

الاستطلاعات الاجتماعية والمقابلات ومجموعات التركيز

آنا ج. سيكور
الفصل الثاني عشر

ترجمة بتصرف
أ.د. مضر خليل عمر

مقدمة

عندما أفكر في تحديات استخدام أساليب البحث اللفظي ، مثل الاستبيانات والمقابلات ومجموعات التركيز ، أتذكر محادثة دارت بيني وبين صديقتي وزميلتي في الدراسات العليا ، وهي عالمة جيومورفولوجية ، قبل أن أتوجه إلى العمل الميداني لإجراء بحثي . كنت في جبال روكي أعمل كمساعد ميداني لصديقتي وزميلتي في الدراسات العليا ، وهي عالمة جيومورفولوجية . كنت جالسًا على ضفة الجدول الذي كانت تمسحه لبحثها ، أشعر بحرارة الشمس . في تلك اللحظة الهادئة ، شاركتها قلقي بشأن التحديات التي قد أواجهها عندما أغادر لإجراء بحثي الميداني في تركيا . رفعت بصرها عن دفتر يومياتها الميداني حيث كانت تسجل ملاحظات اليوم بتأمل ، فأجابت : "على الأقل أنت تستطلعين الناس . تسألينهم ، فيخبرونك بالحقيقة . لا يمكنك أبدًا الحصول على الحقيقة من النهر" . أدهشني تعليقها ، لأنني ، بصفتي جغرافيًا بشريًا ، افترضتُ بسذاجة أن ما فعلته كان قائمًا على "حقائق" و"أحكام" ، بينما ما فعلته كان بعيدًا كل البعد عن هذه اليقينيات . لم يُهدئ ما قالته صديقتي من قلقي ، لكنه منحني منظورًا أوسع للمشاكل الكامنة في "الاستطلاعات" بمختلف أنواعها .

مع أننا لا نستطيع أن نتوقع من الناس ، تمامًا كما لا نتوقع من الأنهار ، أن يخبرونا بالحقيقة ، إلا أننا غالبًا ما نعتمد على التحدث إلى الناس للإجابة عن أسئلة بحثنا . ما الذي يمكنك تعلمه ، وما نوع أسئلة البحث التي يمكنك الإجابة عنها ، من الاستبيانات أو المقابلات أو مجموعات التركيز ؟ وما هي أنواع الأفكار المتعلقة بالمعرفة والخبرة والتمثيل المضمنة في أساليب "التحدث" هذه ؟ قد نحتاج إلى التحدث إلى الناس إذا كنا نحاول التعرف على أمور لا يمكننا رصدها بأنفسنا ، مثل كيفية تطبيق قانون مدينة جديد بين سكان حي معين . قد تُكمل المقابلات العمل الأرشيفي إذا كنا بحاجة إلى التعرف على أحداث وقصص لم تُسجل في الصحف أو غيرها من الوثائق . أو قد نختار التحدث إلى الناس لمعرفة تجاربهم اليومية .

في أغلب الأحيان ، نختار طرح الأسئلة على الناس إذا كنا مهتمين بما يفكرون به أو يعرفونه أو يشعرون به - أو بشكل أدق ، إذا كنا مهتمين بكيفية حديث الناس عما يفكرون به أو يعرفونه أو يشعرون به . ومع ذلك ، فإن التحدث إلى الناس لا يمنحنا نافذة واضحة على "تجاربهم" أو "تصوراتهم" . ففي النهاية ، بالنسبة لموضوعات بحثنا ، كما بالنسبة لنا ، فإن الطريقة التي نعرف بها وننتحدث بها عن حياتنا دائمًا ما تكون إبداعية . التجربة ، كما جادلت الباحثة النسوية جوان سكوت (1992) ، هي نتاج خطابي لعمليات طارئة . تتيح لنا أساليب الحوار الوصول إلى الطرق التي يُمثل بها الناس أنفسهم والعالم في سياق محادثة (نوع خاص جدًا) .

المقابلة هي شكل من أشكال الحوار بين الباحث والمشارك في البحث . يمكن أن تكون المحادثة غير منظمة ، تتبع إيقاعات تبادل شخصي متطور مع ربما بضعة أسئلة مُخطط لها فقط . بدلاً من ذلك ، يمكن أن تكون المقابلة منظمة للغاية ورسمية ، حيث لا يشارك المُحاور الكثير من نفسه ويوجه المحادثة بسلسلة محددة من الأسئلة . بالطبع ، أي شيء بين هذين القطبين ممكن أيضًا ، ويختلف شكل محادثات المقابلات بشكل كبير

