

عنوان مقاله: فنون تحقیق در علوم اجتماعی: مصاحبه

نویسنده: باقر ساروخانی

منبع: مجله دانشکده، سال اول بهار ۱۳۵۴، شماره ۲

- دوم انکه مصاحبه به عنوان وسیله تحقیق باید به **تعامل** بین طرفین مصاحبه انجامد. لغت تعامل که باز هم ز زبان عربی گرفته شده است. در ترجمه **Interaction** در فرانسه و انگلیسی به کار رفته است. این لغ به معنای عمل متقابل یعنی تاثیر و تاثیر است. در مصاحبه طرفین بر یکدیگر تاثیر می کند. لذا می گوییم مصاحبه حاکی ز تعامل بین دو نفر است.
- و بالاخره مصاحبه مستلزم هدفی است که **در پیش تعیین شده باشد**. بنابراین نمی توان صحبت دو آشنا را مصاحبه به معنای وسیله تحقیق خواند. هدف های گوناگون می توانند از طریق مصاحبه متحقق شوند یعنی مصاحبه می تواند جنبه امری، اطلاعی و یا مشورتی بخود گیرد.

هدف های مصاحبه

- همان طوری که در سطور بالا تذکر دادیم، یکی از صفات ممیزه مصاحبه به عنوان وسیله تحقیق در علم انسانی و اجتماعی، وجود هدفی در آن است. هدف های مصاحبه متنوعند و ما در سطور زیر تذکر بعضی از آنها می پردازیم:

هدف های مصاحبه

• ۱- از طریق مصاحبه می توان به کسب اطلاعاتی در مورد امور عینی نایل آمد، محقق می تواند با توسل باین وسیله اطلاعاتی از پاسخ گو در خصوص نوع رفتار او، با سایرین بدست آورده، مثلاً اگر هدف تحقیق بدست آوردن اطلاعاتی درباره چگونگی عبور و مرور در تهران است، محقق می تواند با استفاده از مصاحبه، دریابد ه معمولاً رفتار تهرانی ها در این خصوص چگونه است، چه ساعت هایی معمولاً از خانه بیرون می آیند، چقدر در مسیر خود وقت صرف می کنند و تا چه تراکم عبور و مرور در ساعت مخصوص از روز بالا می رود.

کسب اطلاعاتی در مورد امور عینی

- ۲- مصاحبه می تواند اطلاعاتی در مورد عقاید افراد در اختیار ما گذارد.
- اگر باز هم فرض می کنیم که هدف ما تحقیق در باره چگونگی عبور و مرور در تهران باشد. می توانیم با توسل به این وسیله تحقیق، یعنی مصاحبه، دریابیم که تهرانی ها در خصوص وضع عبور و مرور شهر شان چگونه فکر می کنند، و نظر آنها راجع به مسئولین این امر چیست.

۳- محقق می تواند با استفاده از مصاحبه به علل رفتار و یا عقاید نایل شود. اگر بپذیریم که غایت علم شناخت امور پنهانی است. یعنی هدف عالی دانشمند اجتماعی به دست آوردن صرفاً چند رقم نیست، بلکه شناسایی علل عمیقی است که در ورای کلمات و امور عینی و ظاهری قرار دارند، مصاحبه را باید یکی از مهم ترین وسایل تحقیقی به شمار اوریم. زیرا در مصاحبه، مخصوصاً در مصاحبه آزاد، همان طوری که بعداً ملاحظه خواهیم کرد. می توان با دقت و توجه خاصی علل پیدایی پدیده ها دریافت.

