کاربرد روش تحقیق در مطالعات روستایی
(با تاکید بر مفهوم گروه‌های کانونی)

آئیژ عزمی *

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸٦/٤/۲۲
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۷/٦/۹

چکیده:

امروزه نگاه محققان کشاورزی و علوم انسانی به تحقیق در روستاها دگرگون شده است. تحقیقات کمی مورد انتقاد فزاینده‌ای قرار گرفته است و حرکت به سوی یک دیدگاه جدید است. نگاهی نو که اولین بار توسط چمبرز با بیان انتقادات به تحقیقات پیمایشی مطرح گردید. آن چه که امروز ما در این تحقیق به دنبال آن هستیم، بررسی گروه‌های کانونی به عنوان یکی از این نوع روش‌ها می‌باشد. گروه‌های کانونی در حقیقت یک روش تحقیق کیفی می‌باشد که در آن تسهیلگران و ذی‌نفعان به شکل مشارکتی در فرایند تحقیق با یکدیگر شرکت کرده و نتایج با توافق یکدیگر بدست می‌آید. در این مقاله مفهوم گروه‌های کانونی را مطرح نموده، پس از معرفی انواع مختلف تحقیق‌های کیفی، جایگاه گروه‌های کانونی را در پارادایم هرمنوتیک در مقایسه با دیگر پارادایم‌ها ذکر نموده و ضمن اشاره به مراحل اجرایی آن، نقاط قوت و ضعف این نوع تحقیق را بیان می نماییم. اشاره می‌کنیم که این نوع تحقیق وابستگی زیادی به مهارت محقق دارد و ضرورت دارد که در این راستا محقق تمامی افراد شرکت کننده در تحقیق را وادار به واکنش مناسب و پاسخگویی نماید. در عین حال نتایج آن قابل تعمیم نیست و در انتها اشاره می‌کنیم که این روش نیز همانند دیگر روش‌های تحقیق کیفی نیاز دارد تا اعتماد نتایج مورد بررسی قرار گیرد که در این راستا روش های مثلث سازی، مشاهده موازی، استفاده از همتایان و ... توضیح داده می‌شود.

مقدمه

جمع آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل آنها از جمله مسایلی است که ذهن محققان را به خود جلب نموده است. این که چه اطلاعاتی را ما می‌توانیم بدست آوریم که بیشترین شکل از واقعیت را داشته باشد، از جمله دغدغه‌های محققان بوده است. برای کسب این اطلاعات انواع مختلفی از روش‌های کیفی یا کمی مطرح شده است. روش‌های کمی به جهت خصوصیات خاص خود منجمله دقیق بودن و قابل دفاع بودن و کمتر خطا پذیر بودن مورد توجه و کاربرد متخصصان امر بوده است. با این وجود برخی معتقدند که ذهنیت مردم را نمی توان به صورت کمی به دست آورد، بالاخص که در داده‌های کمی شکل و ماهیت ابزارهای تحقیق منجمله پرسشنامه از تراوشات ذهن محقق بیرون می آید و ممکن است با دیدگاه‌های مردم یکی نباشد، لذا جهت حل این موضوع محققان سوی تحقیق‌های کیفی روی آوردند.

* دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی از دانشگاه تهران؛ مدرس دانشگاه پیام نور واحد طالقان

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-01]

انواع تحقیق‌های کیفی

در زیر به چند نمونه از تحقیق‌های کیفی که بیشترین کاربرد را در مطالعات روستایی دارند اشاره می‌شود.