. مجموعات التركيز هي شكل آخر من أشكال الحوار: محادثة جماعية قد يلعب فيها مدير مجموعة التركيز دورًا كبيرًا أو صغيرًا في توجيه تبادلات المشاركين . أخيرًا ، يمكن عد الاستبيان محادثة ، ولكنها محادثة مُعدّة بدقّة . ومع ذلك ، وكما هو الحال في الطريقتين الآخرين اللتين نوقشتا في هذا الفصل ، فإن الاستبيان هو أيضًا سياق لا تُنقل فيه المعلومات فحسب ، بل تُنشأ على مستويات متعددة ، بما في ذلك في عملية التبادل . باختصار ، تميل الطرق التي نوقشت في هذا الفصل ، كما عبّر عنها مايك كرانج (2003) في أحد تقاريره المرحلية حول **الطرق النوعية في الجغرافيا** ، إلى إنتاج "عوالم ثرية بالكلمات" . هذا ليس بالضرورة أمرًا سيئًا ، ولكنه يعني أنه عند استخدام هذه الطرق ، يجب أن ندرك أن ما نعمل به ، وما جمعناه ، هو كلمات ، وعبارات تتشكل من خلال سياقات محادثة ، وتقع بشكل متنوع ضمن تشكيلات خطابية أوسع . يبدأ هذا الفصل بمناقشة الاستبيانات أولاً ، ثم المقابلات ومجموعات التركيز معًا . تُسلط كل مناقشة الضوء على أسباب اختيار كل منهجية ، واختيار المشاركين في البحث ، وبعض الجوانب اللوجستية الأساسية لاستخدامها، وتحليل البيانات.

بالطبع ، هذه المناقشات تمهيدية فقط ، ولا تُغني عن التعمق في الأدلة الإرشادية الجيدة العديدة المتاحة . ومع ذلك ، ينبغي أن تساعدك على إدراك نقاط القوة والضعف في هذه الأساليب ، وتحديد أنواعها . من الأمور التي ستحتاج إلى معالجتها إذا اخترت استخدام واحدة أو أكثر من هذه الطرق في بحثك الخاص.

البحث المسحي

لماذا يُجري الباحثون المسح ؟ يسمح المسح ، أو مجموعة الأسئلة الموحدة التي تُطرح على عدد من المستجيبين ، للباحثين بجمع معلومات حول مجموعة سكانية . في المصطلحات الإحصائية ، يُعرّف السكان بأنهم مجموعة جميع الأفراد قيد الدراسة في دراسة معينة . يمكن تعريف مجتمع البحث بطرق مختلفة عديدة ، مثل "جميع العاملين في منظمة غير حكومية نسائية" ، أو "جميع سكان المدينة" ، أو "جميع الرؤساء التنفيذيين لشركات النسيج" . يمكن أن يُجيب المسح عن أسئلة حول توزيع الخصائص (أي السمات القابلة للقياس) داخل مجموعة سكانية وعبر مواقع محددة (مثل الأحياء الحضرية المختلفة) أو مجموعات سكانية فرعية (مثل النساء ، أو الأقليات العرقية ، أو الشباب) .

كما يُمكنه الإجابة عن أسئلة حول العلاقات بين هذه الخصائص والمواقع والمجموعات الفرعية . وخلافًا للطريقتين الآخرين اللتين ناقشناهما في هذا الفصل ، لا يترك الاستبيان مجالًا للتفاعل التلقائي مع المشاركين في البحث ، أو لتقديم تفسيرات إضافية ، أو لظهور سرديات . ولأن التحليل القائم على الاستبيان يبدأ عادةً باستبيان مُصقول بدقّة وينتهي بجداول ومربعات تُمثل البيانات (سواء كانت وصفية أو استدلالية) ، فإن نتائج البحث الاستقصائي تعكس دائمًا الفئات التي بدأ بها الباحثون . وغالبًا ما تُستخدم الاستبيانات والاستبيانات بالتبادل ، على الرغم من أن الأولى ، بالمعنى الدقيق للكلمة ، هي عملية تقييم العينة / المجتمع ، والثانية هي الأداة التي يتم من خلالها ذلك.

يُعد الاستبيان خيارًا جيدًا لغرضين : (1) لتمثيل الخصائص الأساسية لموضوعات البحث بشكل مُوجز ؛ أو (2) لعرض نتائج صحيحة ودقيقة إحصائيًا لمجتمع ما . من المرجح أن يكون الاستخدام الأول مُكمّلًا للدراسة القائمة على المقابلة . على سبيل المثال ، قد تطلب من المشاركين ملء نموذج استبيان قصير ، ثم تستخدمه لتجميع البيانات المُلخصة وعرضها . في هذه الحالة ، لا يتضمن الاستبيان بالضرورة عينة عشوائية (كما هو موضح أدناه) ، ولا يختلف التحليل في كثير من النواحي عن البحث القائم على المقابلة .

أما الاستخدام الثاني ، فهو أكثر خصوصية للاستبيان ، إذ غالبًا ما يكون من الصعب جدًا (وإن لم يكن مستحيلًا) إجراء عدد كافٍ من المقابلات للوصول إلى استنتاجات عامة حول مجتمع الدراسة .