غایت علم شناخت امور پنهانی است

• ۴- در مصاحبه می توان از این هدف نیز پا فراتر گذارد و استعداد ها و توانایی های روانی افراد را
شناخت

هدف های مصاحبه را می توان با در نظر گرفن مصاحبه در سه مورد خلاصه کرد:

- ۱- در مصاحبه هدف ما می تواند یک جانبه باشد، یعنی صرفاً محققی به طرح سوالاتی پردازد تا تحقیق خود را به انجام رساند، در صورتی که مخاطب او هدفی از این سوال و جواب نداشته باشد.
- ۲- هدف مصاحبه می تواند دو جانبه باشد، یعنی هم پرسشگر و هم مخاطب او هدفی از برخورد با یکدیگر داشته باشند. شخصی را فرض کنیم که به علت ناراحتی های روانی به روان پزشک و یا روان کاو مراجعه نماید و بدین ترتیب مصاحبه ای بین انها برگزار می شود تا علت یا علل ناراحتی های روانی مریض پیدا شود. در این مصاحبه روان پزشک هدف مخصوصی دارد و آن درمان درد روانی مشتری خویش است و به نوبه خود مریض نیز هدفی دارد و آن مداوای اختلالهای روانی است. پس در چنین صورتی مصاحبه هدف دو طرف را متحقق می کند، یعنی هدف آن دو جانبه است.

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

أنواع مصاحبه

- با در نظر گرفتن هدف مصاحبه می توان آن را به انواع مختلفی تقسیم کرد:
- مصاحبه تحقیقی و مصاحبه درمانی

مصاحبه تحقیقی

- مصاحبه های تحقیقی را نیز با در نظر گرفتن ملاکی هایی چند می توان به انواع گوناگون تقسیم کرد:
- اولین ملاکی که ما را در تقسیم بندی مصاحبه ها به کار می آید، میزان آزادی پرسشگر در طرح سوال و پاسخ گو در جواب گوییست. دومین ملاکی که باز هم می تواند ما را در تقسیم بندی مصاحبه ها کمک کند. درجه عمق تحقیق است. بالاخره آخرین معیار و ملاکی که به ما اجازه می دهد تا انواع گوناگون مصاحبه را بازشناسیم.



- درجه عمق تحقیق و میزان آزادی طرفین مصاحبه تواما خواهد بود.
- بدین ترتیب با در نظر گرفتن این دو ملاک، می توان مصاحبه را به انواع گوناگون تقسیم کرد:
- **۱- مصاحبه آزاد**، در مصاحبه آزاد پاسخ گو در بیان پرسش ها و پاسخ جو در طرح آنها، آزادی کامل دارند. از طرفی پرسشگر انچه را که به نظرش ضروری می رسد مطرح می کند و در طرح سوال خود هیچگونه محدودیتی احساس نماید، از جانب دیگر پاسخ گو نیز جواب خود را می تواند بهر صورت که مایل باشد و در هر لفظی که دوست داشته باشد، بیان دارد.
- **۲- مصاحبه نیمه آزاد**: همان طوری که از نامش بر می آید در مصاحبه نیم آزاد، طرفین، یعنی پرسشگر و جوابگوی محدودیت هایی احساس می کنند، از طرفی پرسشگر، باید صرفا موضوع های معینی را مطرح کند و فقط در خصوص آنها جواب دریافت دارد. از طرف دیگر، پاسخ گو نیز نمی تواند احساس و عقیده خود را ان طوری که ترجیه می دهد و در کمال آزادی ابراز کند، در این نوع مصاحبه که بعدا شرایط اعمال ان را ملاحظه خواهیم کرد. پرسشگر و پاسخ گو محدودیت هایی دارند هیچ یک آزادی کاملی را که در مصاحبه آزاد از ان می تواند برخوردار گردد، ندارد.

۳- مصاحبه محدود. در مصاحبه محدود، نه تنها موضوعاتی که پرسشگر باید مطرح کند. از قبل معین شده اند. بلکه این موضوعات به طور دقیق رده بندی گردیده اند. پرسشگر ناچار است هر یک از موضوعات را در جای خود طرح کند و هیچ یک را به سلیقه خود بر دیگری مقدم ندارد. علاوه بر این، در مصاحبه های محدود پرسش ها از قبل در قالب کلماتی معین قرار گرفته اند. پرسشگر باز هم ناچر است، هر پرسش را با کلماتی مخصوص و یکسان طرح کند و از پاسخ گو بخواهد که هر یک از سوال ها را به طور دقیق و مختصر پاسخ گوید.

