

# کاربست تکنیک گروه‌های کانونی به منظور جذب مشارکت مردمی در فرایند طراحی شهری (نمونه موردی محله ارزنان زینبیه اصفهان)

## عطیه السادات حجازی

کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه شیخ بهایی

[Atiyehejazi71@gmail.com](mailto:Atiyehejazi71@gmail.com)

## پریسا زهره وندی

کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه شیخ بهایی

[zohrehvandi.parisa@gmail.com](mailto:zohrehvandi.parisa@gmail.com)

## افروز سادات موسوی

کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه شیخ بهایی

[afroozmo@gmail.com](mailto:afroozmo@gmail.com)

## نگین میر محمدصادقی

کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه شیخ بهایی

[neginsadeghi92@gmail.com](mailto:neginsadeghi92@gmail.com)

## سحر یوسف زاده

کارشناس ارشد طراحی شهری، دانشگاه شیخ بهایی

[yousefzadeh.sahar@yahoo.com](mailto:yousefzadeh.sahar@yahoo.com)

## چکیده

امروزه ضرورت مشارکت شهروندان در بهبود وضعیت کالبدی و اجتماعی شهرها بر کسی پوشیده نیست. از این رو شناخت و بررسی تکنیک‌هایی که به دخیل نمودن هرچه بیشتر مردم در طرح‌ها و پروژه‌های شهری کمک کند ضروری است. هدف از پژوهش فوق معرفی تکنیکی جهت افزایش مشارکت مردم در فرایندهای طراحی شهری می‌باشد. از این رو ابتدا به معرفی تکنیک مشارکت مردمی یعنی سابقه و زمان شکل‌گیری تکنیک، چارچوب مفهومی، سطوح و نیز طبقه‌بندی تکنیک فوق پرداخته می‌شود سپس از آنجا که این تکنیک بسیار کلان بوده و زیرشاخه‌ها و طبقه‌بندی‌های فراوان دارد، تکنیک گروه‌های کانونی به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های تکنیک مشارکت مردمی مورد شناخت و بررسی بیشتر قرار می‌گیرد. به منظور تسهیل در استفاده از تکنیک گروه‌های کانونی به معرفی دقیق مراحل اجرای بحث گروهی پرداخته می‌شود که استفاده‌کنندگان از این تکنیک شناخت دقیقی از انواع، جایگاه تکنیک در طراحی شهری، اهداف، سابقه‌ی زمانی و همچنین نقاط قوت و ضعف گروه‌های کانونی، داشته باشند. در انتها نیز تلاش می‌گردد با استفاده از چارچوب معرفی‌شده در این روش، مشکلات محلات فقیرنشین شهری و محلات با اسکان غیررسمی همچون محله ارزنان زینبیه در منطقه ۱۴ اصفهان به عنوان یک نمونه قابل تأمل، بازنمایی شده و از نظرات و همفکری مردم جهت نوسازی بافت فرسوده‌ی فوق استفاده گردد.

**واژگان کلیدی:** گروه‌های کانونی - مشارکت مردمی - طراحی شهری - محله ارزنان زینبیه - منطقه ۱۴ اصفهان

می‌کند (حریری ۱۳۹۴). آنچه در این گزارش مدنظر قرار گرفته، پس از شناخت تکنیک مشارکت مردمی و گروه‌های کانونی (به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از آن) به بررسی و شناخت پروفیل اجتماعی محلات غیررسمی شهرها، جهت تنظیم برنامه‌ها، دستیابی به عمق شرایط اجتماعی و واقع‌گرا نمودن مسائل تحلیل‌ها می‌پردازد.

## ۱- مبانی نظری

### ۱-۲- سابقه، زمان و نحوه شکل‌گیری تکنیک

#### مشارکت مردمی

مشارکت شهروندی در عرصه‌های مختلف شهری در چارچوب جامعه مدنی سابقه بس طولانی دارد. از این‌رو از نظر پیشینه تاریخی آتن در یونان از نخستین شهرهایی است که با تشکیل دولت‌شهر مظهر چنین پدیده‌ای بوده است. افلاطون مفهوم شهر را مقوله‌ای از کل دانسته که از جمع شهروندان پدید می‌آید و ارسطو نیز رابطه شهروند را با دولت‌شهر، همانند عضو بدن موجود زنده تلقی می‌کند. این دیدگاه‌ها طی قرون بعد در افکار و نظام‌های سیاسی مختلف رسوخ نمود، به‌طوری‌که رگه‌های این اندیشه را می‌توان در آثار افرادی مانند هگل نیز مشاهده کرد (غفاری و جمشیدزاده ۱۳۹۰). در این میان ماکس وبر با تأکید بر توسعه مشارکت شهروندی به‌عنوان یک ابزار کلیدی در تشکیل شهر صحنه گذاشت. دورکیم شهر را عامل مؤثر در تسریع و رشد کار اجتماعی (شهروندان) می‌دانست و آن را عاملی در برقراری نظم و حل امور شهری می‌پنداشت. از زاویه دیگر افزایش مهاجرت اقوام مختلف به‌خصوص اروپائیان به آمریکا در طول قرن ۱۹ و ۲۰ سبب شد که بسیاری از شهرهای کشور به کلان‌شهرهای چند فرهنگی بدل شوند. در این میان پارک از شاخص‌ترین چهره‌های مکتب شیکاگو بود که به چگونگی تعاملات و پیوند بین ساکنان کلان‌شهری چون شیکاگو پرداخت. در بینش شهرسازی و برنامه‌ریزی مدرن نیز این تفکر وجود دارد ([www.cpas-egypt.com](http://www.cpas-egypt.com) ۲۰۱۸). به‌طورکلی مشارکت شهروندان در امور مربوط به شهر و شهرسازی در آمریکا ابتدا در اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶۰ شکل گرفت.

مهم‌ترین و عظیم‌ترین سرمایه‌ی هر جامعه‌ای منابع انسانی آن جامعه است که برای بهره‌برداری از آن روش‌های خاصی وجود دارد. مشارکت‌جویی یکی از نیازمندی‌های روحی روانی و منشأ احترام به انسان است (موسایی، رضوی الهاشم ۱۳۸۸). از سویی تجربه‌ی کشورهای مختلف جهان در اداره شهرها نشان می‌دهد، اداره شهرها به نحو مطلوب در بسیاری موارد از توان دولت خارج است. موفقیت در این امر درگرو مشارکت مردم و نهادهای محلی است و تنها با جلب اعتماد عمومی، تشویق مردم در مراحل مختلف و استفاده از مشاوره عمومی باعث می‌شود که مدیریت شهرها تا حدود زیادی در تدوین اهداف و قابلیت‌های اجرایی با موفقیت همگام باشند و درنهایت بتوانند با تکیه بر داده‌های موثق و با اتکا به پشتوانه مردم، موفقیت خود را تضمین کنند. تکنیک مشارکت مردمی می‌تواند در تمامی مراحل فرایند طراحی شهری؛ از مرحله پیش طراحی (سنجش وضعیت، تعیین اهداف کلان، تعیین اهداف عملیاتی)، طراحی (تدوین راه‌حل‌ها و ارزیابی راه‌حل‌ها) تا اجرا (انتخاب و تصویب طرح و اجرا و پایش) ادامه داشته باشد (علیزاده، رضوی نژاد و رادفر ۱۳۹۲)، لذا تکنیک فوق بسیار کلان بوده و دارای زیرشاخه‌های بسیاری است که یکی از آن‌ها تکنیک گروه‌های کانونی است. گروه‌های کانونی اصلی‌ترین روش گردآوری داده‌ها در پژوهش‌های کیفی علوم اجتماعی، مصاحبه‌های انفرادی و مشاهده‌ی شرکت‌کنندگان به‌ویژه در جریان تعاملات گروهی است. مصاحبه‌های گروه تمرکز با ادغام مصاحبه و مشاهده‌ی تعاملات افراد، در قالب یک مصاحبه‌ی گروهی جمع می‌آورد. از این رو به گردآوری ادراکات، باورها و نظرات یک گروه کوچک از شرکت‌کنندگان درباره‌ی مفاهیم، ایده‌ها و خدمات می‌پردازد. این نوع مصاحبه علاوه بر اینکه امکان آگاهی از نظرات شرکت‌کنندگان را برای پژوهشگر فراهم می‌کند، به دلیل هم‌افزایی حاصل از دادوستدهای فکری میان شرکت‌کنندگان، به فراهم آوری داده‌های غنی‌تر و گشوده شدن مسیرهای روشنگر در جریان مصاحبه نیز کمک