من الأمثلة على هذا الاستنتاج العام : "يميل من يجدون وظائفهم من خلال الاتصالات الشخصية أو أنماط النشاط اليومي إلى إيجاد وظائف أقرب إلى منازلهم مقارنةً بالوظائف التي يجدونها من خلال وسائل أكثر رسمية". وقد استخلصت سوزان هانسون وجيرالدين برات (1995) هذا الاستنتاج من تحليلهما الإحصائي لـ 309 مقابلة (ما يكفي لتمثيل المدينة) في ووتر ، ماساتشوستس . باختصار ، تُعدّ الاستبيانات مفيدة في تقديم أنواع معينة من الحجج التي ستكون أكثر أو أقل إقناعًا لجمهور مختلف (لوسون 1995) (ينظر الملحق 12.1) . ويعتمد مدى إقناع نتائج الاستبيان على جودة الاستبيان وإجراءات أخذ العينات .

ويشير أخذ العينات إلى اختيار المشاركين في البحث من داخل الفئة السكانية المستهدفة (مثل العاملين في المنظمات غير الحكومية ، أو سكان المناطق الحضرية ، أو الرؤساء التنفيذيين) . يتم ذلك لأسباب عملية ، إذ غالبًا ما يكون استقصاء كل فرد من أفراد المجتمع مُستهلكًا للوقت أو مُكلفًا للغاية . إذا كنت تنوي استخدام نتائج استقصائك للتوصل إلى بيانات عامة حول مجتمع ما ، فستحتاج إلى إنشاء عينة عشوائية يكون لكل فرد من أفراد المجتمع فيها فرصة متساوية للمشاركة في الاستقصاء . أو أن بعض أسئلتك غير واضحة ، أو أن خيارات الإجابة مُحبطة للمستجيبين . تُناسب بيانات الاستبيان التحليل الإحصائي ، سواءً كان وصفيًا أو استنتاجيًا . ويرجع ذلك إلى أن بيانات الاستبيان عادةً ما تكون رقمية ، أو في أغلب الأحيان ، تُترجم إلى رموز رقمية (مثل : أنثى = 1، ذكر = 2).

يمكن استخدام بيانات الاستبيان التي تُجمع دون استخدام أساليب أخذ العينات الإحصائية (مثل: استبيان قصير يُجرى على المُقابلين أو المشاركين في مجموعات التركيز لغرض جمع معلومات قياسية من جميع المستجيبين) لتلخيص خصائص المشاركين في البحث . على سبيل المثال ، قد تُمثل مهن جميع المشاركين في البحث في شكل جدول ، مُقسمة حسب الجنس والعرق . ومع ذلك ، في غياب عينة إحصائية منهجية ، لن تستخدم هذه البيانات لاستخلاص استنتاجات حول مجتمع بأكمله . باستخدام عينة تمثيلية ، يمكن استخدام الإحصاءات لتقييم وتعميم العلاقات ، مثل تلك التي تربط بين الجنس (أو الدخل ، أو العرق ، أو الموقع الجغرافي ، إلخ) والآراء المتعلقة بفعالية مختلف مستويات الحكومة . وبينما يُبرز هذا المثال استخدام الإحصاءات الأساسية لوصف العلاقة بين متغيرين ، تُحلل بيانات المسح أيضًا باستخدام الإحصاءات الاستدلالية لإنشاء نماذج تُقيّم مساهمة متغيرات متعددة (مثل العمر، والجنس ، والدخل ، والحي السكني) في نتائج مُحددة (مثل التصويت لحزب مُعين). هذه هي نقاط قوة أي مسح مُحكم.

المقابلات ومجموعات التركيز

لا يهدف البحث باستخدام المقابلات أو مجموعات التركيز عادةً إلى التعميم على مجموعة سكانية ، بل إلى الإجابة عن أسئلة حول كيفية بناء وتطبيق أحداث أو ممارسات أو معارف معينة في سياقات محددة . يوفر كلٌّ من المقابلات ومجموعات التركيز فرصًا للتفاعل المتعمق والمرن مع المشاركين في البحث . يُطلق على **مجموعات التركيز أحيانًا اسم "المقابلات الجماعية"** ، وتشارك هذه الأساليب في العديد من الخصائص ، بدءًا من استقطاب المشاركين ووصولًا إلى مراعاة الخصوصية والأخلاقيات . تُستخدم مجموعات التركيز لتحفيز التبادل والنقاش بين المشاركين . يمكن استخدام كلتا الطريقتين كجزء من دراسة إثنوغرافية ، أو كمكملات لبحوث المسح أو الأرشيف ، أو كمنهجيات ميدانية أولية (هاي، 2000).

