

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್, ಒಂದು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನ

ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಪರಿಶೀಲನೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಯೋಜನೆ ರೂಪಿಸಲು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿ¹

ISRC ವರ್ಕಿಂಗ್ ಪೇಪರ್ 010298, ಫೆಬ್ರವರಿ 1998

ಹೆನ್ರಿಕ್ ಫ್ರೇಟಸ್,

ವಿಸಿಟಿಂಗ್ ಪ್ರೊಫೆಸರ್, ISRC

ಮಿರಿಯನ್ ಒಲಿವೇರ,

ಸಂಶೋಧನಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ, GESID

ಮಿಲ್ಟನ್ ಜೆಂಕಿನ್ಸ್,

ಪ್ರೊಫೆಸರ್ ಮತ್ತು ನಿರ್ದೇಶಕರು, ISRC

ಓವೆಟಿ ಪ್ರೋಪ್‌ಜಾಯ್,

ಸಹಾಯಕ ಸಂಶೋಧಕರು, ISRC

ಸಾರಾಂಶ

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್(ಎಫ್‌ಜಿ) ಅನ್ನು ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗಿದೆ, ಮತ್ತು ಅದು ಈಗ ಶಿಕ್ಷಣ, ಆರೋಗ್ಯ, ಆಡಳಿತ ನಿರ್ವಹಣೆ, ನೀತಿ-ನಿರ್ಣಯ ಕೈಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಂತಹ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಮಹತ್ವ ಪಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಸಂಶೋಧನೆಯ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಅನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಅದೊಂದನ್ನೇ ಬಳಸಬಹುದು ಅಥವಾ ಇತರ ವಿಧಾನಗಳ ಜೊತೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಬಳಸಬಹುದು. ಎಫ್‌ಜಿಯನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸಿ ಪಡೆದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಜನರು ಹೇಗೆ ಯೋಚಿಸುತ್ತಾರೆ, ಅವರ ಭಾವನೆಗಳು ಹೇಗಿರುತ್ತವೆ, ಮತ್ತು ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಹೇಗೆ ವರ್ತಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಬಹಳ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಈ ಲೇಖನವು ಅದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಸಾಹಿತ್ಯವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಜೊತೆಗೆ, ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು, ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು, ಹಂತಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಅನ್ವಯಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುವ ಗುರಿಯನ್ನೂ ಹೊಂದಿದೆ. ಹಾಗೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಈ ಲೇಖನವು, ತಮ್ಮ ಯೋಜನೆಗಳಲ್ಲಿ ಈ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸುವ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಿದ ಸಂಶೋಧಕರಿಗೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರಿಗೆ ಕೆಲವು ಪ್ರಯೋಜನಕಾರಿ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬಹುದು.

¹ ಈ ವರ್ಕಿಂಗ್ ಪೇಪರ್ ಅನ್ನು ISRC (Information Systems Research Group, University of Baltimore, USA) ಮತ್ತು GESID (Grupo de em Sistemas de Informacao e Apoio a Decisao) - -ಸೂಲ್ ಆಫ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್‌ನ (PPGA/UFRGS, Brazil) ಒಂದು ಸಂಶೋಧನಾ ತಂಡ -ಇವರ ಸಹಕಾರದಿಂದ ತಯಾರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಪ್ರೊಫೆಸರ್ ಹೆನ್ರಿಕ್ ಫ್ರೇಟಸ್‌ರವರು ಸಂಘಟಿಸಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಈ ಕೆಲಸವು ಸಂಶೋಧನಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ಮಿರಿಯನ್ ಒಲಿವೇರ ಅವರು ಮಾಡಿದ ಸಾಹಿತ್ಯ ಪರಿಶೀಲನೆಯನ್ನು ಕೇಂದ್ರವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದೆ. ಈ ಕೆಲಸವು ಸಂಶೋಧನಾ ಯೋಜನೆಯೊಂದರ ಭಾಗವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಬ್ರೆಜಿಲ್‌ನ ಹಲವು ಸರ್ಕಾರಿ ಸಂಶೋಧನಾ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳ (CNPq, Fapergs, Propesp/UGRGS CAPES/COFECUB), FULBRIGHT (USA), ISRC, University of Baltimore (Maryland, USA) ಸಹಕಾರ ಪಡೆದಿದೆ.

ಮುಖ್ಯ ಪದಗಳು: ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್, ಗುಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನೆ, ತಂಡ ಸಂದರ್ಶನ, ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹ.

1. ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ

ಜನರು ಅನುಭವ, ವಿಚಾರ ಅಥವಾ ಘಟನೆಯೊಂದನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತಾರೆ?

“ಜನರು ಒಂದು ಅನುಭವ, ವಿಚಾರ, ಅಥವಾ ಘಟನೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತಾರೆ?” ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಉತ್ತರ ಬೇಕೆಂದಿದ್ದರೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ವಾಸ್ತವ ಬದುಕಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಧ್ಯಯನ ತಂತ್ರ ಅಥವಾ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಜನರನ್ನೆಲ್ಲ ಒಂದೆಡೆ ಸೇರಿಸಿ ತಂಡಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರೂ ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಣೆಯಿಂದ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಗೊಳಿಸಲು ತಕ್ಕುದಾದ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿ, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರೂ ಪರಸ್ಪರ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಅನುಕೂಲ ಕಲ್ಪಿಸುವ ಮೂಲಕ ಅದನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಮಾಡಬಹುದು. ‘ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್(ಎಫ್‌ಜಿ)’ ಅಂತಹ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾದ ಒಂದು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ.

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ(ಎಫ್‌ಜಿ) ಮೂಲವು ಸಮಾಜವಿಜ್ಞಾನವಾಗಿದೆ. ಈಗ ಎಫ್‌ಜಿಯನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯು ಇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ. ಸಮಾಜ ವಿಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ರಾಬರ್ಟ್ ಮೆರ್ಟನ್ ಅವರು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಬಳಸಿ ಮೊದಲ ಕೃತಿಯನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಿದರು. ನಂತರ ಪಾಲ್ ಲಾರ್ಡ್ಸ್ ಫೆಲ್ಡ್ ಮತ್ತು ಇತರರು ಈ ತಂತ್ರವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ (ಮಾರ್ಗನ್, 1988) ಪರಿಚಯಿಸಿದರು. ಟಲ್ ಮತ್ತು ಹಾಕಿನ್ಸ್(1993) ಈ ವಿಷಯದ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಿದರು.