در این دوره، قوانین متعددی بر پایه مشارکت شهروندان به تصویب رسید (ادیب زاده، تفرشی و حسینی ۱۳۸۹). در ایران نیز تعامل مدیریت شهری با نهادهای محلی، به دلیل تشکیل و گسترش کلان‌شهرها، طی چند سال اخیر مورد تجزیه و تحلیل‌های بیشتری قرار گرفته است (غفاری و جمشید زاده ۱۳۹۰).

## ۱-۲-۱- تدوین چارچوب مفهومی تکنیک مشارکت مردمی

### ۱-۱-۲-۱- مفهوم مشارکت

مشارکت در مفهوم لغوی آن، به معنای قسمت، جزء و بخش می‌باشد. این کلمه از ریشه لاتین participato به معنای «با خود داشتن» در نفس خویش چیزی از غیر داشتن است (آریانپور ۱۳۷۴). در تعریف نسبتاً جامعی از مشارکت آمده که مشارکت درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آنان را برمی‌انگیزد تا برای دستیابی به هدف‌های گروهی یکدیگر را یاری دهند و در مسئولیت کار شریک شوند. (طوسی ۱۳۷۰). در این تعریف سه جزء مهم درگیر شدن، یاری‌دادن و مسئولیت‌پذیری وجود دارد که درک عمیق آن، مستلزم پرداختن اجمالی به این سه جزء است: درگیری ذهنی و عاطفی (مشارکت نه تنها به تلاش‌های بدنی بلکه روان‌شناختی را نیز شامل می‌شود). انگیزش برای یاری‌دادن (در مشارکت، شخص فرصت می‌یابد که از قابلیت‌ها، ابتکارات و آفرینندگی خود برای دستیابی به هدف‌های گروهی استفاده نماید). پذیرش مسئولیت (مشارکت شخص را برمی‌انگیزد تا در کوشش‌های گروه خود، مسئولیت‌پذیر باشد). مشارکت هنگامی تحقق می‌یابد که بی‌تفاوتی و بی‌مسئولیتی جای خود را به احساس وابستگی و مسئولیت بدهد (علیزاده، رضوی نژاد و رادفر ۱۳۹۲). در جامعه‌شناسی شهری مشارکت فرایندی است که توسط آن مردم بر ساختارها، سازمان‌ها و مسئولان تأثیر می‌گذارند تا خدمات شهری مناسب در اختیارشان نهاده شود. بنابراین، مشارکت به‌نوعی با توانمندسازی مردم همراه است (موسایی، شیانی ۱۳۸۷).

## ۱-۲-۲- سطوح مشارکت مردمی

مهم‌ترین الگوهای مشارکت شامل: نردبان مشارکت، بسته مشارکت، نظریه مشارکتی جیمز میجلی<sup>۱</sup>، نظریه مشارکتی دریسکل<sup>۲</sup>، گستره چهار سطحی برنز<sup>۳</sup>، گستره دوسطحی دشلر و سوک<sup>۴</sup>، زنجیره مشارکت مردمی، حلقه مشارکت، گستره پنج سطحی IAP۲<sup>۵</sup>، نظریه مشارکتی جان ترنر<sup>۶</sup> و نظریه مشارکتی اسکات دیویدسون<sup>۷</sup> می‌باشد ([www.cpas-egypt.com](http://www.cpas-egypt.com) ۲۰۱۸). در این میان از مشهورترین نظریه‌ها در زمینه مشارکت مردمی، نظریه نردبان مشارکت ارنشتاین<sup>۸</sup> است که در اواخر دهه ۱۹۶۰ مطرح گردیده است (شرفی، برک‌پور ۱۳۸۹).

### جدول (۱): نردبان مشارکت شری ارنشتاین

درجات قدرت	نوع و سطح دخالت شهروندان	پله‌های نردبان مشارکت
محرومیت از	تشکیل کمیته‌های فرمایشی	شهروندی فریب‌کاری <sup>۹</sup>
مشارکت	آموزش / درمان شهروندان به وسیله صاحبان قدرت	درمان <sup>۹</sup>
مشارکت جزئی	تعیین حقوق شهروندان	اطلاع‌رسانی <sup>۱۰</sup>
	دیدگاه‌های شهروندان شنیده می‌شود ولی لزوماً ممکن است مورد توجه قرار نگیرد	مشاوره <sup>۱۱</sup>
	پیشنهاد‌های شهروندان دریافت می‌شود ولی الزاماً بر اساس آن عمل نمی‌شود	آرامش بخشیدن <sup>۱۲</sup>
قدرت شهروندان	پذیرش مصالحه و برقراری توازن	شراکت <sup>۱۳</sup>
	قدرت مدیریت در تمام یا بخشی از برنامه، به شهروندان داده می‌شود	قدرت تفویضی <sup>۱۴</sup>
		اختیار شهروندان <sup>۱۵</sup>

مأخذ: شرفی، برک‌پور ۱۳۸۹

- ۱- Jmesmeidgley
- ۲- Driskell
- ۳- Burns
- ۴- Deshler & Sock
- ۵- John Turner
- ۶- Scott Davidson
- ۷- Arnstein
- ۸- Manipulation
- ۹- Therapy
- ۱۰- Informing
- ۱۱- Consultation
- ۱۲- Placation
- ۱۳- Partnership
- ۱۴- Delegated Power
- ۱۵- Citizen Control

برگه‌های نظرخواهی/نظرسنجی‌های کامپیوتر محور/استفاده از افراد تسهیل‌گر جامعه محلی/نظرخواهی فردی/مصاحبه/نظرسنجی از طریق پست الکترونیکی، پرسشنامه و تلفنی.

### ج: تکنیک‌هایی برای جمع کردن مردم

گپ‌های دوستانه/خانه باز/دادرسی عمومی/همایش/برگزاری نمایشگاه/جلسات عمومی/جلسات وب محور/جلسات شهری/گروه‌های کار و کمیته‌های تخصصی/برگزاری کارگاه/جلسات فضای باز/تورها و سفرهای کاری/گروه‌های مشاور در جریان/گفت‌وگوهای گردشی/کافه‌های جهانی/کنفرانس‌های تحقیق آینده/گفت‌وگوهای متمرکز/چرخه مطالعه/روند تحقیق تشویقی/هیئت منصفه شهروندی/گفت‌وگوهای مشورتی: فرایند گفت‌وگوهای منظم که مردم را در قالب یک گروه گرد هم می‌آورد تا در مورد موضوعات سخت و پیچیده که در آن عدم اطمینان به راه‌حل‌ها وجود دارد، تصمیم‌گیری کنند. هدف این گفت‌وگوها یافتن زمینه‌های مشترک برای مسائل است (شرفی، برک پور ۱۳۸۹). از جمله نمونه‌های تکنیک جمع کردن مردم در کنار هم می‌توان به تکنیکی تحت عنوان گروه‌های کانونی اشاره کرد.