- نظریه برخواسته از داده‌ها[1]: این روش به تئوری باز می‌گردد که به صورت استقرایی از مجموعه‌ای از اطلاعات بدست می آید. اگر این کار خوب صورت بگیرد می‌تواند به یک تئوری ختم شود. البته باید توجه داشت که این تئوری با تئوری یک تحقیق قیاسی متفاوت است. در تحقیق قیاسی تئوری بدون جمع آوری اطلاعات بدست می آید و لذا با اطلاعات موجود کاملاً تناسب ندارد (Borgatti:2006).
- بررسی موردی[2]: تعاریف متعددی از مطالعه موردی وجود دارد. بر اساس تعریف بروملی[3] مطالعه موردی یک تحقیق سیستماتیک در یک رویداد یا مجموعه ای از رویدادهای مرتبط به هم است که هدف آن شرح و توضیح رویدادهای اتفاق افتاده است. واحد مورد بررسی از یک فرد تا یک جامعه می تواند باشد. اطلاعات از طریق مطالعه اسنادی و مصاحبه و مشاهده و مشاهده مشارکتی بدست می‌آید (Zucker:2001).
- اقدام پژوهی[4]: با استفاده از این روش می‌توان موقعیت های نامعین ملموس مربوط به اقدامها و عملیات آموزشی را مشخص کرد و در بهبود آن کوشید. این روش بیشترین کاربردش در کلاس های درس است (مثلاً در مدارس روستایی می‌تواند استفاده شود) معلم خود محقق است و نقش اصلی را بازی می‌کند. که از این طریق مشکل یا مساله‌ای که با آن روبرو است را می‌تواند حل نماید. مثل مشکلات فرایند تدریس در حین کار و آموزش را می‌تواند شناسایی کند و در صدد برطرف کردن آن برآید (بازرگان:۱۳۷۶).
- زیست انگاری[5]: تجزیه و تحلیل روایی روندی است که از طریق آن محقق داده های عناصر درون یک گزارش توسعه‌ای به شکلی به هم پیوسته سازمان می‌دهد. فرایند تجزیه و تحلیل در واقع شامل ترکیب داده‌ها است به جای جدایی و تفکیک آن ها به بخش‌های تشکیل دهنده، و این یافته نتیجه مجموعه‌ای از ساخت ها و ترکیبات است. نوشته ترکیبی است که داستان را برای متناسب سازی دستور و چارچوب مفهومی زبان طرح ریزی می‌کند (Soliva:2007) به عبارتی ساختار جغرافیایی است که یک خط داستانی را دنبال می کند و قصد دارد اطلاعات ویژه‌ای را از این طریق منتقل نماید.
- قوم نگاری[6]: در این روش یک خانواده؛ همسایه؛ مدرسه؛ محل کار؛ کلینیک پزشکی؛ یک حرکت سیاسی فرهنگی سازمان یافته؛ یک جمعیت متفرق و پراکنده که بسته به نوع عملشان متحد شده‌اند؛ خلافکارانی که جرم مشابه دارند یا بیمارانی که از بیماری مشابه رنج می‌برند و نظایر اینها مورد مطالعه قرار می‌گیرند. قوم نگاری؛ مطالعات بسیط و فشرده‌ای در میان جمعیت‌های انسانی است که یافته‌های آن نه یک داستان بلکه زندگی بشریت را بازگو می‌کند. (البته قوم نگاری های کلاسیک دارای مشکل اعتبار بوده‌اند) برای رفع این مشکل در قوم

1- Grounded Theory
2- Case study
3- Bromley
4- Action Research
5- Narrative method
6- Ethnography

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-01]

نگاری جدید به بافت تاریخی هم توجه می‌شود (محسنی:۱۳۸۵).

- گروه‌های کانونی[1]: که در ادامه مقاله بدانها اشاره می‌شود.

مفهوم گروه‌های کانونی[2]

سه دیدگاه فلسفی وجود دارد که پایه های روش‌های پژوهشی ما را در فرایند تحقیق تعیین می‌کنند که شامل اثبات گرایی منطقی، انتقادی و تفسیری است که در ابتدا به این سه نوع دیدگاه نظری می‌افکنیم.

۱. دیدگاه تجربه گرایی و پوزیتویسم: این کتب فلسفی وسیله شناخت را حواس انسان می داند و معتقد است، شناختی اعتبار دارد که بوسیله یکی از حواس قابل درک باشد. بدین لحاظ پوزیتویسم به تجربه، آزمایش و مشاهده اصالت می دهد و روش استقرایی را برای دستیابی به کلی‌ها و به عبارتی قوانین کلی و علمی می پسندد (حافظ نیا:۱۳۸۵).