على الرغم من أوجه التشابه العديدة بينهما ، تختلف المقابلات ومجموعات التركيز عن بعضها البعض في البيانات المنتجة ، والأساليب التحليلية الأنسب لهذه البيانات ، وأنواع أسئلة البحث التي يمكن لهذه التحليلات الإجابة عنها على أفضل وجه . تُستخدم المقابلات غالبًا في الدراسات التي يكون فيها المشاركون "خبراء" تأمل في معرفة كيفية عمل بعض الممارسات أو الخبرات أو المعارف أو المؤسسات منهم - أو على الأقل ، كيفية حديث المشاركين عن كيفية عمل هذه الأمور . قد يكون المشاركون شخصيات عامة أو أفرادًا يشغلون مناصب معينة (على سبيل المثال ، قادة المنظمات غير الحكومية ، أو السياسيين ، أو مخططي المدن ، أو مديري وموظفي شركة معينة) . بالنسبة لهؤلاء المجيبين ، قد يكون إنشاء مجموعات التركيز أمرًا صعبًا اجتماعيًا ولوجستيًا . تُعد المقابلات أيضًا الخيار الأمثل إذا كنت مهتمًا بمعرفة قصص حياة المشاركين ، أو إذا كنت تتوقع محادثات طويلة ومتواصلة (سواءً قضيت عدة ساعات في إجراء المقابلات أو أجريت مقابلات متعددة مع الشخص نفسه).

ما تُجيده مجموعات التركيز هو خلق تبادلات بين مجموعات الأشخاص . تُعد مجموعات التركيز مناسبة بشكل خاص للدراسات التي تتناول كيفية مناقشة قضايا أو تجارب معينة . تُظهر حوارات مجموعات التركيز كيفية تناول الأفكار والمواقف والتمثيلات وتطبيقها في سياق حوارِي . ولأن المشاركين قد يدعمون بعضهم البعض أو يتحدون بعضهم البعض ، يمكن لمجموعات التركيز أن تُقدم رؤية ثاقبة حول كيفية التنازع على المعاني أو الأحداث أو التجارب . كما قد تكون مجموعات التركيز خيارًا جيدًا لفصل الباحث عن مركزية البحث والانخراط في مناهج البحث النسوية (ينظر الملحق 12.2) . وهذا مفيد في توليد التعاطف والفهم لمختلف الأشخاص والأفكار، بما يتجاوز مجرد التصورات المسبقة (مونتل 1999، وليكنسون 1998) . ومع ذلك ، من المهم أن نضع في الحسبان أن المقابلات الجماعية قد تكون غير مريحة ومحفوفة بالمخاطر إذا تضمنت دراستك طرح أسئلة حساسة . علاوة على ذلك ، فإن مجموعات التركيز ليست الطريقة الأمثل للتعرف على الخصائص الفردية أو قصص حياة المشاركين.

يتفاوت عدد المشاركين في أبحاث مجموعات التركيز أو المقابلات بشكل كبير . عادةً ما يشمل بحث المقابلات من 10 إلى 30 مشاركًا ، وذلك حسب ما إذا كانت مادة المقابلة مُكمّلة (للأرشيف، أو مجموعات التركيز، أو الاستبيان ، أو غيرها من الأبحاث) أو أنها تُشكّل محور المشروع . بالنسبة للدراسة التي تضم باحثين ومساعدين بحثيين متعددين ، قد يكون عدد المقابلات أعلى بكثير . تتألف مجموعات التركيز من 4 إلى 12 مشاركًا (ولكن يُفضّل 8 إلى 10 مشاركين) . تُوصي معظم أدلة التسويق والعديد من كتب العلوم الاجتماعية حول أبحاث مجموعات التركيز بعدم معرفة المشاركين مُسبقًا ، وذلك للحفاظ على سرية هويتهم ولتشجيعهم على شرح أنفسهم بشكل أكثر شمولاً مما لو كانوا مع أشخاص معروفين لهم (كروجر 1994) .

ومع ذلك ، غالبًا ما يُجري الباحثون الأكاديميون مجموعات تركيز مع أشخاص الذين يعرفون بعضهم البعض ، مثل مجموعات الأصدقاء أو الجيران أو أعضاء الجمعيات ، وقد يختلف عدد المشاركين اختلافًا كبيرًا . لكل من هذه التصاميم نقاط قوة خاصة ، ويعتمد أيها الأنسب على دراستك . في كلتا الحالتين ، يُنصح بأن تكون المجموعات متجانسة قدر الإمكان (من حيث العمر والجنس والعرق، إلخ) لتعظيم الروابط بين الأشخاص . وبالطبع ، تعتمد المواقف المهمة لتحديد بُعد "التجانس" على طبيعة الدراسة . كما يختلف عدد مجموعات التركيز التي ستحتاج إلى إجرائها تبعًا لنطاق وجهات النظر التي ترغب في استكشافها . تُتيح المجموعات المتجانسة المتعددة ميزة التواصل واتساع نطاق البحث ، إلا أن معظم الباحثين يتفقون على أن عوائد مجموعات التركيز تتناقص بسرعة ، وأن أربع أو خمس مجموعات تتناول الموضوع نفسه مع نفس الفئة السكانية (مثل مناقشة تراجع زراعة التبغ مع صغار المزارعين في وسط كنتاكي) عادةً ما تكون كافية

لفهم نطاق نقاش معين . عادةً ما تستمر مجموعات التركيز من ساعتين إلى ساعتين ونصف ، بينما تتفاوت مدة المقابلات بشكل كبير .