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ:

ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗುಂಪು ಆಧಾರಿತ ಸಂದರ್ಶನದ ಮೂಲಕ ಅವರ ಗ್ರಹಿಕೆ ಮತ್ತು ಮನಸ್ಸಿತ್ತಿ ಅರಿಯುವ ಒಂದು ವಿಶ್ಲೇಷಣಾ ವಿಧಾನ ಎಫ್‌ಜಿ. ಈ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಜನರನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಿ ಗುಂಪು ಅಥವಾ ತಂಡಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆ ಗುಂಪುಗಳಲ್ಲಿ ವಿಷಯದ ಆಳಕ್ಕೆ ಇಳಿದು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂದರ್ಶನಗಳನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆ ಆಯೋಜಿಸಲಾಗುವ ಜನರ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತಾಪ, ಗಾತ್ರ, ಸಂಯೋಜನೆ, ಸಂದರ್ಶನದ ನಿರ್ವಹಣೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಖಚಿತವಾದ ರೂಪುರೇಷೆಗಳಿರುತ್ತವೆ. ತಂಡದ ಒಳಗೆ, ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರ ನಡುವೆ ಪರಸ್ಪರ ವಿಚಾರ-ವಿನಿಮಯ ನಡೆಯುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಕೇಂದ್ರ ಅಥವಾ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವವರು ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಹೊರಹೊಮ್ಮುವ ವಿಚಾರಗಳು ಮತ್ತು ಒಳನೋಟಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಪರಸ್ಪರ ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತಾರೆ. ಸಭೆಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವವರು ಅಥವಾ ಸಂಯೋಜಕರು (moderator) ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವ ಮೂಲಕ ಅಥವಾ ಹೊಸ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಎತ್ತುವ ಮೂಲಕ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಉದ್ದೀಪನಗೊಳಿಸುತ್ತಾರೆ. ಗುಂಪಿನ ಚರ್ಚೆಯ ಹಾಗೂ ಸಂಯೋಜಕರ ವಿಚಾರಗಳು ಮತ್ತು ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳ ಲಿಪ್ಯಂತರಗಳೇ ಈ ವಿಧಾನದಿಂದ ಹೊರಬೀಳುವ ಮೂಲಭೂತ ದತ್ತಾಂಶಗಳಾಗಿವೆ.

ಜನರನ್ನು ಒಳಗೊಳ್ಳುವುದು, ನಿರಂತರ ಸಭೆಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವುದು, ಸಂಶೋಧನಾ ಆಸಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಏಕರೂಪತೆ

(homogeneity), ಗುಣಾತ್ಮಕ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಹೊರತೆಗೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನೆಯ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಂದ ನಿರ್ಧಾರವಾಗುವ ವಿಷಯವೊಂದರ ಮೇಲೆ ಗಮನವನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುವುದು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಸಾಮಾನ್ಯ ಲಕ್ಷಣಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು 4ನೇ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ಮಂಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಎಫ್‌ಜಿ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವನ್ನು ಹೊಸ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಕುರಿತ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಹೊಸ ವಿಚಾರ ಅಥವಾ ಹೊಳವುಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲು, ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿದ ಆಧಾರಕಲ್ಪನೆ (hypothesis)ಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದಕ್ಕೆ; ಬೇರೆ-ಬೇರೆ ಸಂಶೋಧನಾ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳ ಮೌಲಿಕತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ; ಸಂದರ್ಶನಗಳ ಮತ್ತು ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಗಳ ಕರಡುಗಳನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ; ಭಾಗವಹಿಸಿದವರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಹೊರಬಿದ್ದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳ ನಿರೂಪಣೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದಕ್ಕೆ; ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಒಂದು ವಿಶಾಲ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿಗಳು ಬೇಕಿದ್ದರೆ ಅದನ್ನು ಪಡೆಯುವುದಕ್ಕೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಆದರೆ ಕೆಲವು ಸನ್ನಿವೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸುವುದು ಸೂಕ್ತವಲ್ಲ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, (1) ತಂಡದ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವವರ ಮೇಲೆ ಚರ್ಚಾ ವಿಷಯವೇ ನಿರ್ಬಂಧವನ್ನು ಹೇರಿದ್ದರೆ, (2) ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಅಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಸಂಶೋಧಕನಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಹಿಡಿತ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ; (3) ಅಗತ್ಯ ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳ ಒಂದು ಮುನ್ನೋಟ ಇರದಿದ್ದರೆ; (4) ಒಂದೊಮ್ಮೆ ಇನ್ನೂ ಒಳ್ಳೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಹೊರಹೊಮ್ಮಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ಅದು ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಆಗುವಂತಿದ್ದರೆ; ಅಥವಾ (5) ಸಂಶೋಧಕನು ಮಾಹಿತಿಗಳ ಗೌಪ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಮರ್ಥನಲ್ಲ ಎಂದು ಅನಿಸಿದರೆ; ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸುವುದು ಸೂಕ್ತವಲ್ಲ.

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳು ಸಮರ್ಪಕವಾಗಿವೆಯೇ ಎಂಬುದನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಲು ಸಂಶೋಧನೆಯಲ್ಲಿ ಅವರ ಆಸಕ್ತಿಯ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಎಷ್ಟು ಸಕ್ರಿಯರಾಗಿ ಮತ್ತು ಎಷ್ಟು ಸರಾಗವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿಚಾರಿಸಬೇಕು (ಮಾರ್ಗನ್, 1988). ಜನರು ಒಂದು ಅನುಭವವನ್ನು, ವಿಚಾರವನ್ನು ಅಥವಾ ಘಟನೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದೇ ನಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದ್ದರೆ, ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಅಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಿಗೆ ಎಫ್‌ಜಿಯ ಬಳಕೆಯು ಸೂಕ್ತವಾಗಿದೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಜನರು ಏನು ಯೋಚಿಸುತ್ತಾರೆ, ಅಥವಾ ಅವರಿಗೆ ಏನು ಅನಿಸುತ್ತದೆ, ಅಥವಾ ಅವರು ಹೇಗೆ ನಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದರ ಬಗೆಗೆ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿಕೊಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಜಿ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಚರ್ಚೆಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಫಲದಾಯಕವಾಗುತ್ತವೆ.