۲. دیدگاه انتقادی[3]: بزرگان این مکتب را که گاهی از آن بعنوان مکتب فرانکفورت نام می‌برند، یورگن هابرماس، ماکس هورکایمر، هربرت مارکوز و ... تشکیل می‌دهند. هدف دانش انتقادی این است که به مردم نشان دهد که جامعه آنها چگونه عمل می کند و به مردم امکان دهد که در تحولات و تغییرات جامعه خود بدانسان که خود می‌خواهند عمل کنند تا دنیای خود را بهتر بسازند (شکویی: ۱۳۸۵).

۳. دیدگاه هرمنوتیکی: این دیدگاه که ریشه در ترجمه متون فلسفی دارد، اولین بار برای تفسیر متون مذهبی بکار رفت. بدین جهت در این دیدگاه می‌توان خود را به جای مولف قرار داد و از نظر زمانی و مکانی به کشف ذهن وی پرداخت.

گروه‌های کانونی از جمله روشهای تحقیق پژوهشی[4] می‌باشد که زیر لوای پارادایم تفسیری (هرمنوتیکی) مطرح گردید. این پارادایم معتقد است که دانش از طریق ارایه تفسیرهای مختلف و متعدد از واقعیت و ایجاد الگوهای مورد توافق حاصل می‌شود. دانش عینی نبوده و از تعامل بین پژوهشگر و موضوع پژوهش حاصل می‌شود (بازرگان:۱۳۸٤)

فمی و همکاران (۱۳۸۳)گروه های کانونی را در مقابل گروه‌های مخلوط آورده و معتقدند که گروه‌های کانونی گروه‌هایی همگن از نظر جنسیت، سن یا سایر ویژگی‌ها می‌باشند که اطلاعات عمیقی در مورد یک موضوع خاص که مرتبط با کار آن ها است دارند. وی این گروه ها را شامل ۸-٦ نفر می‌داند که یک فرد تسهیل گر باید عهده دار اداره و کنترل آن باشد. بر اساس تعریف کروگر این روشی است که در آن گروهی از مردم با ویژگی‌های مشخص در یک بحث متمرکز اطلاعات و داده‌هایی از نوع کیفی را فراهم می کنند (فمی:۱۳۸۵)

1- Focus group

۲- برخی به گروههای کانونی گروههای متمرکز هم می گویند.

۳- طرفداران این مکتب انتقادهای گسترده‌ای را نسبت به اثبات گرایی منطقی مطرح می‌کنند. در عین حال معتقدند که آموزه‌های مارکس نیز باید اصلاح شود.

٤- برخی گروه‌های کانونی را نه یک روش تحقیق بلکه نوعی مصاحبه نیمه ساختارمند می‌دانند. عده‌ای دیگر نیز گروه‌های کانونی را جزو روش‌های ارزشیابی مشارکتی به حساب می آورند. به اعتقاد نگارنده گروه‌های کانونی جزو روش‌های تحقیق است و نه یک ابزار تحقیق.

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-01]

در واقع گروه‌های کانونی به معنای درگیری یک تسهیل گر یا مسئول یک طرح، پروژه و ... است، به شکلی غیررسمی، اما ساختارمند که یک مصاحبه را در بین یک گروه ۱۲-٦ نفره هدایت می کند. این مدیر احتیاج به مشاوری دارد تا مصاحبه را یادداشت برداری کند (یا در صورت لزوم ضبط نماید). برخی مواقع ممکن است، تماشاچی هم در این نوع مصاحبه‌ها وجود داشته باشد. (HIF:2001)

دایره کاربرد گروه‌های کانونی وسیع است. از جمع آوری ایده‌ها و نظرات افراد روستایی در زمینه یک پروژه توسعه روستایی گرفته تا متخصصان بازاریابی که مشتاقند، نظرات مردم را در مورد یک محصول خاص جویا شوند، این که کالایی که عرضه شده، آیا مطلوب مردم بوده است یا نه. لذا این موضوع بین مروجان، متخصصان علوم اجتماعی، بازاریابها و ... محبوبیت دارد.