در قالب کلماتی معین

- این بود به طور خلاصه، انواع گوناگون مصاحبه با در نظر گرفتن میزان آزادی طرفین (پرسشگر و پاسخ‌گو) در صفحات بعد خواهیم دید که هر قدر مصاحبه ما آزاد‌تر باشد، تحقیق ما عمق بیشتری می‌یابد.
- همان طوری که در سطور بالا بیان شد، در مصاحبه محدود درجه آزادی پرسشگر در طرح پرسش‌ها و جواب‌گو در بیان آنها، به حداقل خود می‌رسد. مصاحبه محدود مخصوصاً به ما اجازه می‌دهد که در برابر پاسخ گویان گوناگون **سوال‌های یکسان با الفاظی مشابه** مطرح کنیم و بدین ترتیب، واکنش هر یک از آنها را در برابر انگیزه‌های یکسان بسنجیم. مصاحبه محدود باید همراه با پرسشنامه اجرا شود. بنابراین در این بخش سوالاتی که برای خود مطرح می‌کنیم بقرار زیر خواند بود.

- اولین سوال ما این خواهد بود که چگونه پرسشنامه را تدوین و تنظیم می کنیم. سوال دیگر در خصوص چگونگی آرای پرسشنامه و مخصوصا نقش پرسشگر در این مورد خواهد بود. بالاخره آخرین پرسشی که مطرح می کنیم چگونگی تاثیر پاسخ جو در جریان مصاحبه است.



نقش پرسشگر

تهیه و تنظیم پرسشنامه

- تهیه پرسشنامه بعده رهبر یا رهبران تحقیق است. پرسشنامه ای را می توان قابل اعتماد دانست که ، با شرکت چند متخصص تهیه و تنظیم شده باشد زیرا امروز عقیده دانشمندان علوم اجتماعی و انسانی بر اینست که هر پدیده اجتماعی تام یعنی چند جانبی است. تحقیق ماهر عنوانی که داشته باشند، باز هم امور گوناگونی می شود که هر یک در قلمرو دانشی مخصوص قرار می گیرد، لذا باید در شناخت همه جانبه پدیده ها از دانشمندان و متخصصین گوناگون استفاده کرد، تا هر یک با دید مخصوص خود غنای تازه ای به تحقیق بخشد.

- در تهیه پرسشنامه باید دو نگه را در نظر داشت: **شکل و قالب پرسش ها، و محتوای هر پرسش.**
- نکاتی که در مورد محتوای پرسشنامه باید رعایت شوند عبارتند از :
- اولین اقدام محقق تعیین حد و مرزی برای تحقیق اوست. پژوهش های انسانی و اجتماعی دامنه ای بس وسیع دارند و اولین لحظات هر تحقیق را باید در محدود کردن آن صرف کرد.
- اقدام دیگر ما به عنوان محقق تحدید موضوعاتی است که باید در پرسشنامه مطرح شوند و اقدام بعدی تعیین سوال های متناسب با موضوع تحقیق است.

- ابتدا باید کتاب ها و گزارش هایی را که درباره موضوع مورد تحقیق نوشته شده اند، مطالعه و بررسی کرد. سپس باید درباره فرضیه های تحقیق فکر کرد و متغیرهای مربوط و مخصوصا روابط آنها را مورد بررسی دقیق قرار داد. بدین ترتیب می توان موضوع هایی را که باید در پرسشنامه طرح شوند، مشخص کرد.