### ۱-۳- تعاریف و روش‌های گروه‌های کانونی

گاه محققان اجتماعی گروهی را به محیط آزمایشگاه می‌آورند؛ اما آنان را در شرایطی مورد تحقیق قرار می‌دهند که ساخت‌مندی و دقت آزمایش‌های کنترل‌شده را ندارد. این‌گونه آزمایش‌ها را آزمایش گروه کانونی می‌گویند. محققان اجتماعی معمولاً از این نوع آزمایش‌ها به‌ویژه در حوزه بازار و ارزیابی کالاها یا بررسی جنبه‌های مختلف یک موضوع استفاده می‌کنند. می‌توان گفت سودمندی بالقوه‌ی (مصاحبه‌ی گروه تمرکز) سبب شده است امروزه پژوهشگران در اجرای پژوهش‌های کیفی حتی به تشکیل گروه‌های تمرکز مجازی نیز اقدام کنند. فناوری ارتباطات در شرایط فعلی این امکان را فراهم می‌کند که شرکت‌کنندگانی از مناطق جغرافیایی مختلف بدون توجه به بُعد مسافت در مصاحبه‌های گروه تمرکز به‌صورت مجازی گرد هم آمده، به بحث و تعامل گروهی درزمینه‌ی پژوهشی بپردازند. روش گروه تمرکز به دلیل

عده‌ای بر این باورند که این نظریه به دلیل تعریف رابطه‌ی سلسله‌مراتبی میان سطوح گوناگون مشارکت درزمینه‌ی برنامه‌ریزی کارایی ندارد؛ زیرا براساس تجربه، برنامه مشارکت مردمی ممکن است دربرگیرنده عناصری از بخش‌های گوناگون گونه‌شناسی ارنشتاین باشد و عوامل مختلف در این فرایند در سطوح گوناگون قرار می‌گیرند.

### ۱-۲-۳- طبقه‌بندی تکنیک‌های مشارکت مردمی

با توجه به سطوح مشارکت مردمی معرفی‌شده، تکنیک‌های گوناگونی برای هر سطح وجود دارد که سه نمونه از مناسب‌ترین آن‌ها در قالب دسته‌بندی‌هایی به شرح زیر می‌باشد:

۱- طبقه‌بندی دوسطحی: از نظر کریتون و پریسکولی<sup>۱۶</sup> این تکنیک‌ها در قالب تکنیک‌هایی خردتر طبقه‌بندی می‌شوند: الف: آگاهی‌رسانی، ب: تکنیک‌های مشارکتی.

۲- طبقه‌بندی منطبق بر بسته مشارکت: تکنیک‌های مشارکت مردمی با توجه به سه هدف انتشار اطلاعات، دریافت اطلاعات و ارتقای تعامل میان برنامه‌ریزان و مردم، طبقه‌بندی شده‌اند. بدیهی است که تأثیر هر یک از این تکنیک‌ها بر روی هرکدام از این اهداف متفاوت است (شرفی، برک پور ۱۳۸۹).

۳- طبقه‌بندی انجمن مشارکت مردمی: طبقه‌بندی ارائه‌شده از سوی انجمن مشارکت مردمی، از بهترین و کامل‌ترین طبقه‌بندی‌های تکنیک‌های مشارکتی است که به شرح آن پرداخته می‌شود:

### الف: تکنیک‌هایی برای تبادل اطلاعات

بانک اطلاعات/جلسات توجیهی/اطلاع‌رسانی/پیوست صورت‌حساب/تماس‌های اطلاعاتی اصلی. پانل‌ها/میزگردهای تخصصی: گزارش‌های بلند/کیوسک‌های اطلاعاتی/خطوط مستقیم/ادارات پاسخگو/پست الکترونیکی.کنفرانس خبری: ضمایم روزنامه/بسته‌های رسانه‌ای/تبلیغات چاپی/ابزارها و تکنیک‌های اطلاع‌رسانی

### ب: تکنیک‌هایی برای دریافت بازخوردها

مزایای یادشده، از روش‌های محبوب گردآوری داده‌ها در پژوهش‌های علوم اجتماعی است و به‌رغم احتمال تأثیر تعامل گروهی بر رفتار فردی شرکت‌کنندگان در مصاحبه، از فنون رایج برای گردآوری داده‌ها در پژوهش‌های کیفی محسوب می‌شود. در بررسی یک موضوع معمولاً از چند گروه کانونی استفاده می‌کنند، زیرا این خطر جدی وجود دارد که یک گروه ۷ تا ۱۲ نفره کاملاً استثنایی باشد و نتوان دیدگاه‌های آن را تعمیم داد (حریری ۱۳۹۴).

### ۱-۳-۱- تعریف اندیشمندان از گروه‌های کانونی

تعریف کروگر<sup>۱۷</sup> از گروه‌های کانونی روشی برای تبادل افکار و مذاکره است که طبق یک برنامه‌ریزی دقیق طراحی می‌شود تا ادراکات و بینش مصاحبه‌شوندگان را در محیطی به‌دوراز تهدید و فشار بسنجد (بهرامیان ۱۳۹۰). از دیدگاه مورگان<sup>۱۸</sup> گروه‌های کانونی شکلی از مصاحبه گروهی هستند به‌طوری که مصاحبه گروهی شامل مصاحبه هم‌زمان تعدادی از افراد بوده و تمرکز اصلی بر پرسش‌ها و پاسخ‌های مطرح شده بین محقق و مصاحبه‌شوندگان می‌باشد؛ اما گروه‌های کانونی بر تعامل در گروه تأکید دارد از نظر او روش گروه کانونی سه مؤلفه دارد: ۱- این روش برای ادغام اطلاعات است، ۲- فعل و انفعالاتی که در بحث‌های گروه‌ها انجام می‌گیرد به‌عنوان یک منبع اطلاعاتی عمل می‌کند. ۳- اعمال محقق نقش اساسی در بحث‌ها و ترکیب اطلاعات دارد (Morgan ۲۰۰۴). در تعریف ادموند<sup>۱۹</sup> گروه‌های کانونی، گفتگوی هدایت‌شده یا هدایت نشده در جهت یک موضوع خاص است که موردعلاقه یا مرتبط با اعضای گروه یا پژوهشگر باشد و از نظر بش<sup>۲۰</sup> یک دیدگاه کیفی برای دانستن درباره مشخصات و پروسه آگاهی، نیمه آگاهی و ناآگاهی روانی و اجتماعی-فرهنگی بخش‌هایی از مردم می‌باشد (بهرامیان ۱۳۹۰).

### ۱-۳-۲- جایگاه تکنیک در طراحی شهری و ضرورت آن

روش گروه کانونی در طراحی شهری، در قسمت چشم‌انداز سازی مقدماتی و نیز روشی سیستماتیک جهت درک مشکلات اجتماعی و یافتن راهکارهای مداخله از طریق مطرح کردن سؤالات خاص با جهت‌گیری‌های مشخص برای دستیابی به اندیشه، عقاید و مسائل گروه یا گروه‌های اجتماعی هدف است. این روش گاهی در جهت بازخوانی و شناسایی مسائل موجود در محلات فقیرنشین و غیررسمی شهری، توانمندسازی محلات، مشکلات اجتماع محلی نظیر فقدان نهادهای محلی، نوسازی بافت‌های فرسوده‌ی شهر و... مورد توجه قرار می‌گیرد (رفیعیان، توکلی و هودسنی ۱۳۹۴).