مجموعه‌ای از گروه‌ها

در گروه‌های کانونی اغلب تعداد گروه ها ۵-۳ است. اگر در گروه‌های تعیین شده به جایی برسیم که اعضا تکراری شدند این نشان می‌دهد که از گسترش بیشتر تعداد گروه ها چیزی عاید محقق نمی شود (Aeini:2005). به طور مثال اگر تحقیق درباره نگرش افراد در زمینه امکانات کتابخانه روستایی باشد، سه گروه انتخاب می‌شوند: جوانان زیر ۲۵ سال، میانسالان بین ۲۵-۵۰ و سالمندان بالای ۵۰ که البته می‌توان تعداد و دامنه این گروه ها را تغییر داد. سپس نتایج بدست آمده از هر یک از این گروه ها با یکدیگر مقایسه می‌شود تا به یک تحلیل مشترک در آخر کار رسید.

کارکردهای گروه‌های کانونی

۱. مباحثه در گروه‌های متمرکز به محقق این امکان را می‌دهد تا مشاهده کند که چگونه مردم اظهار نظر کرده، از نظر خود دفاع می‌کنند و شاید دیدگاه‌های خود را در کنش مقابل تغییر می‌دهند (لیندسی: ۱۳۸۱)

۲. یکی از ویژگی‌های گروه‌های کانونی، دادن این امکان به محقق است تا نتایج یک پروژه‌ای را که در محیط روستایی انجام داده، بالاخص پیامدهای آن پروژه روی جامعه را بررسی کند.

۳. از گروه‌های کانونی می‌توان به جهت بدست آوردن اطلاعات لازم برای تهیه پرسشنامه در یک تحقیق توصیفی استفاده کرد. (بازرگان:۱۳۸۵)

٤. گروه‌های کانونی می‌تواند ما را در بدست آوردن مشکلات یک جامعه در راستای یک تحقیق کیفی کمک نماید.

۵. در بازاریابی نیز گروه های کانونی از اهمیت به سزایی برخوردار است. به عبارتی برای فهم این که یک محصولی که به تازگی تولید شده، آیا مورد استقبال مردم قرار می گیرد، یا خیر و نگاه مردم نسبت به مصرف آن چگونه است، می توان از این روش استفاده نمود.

٦. در مطالعات منطقه ای جهت ارزیابی این موضوع که مردم یک روستا بیشتر تمایل دارند که از امکانات چه مرکزی استفاده کنند و به عبارتی بهتر به کدام مکان مرکزی گرایش دارند (به صورت کیفی) و خدمات مورد نیاز خود را از چه مکانی تهیه می‌کنند، استفاده می شود.

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-01]

مراحل کار گروه‌های کانونی

این مراحل به شرح زیر است:

الف- موضوع موردبحث بطور واضح مشخص گردد.

ب- سوالات تحقیق مشخص شود. سوالات باید باز و برای تحریک بحث بین مشارکت کنندگان باشد. نحوه انتخاب سوالات باید از ساده به سخت بوده و دارای جهت گیری نباشد.

ج- در این مرحله از مشارکت کنندگان دعوت به عمل می آید. گروه انتخابی را می توان بر اساس ملاک های مختلفی نظیر سن، جنسیت و ... انتخاب کرد ولی در عین حال باید مواظب بود که افراد انتخابی از نظر تفکری مستقل باشند و تا حد امکان همدیگر رانشناسند.

د- محل باید به نحوی انتخاب بشود که از نظر نور، تحویه و موارد مشابه راحت بوده و تحریک کننده نباشد. می‌توان افراد را دور یک میز نشاند به صورتی که همه بتوانند همدیگر راببینند.

ه- در این مرحله بحث شروع می شود. باید مدیر متوجه باشد که نقش مهمی در اداره جلسه دارد. می تواند برای شروع بحث یا گرم شدن آن سوالات خود را مطرح نماید. در عین حال وی باید مواظب باشد که همه افراد مشارکت کرده و هیچ فردی در بحث نقش محوری را بازی نکند به عبارتی همه دخالت داشته باشند. باید مباحث ضبط شود. می‌توان یک مشاور برای مدیر جلسه انتخاب نمود که مسئولیت ثبت اطلاعات را داشته باشد. در عین حال خود مدیر هم می‌تواند خلاصه مطالب را نوشته مشروط بر این که وی را از جلسه دور نسازد.

و- دراین مرحله بعد از جلسه، مطالب جمع آوری شده نام افراد حذف می‌گردد. می‌توان موضوعات را براساس کلمات کلیدی که د رهر بحث وجود دارد، طبقه‌بندی کرد و درنهایت این مطالب را تفسیر نمود.