- بی تردید، همه تصمیماتی که درین مرحله اتخاذ می شند، موقتی خواهد بود. زیرا هر پرسشنامه بیش از آنکه به طور قاطع تدوین گردد. باید در یک تحقیق مقدماتی مورد آزمایش قرار گیرد. در تحقیق مقدماتی نکات زیر را باید در نظر گرفت:

- ابتدا باید موضوعاتی که مورد پرسش قرار می گیرند، مشخص شوند. مثال اگر تحقیقی درباره شرایط اقتصادی اجاره نشینان تهران مطرح است، ابتدا باید حدود موضوع مورد مطالعه به طور دقیق روشن شود، یعنی در این تحقیق سوال‌ها باید صرفاً مربوط به شرایط اقتصادی اجاره نشینان باشد.

- دوم این که اوضاع، شرایط و موقعیت های توزیع پرسشنامه مانند موقعیت کار، ورزش، غذا، استراحت و ... باید معین شود تا بتوانیم به ساخت داخلی طرز فکر ها دست یابیم و به همسانی و ناهمسانی آنها پی ببریم.

- فایده این که از این تحقیق مقدماتی عاید ما می شود. این است که به علل فرضی و واقعی رفتار پی می بریم و حساسیت پاسخ گویانرا در برابر بعضی از پرسش ها درک می کنیم.
- باید سوال هایی را انتخاب کرد که موضوع مربوط را به طور دقیق مورد مطالعه قرار دهد باید از استعمال مکرر سوال ها خودداری کرد و پرسش هایی را حفظ کرد که هر یک گوشه ای از طرز فکر ها را مورد بررسی قرار دهد.

- انتخاب پرسش ها مخصوصا با توجه با افرادی که عقاید و طرز فکر انها باید مورد بررسی قرار گیرد، صورت می گیرد. در این مورد باید از اطلاعات افراد مورد مطالعه آگاه شد.
- مخصوصا وقتی که موضوع تحقیق بیشتر جنبه فنی داشته باشد. مثلا هنگامی که موضوع تحقیق عبارت است از کسب اطلاعاتی که در زمینه های بیمه های اجتماعی یا مالیاتی به کار بردن سوال هایی از این قبیل لازم است:

• «آیا در مورد بیمه های اجتماعی چیزهایی شنیده اید؟ و یا می توان سوال های عمیق تری طرح کرد، مانند: در مورد بیمه های اجتماعی اخیرا چه تصمیماتی گرفته شده است؟ و یا فکر می کنید این اقدامات چه فوایدی دارند؟

- طرز فکر های افراد را می توان با طرح مساله چرا به طور عمیق تری مورد بررسی قرار داد.
- سوال ها باید با سطح فرهنگی مخاطب تطابق داشته باشند، یعنی پرسش ها نباید خیلی مشکل باشند و نیز از پاسخ گو نباید انتظار داشته باشیم که گذشته دور دست را به طور دقیق گزارش دهد، مثلاً ان چه بر اساس این سوال «از سال گذشته به این طرف چند بار به سینما رفته اید؟ بدست می آیند، قابل اعتماد باشد. مانند این سوال:
- «از پانزده روز پیش تا به حال چند بار به سینما رفته اید؟

- علاوه بر این، باید از طرح سوال های وسیع و پیچیده مانند سوال زیر خودداری کرد:
- درباره محیط کار خود چگونه فکر می کنید؟ این سوال خیلی پیچیده و وسیع است، زیرا پاسخ گو نمی داند چه چیز خاصی مطمح نظر است و ضمنا هر چه در جواب بگویید، باز هم کم گفته است.
- باید از استعمال سوال های چند ارزشی خودداری کرد به عبارت دیگر، نمی توان با طرح یک سوال چندین جنبه از طرز فکر شخص را مورد بررسی قرار داد، زیرا هر یک از این جوانب، احتیاج به طرح سوال های مخصوصی دارد.

