خاص، برگزار می‌شود (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۰). در این راستا، هوقیز و

1. Calder
2. Cox
3. Higgenbotham
4. Burton
5. Fern
6. Goldman
7. Krueger
8. Lehman
9. Lydecker
10. Merton
11. Yuhas
12. Zeller
13. Yuhas Byers
14. Wilcox

دومنت بر این باورند که گروه‌های متمرکز به طور خاص در انعکاس واقعیت‌های اجتماعی یک گروه فرهنگی، از طریق، دسترسی مستقیم به زبان و مفاهیم همراه مشاهده‌ی ساختاری تجربیات، سودمند است. هم‌چنین، مورگان (۱۹۹۶)، مطرح می‌کند که گروه‌های متمرکز به مثابه‌ی مشاهده‌ی مشارکتی قوی است که توانایی مشاهده‌ی پدیده‌ها در زمینه و بافت آن را دارد و کارآمدتر از مصاحبه‌ی فردی عمیق عمل می‌کند (مک لافری، ۲۰۰۴: ۱۸۹).

مورگان^۲ گروه‌های متمرکز را شکلی از مصاحبه گروهی^۳ معرفی می‌کند که تاکید اصلی در گروه‌ها متمرکز بر تعاملات پاسخ‌دهندگان است در حالی که در مصاحبه گروهی تاکید اصلی بر پرسش و پاسخ-هاست (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۳۷). تعدادی از نویسندگان تفاوت‌های بین روش‌های گروه‌های متمرکز و گروه‌های مصاحبه‌گر قائل شده‌اند که این سه تفاوت به شرح زیر می‌باشد:

۱. گروه‌های تمرکزگرا عموماً بر موضوعاتی که مطالعه و تفحص عمیق را می‌طلبد تاکید دارند. در حالی که مصاحبه‌های گروهی دارای مدت معینی هستند.

۲. مصاحبه گروهی از لحاظ اقتصادی مقرون به صرفه‌تر است چرا که مصاحبه‌گر می‌تواند در یک زمان با چند نفر مصاحبه کنند به جای این که با یک نفر به مصاحبه بپردازند.

۳. محققان گروه تمرکز به روش‌هایی علاقه‌مندند که افراد به صورت گروهی با هم بحث کنند نه به صورت فردی. افراد در گروه نظرات دیگران را نیز می‌شنوند و با آن‌ها در تعامل هستند. به هر حال تفاوت بین گروه‌های متمرکز و مصاحبه گروهی بدین جا ختم نمی‌شود و معمولاً این دو واژه به جای هم به کار برده می‌شوند (مورگان، ۲۰۰۹: ۱۳۱).

به نظر گروه‌گر^۴ نیز گروه‌های متمرکز روشی برای تبادل افکار و مذاکرات است که طبق یک برنامه-ریزی دقیق طراحی می‌شود تا ادراکات و بینش مصاحبه‌شوندگان را در یک محیطی به دور از تهدید و فشار بسنجد (زارع، ۱۳۹۰).

کاربردهای این روش گروه‌های متمرکز نشان دهنده کیفیت این روش می‌باشد مورگان کاربردهای این روش را به شرح زیر بیان می‌کند:

۱. هدف اصلی از مصاحبه متمرکز این است که با افرادی که تجربه خاصی در مورد یک موضوع دارند در یک محیط نسبتاً سازمان‌دهی نشده در مورد تجربیات‌شان مصاحبه شود. در سال ۱۹۵۶ این بحث به وسیله مرتن^۵ ارائه شده است. یکی از بهترین و مشهورترین مقاله‌ها در این زمینه با محتوای علوم اجتماعی، در سال ۱۹۸۵ توسط مورگان و اسپانیش^۶ با عنوان مطالعه آگاهی و دانش مردم در مورد مسائل

¹. McLafferty

². Morgan

³. Group Interview

⁴. Krueger

⁵. Merton

⁶. Spanish

مسائل بهداشت و سلامت ارائه شد. جالب‌ترین بخش این روش مربوط به سوال‌هایی می‌شد که دانش مردم را درباره حملات قلبی و علت بروز آن‌ها مورد بررسی قرار می‌داد. بنابراین، بیشتر تاکیدها بر روی چگونگی مشارکت گروه‌های متمرکز و علت بروز حملات قلبی بود که مورد بررسی قرار گرفت و سالیان متمادی این بحث مورد بررسی قرار گرفته است (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۳۷).

گروه‌های متمرکز برخلاف گروه‌های دلفی، معمولاً از کارشناسان آموزش‌دیده تشکیل نمی‌شود، گروه‌های متمرکز بیشتر برای گردآوری اطلاعات از افراد غیرمتخصص طراحی می‌شود (زارع، ۱۳۹۰). بیشتر تاکیدها در این حوزه‌ها بر روی شناخت مردم می‌باشد. به عنوان مثال، بررسی این که مخاطبان چطور به برنامه‌های تلویزیون، رادیو، فیلم‌ها، روزنامه‌ها و مقاله‌ها واکنش نشان می‌دهند. مطالعه مورلی^۱ در سال ۱۹۷۰ در مورد یک برنامه خبر بریتانیایی از مشهورترین مطالعات در این زمینه می‌باشد. این تحقیقات برای افزایش توجه و پذیرش مخاطبان مورد استفاده قرار می‌گیرد و تفاسیر مخاطبان در مورد متن‌های رسانه‌ای و فرهنگی مورد مطالعه قرار می‌دهند (همان: ۳۳۸).

۲. این روش به محققان این اجازه را می‌دهد که دانش خود را روش کارشان بسط و توسعه دهند. در یک مصاحبه عادی مصاحبه شونده اغلب نظر افراد را می‌پرسد اما گروه‌های متمرکز این فرصت را در اختیار افراد شرکت‌کننده می‌دهد که نظرات دیگر شرکت‌کنندگان را نیز بشنوند. این می‌تواند مورد پسندتر از سوال‌ها و پاسخ‌های قابل پیش‌بینی باشد که به صورت یک مصاحبه عادی انجام می‌شود. گروه‌های متمرکز می‌تواند در استنباط نظریات مختلف در مورد مسائل ویژه خیلی مفید و موثر باشد. هم‌چنین، این روش برای دستیابی به ادراکات شرکت‌کنندگان در مورد موضوعی خاص در شرایط مجاز و غیر تهدید کننده طراحی می‌شود (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۱).

۳. از گروه‌های متمرکز می‌توان جهت به دست آوردن اطلاعات لازم برای تهیه پرسشنامه در یک تحقیق توصیفی استفاده کرد (عزمی، ۱۳۸۷: ۷۱). شرکت‌کنندگان گروه‌های متمرکز قادر هستند مسائل مهم دیگری که در ارتباط با موضوع هستند پیش‌بینی کنند. این هدف، هدف مصاحبه‌های فردی^۲ نیز می‌باشند ولی چون مدیر در گروه‌های متمرکز از کنترل زیاد چشم پوشی می‌کند بهتر می‌توان به این هدف دست یافت (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۳۸).