ಈ ಕರಡು ಪ್ರಬಂಧದ (working paper) ಗುರಿಯೆಂದರೆ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಸಂಭಾವ್ಯ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಒಂದು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವಾಗಿ ಅದರಿಂದ ಆಗುವ ಅನುಕೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಅನಾನುಕೂಲಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುವುದು(2ನೇ ವಿಭಾಗ); ಇತರ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಎಫ್‌ಜಿಯ ಬಳಕೆ(3ನೇ ವಿಭಾಗ); ಈ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸುವ ಸಂಶೋಧನಾ ರೀತಿ-ನೀತಿ(conduct of research) ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ತರುವ ವಿಧಾನ ಸೇರಿದಂತೆ ಮುಖ್ಯ

ಅಂಶಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುವುದು(4ನೇ ವಿಭಾಗ). ಕೊನೆಯ ಒಂದಿಷ್ಟು ಪರಿಗಣನೆಗಳನ್ನು 5ನೆಯ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

2. ಒಂದು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವಾಗಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್: ಅನುಕೂಲ ಮತ್ತು ಅನನುಕೂಲಕರ ಅಂಶಗಳು

ಆಡಳಿತ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಂಶೋಧನೆಗಳಲ್ಲಿ; ಅದರಲ್ಲೂ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರೋದ್ಯಮದಲ್ಲಿ (marketing), ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಮತ್ತು ಇತರ ಗುಣಾತ್ಮಕ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅನ್ವೇಷಣಾ ಸಾಧನಗಳು ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ವಿಧಾನಗಳ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಒಂದು ಪ್ರಾತಿನಿಧಿಕ ನಮೂನೆಯೊಳಗೆ ಒಂದು ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಪರೀಕ್ಷಿಸಬೇಕು ಎಂದೂ ಆ ಸಂಶೋಧನೆಗಳು ಭಾವಿಸುತ್ತವೆ. ಸಮಾಜ ವಿಜ್ಞಾನದ ಸಂಶೋಧಕರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಜಿ ಒಂದನ್ನೇ ಅಥವಾ ಅದನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಬಳಸಬಹುದು.

ಸಮಾಜ ವಿಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಗುಣಾತ್ಮಕ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಎರಡು ಮುಖ್ಯ ಮಾರ್ಗಗಳೆಂದರೆ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಸಂದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಗುಂಪುಗಳ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಕೂಲಂಕಷವಾಗಿ ಗಮನಿಸುವುದು. ಗುಂಪಿನ ಸದಸ್ಯರ ಸಂದರ್ಶನ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಅವೆರಡೂ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ.

ಎಫ್‌ಜಿ ತಂತ್ರವನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸಿದರೆ ನಾವು ಕಡಿಮೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕರಾರುವಾಕ್ಕು ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ ಗುಂಪಿನ ಸದಸ್ಯರೆಲ್ಲ ಪೂರ್ವಾಲೋಚನೆಯಿಲ್ಲದೆ ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಿತರಾಗಿಯೇ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಡಾಖಂಡಿತವಾಗಿ ಹೇಳಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಿದ್ದರೂ, ಒಂದು ಎಫ್‌ಜಿ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಕೆಲವು ಮಾಹಿತಿಯಾದರೂ ಮೌಲಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಆ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ವಾಸ್ತವದ ಒಂದು ಸರಳ ಅವಲೋಕನದ ಮೂಲಕ ಬಹುಕಷ್ಟದಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿರಲಾಗುತ್ತದೆ.

ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹದ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಎಫ್‌ಜಿ ಯು ವ್ಯಕ್ತಿಗತವಾಗಿ ಒಂದು ಮಾದರಿಯನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸಿದರೂ ಸಿಗಲಾರದಷ್ಟು ಸಮೃದ್ಧವಾದ ಮತ್ತು ಒಗ್ಗಿಕೊಳ್ಳುವ (flexible) ರೀತಿಯ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಕೊಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರ ನಡುವೆ ಸ್ವಯಂ ಪ್ರೇರಣೆಯಿಂದ ವಿಚಾರ-ವಿನಿಮಯವಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನೂ ತೆರೆಯುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ, ಇಲ್ಲಿ ನಾವು ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇರುವುದರಿಂದ ಗುಂಪು ಸಭೆ ಆಯೋಜಿಸುವ ಜಾಗಗಳನ್ನು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಿಂದ ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸಬೇಕು, ಜೊತೆಗೆ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ವಿಸ್ತೃತವಾಗಿರಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಎಫ್‌ಜಿ ವಿಧಾನ ಅಪೇಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ. ಆಕೃತಿ 1ರಲ್ಲಿ ಇತರೆ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಅನುಕೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಅನಾನುಕೂಲಗಳು ಯಾವುವು ಎಂಬುದನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅನುಕೂಲಕರ ಅಂಶಗಳು	ಅನನುಕೂಲಕರ ಅಂಶಗಳು
<ul style="list-style-type: none"> • ತುಲನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಇದರ ನಿರ್ವಹಣೆಯು ಸುಲಭ • ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಶೋಧಿಸಲು ಮತ್ತು ಆಧಾರಕಲ್ಪನೆ (hypothesis)ಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಅನುಕೂಲ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ • ಸಂಶೋಧಕನು ಆಸಕ್ತನಾಗಿರುವ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಷಯದ ಮೇಲೆ ಗಮನವನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿ ತಂಡದೊಳಗೆ ನಡೆದ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹ ಮಾಡುವ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತದೆ • ಅದಕ್ಕೆ (ದತ್ತಾಂಶಕ್ಕೆ) "ಸ್ವೀಕಾರಾರ್ಹ ಮಾನ್ಯತೆ" (face validity) ಇದೆ • ಇತರ ವಿಧಾನಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚ. • ತ್ವರಿತ ಫಲಿತಾಂಶ ನೀಡುತ್ತದೆ (ತಂಡದ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಸಿಕ್ಕ ಆಧಾರಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಹಾಗೆ) • ಸಂಶೋಧಕನು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ನಮೂನೆಯ ಗಾತ್ರವನ್ನು ಎಷ್ಟಾದರೂ ಹಿಗ್ಗಿಸಬಹುದು 	<ul style="list-style-type: none"> • ಒಂದು ಸಹಜ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವುದಿಲ್ಲ • ಸಂಗ್ರಹವಾದ ದತ್ತಾಂಶದ ಮೇಲೆ ಸಂಶೋಧಕನಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ನಿಯಂತ್ರಣವಿರುವುದಿಲ್ಲ • ತಂಡದೊಳಗಿನ ವಿಚಾರ-ವಿನಿಮಯಗಳನ್ನು ಅವನು/ಅವಳು ಆಲೋಚಿಸಿ ಮಾಡುತ್ತಾರೆಯೋ ಅಥವಾ ಅದು ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ವರ್ತನೆಯೋ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರಿಯಲು ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. • ದತ್ತಾಂಶದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಹೆಚ್ಚು ಕಷ್ಟದ್ದು. ತಂಡದೊಳಗಿನ ವಿಚಾರ-ವಿನಿಮಯವು ಒಂದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಮೇಲಿನ ಹೇಳಿಕೆಗಳು ಆ ಸಂದರ್ಭದ ಚೌಕಟ್ಟಿನೊಳಗೆ ನಿರೂಪಿತವಾಗಬೇಕು. • ಸಂದರ್ಶನ ಮಾಡುವವರು ಚೆನ್ನಾಗಿ ತರಬೇತಿ ಹೊಂದಿರುವುದು ಅವಶ್ಯ. • ಗುಂಪುಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸುವುದು ಪ್ರಯಾಸದಾಯಕ. • ಮುಕ್ತ ಸಂಭಾಷಣೆಗೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುವ ರೀತಿಯ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಬೇಕು

ಆಕೃತಿ 1 -ಪೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಅನುಕೂಲಕರ ಅಂಶಗಳು ಮತ್ತು ಅನನುಕೂಲಕರ ಅಂಶಗಳು. ಇದು ಕ್ರೂಗರ್ (1994) ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗನ್ (1988) ರವರ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಆಧರಿಸಿದೆ.

ಮೇಲಿನ ಆಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಲಾದ ಅನಾನುಕೂಲಕರ ಅಂಶಗಳ ನಡುವೆಯೂ(ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಣೆಯ ಸಂಗತಿ ಮತ್ತು ಜನರನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ತಂಡಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಮಾಡಬೇಕಾದ ಪ್ರಯತ್ನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿ) ಈ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಸ್ವಾರಸ್ಯಕರ ದತ್ತಾಂಶಗಳು ಸಂಗ್ರಹವಾಗುತ್ತವೆ. ಈ ದತ್ತಾಂಶವು ಒಬ್ಬ ಸಂಶೋಧಕ ಅಥವಾ ವಿಶ್ಲೇಷಕನ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಅವರೊಳಗೊಂದು ಗಟ್ಟಿಯಾದ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಫಲವಾಗುತ್ತವೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಆಧಾರಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ರೂಪುಗೊಳಿಸಲು ಅಥವಾ ಒಂದು ಸಂಶೋಧನಾ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಕಟ್ಟಲು ಬೇಕಾದ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಂಶೋಧಕರಿಗೆ ಇದು ಒಂದು ಒಳ್ಳೆಯ ಆಕರವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಮುಂದಿನ ಸಂಶೋಧನೆಗಳಿಗೆ ಹಾದಿಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಇತರ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಪೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಅನುಕೂಲಕರ ಮತ್ತು ಅನನುಕೂಲಕರ ಅಂಶಗಳು ಯಾವವು ಎಂದು ಅರಿತ ನಂತರ ಸಂಶೋಧನೆಯ ವಿನ್ಯಾಸದಲ್ಲಿ ಅದರ ಸಂಭಾವ್ಯ ಬಳಕೆ ಹೇಗೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸಲಾಗುವುದು.

3. ಸಂಶೋಧನಾ ವಿನ್ಯಾಸದಲ್ಲಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಬಳಕೆ

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಅನ್ನು ಇತರ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಅಥವಾ ಅದೊಂದನ್ನೇ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಬಳಸಲಿ, ಅದರ ಗುರಿಯು ಮಾತ್ರ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಸಂಶೋಧಕನು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿದ ವಿಷಯವನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಸಿಕೊಡುವುದಾಗಿದೆ. ಹಿಂದೆ ಚರ್ಚಿಸಿದ ಹಾಗೆ ಎಫ್‌ಜಿಯನ್ನು ಇತರ ವಿಧಾನಗಳ ಜೊತೆಗೂ ಬಳಸಬಹುದು, ಹಾಗೆಯೇ ಅದನ್ನೊಂದೇ ಪ್ರತ್ಯೇಕ(stand-alone) ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವನ್ನಾಗಿಯೂ ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಒಂದು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ವಿಧಾನವಾಗಿ ಹೊಸ ಸಂಶೋಧನಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಶೋಧಿಸಲು ಅಥವಾ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಸುಪರಿಚಿತವಾಗಿರುವ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಎಫ್‌ಜಿಯನ್ನು ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇತರ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನಗಳೊಂದಿಗೆ ಬಳಸುವುದಾದರೆ ಅದನ್ನು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದ ಸಂಶೋಧನೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಒಂದು ವಿಶಾಲ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯ ಯೋಜನೆಗೆಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡಲು, ಅಥವಾ ಇತರ ವಿಧಾನಗಳಿಂದ ಪಡೆದ ದತ್ತಾಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕನ್ನು ಚೆಲ್ಲಲು ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಸಂಶೋಧಕರು(ಫ್ರೇಟಿಸ್, ಕುನ್ಹಾ ಮತ್ತು ಮಾಸ್ಕರೋಲಾ, 1996; ಸ್ವಂಘ್ ಮತ್ತು ಫ್ರೇಟಿಸ್, 1996) ಗುಣಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಈ ಎರಡೂ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನಗಳ ಸಮ್ಮಿಶ್ರ ಮಾದರಿಯಿಂದ ಆಗುವ ಅನುಕೂಲತೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸತೊಡಗಿದ್ದಾರೆ. ಅದರ ಫಲವಾಗಿ ಸಂಶೋಧನೆಗಳ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸುವ "ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ ಮಿಶ್ರಣ"ವೊಂದು ತಯಾರಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪನ್ನು(ಮಾರ್ಗನ್, 1988; ಕ್ರೂಗರ್, 1994; ಮತ್ತು ಗ್ರೀನ್‌ಬಾಮ್, 1993):