### ۱-۳-۳- انواع گروه‌های کانونی

گروه‌های کانونی بسته به هدف و نحوه‌ی برگزاری جلسات گروهی به انواع مختلفی تقسیم می‌شوند که مهم‌ترین آن‌ها گروه کانونی دوسویه، گروه کانونی با دو سرپرست، گروه کانونی با سرپرست‌های رقیب، گروه کانونی با حضور کارفرما، گروه کانونی مینیاتوری و گروه کانونی تله‌کنفرانسی می‌باشد (رفیعیان، توکلی و هودسنی ۱۳۹۴). همچنین گروه کانونی آنلاین که در این‌گونه روش گروه به‌صورت آنلاین و اینترنتی انجام می‌شود. در اینجا گروه‌ها را به دو دسته‌ی هم‌زمان (آنی) و ناهم‌زمان (غیر آنی) تقسیم می‌کنند که روش گروه کانونی آنی مستلزم آن است که همه افراد در یک‌زمان واحد آنلاین باشند و در یک اتاق گپ (وب‌سایت) و یا با استفاده از نرم‌افزارهای خاص تشکیل کنفرانس اینترنتی داده و نظراتشان را بیان کنند. ولی در روش گروه کانونی غیر آنی آنلاین بودن هم‌زمان همه مشارکت‌کنندگان لازم نیست. از محاسن گروه‌های کانونی آنلاین می‌توان عوامل متعددی را نام برد چون: مشکل کم‌حرف بودن مشارکت‌کننده‌ها را حل کرد و به خاطر گم‌نامی مضاعف می‌توان میزان مشارکت را بیشتر نمود؛ به‌راحتی در مورد مسائل حساس و تابوی جامعه و مسائل شخصی بحث و گفتگو کرد و می‌توان مطالب و بحث‌های ارائه‌شده را مقوله‌بندی و تجزیه و تحلیل کرد؛ ولی این روش ضعف‌هایی نیز دارد از جمله اینکه تنها می‌توان از کسانی دعوت به مشارکت کرد که

۱۷- Kruger  
۱۸- Morgan  
۱۹- Edmunds  
۲۰- Basch

دسترسی به اینترنت و کامپیوتر دارند و محدودیت ایجاد می‌کند. هر کدام از مشارکت‌کنندگان به راحتی می‌توانند از ادامه بحث انصراف بدهند. از طرف دیگر پدیده‌های خارجی می‌تواند بر افراد مشارکت‌کننده تأثیر منفی بگذارد؛ در کل میزان کنترل بسیار پایین بوده و همچنین اختلالات فنی نیز می‌تواند بر ادامه بحث‌ها موثر واقع شوند (بهرامیان ۱۳۹۰).

### ۱-۳-۴- هدف از ایجاد گروه‌های کانونی

مهم‌ترین اهداف استفاده از چنین روشی می‌تواند به موارد زیر اشاره نمود؛ جلوگیری از ناکارآمدی اقدامات در نتیجه استفاده از شیوه‌های دستوری و متمرکز و از بالا به پایین در برنامه‌ها و تصمیم‌گیری‌ها/کاهش فاصله زمانی و عملیاتی اقدامات راهبردی تا مرحله عمل به آن‌ها/توجه به معیارهای اعتماد، مشارکت، مسئولیت‌پذیری، توانایی ایجاد وحدت، پاسخگویی، احترام، عدالت و گوش دادن در ارتباط برقرار کردن با فقرا/کاهش محرومیت‌های ناشی از عدم ابراز عقیده و قدرت بیان و زبان‌آوری (رفعیان، توکلی و هودسنی ۱۳۹۴).

### ۱-۳-۵- کاربرد گروه‌های کانونی

بررسی تغییرات اجتماعی و فرهنگی در جامعه در مباحث انسان‌شناسی فرهنگی، تبلیغات، تعیین دلایل افت و یا افزایش محبوبیت شخصیت‌های سیاسی، استفاده از نظرات جدید و مفاهیم خلاق، ابزار برنامه‌ریزی استراتژیک، کسب اطلاعات زمینه‌ای و کلی درباره موضوع مورد نظر و طرح فرضیه‌های تحقیقی که قابلیت ارائه به‌عنوان تحقیقاتی را داشته باشند که در آن‌ها از روش‌ها و رویکردهای کیفی استفاده می‌شود (Barry, Steyn, Brent ۲۰۰۹).

### ۱-۳-۶- سابقه‌ی زمانی و نحوه شکل‌گیری تکنیک

درزمینه‌ی گروه کانونی اولین کتاب توسط مرتون و همکارانش در دانشگاه آمریکایی کلمبیا نوشته شد از سوی پیش‌زمینه‌ی لازم برای گسترش این روش از ۱۹۲۰ تا ۱۹۵۰ توسط محققین از رشته‌ها و کشورهای مختلف مورد تکمیل قرار گرفت. در سال‌های دهه پنجاه این شیوه بیشتر به شکل عادی و پیش‌پاافتاده در تجارت استفاده می‌شد. این مسئله تا

دهه ۱۹۸۰ که جامعه‌شناسان این شیوه دوباره کشف کردند ادامه یافت. این شیوه در دهه نود به دلیل استفاده از آن در پژوهش‌های مربوط به فرهنگ عامه و نیز استفاده گسترده بیل کلیتون در مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری ایالات متحده در سال ۱۹۹۲ شناخته‌تر شد (عزیزی، ۱۳۹۴).

### ۱-۳-۷- مسائل و مفاهیم مورد بحث در طرح‌های

#### تحقیق گروه کانونی

موارد مؤثر بر مکانیسم اجرایی گروه بحث به‌قرار زیر است (Barry, Steyn, Brent ۲۰۰۹):

#### ۱-۳-۷-۱- مقایسه گروه‌های کوچک و بزرگ

این بخش متأثر از روش تحقیق، موضوع، مسئله پژوهش و زمان اجرایی عملیاتی پروژه‌هاست. از این‌رو در جدول (۲) تفاوت‌های گروه‌های کوچک و بزرگ در روش گروه کانونی آورده شده است. از سوی دیگر تعداد اعضای گروه بهتر است بین ۸ تا ۱۲ نفر باشد. تجربه نشان داده است که در گروه‌های کمتر از ۸ نفر بعضی از افراد بحث را به خود اختصاص می‌دهند و در گروه‌های بیشتر از ۱۲ نفر بعضی از اعضا نظر نمی‌دهند؛ اما در صورت استفاده از افراد متخصص (پزشکان، مهندسان، معماران و ...) با ۶ یا ۷ نفر نیز می‌توان گروه را تشکیل داد (Barry, Steyn, Brent ۲۰۰۹).

#### جدول (۲): مقایسه گروه‌های کوچک و بزرگ در بحث گروه‌های کانونی

گروه‌های کوچک	گروه‌های بزرگ
موضوعات اختصاصی‌تر هستند.	موضوعات عمومی‌تر و کلی‌ترند.
اطلاعات دقیق‌تر، پویایی فکری بیشتر	درجه‌ی ریسک‌پذیری بالاتر
و ثبت دقیق داده‌ها.	به علت کثرت شرکت‌کنندگان، وقت
سطح فعالیت هریک از اعضا زیاد	کافی برای تک‌تک آنان فراهم نیست
است و هر یک در مدت‌زمان بیشتری	و کمتر در بحث شرکت می‌کنند.
در بحث مشارکت می‌کنند.	به سبب زیاد بودن شرکت‌کنندگان
مدیر به راحتی بحث را کنترل می‌کند	مدیر به سختی بحث را کنترل می‌کند.