۴. در مصاحبه فردی، مصاحبه شونده‌گان به ندرت مورد بحث قرار می‌گیرند؛ حال آن که در گروه‌های متمرکز افراد معمولاً با دیگر افراد گروه به بحث و گفتگو می‌پردازند و عقیده و نظر دیگران را نیز می‌شنوند و ممکن است در نظرات خود تجدید نظر کنند و یا بر آن‌ها اصرار ورزند و این به واقعیت نزدیک‌تر است. بحث در گروه‌های متمرکز به محقق این امکان را می‌دهد تا مشاهده کند چگونه مردم اظهار نظر کرده،

^۱ Morly

^۲ Individual Interview

از نظر خود دفاع می‌کنند و شاید دیدگاه‌های خود را در کنش متقابل تغییر می‌دهند (لیندسی به نقل از عزمی، ۱۳۸۷: ۷۱).

۵. گروه‌های متمرکز فرصت مطالعه بیشتری در مورد احساسات اشخاص، پدیده‌ها و ساختارهای حوزه معنایی در اختیار محققان قرار می‌دهند. این یک عقیده کلی است که موقعیت‌ها در تعامل و فرآیند تعاملی شکل می‌گیرد. برای افرادی که گوشه‌گیر و منزوی هستند پدیده‌های اجتماعی در طول تبادل و بحث با سایر افراد اتفاق می‌افتد. بنابراین، گروه‌های متمرکز بر ساختارهای زندگی نیز تاثیر گذار خواهد بود (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۳۸).

اجراء گروه‌های متمرکز

حال که تاحدی با گروه‌های متمرکز آشنا شدیم در این‌جا به تعدادی از جنبه‌های اجراء و اداره تحقیق گروه‌های متمرکز اشاره و بحث خواهیم کرد:

ضبط کردن صدا و نسخه برداری^۱: همانند سایر روش‌های کیفی جلسات مصاحبه در روش گروه‌های متمرکز نیز باید ضبط شود. یک تحقیق خوب زمانی است که این مرحله به خوبی صورت گیرد. مورگان دلایلی که باعث می‌شود از جلسات نسخه‌برداری شود را به شرح زیر بیان می‌کند:

۱. یکی از دلایل اصلی ضبط کردن صداها که در یادداشت‌برداری تاحدی مشکل ساز است، این است که برای محققان گروه‌های متمرکز تنها این که افراد چه چیزی می‌گویند مهم نیست بلکه این که چه کسی، چه چیزی می‌گوید نیز مهم است. در حالی که این امکان در یادداشت‌برداری نیست چون باید از افراد بخواهیم تا مکث کنند و ما بنویسیم و یا قسمتی از بحث را ننویسیم که این خود نیز امکان ندارد (همان: ۳۳۹).

۲. محققان می‌خواهند بدانند نظرات در گروه توسط چه کسانی ابراز می‌شود. آیا افراد خاصی نظرات را هدایت می‌کنند یا بحث‌ها را معین می‌کنند. نظرات در گروه را یک نفر یا دو نفر اداره می‌کنند یا بیشتر افراد گروه؟

۳. از آن‌جایی که معانی در طی جلسات مختلف ساخته می‌شود یادداشت‌برداری مشکل است ما باید جلسات را ضبط کنیم تا همه گفته‌ها را داشته باشیم وگرنه بخش‌هایی از بحث را نخواهیم داشت (همان).

۴. همانند دیگر روش‌های تحقیق کیفی محققان نه تنها به چیزی که افراد می‌گویند بلکه به نحوه گفتن نظرات افراد نیز علاقه‌مند هستند. در ضبط کردن صداها می‌توان تفاوت‌های زبانی را نیز در نظر داشت در حالی که در یادداشت‌برداری ممکن است این تفاوت‌ها از بین برود.

اگر شما از روش قدیمی برای ضبط صداها استفاده کنید خستگی‌آور خواهد بود چرا که نحوه گفتن و افرادی که حرف می‌زنند مشخص نخواهد بود. به این دلیل، بهتر است برای هر فرد یک میکروفن آماده

¹ Tape Recording and Transcription

کنید. برخی نیز استفاده از ضبط ویدیویی را پیشنهاد نموده‌اند که البته حریم خصوصی افراد ممکن است به‌خطر بیفتد (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۶).

تعداد شرکت‌کنندگان در گروه‌های متمرکز بستگی به موضوع و خصوصیات پدیده‌ی مورد بررسی دارد و با عنایت به این‌که، روش یاد شده جزء روش کیفی است و غالباً نمونه‌گیری نظری مطرح است. بنابراین، منطقی است که گردآوری داده‌ها و نمونه‌گیری و تعداد اعضای شرکت‌کننده تا اشباع داده‌ها ادامه یابد و اندازه‌ی گروه‌ها باید مناسب باشد. در مورد اندازه‌ی گروه‌ها نظرات مختلفی ارائه شده است. که در قالب جدول شماره‌ی (۱) قابل مشاهده است. جدول زیر، مربوط به چندین مطالعه با روش گروه‌های متمرکز می‌باشد، با توجه به این جدول تعداد گروه‌ها بین ۹ الی ۵۲ متغیر است. به نظر مورگان تعداد گروه‌ها بین ۱۵-۱۲ مناسب به نظر می‌رسد.

جدول شماره (۱): ترکیب گروه‌ها در تحقیقات گروه‌های متمرکز

نویسندگان	Morgan and Spanish (1985)	Schlesinger et al. (1992)	Kitzinger (1993,1994)	Livingston and Lunt (1994)	Lupton (1996)	Fenton et l. (1998)	Sterling Media Research Institute (1998)
تحقیق	اعتقادات در مورد سلامتی و نگرانی‌های حملات قلبی	پاسخ زنان در مشاهده خشونت	پاسخ مخاطبان درباره پیام رسانه‌ها درباره ایدز	پاسخ مخاطبان به برنامه‌های بحث و گفتگو	پاسخ به بحث در مورد رژیم و سلامت	پاسخ مخاطبان به گزارش تحقیقات اجتماعی	پاسخ مردان در مشاهده خشونت
تعداد گروه‌ها	۹	۱۴	۵۲	۱۲	۱۲	۱۴	۱۵
اندازه گروه‌ها (تعداد اعضا)	۴ یا ۵	۵-۹	مشخص نبود اما بطور ۳ به ۹ یا ۱۰ ظاهر شدند	۴-۸	۳-۵	۴-۶	۳-۸
میانگین اندازه گروه‌ها	۴/۴	۶/۶	۶/۷۵	۵/۷۵	۴/۱	۵	۵/۹
معیارهای طبقه‌بندی	معین نشده بود ولی همه شرکت‌کنندگان باید ۵-۳۵ ساله بودند، ندانشن تجربه حمله قلبی	تجربه خشونت، اسکاتسی / اکلیسی، زاده، طبقه	نه ولی از گروه‌ها خاصی تشکیل شده بودند	معین نشده	جنسیت	جنسیت، تحصیلات، اشتغال (بخش خصوصی / شومی)	طبقه، اسکاتسی / اکلیسی، زاده، سن، تبعیض جنسی،
گروه‌ها طبیعی؟	نه ولی همه شرکت‌کنندگان دانشجویان یک دانشگاه بودند	برخی	بله	نه	بله	برخی	نه

منبع: (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۰).