في أبحاث المقابلات ومجموعات التركيز، يتم اختيار المشاركين بناءً على مناصبهم أو أوضاعهم ذات الصلة بسؤال البحث . تبدأ عملية الاختيار بتقييم دقيق لتنوع المناصب التي يشغلها المشاركون المحتملون . بمعنى آخر ، إذا كنت مهتمًا بكيفية حديث سكان المناطق الحضرية عن حادثة وحشية للشرطة وقعت مؤخرًا ، فستحتاج إلى مراعاة تنوع سكان المناطق الحضرية (من حيث العمر والعرق والجنس والتعليم والموقع، إلخ) عند تحديد من ستجري معهم المقابلات وعدد المقابلات التي ستحتاج إلى إجرائها . على سبيل المثال، إذا كنت مهتمًا بآثار عمل منظمة نسائية شعبية في مجتمع معين ، فستحتاج إلى تقييم المواقف المختلفة التي يشغلها أفراد المجتمع فيما يتعلق بهذا العمل ، مثل المشاركة ، والمستفيدة ، والمراقبة ، والغريبة ، والمنتقدة ، إلخ . كلما اتسع التنوع وازدادت أهميته فيما يتعلق بموضوع بحثك ، زاد عدد المقابلات أو مجموعات التركيز التي ستحتاج إلى إجرائها . بالمناسبة ، هذا هو نفس المبدأ الذي تقوم عليه معادلات تحديد حجم العينة . قد يكون استقطاب المشاركين في أبحاث المقابلات ومجموعات التركيز أمرًا صعبًا . قد يتطلب مشروع البحث الاتصال بأفراد محددين (مثل موظفي منظمات غير حكومية أو شركات محددة ، أو موظفين حكوميين في مكتب معين) . في هذه الحالة ، يُنصح بالتأكد من إمكانية الوصول إلى الأشخاص المستهدفين لإجراء المقابلات معهم (على سبيل المثال ، عن طريق الاتصال بالمؤسسة التي تأمل في إجراء بحثك فيها) قبل إكمال مقترح البحث . أو قد ترغب في التحدث إلى أشخاص ينتمون إلى فئة عامة (مثل فتيات في مدرسة ثانوية معينة ، أو مهاجرين من المكسيك يعيشون في مدينتك) . في هذه الحالة ، قد تحتاج إلى استخدام ما يسمى بتقنية كرة الثلج . تبدأ عملية أخذ العينات المتتالية بإيجاد نقطة دخول (مثل ابنة صديق في المدرسة الثانوية ، أو جمعية للمهاجرين في مدينتك) والتواصل مع بعض أعضاء المجموعة .

يُطلب من جهات الاتصال هذه بعد ذلك تقديم أسماء أشخاص آخرين . يمكن أن يكون هذا مناسبًا للمقابلات أو مجموعات التركيز، مع أن هذه الطريقة ستؤدي بالطبع إلى مجموعات تركيز يكون فيها المشاركون في الغالب على دراية ببعضهم البعض . في بعض الأحيان ، إذا كان بحثك عن مجموعة مثل "جميع مستخدمي الإنترنت اللاسلكي في الحديقة" ، فما عليك سوى التواصل مع الناس في الشارع وطلب بعض وقتهم . وهذا ما يُسمى **بالتجنيد الميداني** . يجب عليك دائمًا متابعة تطور اختيارك للمشاركين بدقة ، وأن تكون شفافًا بشأن أساليبك عند كتابة بحثك . في حين أن نجاح الاستبيان يعتمد على مجموعة من الأسئلة الواضحة والمرتبة والبسيطة نسبيًا ، فإن نجاح المقابلات ومجموعات التركيز غالبًا ما يعتمد على الاستعداد للانحراف عن دليل الأسئلة .