ز- گزارش تحقیق ارایه می شود که می تواند به دو صورت عددی و غیر عددی باشد. در حالت کمی با اعلام درصد افرادی که مثلا موافق یا مخالف یک موضوع بودند صورت می‌گیرد و در حالت کیفی با نشان دادن حالت چهره افراد از بیان یک موضوع مشخص می‌شود (Archer & etc).

در بین مراحل مختلف گروه‌های کانونی شاید از همه مهمتر شروع جلسه است. در آغاز باید مدیر جلسه افراد را تحریک به صحبت کردن بکند، به عبارتی ایجاد زمینه اشتیاق در بین افراد پاسخگو از اهمیت زیادی برخوردار است. می‌توان در این راستا از عکسهای متفاوت که برای افراد می‌تواند جالب باشد و به موضوع موردنظر محقق نزدیک است، استفاده نمود.

روش نشستن در جلسات هم اهمیت دارد. در حقیقت همه افراد باید 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 فاصله ها از یکدیگر دور نباشد، برای این منظور مناسب است.

نکات مهم در فرایند تحقیق

در اجرای تحقیق ضرورت دارد که به برخی از موارد زیر جهت افزایش کارایی و کسب نتایج بهتر توجه نمود که عبارتند از:

۱. بسیار مهم است که محقق قبلاً تجربه این کار را داشته باشد. فرایند اجرای این تحقیق و از همه مهمتر چگونگی جهت دهی به مطالب و از کنترل خارج نشدن تحقیق بسیار مهم است.

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-01]

تعداد مشارکت کنندگان	تعداد سوالات	مدت زمان برای هر گروه به دقیقه	دقیقه برای هر فرد، هر سوال
٦	٨	١٢٠	٢/٥
٨	١٠	٩٠	١/١
١٠	١٢	٦٠	٠/٥

جدول شماره ١- طول مدت زمان گروه‌های کانونی به ازای افراد و سوالات (Aeini:2005)

٢. ایجاد انگیزه، در حقیقت باید انگیزه لازم برای برانگیخته شدن افراد بوجود آید.

٣. محقق باید مراقب باشد تا همه افراد در جلسه مشارکت کنند. یکی از ساده‌ترین اتفاقاتی که در این گونه جلسات می‌افتد و محقق باید مراقب آن باشد، این است که جریان تحقیق در دست دو یا چند نفر بیفتد و بقیه مشارکت کمتری داشته باشند.

٤. محقق نباید اجازه دهد که بحث از کنترلش خارج شود. در عین حال نباید جلسات بی روح باشند.

٥. شاید بتوان گفت که گروه های کانونی نوعی مناظره است. پس باید مواظب بود تا بحث ها احساسی نشود و لج و لجبازی در آن صورت نگیرد.

٦. باید نتایج تحقیق به افراد ارایه شود. در حقیقت پاسخ گویان باید بفهمند که مشارکتشان ثمری برایشان داشته است و بنظر آنها اهمیت داده شده است.

٧. ضرورت دارد که تعداد بهینه سوالات، افراد و ... در گروه های کانونی لحاظ شود که این مساله در جدول شماره ١ مشخص شده است.

نقاط قوت و ضعف گروه‌های کانونی

نقاط قوت و ضعف این تحقیق را می توان بخشی مربوط به خصوصیات تحقیق های کیفی دانست و بخشی را بعنوان خصوصیت خاص این روش تحقیق مربوط دانست. به هر صورت این نقاط قوت و ضعف به شرح زیر است:

الف- نقاط قوت

١- سریع و نسبتاً ارزان است.

٢- وقتی درباره موضوعی کم اطلاع داریم، می‌توانیم از این طریق اطلاعات زیادی را بدست آوریم.

٣- فاصله بین مروج (یا هر کسی که می‌خواهد از این اطلاعات استفاده کند) و پاسخ‌گو را کم می‌کند.

٤- افراد را تشویق به ابراز نظر و مشارکت می کند.

٥- اطلاعات بدست آمده در فرمی است که همه افراد اعم از پاسخگو و مروج آن را درک می کنند (Iowa state university extention:2001).