زمان و منابع از عوامل مهم در تعیین تعداد گروه‌هاست. کلدرا^۱ در سال ۱۹۷۷ پیشنهاد می‌کند مدیران باید در مورد نکاتی که افراد را قادر می‌سازد به نتیجه برسند، تحقیق کنند، بنابراین، در گروه‌ها این آمادگی

¹ Calder

وجود خواهد داشت. برای مثال، در مطالعه مخاطبان برنامه‌های بحث و گفتگو، لیوینق استون^۲ و لانت^۳ از این معیارها استفاده کردند: تعداد گروه‌های متمرکز با تکرار تا زمانی که الگو و عمومیتی خاص و موادی تا حدی جدید به وجود آید، مشخص شد. همچنین از جمله عواملی که بر تعداد گروه‌ها تاثیر می‌گذارد عواملی مانند: سن، جنس و طبقه می‌باشد که متاثر از نظریات است و محققان آن‌ها را متاثر از نظریات مورد بررسی قرار می‌دهند (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۰).

نکته مهم دیگر، این است که تعداد زیاد گروه‌ها موجب دشواری تجزیه و تحلیل خواهد شد. برای مثال لیسنقر^۳ بیان می‌کند در طی ۱۴ جلسه ۱۴۰۰ صفحه نخسه‌برداری شده است که به نظری می‌رسد بیش از حد طبیعی است. همان طوری که اشاره شد، مسلماً انتخاب گروه‌ها و اعضای آن اتفاقی نیست، تعداد شرکت‌کنندگان بستگی به موضوع و خصوصیات پدیده مورد بررسی دارد (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۴). در سال ۱۹۹۸ مورگان پیشنهاد می‌کند که اعضای گروه عموماً باید ۱۰-۶ نفر باشد. همچنین وی پیشنهاد می‌کند گروه‌ها کوچک‌تر فرصت بیشتری را برای صحبت کردن بر روی موضوع فراهم می‌کند، خصوصاً هنگامی که شرکت‌کنندگان علاقه بسیاری به شرکت در بحث دارند. وی همچنین پیشنهاد می‌کند که هنگامی که موضوع تحقیق پیچیده است گروه‌ها کوچک‌تر باشد تا بهتر بتوان به هدف اصلی دست یافت. هنگامی که گروه بزرگ‌تر باشد شرکت‌کنندگان در آن ضعیف خواهند بود و محققان اطلاعات بی‌شمار و مختصری به دست خواهند آورد. افراد در گروه‌های بزرگ‌تر کمتر با موضوع درگیر می‌شوند. در گروه‌های بزرگ‌تر بیشتر سکوت و خاموشی مطرح است (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۱).

بسیاری از محققین معتقدند حفظ اندازه مناسب گروه با توجه به احتمال ریزش ۲۰ درصدی شرکت‌کنندگان مشکل است و برای کاهش احتمال برهم خوردن جلسات گروه به علت ریزش نمونه‌ها بهتر است تعداد بیشتری از افراد دعوت شوند (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۴).

سطح دخالت مدیریت^۴: سطح دخالت مدیر بستگی به هدف تحقیق دارد. مدیر نباید اجازه دهد بحث از کنترل خارج شود. در عین حال نباید جلسات بی‌روح باشد. تحقیق نباید سازماندهی شده باشد به همین خاطر محققان بیشتر با استفاده از سوالات کوتاه و کلی جلسات گروه متمرکز را کنترل می‌کنند (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۲).

در بین مراحل مختلف گروه‌های متمرکز شاید از همه مهم‌تر شروع جلسه است؛ در آغاز باید مدیر جلسه افراد را تحریک به صحبت کردن کند به عبارتی ایجاد زمینه اشتیاق در بین افراد پاسخگو از اهمیت زیادی برخوردار است. می‌توان در این راستا از عکس‌های مختلفی که برای افراد جالب باشد و به موضوع

² Living Ston

³ Lunt

⁴ Lesingeretal

⁵ Moderator Involvement

مورد نظر محقق نزدیک است استفاده نمود(عزمی، ۱۳۸۷: ۷۲). یک مدیر موفق شرکت‌کنندگان را به تعامل با یکدیگر، بیان عقاید و آشکارسازی ساختار ذهنی تشویق می‌نماید.

مدیر جلسه باید مراقب باشد تا همه افراد در جلسه شرکت کنند؛ وی باید از تفکر گروهی جلوگیری نماید، فرآیندی که زمانی اتفاق می‌افتد که اعضای قوی‌تر گروه، کنترل گروه را به دست گیرند و بر سایر اعضا تاثیر می‌گذارند. عموماً یک رهبر گروه توانا می‌تواند بر تمایل به تفکر گروهی غلبه نماید. گاهی نیز اختلاف نظر آن‌چنان بالا می‌گیرد که گروه را از مسیر صحیح خود خارج می‌سازد، یک مدیر ماهر باید بداند چگونه این وضعیت را اصلاح کند(خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۱).

توصیه شده است که در هر جلسه گروه متمرکز حداقل دو محقق با تجربه حضور داشته باشند. مصاحبه‌گری که مسئول برگزاری گفتگو بر اساس پارامترهای از قبل تعیین شده می‌باشد و رهبری بحث را برعهده دارد. این فرد نیاز به مهارت بالایی جهت تسهیل فرآیند گروه، گوش کردن و ژرفکاوی^۱ و تشویق شرکت‌کنندگان^۲ به تعامل و توصیف درک‌شان از عنوان مورد بحث و پویایی گروه دارد. علاوه بر این فرد باید از نظر گروه قابل پذیرش و مورد احترام باشد، البته در مورد استفاده از مصاحبه‌گری که عضو همان جامعه می‌باشد، باید دقت صورت گیرد؛ زیرا ممکن است موجب محرمانه ماندن اطلاعات گردد. فرد دوم نقش یادداشت‌برداری^۳ و نوشتن یادداشت‌های جلسه را برعهده دارد. این فرد باید یادداشت‌ها را به درستی با ذکر نام یا شماره فردی که صحبت می‌کند و با در نظر گرفتن ارتباطات غیرکلامی نظیر حالات صورت و حرکات دست؛ انجام دهد اگرچه ضبط صدای گروه و پیاده‌سازی کلمه به کلمه امکان دسترسی به امکانات را فراهم می‌کند اما نقش این فرد در ثبت ارتباطات و تعاملات غیر تعاملی شرکت‌کنندگان بسیار مهم است. لازم به ذکر است این فرد باید یک مشاهده‌کننده مشارکتی باشد تا به افراد اجازه دهد به عمق آن‌چه که در گروه به دنبال آن هستند، دست یابند حتی محل نشستن این فرد نیز باید جدا باشد(همان).

درروش گروه‌های متمرکز هرکسی که موضوع بحث با او مرتبط است می‌تواند به عنوان یک شرکت‌کننده، مناسب محسوب شود. برخی اوقات موضوعات خاصی نیازی به شرکت‌کنندگان خاصی ندارد و هرکسی می‌تواند با ثبت نام در جلسات شرکت کند؛ ولی این یک موقعیت غیرعادی است که محدودیتی نباشد و طبیعی است که یک‌سری محدودیت‌هایی داشته باشند. برای مثال برای بررسی دانش مردم درباره حملات قلبی مورگان و اسپانیش افرادی در رده‌های سنی ۵۰-۳۵ ساله را به کار گرفتند و افرادی که تجربه حمله قلبی را داشتند را کنار گذاشتند و هم‌چنین، کسانی که موضوع بحث برایشان سخت بود نیز کنار گذاشته شدند(هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۳).