- **ಒಂದು ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನಕ್ಕಿಂತ ಮೊದಲು ಬಳಸಬಹುದು.** ಈ ಪ್ರಸಂಗದಲ್ಲಿ, ಮುಂದಿನ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸುವಾಗ ಹುಟ್ಟಬಹುದಾದ ವಿಶೇಷ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗೆಗೆ ಸುಳಿವು ನೀಡುವುದರ ಜೊತೆಗೆ, ಸಂಶೋಧಕನು ತನ್ನ ಸಂಶೋಧನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಪರಿಭಾಷೆಯನ್ನು ಕಲಿಯಲು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕರ ಆಲೋಚನೆಯನ್ನು ಅರಿಯಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆ.
- **ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನದ ಜೊತೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಬಳಸಬಹುದು.** ಈ ಪ್ರಸಂಗದಲ್ಲಿ, ಇಲ್ಲಿನ ಉದ್ದೇಶವು ತ್ರಿಕೋನಮಾನವನ್ನು(triangulation) ಬಳಸುವುದಾಗಿದೆ; ಅಂದರೆ, ಒಂದೇ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಎರಡು ಅಥವಾ ಎರಡಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು.
- **ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನದ ನಂತರ ಬಳಸಬಹುದು.** ಇದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್, ಪರಿಮಾಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸಿ ಪಡೆದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಬಂದ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಪರಿಶೋಧಿಸಬಹುದು ಅಥವಾ ಅವುಗಳ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕನ್ನು ಚೆಲ್ಲಬಹುದು.

ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಎಫ್‌ಜಿ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಾಗಿನ ಉದ್ದೇಶವೇ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿನ್ಯಾಸದಲ್ಲಿ ಅದರ ಪಾತ್ರವೇನು ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತವೆ. ಮಾರ್ಗನ್(1988) ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಬಲವಾಗಿ ಆಧರಿಸಿದ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಂಗತಿಗಳಲ್ಲಿ,

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ವಿಧಾನವನ್ನು ಇತರ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನಗಳೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿಸಿ ಬಳಸಲು ಇರುವ ಕೆಲ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಲಾಗಿದೆ.

3.1 ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಮತ್ತು ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಸಂದರ್ಶನ

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ವಿಧಾನವು ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ಕೇಂದ್ರವನ್ನಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ರಚಿಸಲಾದ ಯೋಜನೆಯೊಂದಕ್ಕೆ, ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸಂದರ್ಶನದ ರೂಪುರೇಷೆಯನ್ನು ಯೋಜಿಸುವ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ನೆರವಿಗೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ; ಸಂಶೋಧನೆಯ ಆರಂಭದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ತಂಡವನ್ನು ಬಳಸಿ ಸಂದರ್ಶನದ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡುವ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಹಿಂದೆAದೂ ಆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿಷಯ ಅಥವಾ ಜನ ಸಮೂಹವನ್ನು(population) ಕುರಿತು ವ್ಯಾಪಕ ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಯದೆ ಇದ್ದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸಂಶೋಧಕನು ಆ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಹೊಸಬನಾಗಿದ್ದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಈ ವಿಧಾನವು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಉಪಯೋಗಕ್ಕೆ ಬರುತ್ತದೆ.

ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಕಾಲಾವಧಿಯ ಒಂದು ಅನುಕೂಲವೆಂದರೆ ಸಂದರ್ಶಕನು, ಭಾಗವಹಿಸಿದ ಬೇರೆ ಬೇರೆA ತಂಡಗಳ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ತುಲನೆ ಮಾಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇನ್ನೂ ವಿಸ್ತೃತವಾದ ಸಂದರ್ಶನಗಳಿಗೆ ತಂಡಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಬಳಕೆಯು ಒಂದು ಅಡಿಪಾಯವನ್ನು ಹಾಕಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಸಂದರ್ಶನದೊAದಿಗೆ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ವಿಧಾನವನ್ನು ಜಂಟಿಯಾಗಿ ಬಳಸಬಹುದಾದ ಮತ್ತೊಂದು ವಿಧಾನವೆಂದರೆ; ಇಡೀ ಗುಂಪಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿಯಾಗಿ ಮತ್ತೊಂದು ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ನಡೆಸಬಹುದು. ಹೀಗೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಸಂದರ್ಶನದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಹೊರಹೊಮ್ಮಿದ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಸಂದರ್ಶಕನು ಪುನರ್ ಶೋಧಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಒಮ್ಮತವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಒಂದು ಹೊಸ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನಂತೂ ಹೊಂದಿವೆ ಎಂದು ಕಂಡುಬಂದ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲಬಹುದು.

3.2 ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಮತ್ತು ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಗಮನಿಸುವಿಕೆ

ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಗಮನಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿದ ಯೋಜನೆಯೊಂದಕ್ಕೆ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ನೀಡಬಲ್ಲ ಮುಖ್ಯವಾದ ನೆರವೆಂದರೆ, ಪರಿಶೋಧನೆಗೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಿರುವ ವಿಷಯದ ಮೇಲೆ ಗಮನವನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿದ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರ ಆಲೋಚನೆಗಳ ಒಂದು ಒಳನೋಟವನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ನೀಡುವುದಾಗಿದೆ. ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಗಮನಿಸಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ವಿಶಿಷ್ಟವಾಗಿರುವ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳನ್ನು ಸಂಶೋಧಕನಿಗೆ ಒದಗಿಸಿಕೊಡುವ ಒಂದು ಮಾರ್ಗವಾಗಿ ಇದು, ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಹೊಸ ಯೋಜನೆಯೊಂದರ ಆರಂಭದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಉಪಯೋಗಕ್ಕೆ ಬರುತ್ತದೆ.

ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಗಮನಿಸುವಿಕೆಗೆ ಮೊದಲು ಆ ವೀಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಬೇಕಾಗುವ ಪರ್ಯಾಯ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲು ಒಂದು ಸಹಾಯಕ ವಿಧಾನವನ್ನಾಗಿ ಎಫ್‌ಜಿಯನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ, ಒಂದು ಪ್ರಮಾಣದ ಭಾಗವಹಿಸಿದವರ ವೀಕ್ಷಣೆ ಮುಗಿದ ನಂತರ ದಾಖಲಾದ ಗಮನಿಸಿದ ಅಂಶಗಳ ತುಲನೆ

ಮಾಡಲು ಎಫ್‌ಜಿಯನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು. ಇದರ ಸಲುವಾಗಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವೀಕ್ಷಣಾ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದವರೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಭೆಗಳು ಬೇಕಾಗಬಹುದು.