مأخذ: نگارنده

#### ۱-۳-۷-۲- تعداد گروه‌ها

در بعضی از موارد محقق با تعداد کمی از گروه‌ها نمی‌تواند به نتیجه دلخواه برسد به همین دلیل برای افزایش سطح اعتماد و رسیدن سریع به نتیجه باید تعداد گروه‌ها را

تا ۳۷ الی ۵۲ گروه افزایش دهیم اما این افزایش تعداد گروه‌ها باعث ایجاد مشکلاتی از قبیل یافتن افراد زیاد با یک مشکل یا مسئله مشترک و همچنین مشکل تفکیک و جداسازی افراد در گروه‌ها می‌شود (بهرامیان ۱۳۹۰).

### ۱-۳-۸- مراحل اجرای بحث گروهی متمرکز

#### ۱-۳-۸-۱- مرحله اول: تعیین موضوع مسئله

تعیین موضوع مسئله اصلی بحث، دارای این اهمیت است که اگر وجود نداشته و مشخص نشده باشد بحث یا به انحراف کشیده شده یا اطلاعات زیاد و پراکنده‌ای به دست می‌آید که به سختی می‌توان آن‌ها را دسته‌بندی کرد. از طرفی تعیین موضوع تأثیر مهمی بر تعیین چگونگی اجرای مصاحبه دارد. همچنین باید مشخص شود که این بحث گروهی به‌عنوان یک روش مستقل مورد استفاده قرار می‌گیرد یا این که تنها کمکی برای دیگر شیوه‌ها است.

#### ۱-۳-۸-۲- مرحله دوم: آماده کردن سؤال‌ها و نوشتن راهنمای بحث

راهنمای بحث شامل مهم‌ترین و کلیدی‌ترین سؤال‌های محقق درباره موضوع است. بنابراین محقق باید بتواند موضوع اصلی تحقیق را در چند سؤال کلیدی (بین ۹ تا ۱۲ سؤال) خلاصه کند. از همین سؤالات کلیدی است که در مرحله بعد سؤالات فرعی بیرون کشیده می‌شود تا چگونگی جریان بحث گروهی را روشن سازد. هرچه سؤالات کمتر باشد بحث گروهی متمرکزتر و تفسیر و تحلیل آن راحت‌تر و سریع‌تر صورت می‌گیرد. نکته مهم دیگر این است که سؤالات مسیر بحث را روشن و مشخص می‌سازند لذا باید سؤالات به شکل محوری اولویت‌بندی شوند.

#### ۱-۳-۸-۳- مرحله سوم: تنظیم سؤال‌ها و راهنمای پرسیدن

پس از تنظیم سؤالات کلی نوبت به شکستن سؤالات اصلی به سؤالات فرعی است. سؤالات فرعی سؤالاتی جزئی‌تر و روشن‌تر هستند. برای هر سؤال کلی می‌توان حداکثر ۵ سؤال فرعی مطرح کرد. بهترین راه برای رتبه‌بندی و دسته‌بندی سؤال‌ها آن است که از سؤال‌های کلی‌تر آغاز کنیم و به

سؤالات جزئی‌تر برسیم. هنگام مرتب کردن سؤال‌ها نباید بین آن‌ها شکاف موضوعی وجود داشته باشد از طرفی باید از سؤالات اضافی نیز پرهیز کرد زیرا هم کیفیت مصاحبه را و هم دقت پاسخگو را کاهش می‌دهد (Chiarini, Tremblay, Hevner, Berndtz, ۲۰۱۰).

#### ۱-۳-۸-۳-۱- فرم‌های گروه کانون

#### فرم راهنمای گروه کانون (focus group guide)

**(form):** اولین فرم ضروری در گروه کانون است (تصویر ۱- سمت راست).

#### فرم نکته برداری (note-taker form):

مخصوص نکته بردار گروه کانون است (تصویر ۱- سمت چپ) (عزیزی ۱۳۹۵).

فرم نکته برداری گروه کانون		فرم راهنمای گروه کانون	
نام محقق: _____	نام محقق: _____	تاریخ و مکان: _____	نام محقق: _____
شماره گروه کانون: _____	شماره گروه کانون: _____	نام محقق: _____	نام محقق: _____
زمان آغاز: _____	زمان آغاز: _____	نام گروه کانون: _____	نام گروه کانون: _____
زمان پایان: _____	زمان پایان: _____	زمان آغاز: _____	زمان آغاز: _____
موضوع: _____	موضوع: _____	زمان پایان: _____	زمان پایان: _____

تصویر (۱): فرم‌های گروه‌های کانونی

مأخذ: عزیزی ۱۳۹۵

#### ۱-۳-۸-۴- مرحله چهارم: انتخاب شرکت کنندگان

انتخاب شرکت کنندگان بسته به موضوع است و باید با توجه با اهداف تحقیق انتخاب شوند و کسانی باشند که بهتر از دیگران به سؤال‌های تحقیق پاسخ گویند. برای انتخاب شرکت کنندگان در نظر گرفتن سه معیار زیر الزامی می‌باشد: افراد متجانس و همگن باشند، نمایانگر گروه بزرگ‌تر باشند و با یکدیگر آشنا نباشند. باید توجه کرد که انتخاب افراد به گونه ای باشد که تأثیرگذاری افراد بر یکدیگر به حداقل برسد. به‌عنوان مثال رئیس و مرئوس یا زن و شوهر را باهم انتخاب نکنیم.

#### ۱-۳-۸-۵- مرحله پنجم: انتخاب زمان و مکان مناسب

بیشتر پژوهش‌گران بر این عقیده‌اند که مکان مباحثات در مؤثر بودن نشست گروهی بسیار حائز اهمیت است. فضای موجود باید آرامش‌بخش باشد. از این رو، محققان تلاش می‌کنند که گروه‌های کانونی را به جلسه‌هایی مشابه جلسه‌هایی که مردم در مورد موضوعی به بحث می‌پردازند تبدیل کنند (Chiarini Tremblay, Hevner, Berndtz، ۲۰۱۰). زمان بحث‌های هر گروه ۱ تا ۲ ساعت بایستی باشد که معمولاً برای هر نفر تقریباً بین ۱۰ الی ۱۵ دقیقه در نظر می‌گیرند (رفعیان، توکلی و هودسنی ۱۳۹۴).

### ۱-۳-۸-۶- مرحله ششم: اجرای بحث گروهی

برای اجرای بحث گروهی پس از حضور اعضا باید مراحل زیر طی شود: مقدمه بحث (که در راهنمای بحث حتماً باید نوشته شود)، ورود به بحث (با توجه به ترتیب سؤالاتی که مشخص شده است)، بررسی عمیق هر یک از سؤال‌های کلیدی و سؤال‌های جزئی‌تر و خاتمه (جمع‌بندی آراء افراد باید به نحوی باشد که اظهار نظر خود محقق وارد نشود). نکته: نتیجه‌گیری باید حاصل تعامل گروهی بین اعضا باشد بنابراین دو عنصر اصلی در بحث گروهی یعنی گرداننده و شرکت‌کنندگان باید باهم تعامل خوبی داشته باشند. گرداننده باید قادر باشد با به کار بستن تمهیداتی تمامی تیپ‌های افراد را اعم از خجالتی و غیر خجالتی یا کم‌حرف و پر حرف در بحث شرکت دهد (Folch, Trost ۲۰۱۵).