على الرغم من اختلاف درجة الهيكلة في المقابلات ومجموعات التركيز، إلا أن الخيار الأكثر شيوعًا هو الشكل "شبه المنظم" . في المقابلات شبه المنظمة أو مجموعات التركيز، يدخل الباحث ومعه دليل ، أي مجموعة من الأسئلة المحتملة مرتبة بحيث تتماشى مع أكثر الطرق طبيعية وجاذبية . غالبًا ما تكون هناك فترة إحماء ، والتي تتضمن في مجموعات التركيز التجول في الغرفة لتقديم العروض . عادةً ما تكون المقابلات أكثر إنتاجية إذا صيغت الأسئلة من حيث "ماذا" و"كيف" (على سبيل المثال ، "كيف انضمت إلى التعاونية ؟") . هذه الأنواع من الأسئلة تستدعي الوصف وتضع الشخص الذي تُجرى معه المقابلة في موقف مريح .

لا يُنصح باستخدام أسئلة "لماذا" لأنها تُعد تحديًا ، إما لمعارف المشاركين (لأنهم لا يعرفون السبب) أو لأفعالهم (لأنهم يشعرون بأنهم مطالبون بتبرير أنفسهم) . في مجموعات التركيز، بعد اكتمال العروض الأولية ، ليس من المناسب طرح أسئلة يجب الإجابة عنها بالتجول في الغرفة والتناوب . بدلاً من ذلك ، **يجب تصميم الأسئلة لتعزيز النقاش والجدال** . تُعد الأسئلة التي تُثير نقاشات حول المعنى (مثل : "ماذا يعني أن

تكون من إسطنبول ؟") أو غيرها من أساليب "العصف الذهني" (مثل : "ما هي بعض الكلمات التي يستخدمها الناس لوصف المهاجرين ؟") فعالة في مجموعات التركيز . تسمح كلتا الطريقتين للباحثين بتغيير الأسئلة أو إعادة ترتيبها ، وطرح أسئلة متابعة لتوسيع نطاق سرد المشاركين . وفي كلتا الحالتين ، يُعدّ فضول المُحاور أو المُدير الدافئ والمُحترم عنصراً أساسياً في نجاح التبادل.

وأخيراً ، نظراً لأن اختيار الموقع يُمكن أن يؤثر على المحادثات ، فإن مكان وزمان إجراء المقابلات ومجموعات التركيز يُعدّان اعتباراً مهماً . على سبيل المثال ، إذا أُجريت مقابلات مع ربات بيوت في منازلهنّ مساءً ، فقد يختلف ما ستُخبر به عن تقسيم العمل في المنزل تماماً عما ستتعلمه من مُحادثة هؤلاء الأشخاص بعد الظهر عندما يكون أزواجهنّ في العمل . قد يكون السيناريو الأقل وضوحاً هو أن ترتّب لقاءً مع مهاجرين جدد في قاعة دراسية جامعية غير مستخدمة . قد يكون هذا الوضع مخيفاً جداً للمشاركين الذين لم يسبق لي زيارة مثل هذه الأماكن ، وقد يؤثر ذلك على سهولة المحادثة التي تلي ذلك ، ناهيك عن الحضور . ينبغي اختيار المواقع بما يضمن أقصى قدر من الراحة والخصوصية للمشاركين في البحث . من المهم أيضاً إيجاد مواقع خالية من الضوضاء الخلفية ، حيث يتم تسجيل معظم المقابلات ومجموعات التركيز ثم نسخها - وهي عملية تستغرق وقتاً طويلاً في أفضل الظروف!

لا ينبغي عد تحليل مجموعات التركيز والمقابلات مرحلة معزولة من مشروع البحث . يتخلل التحليل تصميم البحث ويحدث طوال اللقاء مع المشاركين في البحث . أثناء المقابلة أو مجموعة التركيز ، تطرح الباحثة أسئلة لمزيد من التوضيح ، معبرةً عن فهمها الخاص للمشاركين . بنهاية كل لقاء ، تكون الباحثة قد انخرطت بالفعل في العديد من أعمال التفسير والتحليل . إن عملية نسخ المقابلات ومجموعات التركيز هي أيضاً عملية تفسير ، وغالباً ما تكون ترجمة . النصوص الناتجة ليست مجرد انعكاسات للمقابلات أو لقاءات مجموعات التركيز ، بل هي نصوص جديدة جُمعت من خلال هذه العمليات .

تُرمّز المقابلات ومحادثات مجموعات التركيز وتُعاد ترميزها طوال عملية تصميم البحث وإجرائه ، ونسخ المحادثات ، وإجراء التحليلات النهائية . يمكن أن يكون الترميز عملية منهجية ، يتم فيها تمييز المواضيع والكلمات والعبارات والتفسيرات داخل نصوص مجموعات التركيز والمقابلات وعبرها . يمكن استخدام برامج التحليل النوعي للمساعدة في تنظيم هذه العملية . بمجرد اكتمال عملية الترميز (سواء كانت رسمية أو غير رسمية) ، هناك العديد من الطرق المختلفة للانتقال إلى المستوى التالي من التحليل (دينزين ولينكولن 1994) . أحد أبسط الطرق هو "تكثيف" المقابلات من خلال استخراج المواضيع والنقاط وتقديمها في شكل موجز . هناك نهج منهجي آخر يتمثل في تحليل المحتوى ، حيث يتم تتبع المواضيع والكلمات والعبارات وتحليلها داخل النصوص وعبرها .