1. Probing
2. participants
3. Note Taker

همان‌طور که قبلاً ذکر کردیم، طبقات گسترده مردم باید در قالب گروه‌ها از هم جدا شوند. ملاک‌های این جداسازی و گروه‌بندی معمولاً سن، جنسیت، تحصیلات، شغل و همچنین داشتن یا نداشتن تجربیات خاص است. بنابراین، شرکت‌کنندگان می‌توانند به صورت تصادفی انتخاب شوند و یا از طریق نوعی از روش‌ها انتخاب شوند. هدف این است که نوعی سیستم و سازمان‌دهی ایجاد کنیم؛ برای مثال در بررسی برنامه خبری Nationwide، مورلی پی برد که گروهی از مدیرانی که برنامه را تفسیر می‌کنند هدف سازندگان این برنامه را نشان می‌دهد ولی هنگامی که حزب کارگران این برنامه را تفسیر می‌کنند با هدف آن‌ها مغایر بود. این نتیجه‌گیری هنگامی حاصل می‌شود که بر شرکت‌کنندگان به صورت گروه‌های سازمان‌دهی شده متمرکز شویم. مشابه این در بررسی پاسخ (واکنش) زنان در مشاهده خشونت، اسلشن^۱ شبیه این نتیجه‌گیری کرده‌اند. آن‌ها چهارده گروه خود را در قالب چهار آئتم نشان داده‌اند. موضوعی که در این‌جا پیش می‌آید این است که انتخاب افرادی که همدیگر را نمی‌شناسند بهتر است یا انتخاب از گروه‌های طبیعی^۲؟ مورگان (۱۹۹۸) معتقد است که استفاده از گروه‌های ازپیش تشکیل شده دارای مزایایی می‌باشد، دوستان و همکاران راحت‌تر ارتباط برقرار می‌کنند، تعامل گروه بهتر برقرار می‌شود، شرکت‌کنندگان زمان کمتری را صرف توصیف خود می‌نمایند در نتیجه وقت بیشتری برای بحث درمورد عنوان مورد نظر وجود خواهد داشت (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۳).

با این حال، مورگان به معایب استفاده از این نوع گروه‌ها نیز اشاره دارد یکی از مشکلات استفاده از گروه‌های طبیعی (دوستان، همکاران و ...) را نمایشی بودن عملکردشان به خاطر این که افراد همدیگر را می‌شناسند، می‌باشد (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۴).

اعضا گروه ممکن است از برخی ابعاد همگون و از برخی ابعاد دیگر ناهمگون باشند. این تصمیم بستگی زیادی به هدف تحقیق نیز دارد. وجود برخی جنبه‌های تنوع در گروه، بحث را تقویت می‌کند. اما یک گروه بسیار ناهمگون می‌تواند برای اعضا تهدیدکننده باشد و مانع از ارائه اطلاعات گردد. زمانی که کسب اطلاعات از گروه‌های مختلف مورد نظر است؛ توصیه می‌شود که گروه‌های جداگانه از افراد نسبتاً همگون تشکیل گردند (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۳).

پرسیدن سوالات: همانند دیگر روش‌های تحقیق کیفی مصاحبه باید تاحدی غیرسازمان‌دهی شده^۳ باشد. تعدادی از محققان ترجیح می‌دهند که تنها از یک یا دو سوال کلی برای گرفتن نتیجه بهتر استفاده کنند. برای مثال در بررسی دانش مردم در مورد حملات قلبی، مورگان و اسپانیش از شرکت‌کنندگان خواستند فقط در مورد دو موضوع بحث کنند. موضوع اول در مورد این بود که چه کسی دچار حمله قلبی می‌شود و چرا؟ شرکت‌کنندگان در مورد کسانی که می‌شناختند و از حمله قلبی آن‌ها آگاه بودند صحبت کردند و موضوع دوم درباره دلایل و عواملی که مانع حملات قلبی می‌شود بحث کردند. به هر حال تعدادی

1. Schleslon

2. Natural Groups

3. Unstructured

از محققان ترجیح می‌دهند که جلسات زیاد سازمان‌دهی نشوند. مثال دیگر در مورد فیلم *The Accused* که عکس‌العمل مخاطبان در رابطه با این فیلم از طریق سوالات مطرح شده جمع‌آوری شد که این سوالات در ۵ محور اصلی بود.

۱. ابتدا فرصتی در اختیار شرکت‌کنندگان گذاشته می‌شود تا در مورد هدف فیلم، احساس رضایت از فیلم و در مورد واقعیت داستان فیلم بحث کنند.

۲. سوالاتی در مورد بازیگران و واکنش‌های آن‌ها مطرح می‌شود.

۳. شرکت‌کنندگان درباره عکس‌العمل‌شان نسبت به صحنه‌ها صحبت کنند.

۴. شرکت‌کنندگان عکس‌العمل‌شان را نسبت به نتیجه فیلم بیان کنند.

۵. در آخر شرکت‌کنندگان در مورد ارزش‌های فیلم بحث می‌کنند.

در این تحقیق سوالات ویژه‌ای مطرح شده‌اند، سوالات کلی بودند و برای نشان دادن تفاوت‌های عکس-عملی در بین گروه‌های شرکت‌کننده برای هر کدام از ۴ برنامه نمایش داده شده، طراحی شده‌اند. به هر حال، برای مدیران فرصتی ایجاد می‌کند تا نسبت به نکات و نظرات ساخته شده در جلسات واکنش نشان دهند. در این تحقیق سوال‌های اولیه برای نشان دادن عکس‌العمل اولیه به صورت «باز پاسخ»^۱ طراحی شده است. که این روش، روش عمومی سوال پرسیدن در گروه‌های متمرکز می‌باشد؛ که به محقق اجازه می‌دهد سوالات تحقیق و از طرف دیگر جهات تحقیق را کنترل کنند و همچنین امکان مقایسه جلسات را فراهم می‌کند و نیز به شرکت‌کنندگان اجازه می‌دهد که موضوعات را ویژه و با نظر خودشان ببینند (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۳).

سبک و روش سوالات به عوامل مختلفی بستگی دارد؛ مانند طبیعی بودن موضوع تحقیق (برای مثال محققان قبلاً در مورد آن به دانش‌هایی دست یافته بودند که در این صورت سازماندهی زیادی نیاز نیست) و همچنین سطح علاقه‌مندی یا دانش شرکت‌کنندگان تحقیق (برای مثال علاقه پایین شرکت‌کنندگان به شرکت در تحقیق که در این صورت تحقیق نیازمند عملکرد سازمان یافته است)، که در هر یک از استراتژی متفاوتی برای پرسیدن سوال مورد استفاده قرار می‌گیرد. محققان گروه‌های متمرکز باید به طور عادی زمینه را برای حداقل بحث‌هایی که از هدایت مصاحبه‌گر خارج شده است را آماده کند، از آن جایی که شناخت و آگاهی جدیدی به وجود می‌آورد (همان، ۳۴۶).