طرز فکر شخص

• سوال پرسشنامه به منزله ئوسیله ایست که ما را در کسب اطلاعات یاری می کند. انتخاب هر سوال باید با در نظر گرفتن شرایطی گوناگون صورت گیرد: معمولاً در پرسشنامه ها دو نوع سوال وجود دارد:

- ۱- سوال های بسته
- ۲- سوال های باز

• سوال های بسته آزادی شخص را از بین می برد و افراد را مجبور می کند تا در جهت خاصی جواب دهند. در این نوع سوال ها میزان آزادی پاسخ گو به حداقل تقلیل می یابد و پاسخ گو می تواند «آری» یا «نه» بگوید.

- سوال های در جوابی، پاسخ به این نوع پرسش ها، معمولاً به صورت «آری» یا «نه» خواهد بود. پس در این نوع سوال ها، جواب ها در حالت دارند : مثبت یا منفی. مثلاً وقتی سوال می کنیم «آیا به نظر شما کودکان متعلق به پدران که مشروبات الکلی در مقایسه با دیگر کودکان در زندگی شانس مساوی دارند؟
- پاسخ این پرسش، می تواند «آری» یا «نه» باشد. نیز ممکن است مخاطب در جواب بگوید «نمی دانم» در این نوع پرسش ها در لیست جواب، بعد از نوشتن چند پاسخ ممکن، چند فاصله یا نقطه می گذارند تا پاسخ گو بتوانند با آزادی جواب ممکن را بدهد.

- فایده استفاده از سوال های بسته اینست که این سوال ها موجب سرعت بیشتر عملیات می شوند و ضمناً استخراج آنان نیز آسان صورت می گیرد.
- اما مشکل در این است که پاسخ گو مجبور است جواب کوتاه و محدود بدهد و بدون تفکر، خود را مقدی به ارائه جواب قالبی کند و حال آن که شاید جوابی که پاسخ گو در نظر دارد با هیچ یک از جواب های «بلی» یا «نه» مطابقت نداشته باشد.

- با وجود اشکالاتی که سوال های بسته دارند، استفاده از آنها در موارد زیر ضروری به نظر می رسد:
 - هنگامی که هدف مصاحبه ، بررسی امور عینی یا رفتاریست. مانند : آیا ماشین رختشویی دارد؟
«آیا ورزش می کنید؟»
 - هنگامی که موضوع مصاحبه بررسی اعمال و یا نظراتی است که فقط دو جنبه مثبت و منفی دارند،
مانند : آیا قصد دارد در انتخابات آینده رای بدھید؟»

• هنگامی که سوال درباره رفراندوم است: آیا جواب شما در رفراندوم آینده مثبت است یا منفی؟ در این نوع سوال‌ها هدف بررسی عقاید قاطع پاسخ دهنده‌گان استف نه تحقیق درباره علل ظریف و حساس موافقت یا مخالفت آنها با این همه می‌توان این نوع سوال‌ها را تا حدودی توسعه داد، یعنی می‌توان به پاسخ گو امکانات بیشتری دارد. مثلاً هنگامی که درباره مشروبات الکلی تحقیق می‌کنیم‌ف سوال‌هایی خود را چنین طرح می‌نماییم: آیا مشروبات الکلی برای بدن مفید است؟ بی فایده است؟ یا مضر است؟»

- بدین ترتیب با ان که پاسخ گو باز هم مفید به دادن چند جواب است: لیکن او می تواند با دقت بیشتری عیده خود را بیان کند.
- در سوال های باز پاسخ گو می تواند با آزادی کامل، تمام کلماتی را که به ذهنش می آیند، بیان کند. این نو پرسش ها، یا کاملا باز هستند و یا آن که تا حدودی بازنده. مثال: آیا ازدواج کرده اید؟ «چرا کار خود را دوست دارید؟
- همان طور که ملاحظه می شود در این دو نوع سوال، درجه عمق پاسخ ها و مخصوصا آزادی پاسخ گو در بیان افکارش یکسان نیست. پاسخ گو در جواب سوال اول، می تواند به صورت مثبت و یا منفی جواب دهد در صورتی که در جواب سوال دوم، می تواند افکار خود را با تعمق بیشتری عنوان کند.