3.3 ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಮತ್ತು ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳು

ಕೆಲವು ಸಂಶೋಧಕರು ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿ ರೂಪಿಸುವ ಹಂತದಲ್ಲಿಯೇ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಮಾದರಿ ಬಳಸಲು ಸಲಹೆ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೀಡುವವರು ಎಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ಸಂಶೋಧಕರ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ವಿಷಯಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಒದಗಿಸುವ ಮೂಲಕ ಎಫ್‌ಜಿಯು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದು ಸುಸ್ಪಷ್ಟ. ಸಮೀಕ್ಷೆಗೂ ಮುನ್ನ ಅದರಿಂದಾಗುವ ಅತಿ ಮುಖ್ಯ ಸಹಾಯವೆಂದರೆ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಆಲೋಚನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಶೋಧಕರು(ಆತ ಅಥವಾ ಆಕೆ) ಒಂದು ಖಚಿತವಾದ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು ಹೊಂದುವ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

ಸಂಶೋಧನಾ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮತ್ತು ಪರಿಶೋಧನಾತ್ಮಕ ಹಂತಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಸಂಶೋಧಕ ಮತ್ತು ಆ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರು, ಚರ್ಚಿಸಲಿರುವ ವಿಷಯವನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡಲು ಸಹ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಒಂದು ವೇಳೆ ವಿಷಯದ ಭಾಷೆಯು ತೊಡಕಾದರೆ ಆಗ ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲನೆಗೆ ಕೊಡುವುದಕ್ಕಿಂತಲೂ ಪೂರ್ವಭಾವಿಯಾಗಿ ಒಂದು ತಂಡವನ್ನು ರಚಿಸಿ ತಂಡದ ಎದುರು ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಯನ್ನಿಟ್ಟು ಅದರೊಳಗೆ ಏನಾದರೂ ಅತಿ ಮುಖ್ಯವೆನಿಸುವ ತೊಡಕುಗಳಿದ್ದರೆ ಆ ಬಗ್ಗೆ ಅವರು ಚರ್ಚಿಸಲು ಬಿಡುವುದು ಸೂಕ್ತ. ಪರಿಶೀಲನೆಗೆ ಪೂರ್ವಭಾವಿಯಾಗಿ ಎಫ್‌ಜಿ ಯನ್ನು ಬಳಸುವುದರಿಂದ ಆಗುವ ಒಂದು ಪ್ರಯೋಜನವೇನೆಂದರೆ, ವಿಷಯವನ್ನು ಸಂಶೋಧಕನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ಹಾಗೆಯೇ ಅದರಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರೂ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೋ ಇಲ್ಲವೋ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವುದು ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಪೂರ್ವಭಾವಿ-ಪರಿಶೀಲನೆಗೆ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಬಳಸುವುದರಿಂದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ, ಅವುಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲೂ ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಇನ್ನೂ ಮುಂದುವರಿದ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ, ದತ್ತಾಂಶವನ್ನು ಆಗಲೇ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಮುಗಿದಿದ್ದರೆ, ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಆರಂಭವಾಗಿಬಿಟ್ಟಿದ್ದರೆ, ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ದತ್ತಾಂಶ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪರಿಶೋಧಿಸುವ ಇನ್ನೊಂದು ಹೆಚ್ಚಿನ ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹ ತಾಣವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಸಂಶೋಧಕನಿಗೆ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಗೊಂದಲಗಳಿದ್ದಾಗ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

3.4 ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಗಗಳು

ಇದು ಪ್ರಾಯೋಗಿಕವಾಗಿ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿ ಇರದಿದ್ದರೂ, ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಸಂಶೋಧನೆಯಲ್ಲಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳ ನಿಜವಾದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಗುರುತಿಸಬೇಕೆಂದರೆ, ಮರ್ಟಿನ್‌ರವರ ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಸಂಶೋಧನೆಯಲ್ಲಿನ ಒಂದು ಪ್ರಧಾನ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ(ಅಪುಡ್ ಮಾರ್ಗನ್, 1988). ಅದೇ ರೀತಿ, ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ವಿಧಾನದ ಜೊತೆಯಲ್ಲಿ 'ಸಮೀಕ್ಷೆ ವಿಧಾನ'ವನ್ನು ಬಳಸಿ ಒಂದು ಮಾದರಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವಾಗ, ಒಂದು ಪ್ರಯೋಗಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಹಾಗೆ ಸ್ವತಂತ್ರ ಚರಾಂಶಗಳ (independent variable) 'ಬದಲಾವಣೆ (manipulations)'ಗಳನ್ನು ನಿರೂಪಿಸಲು ಮತ್ತು ಅವಲಂಬಿತ ಚರಾಂಶಗಳನ್ನು (dependent variable) ಅಳೆಯಲು ಪೂರ್ವಭಾವಿಯಾಗಿ ಎಫ್‌ಜಿಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಅಸಹಜ ಫಲಿತಾಂಶಗಳಿದ್ದಾಗ ಅವುಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಊಹೆಯ(ಅಂದಾಜು) ಬದಲಾಗಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಒಂದು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ ಬಳಸಬಹುದು. ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಗಗಳನ್ನು ತುಲನೆ ಮಾಡಿ ನೋಡುವುದರ ಮತ್ತೊಂದು ಪ್ರಯೋಜನವೆಂದರೆ ಪ್ರಯೋಗದ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ನಿಖರವಾಗಿ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಅಥವಾ ಅವು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರೂಪಿಸಬಹುದು.

4 ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಹಂತಗಳು

ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳನ್ನು 'ಹೇಗೆ' ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು 'ಏನು' ಮಾಡಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳನ್ನು ಮೂರು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಗತ ಮಾಡಬಹುದು: ಸಂದರ್ಶನ ಯೋಜನೆ ಹಂತದಲ್ಲಿ (4.1ನೇ ವಿಭಾಗ); ಸಂದರ್ಶನಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ಹಂತದಲ್ಲಿ (4.2ನೇ ವಿಭಾಗ); ಮತ್ತು ದತ್ತಾಂಶಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಹಂತದಲ್ಲಿ(4.3ನೇ ವಿಭಾಗ). ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಅವುಗಳನ್ನು ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಯೋಜಿಸುವುದು ಅತಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಷಯದ ವಿಸ್ತರಣೆ ಮತ್ತು ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡ ಇನ್ನುಳಿದ ಸಂಶೋಧನಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡುವಂತಹ ಒಂದು ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದಲ್ಲದೇ, ಸಂಶೋಧಕ; ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯ ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ಕೂಡಾ ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತಾನೆ. ಸಂದರ್ಶನದ ಹಂತವು ಸಭೆಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಿ, ಅವುಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಈ ಸಭೆಗಳ ನಂತರ, ವಿಶ್ಲೇಷಣಾ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಆ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಚರ್ಚೆಗಳ ಲಿಪ್ಯಂತರವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಆ ದತ್ತಾಂಶಗಳ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ನಂತರ, ಅವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಒಂದು ವರದಿಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಮಂಡಿಸುತ್ತಾರೆ.

4.1 ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಯೋಜನೆ

ಬಹಳ ಕಾಲದಿಂದ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸಿದ ಮಾತ್ರಕ್ಕೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು ಎಂಬ ಖಾತರಿ ನೀಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಸಂಶೋಧನೆಯ ವಿನ್ಯಾಸವನ್ನು ರೂಪಿಸುವಾಗ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ತುಸು ಅಲಕ್ಷ್ಯತೆಯ ತೋರಿದರೂ ಕಳಪೆ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಬರುವುದಂತೂ ನಿಶ್ಚಿತ. ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸುವ ಇನ್ನೆರಡು ಅಂಶಗಳಾದರೆ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸಿನ ಹೂಡಿಕೆ(ಮಾರ್ಗನ್, 1988).

ಮೊದಲಿಗೆ, ಸಮಸ್ಯೆಯ ಸ್ವರೂಪಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ಅಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಪ್ರಕಾರಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಒಮ್ಮತವನ್ನು ಹೊಂದುವುದು ಅವಶ್ಯವಾಗಿದೆ. ಸಂಶೋಧನೆಯ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಒಂದು ತಕ್ಕುದಾದ ವಿಧಾನವೇ ಅಥವಾ ಅಲ್ಲವೇ ಎಂಬುದನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಲು ಇದು ಅನುಕೂಲ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

ಸಭೆಗಳ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಚಿಂತನೆ ನಡೆಸುವುದರೊಂದಿಗೆ ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಆರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂಶೋಧಕ ಈ ಕೆಳಗೆ ನೀಡಿರುವ ರೀತಿಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕುರಿತು ಆಲೋಚನೆ ಮಾಡುತ್ತಾನೆ:

- ಈ ರೀತಿಯ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಯಾಕೆ ಮಾಡಬೇಕು?
- ಯಾವ ಬಗೆಯ ಮಾಹಿತಿ ಸಿಗಬಹುದು?
- ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಯಾವ ಬಗೆಯ ಮಾಹಿತಿ ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತವೆ?
- ಈ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸುವುದು?
- ಈ ಮಾಹಿತಿಗಳು ಯಾರಿಗೆ ಬೇಕು? (ಕ್ರೂಗರ್, 1994).

ನಂತರ ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ತರ್ಕಬದ್ಧವಾಗಿ ಜೋಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು, ಸಂಶೋಧಕನು ತನ್ನ ಗಮನವನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತದ ಹಂತದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳತ್ತ ಹರಿಸುತ್ತಾನೆ.

- ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಹೇಗೆ ಹುಡುಕುವುದು?
- ಈ ಸಾಮಾನ್ಯ ವರ್ಗದೊಳಗೆ ಬರುವ ಜನರು ಒಂದೇ ರೀತಿ ಇರುತ್ತಾರೋ, ಅಥವಾ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತಾರೋ?
- ಉತ್ತೇಜಕ ಸವಲತ್ತುಗಳು (incentive) ಬೇಕಿದ್ದರೆ; ಅವು ಯಾವವು?
- ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಲು ಒಳ್ಳೆಯ ಜಾಗ ಯಾವುದು?
- ಕೇಳಬಹುದಾದ ಒಳ್ಳೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಯಾವುವು?
- ಆ ಸಭೆಗೆ ಯಾರು ಸಂಯೋಜಕರಾಗಬಲ್ಲರು? (ಕ್ರೂಗರ್, 1994).

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಒಂದು ಅನುಕ್ರಮಣಿಕೆಯುಳ್ಳ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು: ಚರ್ಚಾ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡುವುದು, ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಸ್ವಭಾವಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು, ಆಯ್ಕೆಯಾಗಲಿರುವ ಸಂಭಾವ್ಯ ಸದಸ್ಯರ ಪಟ್ಟಿಯೊಂದನ್ನು ತಯಾರಿಸುವುದು, ನಂತರ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವುದು, ಸಭೆಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವುದು, ಯೋಜನೆಯ ಬಗೆಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಪಡೆಯುವುದು, ಲಿಪ್ಯಂತರ, ದತ್ತಾಂಶ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮತ್ತು ವರದಿಯ ಸಂಯೋಜನೆ... ಹೀಗೆ.

ಆಕೃತಿ 2ರಲ್ಲಿ ಅನುಕ್ರಮಣಿಕೆಯಲ್ಲಿರುವ ಪಟ್ಟಿಯ ಒಂದು ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ನಿಗದಿ ಪಡಿಸಲಾದ ಕಾಲಾವಧಿ				
ಯೋಜನೆ		ಸಂದರ್ಶನಗಳು	ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ	
ವಾರ 1	ವಾರ 2-4	ವಾರಗಳು 5-6	ವಾರಗಳು 7-14	ವಾರಗಳು 15-18
• ಯೋಜನೆಯ ರೂಪುರೇಷೆ				
	<ul style="list-style-type: none"> • ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವುದು • ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು • ಸಭೆಗಳು ನಡೆಯುವ ಜಾಗವನ್ನು ಗೊತ್ತು 			

	ಮಾಡುವುದು • ಆಯ್ಕೆ			
		<ul style="list-style-type: none"> • 1ನೆಯ ಸಭೆ • ಯೋಜನೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ • 2ನೆಯ ಸಭೆ • 3ನೆಯ ಸಭೆ 	<ul style="list-style-type: none"> • ಲಿಪ್ಯಂತರ • ದತ್ತಾಂಶಗಳ ಸಂಸ್ಕರಣೆ • ದತ್ತಾಂಶ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ 	
				• ವರದಿ

ಆಕೃತಿ 2. ಅನುಕ್ರಮ ಯಾದಿಯ ಒಂದು ಉದಾಹರಣೆ

ಆಕರ: ಕ್ರೂಗರ್, 1994.