تعداد جلسات لازم برای هر گروه: خصوصیات پدیده مورد بررسی تا حدی بر تعداد جلسات نیز تاثیر می‌گذارد بیشتر نویسندگان حداقل برگزاری ۳ تا ۴ جلسه برای هر گروه را توصیه نموده‌اند. تعداد جلسات به طور کلی بستگی به اشباع اطلاعات دارد. البته زمان، هزینه و در دسترس بودن شرکت‌کنندگان می‌تواند تعداد جلسات را محدود نماید (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۴).

^۱. Open- End

روش نشستن در گروه‌های متمرکز نیز مهم است باید همه افراد به نحوی نشسته باشند که بتوانند همدیگر را ببینند. در عین حال مدیر جلسه نیز باید بر همه اشراف داشته باشد، یک حالت دایره‌ای یا نیم دایره‌ای به شکلی که خیلی از هم دور نباشند(عزمی، ۱۳۸۷: ۷۲).

با توجه به آن چه گفته شد به تعریف مورگان از گروه‌های متمرکز که بر ارتباط متقابل و تعامل در گروه تاکید دارد، می‌رسیم؛ تعاملات اجتماعی و تاثیرات آن جلسات گروه متمرکز را از مصاحبه فردی متفاوت می‌کند، با این حال کیزینگر^۱ (۱۹۹۴) مشاهده کرد فقط تعداد کمی از تحقیقات گروه‌های متمرکز منتشر شده است که به الگوی ارتباطات گروهی^۲ در طرح تحقیق اشاره دارند. ویلکسون بیش از ۲۰۰ مطالعه اصلی در باب گروه‌های متمرکز را که بین سال‌های ۱۹۴۶ و ۱۹۹۶ منتشر شده بودند را بررسی کرد. او نتیجه گرفت که داده‌های گروه متمرکز معمولاً یک به یک از داده‌های مصاحبه ارائه می‌شود و به ندرت تعامل بین شرکت‌کنندگان و گروه در گزارشات توجه می‌شود چه رسد به تجزیه و تحلیل(هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۶).

کیزینگر نشان می‌دهد که بحث‌ها در گروه‌های متمرکز می‌تواند آشکار و معلوم باشند. نامبرده، پیشنهاد می‌کند که مدیری تواند نقش مهمی در آشکار کردن اختلاف نظرها داشته باشد. همچنین اختلاف نظرها می‌تواند فرصتی برای شرکت‌کنندگان باشد تا نظرات خود را اصلاح کنند و یا در مورد دلایل نظری که دارند بیشتر فکر کنند. وی بحث می‌کند، توجه به الگوی تعاملات گروه متمرکز به محقق اجازه می‌دهد تا معین کند چگونه شرکت‌کنندگان گروه، مسائل را با این نظرکه درمقابل اصطلاحات آن‌ها است؛ می‌بینند. نکاتی از سوالات و توافق و عدم توافق بین شرکت‌کنندگان کمک می‌کند تا نظرات خود را درمورد موضوع بوجود آورند. حل اختلاف نظرات همچنین به ابراز نظر شرکت‌کنندگان درمورد موضوع و دفاع از نظرات خود دفاع خواهد کرد(همان).

کاربرد گروه‌های متمرکز از سوی فمینیستها

جامعه‌شناسی فمینیستی دانشی است برای زنان و نه فقط یا لزوماً درباره زنان، دانشی که با استیلائی مردان که نابرابری زنان را در اجتماع نهادینه می‌سازد به اعتراض و رویارویی بر می‌خیزد. وجه مشخصه فمینیسم این است که فرودست بودن زنان را قابل چون و چرا و مخالفت می‌داند. این مخالفت مستلزم بررسی انتقادی موقعیت کنونی و گذشته زنان و در چالش با ایدئولوژی‌های مردسالارانه ای است که فرودستی زنان را طبیعی و همگانی، و بنابراین، اجتناب‌ناپذیر جلوه می‌دهند. نگاه به جهان از چشم‌انداز زنان که تاکنون از ورود به عرصه‌ی تولید دانش محروم بوده‌اند، ضروری است. این دیدگاه شناخت درست‌تری از جهان عرضه خواهد کرد چون در پی توضیح چیزی برمی‌آید که دانشی مردسالار از تشخیص وجود آن

¹. Kitzinger

². Group Interaction

عاجز است (آبوت و دیگری، ۱۳۸۰: ۳۱). نظریه نوعی جهان‌بینی است که امکان تبیین جهان را برای ما فراهم می‌سازد و به ما رهنمود می‌دهد که چه چیزهایی را مهم و مربوط به موضوع بدانیم و رویدادها را چگونه تعبیر و تفسیر کنیم، با این حال گردآوری شواهد یعنی انجام تحقیق نیز برای درک جهان ضروری است. هاردینگ^۱ (۱۹۸۷) به جای تلاش برای ایجاد روش فمینیستی در علوم اجتماعی استدلال کرده است که بهترین تحلیل‌های فمینیستی دارای سه ویژگی هستند:

اول این‌که، برای مقابله با این واقعیت که علم اجتماعی به طور سنتی به پرسش‌هایی پرداخته است که در تجارب اجتماعی مربوط به مردان مسئله ساز بوده‌اند، محققان فمینیست معتقدند که پژوهش‌های آن‌ها باید بر مبنای تجارب زنان به عنوان منبعی برای مسائل، فرضیه‌ها و شواهد پژوهش باشد. دوم، همان‌گونه که پژوهش اجتماعی به مردان پرداخته است، تحقیقات فمینیستی باید برای زنان طراحی شوند که به آن‌ها با تجارب خود آن را مساله ساز می‌دانند، پردازند.

سوم، با آگاهی از این موضوع که پیش زمینه فرهنگی محقق بخشی از شواهدی است که بر نتایج پژوهش تاثیر دارد، محقق باید خود را مانند موضوع پژوهش در همان چهارچوب انتقادی قرار دهد. این ویژگی پژوهش خوب فمینیستی، از این موضع عینیت‌گرا که تلاش می‌کند محقق به عنوان تاثیر نامرئی و مستقل قدرت به نظر رسد، اجتناب می‌نماید. در واقع امکان گنجاندن این عنصر ذهنی در تحلیل، عینیت پژوهش را افزایش می‌دهد و عینیت‌گرایی را که نوع شواهد را از همگان مخفی می‌کند کاهش می‌دهد (هاردینگ به نقل از بلیکی، ۱۳۸۹: ۲۱۵).