در مورد گرداننده بحث باید موارد زیر را رعایت کرد:

با موضوع بحث آشنایی کامل داشته باشد، نسبت به موضوع بحث هیچ‌گونه تعصبی نداشته باشد، با زبان و فرهنگ شرکت‌کنندگان آشنا باشد، مدیر خوبی برای اداره بحث باشد، بر اساس موضوع و شرکت‌کنندگان توجه به جنسیت اهمیت دارد، مهربانی همراه با قاطعیت، از آنجاکه دلیل اصلی مصاحبه کانونی آشکار کردن احساسات عمیق و حصول واکنش‌هایی است که نشانه احساسات عمیق است، هادی گروه باید احساسات عمیق فردی را برانگیزد. از این رو گرداننده باید خود را (Moderator) معرفی کند و از اعضای جلسه بخواهد خودشان را معرفی کنند، سعی کند فضای گرم و صمیمانه‌ای بین اعضا ایجاد کند تا افراد از

حرف زدن در جمع خجالت نکشیده و یا دچار استرس نشوند. همچنین بهتر است اعضای گروه دور یک میز گرد هم بنشینند. تسهیلگر حتماً باید هدف از برگزاری جلسه و ترتیب سؤالات و مسئله‌های مورد بحث را برای اعضا توضیح دهد تا همه‌ی اعضا بدانند که دقیقاً دنبال فهمیدن چه چیزی می‌باشد. مدیریت زمان به گونه‌ای که همه‌ی سؤال‌های طراحی شده به بحث پرسیده شود. همچنین از پرسیدن سؤال‌هایی که می‌تواند ذهنیت افراد را سو داده و جهت‌مند کند پرهیزید. مثلاً در مثالی در رابطه با امنیت یک فضای شهری سؤال «پس از رفتن به این فضا چه احساسی نسبت به آن دارید؟»، صورت سوگیرانه‌ای این سؤال این گونه خواهد بود: «اکثر استفاده کنندگان از این فضا احساس ناامنی دارند، شما چه طور؟». از این رو باید مراقب باشد سؤال‌ها سوگیرانه نباشند. گرداننده بحث باید مطمئن شود که همه‌ی افراد حاضر فرصت کافی برای اظهار نظر پیدا می‌کنند و باید نشان دهد که سخن هر فرد را می‌شنود و به آن اهمیت می‌دهد. در صورت لزوم از افرادی که کمتر حرف می‌زنند درخواست کند تا نظرشان را ابراز کنند. مراقب باشد که فضای جلسه به سمت متمرکز شدن روی یک موضوع خارج از موضوع منحرف نشود. در چنین شرایطی سریعاً بحث را بر روال دستور جلسه برگرداند. در صورت لزوم جواب کامل‌تری از فرد بخواهد؛ مثلاً: «ممکنه نظرتان را کمی بیشتر توضیح دهید؟» و از همه‌ی موارد و نکات ارائه‌شده یادداشت‌برداری و در صورت توان همه‌ی جلسه را ضبط کند. نظرات و ایده‌های ارائه‌شده را روی یک تخته یا کاغذ بزرگی که برای همه قابل رؤیت باشد خلاصه‌نویسی کند (Folch, Trost ۲۰۱۵).

### ۱-۳-۸-۷- مرحله هفتم: استخراج اطلاعات

گرداننده بحث و یادداشت‌کننده بحث می‌تواند یک نفر باشد و در عین حال می‌تواند دو نفر باشند. برای ثبت و استخراج راحت اطلاعات باید علاوه بر یادداشت کردن از ابزارهایی نظیر ضبط صوت و دوربین فیلم‌برداری نیز استفاده کرد. حتی توجه به ژست‌ها و بازخوردهای غیر کلامی شرکت‌کنندگان نیز از اهمیت زیادی برخوردار بوده و باید ثبت شوند. به منظور دستیابی به اطلاعات دقیق‌تر نام و



مشخصات هر پاسخگو در مقابل پاسخ‌هایی که داده شده‌اند باید ذکر شوند. به عنوان مثال: رضا ۱۸ ساله دیپلمه: ....

### ۱-۳-۸-۸- مرحله هشتم: تحلیل نتایج و ارائه

#### گزارش

دو هدف اصلی برای تحلیل نتایج وجود دارد: تأیید یا رد فرضیه‌های تحقیق و یافتن پاسخ برای پرسش‌های تحقیق. بعد از اجرای جلسه، همه‌ی نظرات ارائه شده باید گردآوری، بررسی و تحلیل شوند. در این مرحله شما باید این موارد را رعایت کنید:

خلاصه‌برداری از جلسه (جلسه‌ها، در صورتی که بیش از یک جلسه برگزار کرده‌اید) که این کار بهتر است ظرف ۲۴ ساعت از انجام جلسه‌ی گروه متمرکز انجام شود تا مطالب طرح شده در جلسه فراموش نشوند. تحلیل داده‌ها: دنبال نظرات یا ایده‌های مشابه و تکرار شده و یا کلیدواژه‌های تکرار شده بگردید و به نظرات و ایده‌های غیرمنتظره یا جالبی که ارزش توجه کردن و پیگیری دارند توجه کنید. در آخر نتایج بحث گروهی متمرکز را به صورت زیر می‌توان ارائه داد:

- ۱- مدل خام اطلاعات: تنها به ذکر نظرات و عقاید شرکت کنندگان بسنده کنیم.
- ۲- مدل توصیفی اطلاعات: به توصیف آنچه در جلسه بحث گذشته پردازیم (با ذکر مثال از گفته‌های افراد)
- ۳- مدل تحلیل اطلاعات: به تحلیل اطلاعات به دست آمده می‌پردازیم (Glitz, Ahip, ۱۹۹۷).

### ۱-۳-۹- گرداننده/ مصاحبه‌گر<sup>۲۱</sup> گروه‌های کانونی

با توجه به معیار میزان دخالت مدیر می‌توان گروه‌ها را به بیش سازمان‌یافته و کمتر سازمان‌یافته تقسیم‌بندی کرد که در گروه بیش سازمان‌یافته میزان کنترل و دخالت مدیر بسیار بیشتر از نوع دوم آن است.

کنترل و دخالت مدیر معمولاً به دو صورت انجام می‌گیرد: ۱: پرسیدن سؤالات مربوط به موضوع و جلوگیری از سؤالات بی‌ربط. ۲: با کنترل فعل و انفعالات

شرکت کنندگان در گروه و تعیین وظایف هر یک از شرکت کنندگان و دعوت آنان به بحث.

میزان کنترل گروه به تعداد سؤالات و ماهیت موضوع و مدت زمان بحث بستگی دارد (Folch, Trost, ۲۰۱۵).

### ۱-۳-۱۰- نقاط ضعف و قوت گروه کانونی

۱-۳-۱۰-۱- نقاط قوت (مواردی که می‌توان در آن از گروه کانونی استفاده کرد): این روش برای موضوعات کلی انسانی است/ به دست آوردن اطلاعات کلی و زمینه‌ای و همچنین موضوعاتی که آگاهی کمی نسبت به آن‌ها وجود دارد/ این روش باعث تقویت روحیه همکاری می‌شود/ ایجاد بینش به نحوه توافقات و عدم توافقات بر روی موضوعات در گروه / تأثیر هم افزایانه<sup>۲۲</sup> (کنش متقابل بین شرکت کنندگان)/ فرمت باز پاسخ‌های گروه مرکز زمینه را برای دستیابی به حجم وسیعی از داده‌ها در حرف‌ها و حرکات پاسخگویان را مهیا می‌سازد/ تعامل مستقیم با پاسخگویان/ امکان جمع‌آوری اطلاعات از کودکان و افراد بی‌سواد (Glitz, Ahip, ۱۹۹۷)/ جمع‌آوری داده به صورت سریع و کم‌هزینه/ سهولت درک نتایج و گزارش‌ها/ ترکیب آسان با روش‌های کمی/ کمک به تحقیقات فمینیستی (به دلیل جایگاه برابر و غیر سلسله مراتبی بحث کنندگان)/ ارزیابی مشکلات و تأثیرات یک طرح یا خدمات (بهرامیان ۱۳۹۰).