ب- نقاط ضعف

١- گروه‌های کانونی کم مورد استفاده قرار می‌گیرد، زیرا نیاز به مهارت مدیر یا تسهیل گر و در عین حال توانایی خوبی در تفسیر اطلاعات دارد.

٢- معمولاً وقتی تعداد افراد زیاد می‌شود کنترل آن مشکل می‌گردد، لذا حفظ تعادل در تعداد این گروه‌ها با توجه به مهارت و کنترل تسهیل گر و موضوع مورد بحث ضروری است.

٤- نتایج این گروه قابل تعمیم به کل جامعه نیست، زیرا گروه‌ها به صورت دستی انتخاب شده‌اند.

٥- پاسخها ازیکدیگر مستقل نبوده وبه هم وابسته‌اند.

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-01]

(Iowa state university extention : 2001)

ارزیابی قابلیت اعتماد یافته‌ها

یکی از آفت‌هایی که گریبانگیر هر روش تحقیق کیفی منجمله گروه‌های کانونی است، پایین بودن دقت آن است که ضروری است تا موارد زیر رعایت گردد. این موارد شامل نکات زیر است (سوانسون و دیگران: ۱۳۸۱):

۱- درگیر کردن طولانی مدت یا شدید کنشگران مختلف: که سبب شناخت بیشتر نسبت به محیط و ذی‌نفعان و جامعه آماری مورد نظر می شود.

۲- مشاهده مستمر و موازی.

۳- مثلث بندی[1] که شامل منابع، روش ها و محققان است که در طی این روش از طریق منابع مختلف و با کمک روش ها و محققان متفاوت نتایج تحقیق مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

٤-تحلیل و تبیین وجوه تمایز: طیف وسیعی ازمحققان مختلف با دیدگاه‌های متفاوت برای بررسی موضوع بکار گرفته شوند تا وجوه تمایز مشخص گردد.

۵- وارسی توسط همتایان و یا همکاران: نتایج کار توسط همکاران مورد بررسی دوباره قرار گیرد.

٦- گزارش براساس فرضیات کاری،توصیفات زمینه‌ای و مشاهدات: بررسی اینکه آیا گزارش‌ها با فرضیات می‌خواند یا خیر؟

۷- تحقیقات موازی و ارتباطات گروهی: انجام تحقیقات موازی برای تایید یا عدم تایید نتایج تحقیقات.

۸- یادداشت‌های روزانه انعکاسی: این یادداشت‌ها سیر مراحل تحقیق و نکات مهم پیش آمده را به ما گوشزد می‌کند.

۹- رسیدگی و ممیزی تحقیق: در پایان تحقیق به جهت ارزیابی مراحل صورت می‌گیرد. صحت و عدم صحت مراحل تحقیق دراین مرحله باید مشخص‌گردد.

۱۰- اثرگذاری بر ظرفیت آگاهی و عمل ذی‌نفعان: باید هر تحقیق خوب بر محققان اثرات مثبت و چشمگیری داشته باشد.

نتیجه گیری

گروه های کانونی یا به تعبیری گروه های متمرکز بر اساس دیدگاه هرمنوتیکی از تحقیق بنیان نهاده شد. در این دیدگاه واقعیت را مفهومی ذهنی دانسته اند. گروه های کانونی را می‌توان روشی جهت گردآوری اطلاعات دانست که طی آن محقق با ایجاد گروه‌هایی ۸-٦ نفره و هدایت یک بحث مشترک به جمع آوری اطلاعات می‌پردازد و در نهایت با مشارکت خود افراد تجزیه و تحلیل نهایی را صورت می‌دهد. دامنه کاربرد این روش گسترده است و از ترویج کشاورزی گرفته تا جغرافیا، علوم اجتماعی و بازاریابی را می‌پوشاند. این تحقیق به شدت وابسته به توانایی محقق بوده و می‌توان به نوعی آن را یک هنر دانست. در این روش تاکید می‌شود که افراد مورد تحقیق همگن باشند و در عین حال به شکلی انتخاب نشده باشند که یک نفر بتواند بقیه افراد را تحت نفوذ خود قرار دهد. این ویژگی در آن نهفته است که اطلاعات به سرعت و به شکل مشارکتی جمع آوری می‌شود، در عین حال باید توجه داشت که نمی‌توان نتایج آن را تعمیم داد. این تحقیق کاربردهای زیادی داشته که از ارزشیابی یک پروژه تا فروش یک محصول در بازار یا جمع آوری اطلاعات برای یک تحقیق پیمایشی و همچنین جهت تعیین مرکز خدمات در یک ناحیه متنوع است. جهت