به عبارت ساده‌تر می‌توان گفت فمینیست‌ها این را که پژوهش فمینیستی می‌تواند عینی باشد؛ یعنی پژوهشگر از نظر عاطفی درگیر نشود را مردود می‌داند؛ زیرا پژوهشگر بخشی از موضوع پژوهش به شمار می‌آید (آبوت و دیگری، ۱۳۸۰: ۲۸۰). با توجه به این ویژگی‌ها می‌توان گفت روش گروه‌های متمرکز روشی مناسب برای تحقیقات فمینیستی می‌باشد. فمینیست‌ها اغلب معتقدند که در تحقیقات جامعه‌شناختی باید از روش‌های کیفی بهره گرفت تا زنان و مردان مورد پژوهش امکان «شنیده شدن» را بیابند و امکان نگرش و درک معنا از جایگاه افراد در مورد پژوهش فراهم شود. استفاده از گروه‌های متمرکز توسط محققان فمینیست در سال‌های اخیر از رشد قابل توجهی برخوردار بود. ویلکسون^۲ (۱۹۹۸-۱۹۹۹) بحث‌هایی را در این مورد ارائه داد و این بحث‌های ارائه شده مهم و قابل توجه هستند. سه بعد از این روش که با اصول اخلاقی و سیاست‌های فمینیست‌ها سازگار می‌باشد، عبارتند از:

۱. تحقیقات گروه‌های متمرکز کمتر از سایر روش‌ها غیرطبیعی‌اند. به این خاطر که بر روی تعامل گروهی تاکید می‌شود، که بخشی از زندگی اجتماعی است. طبیعی بودن باعث می‌شود آسیبی به اطلاعات نرسد. بسیاری از محققان گروه‌های متمرکز گرایش دارند شرکت‌کنندگان را از گروه‌های طبیعی انتخاب

1. Harding

2. Wilkinson

کنند از آن جایی که مردم می‌توانند در موقعیت‌هایی که تاحدی طبیعی‌اند بهتر بحث کنند سطح غیرطبیعی بودن روش را پایین می‌آورد (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۸)، قصد فمینیست‌ها ایجاد راهبردهایی برای پژوهش است زنان در آن‌ها حضور داشته باشند و با پژوهش شونده هم‌چون اشیاء مورد استفاده پژوهشگر برخورد نشود (آبوت و دیگری، ۱۳۸۰: ۲۷۹). با این وجود همه نویسندگان طبیعی بودن گروه‌های متمرکز را خیلی زیاد قبول ندارند. حتی زمانی که از گروه‌های طبیعی استفاده می‌شود، جمع کردن افراد برای بحث در مورد یک موضوع خاص (به عنوان مثال یک برنامه تلویزیونی) مسلماً طبیعی نخواهد بود؛ به این خاطر که زمینه اجتماعی تا حدی ساختگی خواهد بود. بدون تردید تکمیل پرسشنامه یا مورد مصاحبه طبیعی به نظر برسد به خاطر این که این عوامل نسبتاً عادی هستند، درحالی که مورد سوال واقع شدن در گروه مسئله‌ای غیرضروری است (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۸).

۲. وجه اصلی در روش فمینیستی استفاده از تجارب زنان در زمینه محلی به عنوان شاخص برای آزمون فرضیات است (هاردینگ به نقل از چیچ و ساکورای، ۲۰۱۱: ۵). محققان فمینیست اولویت را به روش‌هایی که از زمینه اجتماعی استفاده می‌کنند می‌دهند، مطالعه موفق افراد همراه با زمینه اجتماعی آن‌هاست. بیشتر روش‌ها فرد را موجودی جدا از زمینه اجتماعی می‌بینند که این روش مورد علاقه محققان فمینیست، که عقیده دارند که خود در ارتباط متقابل با اجتماع ساخته می‌شود، نمی‌باشد. چون فرد در گروه‌های متمرکز بخش مهمی است و زمینه اجتماعی در این روش تاثیرگذار است، فمینیست‌ها به استفاده از این روش گرایش دارند (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۸).

۳. منطق موضع فمینیستی درباره پژوهش ایجاب می‌کند که کار به صورتی مشترک و غیرفردی انجام شود. یعنی پژوهشگر به زنان مورد بررسی کمک کند که خود درباره خود تحقیق کنند و پژوهشگر و پژوهش شونده با هم درباره موضوع تحقیق، شیوه اجراء آن و نحوه‌ی به کارگیری یافته‌ها تصمیم بگیرند (آبوت و دیگری، ۱۳۸۰: ۲۷۹). محققان فمینیست به روش‌های تحقیقی که بهره‌گیرانه‌اند و بین محققان زن و پاسخ‌دهندگان زن رابطه قدرت ایجاد می‌کنند، بدگمان‌اند. مشاهدات ویلکسون خطر چنین اتفاقی را تا حد زیادی کاهش داد، چرا که شرکت‌کنندگان گروه‌های متمرکز می‌توانند از طرف مدیریت در جلسات هدایت شوند و حتی آن‌ها می‌توانند اهداف جلسات را به شیوه‌ای که مورد علاقه مدیریت است واژگون کنند. که در نتیجه نکته نظرات شرکت‌کنندگان بهتر از مصاحبه سنتی آشکار خواهد شد (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۸).

ویلکسون معتقد نیست که روش گروه‌های متمرکز یا هر روش دیگری می‌تواند به عنوان روشی ذاتاً فمینیستی دانست؛ او بحث می‌کند که به خاطر این سه ویژگی و کاربرد آن برای نگرانی‌های فمینیست-ها، روش گروه‌های متمرکز به عنوان ابزار تحقیق فمینیست‌ها می‌تواند باشد. انواع بحث‌هایی که درباره تناسب بین روش گروه‌های متمرکز و تحقیقات فمینیست‌ها انجام شده است پیشنهاد می‌کند که این روش می‌تواند نقش برجسته‌ای در به گوش رساندن صدای گروه‌های زنان به حاشیه کشاننده شده داشته باشند.

مادریز^۱ بحث می‌کند که برای یک گروه، مانند زنان رنگین پوست متعلق به طبقه اقتصادی-اجتماعی پایین، گروه‌های متمرکز فرصت نسبتاً برابری را ایجاد می‌کند که از طریق تجربه و آگاهی به ضعف‌های خود پی‌ببرند و خود را تقویت کنند(همان).

محدودیت‌های گروه‌های متمرکز

نقاط قوت روش گروه‌های متمرکز پررنگ‌تر از نقاط ضعف آن می‌باشد با این حال هر روش تحقیقی محدودیت‌هایی دارد که برای افزایش اعتبار تحقیق باید به آن‌ها توجه کرد از جمله محدودیت‌های روش گروه‌های متمرکز عبارتند از:

۱. محدودیت‌های این روش بیشتر مربوط به اندازه و هدایت گروه می‌باشد. مصاحبه‌گر باید توانایی برگزاری و هدایت گروه را داشته باشد(خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۶). محققان نسبت به مصاحبه فردی کنترل کمتری را بر روند تحقیق خواهند داشت. همان‌طور که دیدیم همه نوشته‌های گروه‌های متمرکز این را عنوان یک عیب نمی‌بینند و بدون تردید محققان فمینیست معمولاً این را به عنوان یک مزیت می‌دانند. هرچند افزایش کنترل سوالات مورد توجه محققان است که آن‌ها در گروه‌های متمرکز تا چه حدی می‌توانند به برعهده گرفتن جریانات مذاکرات اجازه دهند. در این‌جا تعادل ضعیف آشکاری در اندازه دخالت مدیران که تا چه حد باشد و متن چگونه تنظیم شود و سوالات باید تاثیرگذار باشند، وجود دارد؛ که در بحث‌های قبلی به آن‌ها اشاره شد. چیزی که واضح نیست؛ کنترل شرکت‌کنندگان گروه‌های متمرکز می‌باشد به خصوص زمانی که مجموعه‌ای از سوالات تحقیق به طور عاقلانه صریح پاسخ داده شده باشد (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۹).