### ۱-۳-۱۰-۲- معایب گروه‌های کانونی

عدم شناخت درست مشارکت‌کننده/ قطب‌بندی (تضاد) ممکن است به دنیای خارج از محیط بحث انتقال داده شود/ تشخیص این که در گروه کانونی، افراد در گروه‌های بزرگ چگونه بر روی هم تأثیر می‌گذارند بسیار سخت است / محقق یا هدایت‌کننده بحث فقط موضوعاتی را در بحث می‌گنجانند که در این بحث‌ها قابل حل هستند/ به دلیل عدم اطمینان و حداقل گم نامی افراد علاقه کمی به افشای اطلاعات حساس دارند/ زمانی که اطلاعات کمی زیادی درباره یک موضوع مورد نیاز است نمی‌توان از این

۲۲- Synergic

۲۱- Facilitator



تصویر (۳): بافت فرسوده محله ارزنان زینیه  
 مأخذ: مهندسین مشاور نگار اندیشان مینا ۱۳۹۵

## ۲-۲- مرحله دوم سوم: آماده کردن سؤال ها و پرسیدن سؤالات

سؤالات اصلی و فرعی از کل به جز: دیدگاه و نظر شما راجع به نوسازی بافت فرسوده محله ارزنان زینیه چیست؟ اگر اختیار داشتید چه چیزهایی را در این محله تغییر می دادید؟ تا چه حد حاضرید برای ارتقا کیفیت این محله داوطلبانه مشارکت مالی یا غیرمالی کنید؟ مهم ترین عامل بدبینی شما راجع به عدم تحقق نوسازی بافت فرسوده محله ارزنان زینیه چیست؟ شناخت شما از شرکت ها و نهادهای دولتی دخیل در امر نوسازی بافت فرسوده محله ارزنان زینیه تا چه حدی است؟ به نظر شما میزان شفافیت ارائه اطلاعات ارگان های دخیل در نوسازی بافت فرسوده محله ارزنان زینیه نسبت به مردم در چه حدی است؟ به نظر شما مشارکت مردم تا چه حد می تواند نوسازی بافت فرسوده محله ارزنان زینیه را تسهیل نماید؟ به نظر شما چه عواملی باعث می شود مردم در نوسازی محدوده بافت فرسوده محله ارزنان زینیه مشارکت نمایند؟ جالب ترین و مهم ترین نقاط محله که در اولویت نوسازی می باشد از نظر شما کدام است؟

## ۲-۳- مرحله چهارم: انتخاب شرکت کنندگان

شرکت کنندگان همگن دارای ویژگی های: گروه سنی ۳۰ تا ۶۰ سال / دارای سابقه سکونت ۱۵ تا ۵۰ سال / دارای سطح سواد از بی سواد تا تحصیلات عالی / شرکت کنندگان زنان و مردان ساکن در این محله، می باشند.

## ۲-۴- مرحله پنجم: انتخاب زمان و مکان مناسب

روش استفاده کرد/ با وجود اینکه این روش کیفی محسوب می شود اما به دلیل فقدان یک ساختار صوری و اعداد و ارقام خام تا حدی شک برانگیز و ضعیف و غیرعلمی به نظر می رسد/ به دلیل حجم و تعداد کم گروه ها غیر قابل تعمیم به یک جمعیت وسیع تر/ این روش در پژوهش های چند متغیری کمی و در تحقیق های پیچیده کیفی کاربرد ندارد/ گروه کانونی قدرت چندانی برای پیش بینی مسائل آینده ندارد زیرا بر مبنای تجربه های حال صورت می گیرد (بهرامیان ۱۳۹۰).

## ۲- الگوواره تبیینی از کاربرد عینی روش Focus Group در موضوع نوسازی بافت

### فرسوده محله ارزنان زینیه اصفهان

محله ارزنان زینیه دارای ۲۰۸۰۶ نفر جمعیت است که مطابق تصویر (۲) روبه رو از شمال به جاده خاکی تا جاده ی حبیب آباد تا خارج از محدوده ی قانونی منطقه ۱۴ اصفهان ختم می شود، از جنوب به محور عاشق اصفهانی، از غرب به محور زینیه و از شرق به بافت ایجاد شده در خارج از محدوده قانونی این منطقه ختم می شود. مساحت این محله بالغ بر ۱۱۱ هکتار می باشد که حدود ۶٪ از کل منطقه ۱۴ را به خود اختصاص داده است.



تصویر (۲): موقعیت محله ارزنان زینیه در منطقه ۱۴

مأخذ: مهندسین مشاور نگار اندیشان مینا ۱۳۹۵

## ۲-۱- مرحله اول: تعیین موضوع مسئله

بافت فرسوده محله ارزنان زینیه، با توجه به تصویر (۳) ترکیبی از گونه های مختلف بافت فرسوده شهری با پیشینه روستایی و اسکان غیررسمی است که رویکرد مداخله و نوسازی بر همین مبنای پیشنهاد شد.

مصاحبه در زمانی که شرکت کنندگان در روز غیر کاری و تعطیل بودند و در حرم ارزنان زینبیه با حضور ریش سفید محله برگزار شد.

## ۲-۵- مرحله ششم: اجرای بحث گروهی

برای اجرای بحث گروهی پس از حضور اعضا مراحل زیر طی شد: در ابتدا مقدمه بحث (که در راهنمای بحث حتماً باید نوشته شود)، تأمین مسکن مناسب و شرایط مطلوب برای زیست شهروندان به عنوان هدفی ارزشمند و والا، از جایگاه ویژه‌ای در میان مسائل توسعه شهری برخوردار است. از این رو یکی از راهکارهای عملی پیش روی مسئولان شهری و شهروندان به منظور تحقق بخشیدن به هدف فوق‌الذکر نوسازی بافت‌های فرسوده با مشارکت شهروندان است. چراکه با ساماندهی این بافت‌ها می‌توان با کمترین هزینه و زمان به تأمین مسکن و خدمات وابسته به آن تحقق بخشید. سپس ورود به بحث سؤالاتی که در مرحله دوم و سوم طرح گردیده پرسیده شد. خاتمه (جمع‌بندی آراء افراد بدون دخالت محقق).

## ۲-۶- مرحله هفتم: استخراج اطلاعات

اطلاعات از طریق فرم‌های پرسشنامه و یا از طریق ضبط صدا و دیگر ابزارهای گردآوری اطلاعات گردآوری شد تا به مرحله استخراج برسد.

## ۲-۷- مرحله هشتم: تحلیل نتایج و ارائه گزارش

### (نتیجه‌گیری)

- اکثر مردم بهترین شیوه را فروش املاک واقع در محدوده‌های طرح به قیمت مطلوب قلمداد می‌کنند در حالی که کارشناسان و مدیران برعکس بهترین شیوه را مشارکت همه‌جانبه مردم تلقی می‌کنند.
- ۷۲ درصد مردم محدوده بافت فرسوده مورد مطالعه اعتقاد داشتند که بیشترین و مهم‌ترین مشکل برای بازسازی منطقه محل سکونتشان، مشکل سرگردانی از حیث سکونت در طول اجرای پروژه‌ها است.
- نگرش دارای سه سطح شناختی، عاطفی و عملی است. مردم در بعد نگرش و در سطح ذهنی اکثراً موافقت خود

را با اجرای طرح‌های بازسازی مناطق و بافت‌های فرسوده اعلام نموده‌اند ولی در بعد عملی اکثراً برای مشارکت در طرح‌ها از خود مقاومت نشان می‌دهند این موضوع نشان می‌دهد که دیدگاه شناختی آن‌ها با روش‌های عملی موسوم انطباق ندارد.