- فواید این نوع پرسش ها در این نوع سوال ها پاسخ گو، با دقت بیشتری می تواند طرز فکر خود را در زمینه موضوع مورد بحث بیان دارد. پرسشگر با شرح چنین سوال هایی می تواند عمق فکر پاسخ گو را بررسی کند. برای تحقق این هدف، نه تنها پاسخ گو را دربیان نظراتش آزاد می گذارد بلکه گاهی نیز می تواند با طرح سوال هایی از قبیل «چرا؟» لطفاً توضیح بیشتری دهد و ... او را وا دارد تا علل و عواملی را که موجب پیدایی چنین طرز فکری شده است، بیان دارد.

• ضررهاي اين نوع پرسش ها، استخراج سوال هاي باز به سختي صورت مي گيرد، تحليل آماري انها فوق العاده مشکلي است و بسخني مي توان آن ها را يادداشت كرد ولی ان چه مفيد به نظر مي رسد، اين است دو نوع سوال باز و بسته را با يكديگر مخلوط کنيم و در يك پرسشنامه بگنجانيم.

چگونگی عرضه پرسش‌ها

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

- لغاتی از قبیل: «انسانیت، عزت، برای هر گروه معنای خاص دارد. از جانب دیگرف بعضی از لغات مخصوص قشری از اجتماع است. مانند: کلمات مرام، معرفت و غیره ... و حال آن که همین لغات برای اشخاص دیگر که از گروه های دیگر جامعه برخاسته اندف معنای متفاوتی خواهد داشت:

• بنابراین:

- - پرسش ها باید **حتی المقدور** جنبه عینی داشته باشند.
- طراح سوال باید از به کار بردن کلماتی که **जنبه تلقینی** دارند، پرهیز کند.
- باید کوشید تا بار عاطفی کلمات هر پرسش به حداقل کاهش یابد.
- عباراتیکه برای هر پرسش تعیین می شوند، باید کمال بی طرفی تهیه و تنظیم شوند.

- باید از کاربرد پرسش هایی در پهلو خودداری نمود. مثلاً این سوال: آیا در مقابل یهودیها، سیاهان و مردم شمال آفریقا، پیشداوری های منفی دارید؟ این پرسش پاسخ گو را در ارائه جواب درست دچار مشکل می سازد. زیرا ممکن است کسی در برابر یکی از این گروه ها پیش داوری مخصوصی داشته باشد، در این صورت از دادن پاسخ درست عاجز خواهد ماند.

- باید از استعمال جملات طولانی حتی المقدور خودداری کرد. مگر آنکه نتوان سوالی را به طور مستقیم و خلاصه عنوان کرد. مثلا وقتی ما درباره کتابی که حساسیت مردم را برانگیخته به تحقیق می پردازیم. به جای این که سوال شود:
- آیا فلان کتاب را خوانده اید؟ سوال می شود:
- آیا قصد دارید فلان کتاب را نخوانید؟
- سوال ها باید طوری از بی یکدیگر بیایند که جنبه تلقینی نداشته باشند و ضمنا هر سوال پاسخ بعدی را تعیین نکند . از جانب دیگر نباید بیش از حد در پی ایجاد نظم منطقی در توانی سوالها بود.

• به نظر «کانتر پل» در پرسش های در جوابی، واژه دوم اثر بیشتری در پاسخ گو می گذارد. مثلا وقتی سوال می شود: «آیا کتاب می خوانید یا خیر؟» پاسخ گو بیشتر متمایل است جواب منفی بدهد. در پرسش های چند جوابی. پاسخ های میانه بیشتر مورد انتخاب پاسخ گو قرار می گیرند. مثلا در برابر این سوال: «نظر شما درباره فیلم های خارجی چیست؟ . بسیار بد... بی تفاوت...موافق...بسیار نظمی که بر اساس مشخصات روانی پاسخ گو به وجود می آید بر نظم منطقی پرسشنامه مرجع است. ابتدا باید سوال های مربوط به امور عینی طرح شوند و بعد پرسش هایی که با طرز فکر ها و عقاید مربوطند. بدین ترتیب، ابتدا توجه مخاطب به موضوع مورد بحث در پرسشنامه جلب می شد و انگاه به خوبی می تواند به سوالهای پیچیده جواب دهد. به نظر روان شناسان اجتماعی بهتر است سوال های مربوط به مشخصات اجتماعی فرد، پس از دیگر پرسش ها مطرح شوند، بدین ترتیب می توان از رسمیت و تصنیع پرسشنامه کاست.