۲. در این روش، تحلیل داده‌ها مشکل است. حجم وسیعی از اطلاعات بسیار سریع تولید می‌شوند. توسعه استراتژی تحلیل، در هر دو جنبه افراد چه چیزی می‌گویند و الگوی تعاملات، آسان نیست. هم‌چنین، صداهای ضبط شده در گروه‌های متمرکز گاهی اوقات غیرقابل شنیدن می‌باشند که این در نسخه برداری تاثیر می‌گذارد. به هر حال، مطالعاتی مانند مطالعات کزینقر (۱۹۹۴) و مورگان و اسپانیش (۱۹۸۵) نشان می‌دهد که بررسی تعاملات گروه می‌تواند نشان بدهد که چطور این مساله در طی بحث و گفتگو اتفاق می‌افتد(همان).

۳. نسخه‌برداری صداهای ضبط شده در گروه‌های متمرکز از نسخه‌برداری صداهای ضبط شده در مصاحبه فردی زمان بیشتری نیاز دارد. چرا که صداهای مختلفی وجود دارد و شما باید بدانید چه کسی صحبت می‌کند.

^۱ Madriz

۴. در جلسات گروه متمرکز^۱ احتمال سوگیری وجود دارد، زیرا تسهیل‌گر^۲ یا بعضی از شرکت‌کنندگان ممکن است نظرات سایرین را هدایت کنند (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۶). کیفیت اطلاعات جمع‌آوری شده به مهارت مدیر بستگی دارد و این می‌تواند یکی از معایب این روش باشد (استوچتون و دیگران، ۲۰۰۲: ۲).

۵. تاثیرات گروه^۳ می‌تواند به عنوان یکی از مشکلات روش گروه‌های متمرکز باشد. که شامل کنار آمدن شرکت‌کنندگان کم حرف با دیگر شرکت‌کنندگان و کسانی که در مقام بالایی قرار دارند است، که در این صورت مانند افراد آموزش دیده از آن‌ها پیروی می‌کنند. کیزینقر (۱۹۹۸) در ارتباط با این مشکل پیشنهاد می‌کند که مدیران باید به شرکت‌کنندگان تذکر دهند که نظر همه افراد مهم و قابل بررسی است. برای مثال او گفتن برخی چیزها مانند این یکی از نکته نظرات است کسی نظر دیگری دارد؟ را پیشنهاد می‌کند (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۴۹).

از آنجایی که برخی افراد در گروه کمتر صحبت می‌کنند، توصیه می‌شود آن‌ها را به بحث و شرکت فعال‌تر در گروه تشویق شوند. همان‌طور که بررسی‌های اسچ^۴ نشان می‌دهد نظرات به وجود آمده گروه ممکن است که کاملاً از دیدگاه یک فرد ساخته شده باشد. گاهی اوقات گروهی که به یک نظریه مشترک دست یافته‌اند اعضای گروه فکر می‌کنند که فکر آن‌ها درباره این موضوع غیرنقادانه بوده است و یافته‌های شان غیرمنطقی است. معلوم نیست گروه تا چه حد بر یافته‌ها تاثیرگذار است اما چیزی که معلوم است این است که نمی‌توان نسبت به این مساله بی‌تفاوت بود.

۵. گاهی برخی از افراد از اظهار نظر در گروه احساس ناراحتی می‌نمایند و نمی‌توانند اطلاعات خود را به خوبی بیان کنند (خسروی و دیگری، ۱۳۸۹: ۲۶). مادریز در سال ۲۰۰۰ بیان می‌کند که ممکن است شرایط گروه‌های متمرکز مناسب نباشد؛ چراکه بین شرکت‌کنندگان فضای راحتی ایجاد نشده و آن‌ها راحت نیستند. وقتی این فضای ناراحت به وجود می‌آید بهتر است روش مصاحبه فردی به کار برده شود. موقعیت‌هایی که باعث به وجود آمدن چنین شرایطی می‌شوند عبارتند از: زمانی که لازم باشد جزئیات زندگی خصوصی افراد آشکار شود، زمانی که شرکت‌کنندگان از وجود همدیگر راحت نباشند (برای مثال آوردن افراد با سلسله مراتب قدرتی متفاوت با هم) و زمانی که بین شرکت‌کنندگان اختلاف نظرات بسیار زیادی وجود داشته باشد (هس و دیگری، ۲۰۰۴: ۳۵۰).

1. Focus Groups Sessions
2. Facilitator
3. Group Effects
4. Asch

بحث و نتیجه‌گیری

در مقاله حاضر سعی شده است کاربرد روش گروه‌های متمرکز به عنوان یکی از روش‌های تحقیق در تحقیقات فمینیستی معرفی شود. روش گروه‌های متمرکز از جمله روش‌های تحقیق کیفی در علوم اجتماعی می‌باشد. همان‌طور که قبلاً هم اشاره شد روش یاد شده به دلیل طبیعی بودن، توجه به زمینه اجتماعی و غیربهره‌گیرانه بودن و همچنین به دلیل تاکید بر تعامل گروهی و ساخت معانی از طریق تعامل افراد با گروه کاربرد شایانی در تحقیقات فمینیستی دارد. فمینیست‌ها اغلب معتقدند که در تحقیقات جامعه‌شناختی باید از روش‌های کیفی خصوصاً از بحث گروهی بهره گرفت تا زنان و مردان مورد پژوهش امکان «شنیده شدن» را بیابند و امکان نگرش و درک معنا از جایگاه افراد در مورد پژوهش فراهم شود. چرا که تاکید اصلی در این روش بر «تعاملات پاسخگویان» بوده است که در طی جلسات پاسخگویان با هم تعامل دارند و این باعث می‌شود معانی در یک محیط طبیعی ساخته شود. در تائید این مدعا، روس بر این عقیده است که امروزه محققان فمینیستی از روش بحث گروهی بیشتر استقبال می‌کنند، چرا که تحقیقات فمینیستی با روش بحث گروهی به زنان کمک می‌کنند تا از طریق اتحاد و خرد جمعی موقعیت‌شان را تغییر دهند. همچنین، هس و لیوی (۲۰۰۴) خاطر نشان کردند که محققان فمینیست اولویت را به روش‌هایی که از زمینه اجتماعی استفاده می‌کنند می‌دهند، از آن‌جا که فرد در گروه‌های متمرکز بخش مهمی است و زمینه اجتماعی در این روش تاثیرگذار است، فمینیست‌ها به استفاده از این روش گرایش دارند. معمولاً در تحقیقاتی که هدف بررسی افراد با تجربه خاصی در مورد یک موضوع خاص باشد، کاربرد دارد. برای به دست آوردن اطلاعات باید در اجرای گروه‌های متمرکز به چند جنبه مهم توجه نمود: اول این‌که صداها در جلسات گروه‌های متمرکز باید ضبط شود و بعداً از آن‌ها نسخه‌برداری کرد چرا که در این روش علاوه بر این‌که پاسخگویان چه چیزی گفته‌اند این‌که چه کسی، با چه لحنی و چگونه گفته است نیز مهم است. جنبه دیگری که باید توجه شود تعداد گروه‌هاست که با توجه زمان و منابع و عواملی مانند: سن، جنسیت و طبقه که متاثر از نظریات است می‌تواند متغیر باشد. ولی به نظر مورگان تعداد گروه‌ها بهتر است بین ۱۵-۱۲ گروه باشد. تعداد اعضای هر گروه نیز ۷-۶ نفر پیشنهاد شده است. تعداد جلسات برای هر گروه نیز ۳-۴ جلسه مناسب به نظر می‌رسد. در طول جلسات گروه‌های متمرکز بهتر است دو یا چند سوال کلی پرسیده شود و پاسخگویان در مورد این‌ها با هم بحث کنند. موضوع دیگری که مطرح است انتخاب شرکت‌کنندگان می‌باشد که با توجه به ملاک‌هایی از جمله: سن، جنسیت، شغل، تحصیلات، داشتن و یا نداشتن تجربه در مورد یک موضوع خاص و ... به گروه‌های مختلف تقسیم می‌شوند و در نهایت سطح دخالت مدیر که مهم‌ترین جنبه در روش گروه‌های متمرکز می‌باشد. مدیر در گروه‌های متمرکز باید چندین شرط را داشته باشد، برای مثال: اجازه دهد بحث روال عادی خود را در جلسه طی کند، بحث‌های مهم را مطرح کنند، وقتی شرکت‌کنندگان تمایلی به شرکت در بحث ندارند آن‌ها را به شرکت در بحث تشویق کند. مداخله یا عدم مداخله در بحث کار آسانی نیست و توأم با ریسک می‌باشد؛