1- Triangulation

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-01]

افزایش اعتماد داده‌ها نیز توصیه می شود کـه در آن از موازی سازی، مثلث سازی، مشاهده مستمر، استفاده از همکاران و همیاران جهت ارزیـابی دوبـاره اطلاعـات استفاده شود.

منابع:

۱- بازرگان، عباس؛ کارگاه روش تحقیـق کیفـی در دانـشکده روان‌شناسـی و امـور تربیتـی دانـشگاه تهران، زمستان ۱۳۸۵.

۲- بازرگـان، عبـاس؛ ضـرورت توجـه بـه دیدگاه‌های فلـسفی و زیربنـایی معرفـت شناسـی در علوم انسانی برای انتخاب روش تحقیق بـا تاکیـد بـر روشهای کیفی پژوهش و ارزیابی آموزشی، مجموعـه مقالات علوم تربیتی بـه مناسـبت نکوداشـت محقـق فرهیخته استاد علی‌محمد کـاردان، تهـران، انتـشارات سمت ۱۳۸٤.

۳- حـافظ‌نیـا، محمدرضـا؛ مقدمـه‌ای بـر روش تحقیـق در علـوم انـسانی، انتـشارات سـمت ۱۳۸۵. شـعبانعلی فمـی، حـسین؛ علـی بیگـی، امیرحـسین؛ شریف زاده، ابوالقاسم؛ رهیافت ها و فنون مـشارکت در ترویج کشاورزی و توسـعه روسـتایی، انتـشارات موسسه توسعه روسـتایی ایـران، صـفحه ۱۵۳-۱۵۲، ۱۳۸۳.

٤- سوانسون، برتن.ئی؛ رابرت پـی بنتـز، انـدرو جی سوفرانکو (مترجمان: غلامحسین صـالح نـصب، رضا موحدی، اسماعیل کرمی دهکردی)، اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا، انتشارات سمت، ۱۳۸۱.

۵- شـعبانعلی فمی،حـسین؛ اصـول تـرویج و آموزش کشاورزی، انتشارات پیام نور، ۱۳۸۵.

٦- شکویی،حسین؛ اندیشه هـای نـو در فلـسفه جغرافیا، انتشارات سمت، ۱۳۸۵.

۷- محسنی، زهـره؛ متـدهای ترکیبـی مطالعـات فرهنگـی، سـایت درس روش تحقیـق در مطالعـات فرهنگی و رسانه، دکتر حمید عبدللهیان، ۱۳۸۵.

۸- لیندسـی، جیمـز.ام؛ (ترجمـه محمدرضـا رضوانی)، روشهای تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت، ۱۳۸۱.

9- Aerni, Sarah, Conducting Focus Groups in Libraries, Special Projects Librarian-University of Pittsburgh,2005.

10- Archer, Tom- Layman, Jeff-Focus group interview-Ohio Cooperative Extension Service, The Ohio State University

11- Borgatti. Steve, Introduction to Grounded Theory, Qualitative Research Methods, 2006. http://www.analytictech.com/mb870/

12- Extension to Communities-Focus Group approach-Iowa state university extention, 2001.

13- Health International (FHI) - Evaluating programs for HIV/AIDS prevention and care in developing countries, p. 181-183, 2001.

14- Marketing Horizon, focus group, available at http://www.mhorizons.com /facilities/focus_group.htm, 2008.

15- Soliva. Reto, Landscape stories: Using ideal type narratives as a heuristic device in rural studies Journal of Rural Studies, Volume 23, Issue 1, January 2007, Pages 62-74

16- ZuckerDonna M, Using Case Study Methodology in Nursing Research, the Qualitative Report, Volume 6, Number 2, 2001.

[Downloaded from jhre.ir on 2026-11-01]