في التحليل السردى ، يدرس الباحث القصص المروية في سياق المقابلة أو مجموعة التركيز ، ويحلل كيفية تجميعها ، والموارد التي تعتمد عليها ، والعمل الاجتماعي الذي تقوم به . يمكن استخدام جميع هذه الأساليب مع المقابلات أو مجموعات التركيز ، مع العلم أنه من المهم تذكر أنه في مجموعات التركيز ، لا تكون "وحدة التحليل" هي الاقتباس الفردي ، بل هي التبادلات بين المشاركين في المجموعة . تفتح محادثات المقابلات ومجموعات التركيز آفاقاً من التفسيرات المحتملة . تعتمد هذه التفسيرات على كل من المنظور النظري للباحث وافتتاح المحادثات على التفسير . بدلاً من البحث عن معاني حقيقية وثابتة ، أو محاولة "الكشف" عن تجارب أو تصورات المشاركين ، غالباً ما يكون من الأكثر فائدة استكشاف كيفية تبلور نصوص المقابلات ومجموعات التركيز في خطابات أوسع (تحليل الخطاب) . يتطلب القيام بذلك الانتباه إلى الصمت والمفارقات والافتراضات غير المعلنة التي تحد من هذه المحادثات وتدعمها . ويعود هذا التحليل إلى الروح التي بدأنا بها

هذا الفصل حول "أساليب الحوار" ، تاركين مسألة "الحقيقة" جانباً لصالح تحليل العملية وتطور الحوارات والروايات في السياقات الاجتماعية.

الخلاصة

إجراء بحث جيد

في أبحاث المسح ، توجد معايير واضحة للدلالة والصلاحية والموثوقية . لا تُنتج هذه المعايير نتائج "موضوعية" ، لكنها تضع معايير داخلية . لكي يرقى البحث الاستقصائي إلى مستوى التوقعات . ماذا عن المقابلات ومجموعات التركيز؟ ما هي مقاييس البحث الجيد للمقابلات أو مجموعات التركيز؟ في حين لا توجد معادلات تضمن أن البحث في المقابلات أو مجموعات التركيز يؤدي الغرض المنشود ، إلا أن هناك معايير للمصداقية . **يجب أن تكون إجراءات البحث شفافة ، والنتائج واضحة ، والاستنتاجات مقنعة** . تتبع الاستنتاجات المقنعة من تحليلات مدروسة تقدم مجموعة من التعبيرات (وليس فقط تلك التي تتناسب بشكل وثيق مع أطروحتك) . علاوة على ذلك ، لكي تكون تحليلاتك مقنعة ، يجب أن ترتبط بحجج ونقاشات أوسع . من خلال الشفافية والجدال ، يمكن لجميع "أساليب الحوار" أن تقدم رؤى قوية للعمليات والأحداث والخطابات ذات الأهمية الواسعة . يأخذ البحث الجيد أخلاقيات البحث على محمل الجد . عندما يتضمن البحث التحدث إلى الناس ، فقد يمثل ذلك بعض المخاطر على المشاركين . لهذا السبب ، غالباً ما يكون من المهم جداً ضمان سرية محادثتك . قد يكون ذلك صعباً إذا كان المشاركون في البحث شخصيات يسهل التعرف عليها داخل مجتمع معين . يمكن التفاوض على مستوى الحماية المطلوب مع المشاركين في البحث ، ويعتمد أيضاً على أنواع الأسئلة التي ستطرحها . والأهم من ذلك ، تقع على عاتقك مسؤولية تمثيل المشاركين في البحث باحترام ، حتى لو كانت دراستك في النهاية تنتقد ممارساتهم .

يُعيد بعض الباحثين تحليلاتهم إلى من يُقابلونهم ويطلبون منهم المشاركة في عرض النتائج . في حين أن هذه إحدى الطرق لمعالجة أوجه عدم المساواة في أبحاث المقابلات (ينظر الملحق 12.3)، إلا أنها تنطوي على خطر إما فرض رقابة على الأبحاث النقدية (على سبيل المثال ، الأبحاث التي تنتقد عمليات شركة أو منظمة معينة) أو العمل كحل شامل لتفاوتات قوة الباحثين . أخيراً ، تقع على عاتق الباحث مسؤولية دراسة آثار مشروع البحث ، سواءً من حيث اللقاءات الميدانية أو نشر النصوص الناتجة عنها . ففي نهاية المطاف ، تُعدّ "أساليب الحوار" أدوات فعّالة للتعرف على العوالم اللغوية التي نعيش فيها . ولا ينبغي الاستهانة بآثارها .