بهترین روش برای کاهش خطاها و اشتباهات این است که در بحث شرکت و مداخله کنیم. هنگامی که شرکت‌کنندگان کاملاً درگیر بحث شده‌اند و می‌خواهیم بحث جدیدی را شروع کنیم و یا هنگامی که موضوع مورد بحث نکته واضح و روشنی ندارد و بحث را به سمت موضوع بحث تغییردهیم، نکته‌ی نهایی این که در پژوهش کیفی خصوصاً بحث گروهی مخاطب محقق انسان بوده و پیچیدگی و چندبعدی بودن انسان به این راحتی تن به ساده‌سازی نمی‌دهد. پس روش گروه‌های متمرکز شمشیر دو لبه است که کارکرد مثبت آن گردآوری انبوهی از اطلاعات از طریق مشارکت دادن افراد در بحث و اتخاذ نظرات آن به منظور بررسی عمیق یک پدیده و کارکرد منفی آن زمان‌بر بودن، مشکلات هدایت بحث، مشکلات اجماع نظر و تصمیم‌گیری نهایی، احتمال سوگیری و هم‌چنین احتمال تحلیل و تفسیر غلط، خلاصه خطای پوششی و محتوای ازسوی محقق و پاسخگو است. حسن کار در این است که از طریق گروه‌های متمرکز، می‌توانیم شناخت دقیقی از موضوع مورد مطالعه داشته باشیم.

منابع

- آبوت، پ، و دیگری. (۱۳۸۰). **جامعه‌شناسی زنان**. ترجمه: منیژه نجم‌عراقی. تهران: نشر نی.
- آریان، ع. (۱۳۸۹). معرفی روش‌های کیفی، نظریه‌مبنایی. **ماهنامه علوم اجتماعی**. شماره ۲۵.
- استراس، آ، و دیگری. (۱۳۸۵). **اصول روش تحقیق کیفی، نظریه‌مبنایی**. ترجمه: بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- استربرگ، ک، ج. (۱۳۸۴). **روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی**. ترجمه: علی شمعی‌احمدپور. یزد: انتشارات دانشگاه یزد.
- آینتا، گ. (۱۳۸۷). **روش‌شناسی گروه‌های متمرکز**. ترجمه: آمنه صدیقیان. به نقل از سایت: <http://www.aramesh111.blogfa.com/8705.aspx>.
- ببی، ا. (۱۳۸۸). **روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی**. جلد دوم. ترجمه: رضا فاضل. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.
- بلیکی، ن. (۱۳۸۹). **استراتژی‌های پژوهش اجتماعی**. مترجم: هاشم آقا بیگ‌پوری. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- خسروی، ش و دیگری. (۱۳۸۹). گروه متمرکز: روشی در گردآوری اطلاعات. **نشریه دانشکده پرستاری و مامایی دانشگاه علوم پزشکی تهران**. دوره ۲۳، شماره ۶۸، ص ۳۰-۱۹.
- ریتزر، ج. (۱۳۸۶). **نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر**. ترجمه: محسن ثلاثی. تهران: علمی.
- زارع، میرک‌آباد، ع. (۱۳۹۰). **روش گروه‌های متمرکز**. به نقل از: <http://www.ayandehpajoohi.com>.
- زارعی، ا، و دیگری. (۱۳۸۳). **راهنمایی نظری و عملی اقدام پژوهی به زبان ساده**. قم: نسیم کوثر.
- ک، ر. (۱۳۷۶). **تحقیق موردی**. ترجمه: علی پارسائیان و دیگری. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- عباس‌زاده، م. (۱۳۸۹). **تاملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی، جامعه‌شناسی کاربردی**. سال بیست و سوم، شماره‌ی پیاپی ۴۵، شماره‌ی ۱، صص ۱۹-۴۳.
- عزمی، آ. (۱۳۸۷). **خلاصه کاربرد روش تحقیق در مطالعات روستایی (با تاکید بر مفهوم گروه‌های کانونی)**. مسکن و انقلاب، مشارکت و پژوهش روستایی.
- محسنی، م، و دیگری. (۱۳۷۸). **وضعیت تحقیقات اجتماعی - فرهنگی در ایران**. تهران: رسانش.
- میرزایی، خ. (۱۳۸۸). **پژوهش، پژوهشگری و پژوهشنامه نویسی**. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

- Chege, Fatuma. Riho Sakurai. (2011). **Feminist Research and Boy's Schooling: Gender Equality and Construction of African**. An IIEP evidence_ based policy forum 3-4 october: Paris.
- Gibbs, Anita. (1997). **Focus Groups. Department of Sociology**. university of Surrey, Guildford GU27XH: England.
- Hess- biber, Sharilne and Leavy, Patricia. (2004). **Focus Groups**. Approache to Qualitative Research, Oxford university Press.
- McLafferty, Isabella. (2004). **Focus group interviews as a data collecting strategy**. METHODOLOGICAL ISSUES IN NURSING RESEARCH.
- Morgan, David. (2009). **Focus Groups**. Annual Review of Sociology, vol.22, pp. 129-152.
- Peggy, Yuhabyers, Wilcox, James R. (1996). **The Journal of Business Communication**. 28:1: Winter.
- Stockton, Lisa. Barbvan Maris. Braz King. (2002). **Using Focus Groups**. The Health Cmmunication Unit at The Center for Health Promotion Version 200.
- Rose, Damaris. (2001). **Revisiting Feminist Research Methodologis: a Working Paper**. Submitted to Status of Women Canada, Research Division, pp1-45.
- Wilkinson, Sue. (1999). **Focus groups: A Feminist Method, psychology of women quarterly**. 23, printed in the united stated of America, pp 221-224.
- Yuhabyers, Peggy, Wilcox, James R. (1991). **Focus Groups: A Qualitative Opportunity for Researchers The Journal of Business Communication**. 28:1. pp 64-77.

Archive