• اکثر مردم در این طرح و نیز طرح‌های مشابه شناخت چندانی از شرکت‌های مجری، سازمان‌ها و نهادهای دولتی متصدی و خصوصاً شیوه‌های عمل آن‌ها ندارند و نیز اعلام داشته‌اند ما می‌دانیم در فرایند بازسازی بافت‌ها مردم به شکل واقعی مشارکت داده نمی‌شوند.

• اکثر مردم ساکن در محدوده بافت‌ها تملک زمین‌ها و منازل و مغازه‌های خود از طریق اعمال قانون تملک را ظلم به حقوق خود تلقی می‌کنند و در مقابل این موضوع به شدت از خود واکنش نشان می‌دهند. این موضوع ضمن مقاومت خود مالکین، اشاعه مقاومت به سایر مردم در منطقه و حتی سایر مناطق را موجب می‌گردد.

• ۹۰ درصد مردم ساکن در محدوده بافت‌های فرسوده سابقه‌ای بیش از ۲۰ سال سکونت در محل را دارا می‌باشد،

حتی بسیاری از آنان محل کارشان تغییر یافته ولی درعین حال محل سکونتشان را تغییر نداده‌اند (۵۰ درصد) در حالی که اکثر فرزندان پس از ازدواج در محل جدیدی ساکن شده و محل محدوده بافت را ترک گفته‌اند (۸۰ درصد) این در حالی است که نسل جدید معمولاً هم از حیث تحصیلی و هم از جهت شغلی و در نهایت از حیث درآمدی و سنی از وضعیت بهتری نسبت به والدینشان برخوردارند و این هر چهار متغیر یعنی شغل، تحصیلات، درآمد و سن از متغیرهای مهم در تصمیم‌گیری‌های توأم با ریسک و نوآوری و تحول می‌باشد

• اکثر مردم محدوده بافت به مجریان طرح‌های بازسازی بافت‌های فرسوده بی‌اعتمادند و اعتقاد دارند سود حاصل از اجرای این طرح‌ها بیشتر متوجه دولت و شرکت‌های مجری خواهد شد (۵۰ درصد)؛ و جالب اینکه فقط تعداد کمی از مردم (۲ درصد) اعتقاد دارند در این ماجرا مردم هم سود خواهند برد.

## منابع

- [۱۴] Barry, Marie-Louise. Steyn, H. Brent, Alan. ۲۰۰۹. The use of the focus group technique in management research: The example of renewable energy technology selection in Africa, *Journal of Contemporary Management*, Volume ۶, Pages ۲۲۹ – ۲۴۰.
- [۱۵] Chiarini Tremblay, Monica. Hevner, Alen R. and Berndtz, Donald J. ۲۰۱۰. Focus Groups for Artifact Refinement and Evaluation in Design Research, *Communications of the Association for Information Systems*, vol ۲۶, Article ۲۷, pp. ۵۹۹-۶۱۸.
- [۱۶] Folch, Evelyn. Trost, Lyon and John F. ۲۰۱۵. Conducting Focus Group Sessions, <http://www.jstor.org/stable/۱۹۶۵۶۵۶>, Source: *Studies in Family Planning*, Vol. ۱۲, No. ۱۲, pp. ۴۴۳-۴۴۹.
- [۱۷] Glitz, Beryl. Ahip, M.L.S. ۱۹۹۷. The focus group technique in library research: an introduction, *UCLA Biomedical Library*, ۱۲-۰۷ Center for the Health Sciences, University of California, Los Angeles.
- [۱۸] Morgan, David L. ۲۰۰۴. *Focus Group, Approaches to Qualitative Research*, New York, Oxford University Press.
- [۱۹] Participation in Urban Planning, A Critical Review of the Literature, accessed, <http://www.cpas-egypt.com/our-portfolio/urban-planning>, October ۶, ۲۰۱۸.
- [۱] آریانپور کاشانی، عباس و منوچهر. ۱۳۷۴. فرهنگ دانشگاهی انگلیسی-فارسی، تهران، نشر سپهر.
- [۲] ادیب زاده، بهمن. عسگری تفرشی، حدیثه. حسینی، ابراهیم. ۱۳۸۹. مهندسی اجتماعی و نقش مشارکت مردمی در تحقق پذیری نوسازی در بافت های فرسوده شهری (نمونه موردی: محله نعمت آباد، منطقه ۱۹، تهران). فصلنامه معماری و شهرسازی ۲(۴): ۱۴۱-۱۵۸.
- [۳] بهرامیان، امید. ۱۳۹۰. گزارش کار درس روش تحقیق کیفی (۲). ۳-۷.
- [۴] حریری، نجلا. ۱۳۹۴. فوکوس گروه به مثابه پژوهش کیفی، فصلنامه نقد کتاب، شماره ۷، ص ۱-۲.
- [۵] رفیعیان، مجتبی. توکلی، مرتضی. هودسنی، هانیه. ۱۳۸۵. کاربرد متدولوژی گروه های بحث در مطالعات توانمند.
- [۶] شرفی، مرجان. برک پور، ناصر. ۱۳۸۹. گونه شناسی تکنیک های مشارکت شهروندان در برنامه ریزی شهری، بر مبنای سطوح مختلف مشارکت. فصلنامه معماری و شهرسازی ۲(۴): ۷۷-۱۰۱.
- [۷] طوسی، محمدعلی. ۱۳۷۰. مشارکت در مدیریت و حاکمیت، تهران، مرکز آموزشی مدیریت دولتی، چاپ اول.
- [۸] عزیزی، شهریار. ۱۳۹۵. انواع تحقیقات بازاریابی و روش های تحقیق در بازاریابی، ص ۲۸-۳۰.
- [۹] علی زاده، کتابون. رضوی نژاد، مرتضی. رادفر، مینا. ۱۳۹۲. بررسی نقش و مشارکت مردم در اداره امور شهری (نمونه موردی منطقه ۱۰ شهرداری مشهد). فصلنامه مطالعات برنامه ریزی شهری ۱(۱): ۶۱-۸۷.
- [۱۰] غفاری، غلامرضا. جمشیدزاده، ابراهیم. ۱۳۹۰. مشارکت های مردمی و امور شهری (بررسی موانع، مشکلات و راهکارهای توسعه مشارکت های مردمی)، تهران: جامعه و فرهنگ.
- [۱۱] موسایی، میثم. شیانی، ملیحه. ۱۳۸۷. مشارکت در امور شهری و الزامات آن در شهر تهران، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی ۱۰(۳۸): ۲۴۵-۲۶۸.
- [۱۲] موسایی، میثم. رضوی الهاشم، بهزاد. ۱۳۸۸. بررسی (SWOT) مشارکت شهروندان در امور شهری، فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی ۱۱(۴۱): ۱۲۳-۱۵۲.
- [۱۳] مهندسین مشاور نگار اندیشان مینا. ۱۳۹۵. طرح ساماندهی بافت فرسوده زینیه، سازمان نوسازی و بهسازی شهر اصفهان.