الملحق ١٢،١:

هل ينبغي إحصاء النساء؟

غالباً ما يُوضع البحث المسحي جانباً ، بينما تُوضع المقابلات ومجموعات التركيز جانباً آخر من الانقسام الظاهري بين المنهجيات الكمية والنوعية . على مدار تاريخ تخصص الجغرافيا ، كانت كلٌّ من المنهجيات الكمية والنوعية في أوقات مختلفة محورية أو هامشية في البحث الجغرافي . في تسعينيات القرن الماضي ، ارتبطت المناهج النسوية وما بعد البنيوية بالتركيز المتجدد على المناهج النوعية في هذا التخصص . وقد انتقدت هذه المناهج الجديدة المفاهيم الذكورية لـ "العلم" التي كانت متأصلة في استخدام المناهج الكمية في الجغرافيا . في عام ١٩٩٥ ، دعا قسم خاص من مجلة "الجغرافي المحترف" (المجلد ٤٧ ، العدد ٤ : ٤٢٧-٤٦٦) عدداً من الباحثين إلى النظر في مسألة ما إذا كانت المناهج الكمية لها مكان في مجموعة أدوات الجغرافيات النسويات . وفي حين طُرحت العديد من الحجج المختلفة ، فإن إحدى النقاط المهمة التي برزت

تتعلق بزعة استقرار الثنائية الكمية / النوعي ، وأهمية استخدام الإحصاءات لتمثيل ومكافحة عدم المساواة الاجتماعية والقمع.

الملحق ١٢،٢:

مجموعات التركيز كمنهج نسوي

استُخدمت مجموعات التركيز في أبحاث التسويق لعقود قبل أن يزداد اهتمام علماء الاجتماع بتطبيقاتها في ثمانينيات القرن الماضي . وبحلول تسعينيات القرن الماضي ، بدأ الباحثون في مجالات متنوعة بالتفكير في كيفية مساهمة مجموعات التركيز في البحث النوعي النسوي . وقد جادل البعض بأنه من خلال تشجيع المشاركين على إيجاد أوجه تضامن والاعتراف بالتجارب المشتركة ، يمكن لمجموعات التركيز أن تُسهم في "رفع الوعي" وتمكين المشاركين في البحث . علاوة على ذلك ، يمكن لمناقشات مجموعات التركيز أن تُشرك المشاركين في مشروع تعاوني يُبعد دور الباحث عن المركز .

في أبحاث مجموعات التركيز ، يكون التفاعل الرئيسي بين المشاركين في المجموعة بدلاً من التفاعل مع الباحث . وهذا يتيح للمشاركين فرصة أكبر لصياغة مصطلحات وفئات المناقشة . ولهذا السبب ، اقترح أن مجموعات التركيز تُعدّ أسلوبًا حواريًا أكثر مساواة . وبطبيعة الحال ، لا تشكل مجموعات التركيز حلًا سحريًا للمشاكل المعقدة المتعلقة بالسلطة والأخلاق التي تصاحب جميع أساليب "التحدث".

الملحق ١٢،٣:

مقابلة "الآخرين"

عندما يطرح الباحث أسئلة عن الآخرين ، فإنه يدخل في علاقة قوة مع المشاركين في البحث . ففي النهاية ، الباحث هو من وضع شروط التفاعل ، وبدأ الحوار وصاغه . عادةً ما يكون الباحث هو من يستفيد كثيرًا من التفاعل ، بينما يُسهم المشاركون دون مكافأة تُذكر . ومما يزيد من تفاقم هذا الخلل المتأصل ، أن الباحث قد يشغل أيضًا مكانة اجتماعية أعلى من المشاركين . في حالات أخرى ، إذا كان الباحث "يدرس بمستوى أعلى" ، فقد يكون المشاركون في البحث ذا مكانة أعلى . يطرح كل من هذه السيناريوهات تحدياته الخاصة ، ولكن في كلتا الحالتين ، يجب التعامل مع المشاركون كخبير يُقدّر معرفته . وبينما قد لا يكون من الممكن تجاوز فروق القوة في المقابلة ، يمكن للباحثين الاعتراف بمكانتهم واحترام مكانة المشاركين . وأخيرًا ، **من المهم دائمًا أن تفكر فيما يمكنك تقديمه للمشاركين في بحثك**.

التمرين ١٢،١

رد الجميل

فكر كباحث فيما يمكنك تقديمه للأشخاص الذين ترغب في العمل معهم والبحث معهم ، وما قد يترتب على هذه العملية من مزايا وعيوب . قد تفكر في توصيات السياسات ، أو المقالات المصورة ، أو نصوص المقابلات ، أو أطروحات كاملة . انتبه تحديدًا إلى ما تعنيه نتائج استطلاعاتك ومقابلاتك ومجموعات التركيز بالنسبة للأشخاص الذين استخلصت منهم المعلومات والبيانات.