چگونگی اجرای پرسشنامه

- در اجرای پرسشنامه **دو مرحله متمایز** وجود دارد:
 - ۱- برقرار کردن تماس مناسب با پاسخ‌گو
 - ۲- به کاربردن اصول و قواعد پرسشنامه در مورد پاسخ‌گو
- برقرار کردن تماس مناسب با پاسخ‌گو: قدم اول پرسشگر، جلب همکاری پاسخ‌گوست، بدین منظور باید توجه او را به مساله مورد نظر جلب کرد. مخصوصاً باید توضیحات لازم درباره هدف‌های سازمانی که دست به تحقیق زده است، داده شود.

• به کار بردن اصول و قواعد پرسشنامه در مورد پاسخ گو، یک قاعده بیش از همه باید مد نظر قرار گیرد و آن این که حتما باید نظم سوال ها رعایت شوند، در تحقیقات هدایت شده از محدود، پرسشگر این نیست که طبق خواسته های جوابگو، در پرسشنامه تغییر دهد، بلکه لازم است سوال های پرسشنامه را به طور دقیق یکی بعد از دیگری و بدون هیچ تغییری مطرح نماید. در این نوع وسیله تحقیق «مصاحبه محدود» پرسشگر نباید جواب های مخاطب را تحلیل و توصیف کند.

• پرسشنامه باید حتی المقدور میزان شده باشد، یعنی تا آن جا که ممکن است به طوری که یکنواخت اجرا شود، چون واکنش های گوگنگن پرسشگر در برابر پاسخ گو یا نوجob تحریف پاسخ ها می شود و از اعتبار پرسشنامه می کاهد. بنابراین پرسشگر نباید در مقابل هر پاسخ، حالت تعجب که با تحسین و یا انتقاد بخود گیرد. بلکه تنها وظیفه از خودداری از نشان دادن هر گونه واکنشی است.

- در مورد سوال های باز، در صورتیکه پاسخ گو افکار خود را آن چنان که لازم است گسترش ندهد، پرسشگر می تواند، توضیحات بیشتری از او بخواهد. برای این منظور، پرسشگر باید از جملات کوتاه و غیر تلقینی استفاده کند. هر گاه پاسخ گو به نوبه خود سوالی مطرح کند از دو حال خارج نیست: با این که منظور پاسخ گو صرفاً کسب اطلاعات بیشتری در زمینه هدف های تحقیق است.

جملات کوتاه و غیر تلقینی

- با این که در نظر دارد عقاید پرسشگر را درباره سوال های پرسشنامه جویا شود. بی تردید در مورد اول پرسشگر وظیفه دارد هر چه بیشتر توضیح دهد. اما مورد دوم، پرسشگر باید صرفاً تذکر دهد که عقیده خاصی در این مورد ندارد، اگر چنین موردنی باز هم تکرار شود، پرسشگر موظف است نقش خود را که مستلزم بی طرفی کامل است، تذکر دهد.

بی طرفی کامل

- در مطالعاتی که بر روی جمعیت نمونه ای انجام می گیرد، معمولاً پرسشگر تمایل دارد از کسانی سوال کند که طرز فکر انها در آن مورد با خود او شباخت دارد. پرسشگر باید از این تمایل طبیعی آگاه باشد و مخصوصاً بکوشد تا امکان تجلی ندهد زیرا در چنین صورتی جمعیت نمونه‌ف معرف کل جمعیت نخواهد بود.

تاویر پرسشگر

- تاوش پرسشگر بر روی نتایجی که از پرسشنامه حاصل می شود، قابل ملاحظه است. در سال ۱۹۴۲ در آمریکا، تحقیقی به وسیله دو پرسشگر، سیاه و سفید به عمل آمد. در این تحقیق که بر روی جمعیت نمونه واحدی صورت می گرفت. این سوال مطرح شد: آیا به نظر شما بهتر است نیروی ما صرف از بین بردن قدرت طرفداران آلمان در اروپا شود با این که در راه اصلاحات داخلی کشورمان به کار آید؟

• هنگامی که این سوال به وسیله **پرسشگر سفید پوست** مطرح می شد، ۶۲ درصد مردم عملیات نظامی علیه را مقدم می دانستند، در صورتی که همین سوال هنگامی که در مقابل همان مردم به وسیله پرسشگر سیاه پوست، مطرح می شد: این بار فقط ۲۹ درصد آنها عملیات نظامی علیه هیتلر را مقدم می دانستند، از خود سوال می کنیم «کدامیک از این جواب ها صادقانه تر است؟ به نظر ژون نوو، نمی توان گفت کدام پرسشگر وظیفه بهتر انجام داده است، بلکه علت این تفاوت را باید در اختلاف رنگ پوست پرسشگران جست. نتیجه این که مزون نوو از این تحقیق می گیرد، این است که هر قدر منزلت اجتماعی افراد پرسشگر و پاسخ گو به هم نزدیک تر باشد. طرز فکر ها، بهتر و صادقانه بیان می شوند، زیرا تماسی که بدین ترتیب برقرار می شود، **تماسی است همه جانبیه**. به نظر او مخصوصا از این نتیجه در تحقیقاتی باید استفاده شود که هدف آنها بدست اوردن علل و عوامل پیچید و عمیق یک مساله است.

- بی تردید هر قدر پرسشگر بکوشد، تا به عنوان فردی بی طرف در برابر پاسخ گو ظاهر شود، باز هم ناخوداگاه تاثیر او در نحوه جواب قابل ملاحظه خواهد بود.
- تحقیق «هیمان» و «اسمیت» در این مورد شاهد خوبی است. به طور کلی، موضوع این تحقیق، انزوای سیاسی امریکا و یا شرکت این کشور در مسائل کلی بین المللی بود. پرسشگران را به دو گروه تقسیم کردند: گروهی از پرسشگران با انزوای سیاسی آمریکا موفق بودند و گروهی دیگر از آنها بر عکس اعتقاد داشتند که آمریکا باید به عنوان قدرت بزرگ جهانی در حل مسائل بین المللی بکوشد.

• هنگامی که به پاسخ گویانی مراجعه می شد که اکثرا با دخالت آمریکا در سیاست کلی جهانی موافق بودند، پرسشگراینکه با چنین طرز فکری موافق بودند ۷۸ درصد از بین این مردم را طرفدار دخالت آمریکا در سیاست جهانی یادداشت می کردند، در صورتی که پرسشگران مخالف با این نظر، فقط ۶۱ درصد از همین مردم را مداخله جو با طرفدار مداخله آمریکا در سرنوشت سیاسی جهان قلمداد می نمودند

• در حقیقت نظر پرسشگر و خواست ها و انتظارات او، موجب می شوند که وی مطالب پاسخ گویان را به طور نا آگاه به نحو دیگری موافق با خواسته های خود یادداشت نماید. آگاهی از این تمایل طبیعی وسیعی در مبارزه با آن برای هر پرسشگر ضروری است.

منابع:

- John Modge: The Tools of Social Science, Anchor Book, N. Y 1963.
- Raymond Bondon. Les Methodes en Sociologie P.U.F Paris 1970
- Claude Javeau: L'enquête par questionnaire , Université Libre de Bruxelles, 1970