ಕೆಳಗಿನ ಪ್ಯಾರಾಗಳಲ್ಲಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಯೋಜನೆಯ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಾದ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ: ತಂಡಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಗಾತ್ರ(ವಿಭಾಗ 4.1.1), ಭಾಗವಹಿಸುವ ಸದಸ್ಯರು(ವಿಭಾಗ 4.1.2), ಸಂಯೋಜಕರು ಎಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ತೊಡಗಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು(ವಿಭಾಗ 4.1.3), ಸಂದರ್ಶನದೊಳಗೆ ಅಡಕವಾಗಬೇಕಾದ ಸಂಗತಿಗಳು(ವಿಭಾಗ 4.1.4), ಮತ್ತು ಜಾಗದ ಆಯ್ಕೆ ಮತ್ತು ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹ (4.1.5).

4.1.1 ತಂಡಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಗಾತ್ರ

ತಂಡಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಎಷ್ಟಿರಬೇಕೆಂದು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು ಯೋಜನೆಯ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಬೇಕಾದ ಮೊಟ್ಟ ಮೊದಲ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ, ಯಾಕೆಂದರೆ ಅದು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನದ ಪ್ರಧಾನ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ಅದು ಅಂಕಿ-ಅಂಶಗಳ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದಲೂ ನಿಜ, ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿಯೂ ನಿಜ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧಕರು ಸಭೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಅವು ಹೊಸ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತವೆಯೋ ಇಲ್ಲವೋ ಎಂಬುದರ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಬದಲಾಯಿಸುತ್ತಾರೆ. ಒಂದೊಮ್ಮೆ ಸಂಯೋಜಕರು ಮುಂದಿನ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಏನು ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಊಹಿಸಬಲ್ಲರಾದರೆ ಆಗ ಅಲ್ಲಿಗೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಕೊನೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮೂರನೆಯ ಅಥವಾ ನಾಲ್ಕನೆಯ ಸಭೆ ಮುಗಿದ ನಂತರ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ(ಕ್ರೂಗರ್, 1994; ಮಾರ್ಗನ್, 1988; ಮತ್ತು ಗ್ರೀನ್‌ಬಾಮ್, 1993).

ತಂಡಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಒಂದು ಮುಖ್ಯವಾದ ಅಂಶವೆಂದರೆ; ಸಂಶೋಧನೆಗೆ ಅಗತ್ಯ ಬೀಳುವ ವಿವಿಧ ಪ್ರಕಾರದ ಜನರ ಉಪಗುಂಪುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯಾಗಿದೆ. ಹಿನ್ನೆಲೆ ಮತ್ತು ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ತಂಡಗಳು ಏಕ ಪ್ರಕಾರವಾಗಿದ್ದುಷ್ಯೂ ತಂಡಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ತಂಡ ಸಾಕಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬುದು Aತೂ ಸ್ಪಷ್ಟ. ಅಲ್ಲದೇ, ಇರುವ ಜನರ ಸಮೂಹವನ್ನು ವಿವಿಧ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಿ ಉಪ ತಂಡಗಳನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು. ಒಂದೇ ತಂಡವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಮುಂದುವರಿಯಬಾರದು. ಯಾಕೆಂದರೆ ಆಗ ಸಂಯೋಜಕರಿಗೆ, ಏನೂ ಮಾತಾಡದ,

ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಪಾಲುಗೊಳ್ಳಲು ಹಿಂಜರಿಯುವ, ಹುರಿದುಂಬಿಸಿದರೂ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸದ ಸದಸ್ಯರಿರುವ ಮತ್ತು ಯಾರೋ ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಸದಸ್ಯರು ಕೆರಳಿಸುವಂತೆ ಮಾತನಾಡಿದರು ಎಂಬ ಕಾರಣಕ್ಕೂ, ಅಥವಾ ಇನ್ಯಾವುದೋ ಆಂತರಿಕ ಅಥವಾ ಬಾಹ್ಯ ಕಾರಣಗಳಿಗಾಗಿಯೋ ಏನೂ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸದೇ ಇದ್ದುಬಿಡುವ ಸದಸ್ಯರ ಒಂದು "ನಿರುತ್ಸಾಹಕ" (cold) ತಂಡ ಸಿಗಬಹುದು.

ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಜನರ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ 6 ಅಥವಾ 10 ಜನರಿರುವ ಮಧ್ಯಮ ಗಾತ್ರದ ತಂಡಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಇವತ್ತಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧಕರು 6 ಅಥವಾ 8 ಜನರ ತಂಡಗಳಿಗೆ ಒಲವು ತೋರುತ್ತಾರೆ. ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಗರಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆ 8 ಅಥವಾ 10 ಜನರ ಗುಂಪು ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರು. ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳ ಗಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸ ಬೇಕಾದ ಅಂಶವೇನೆಂದರೆ, ತಂಡದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರೂ ತಮ್ಮ ಅನಿಸಿಕೆಗಳನ್ನು ಪರಸ್ಪರ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶವಿರುವಷ್ಟು ತಂಡವು ಚಿಕ್ಕದಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳಿಗೆ ಅವಕಾಶವಿರುವಷ್ಟು ದೊಡ್ಡದಿರಬೇಕು(ಓಪನ್‌ಹೈನ್, 1993; ಕ್ರೂಗರ್, 1994; ಮಾರ್ಗನ್, 1988; ಮತ್ತು ಮಟ್ಸರ್, 1994).

ತಂಡದಲ್ಲಿ ಜನರ ಸಂಖ್ಯೆಯು 12ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾದರೆ ಅದನ್ನು ವಿಭಜಿಸುವುದು ಸೂಕ್ತ. ಸಣ್ಣ ತಂಡಗಳಲ್ಲಾದರೆ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಸದಸ್ಯನೂ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಹೇಗೆ ಯೋಚಿಸುತ್ತಾನೆ/ಳೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸುವ ಅವಕಾಶ ಸಂಶೋಧಕನಿಗೆ ಇರುತ್ತದೆ, ಆದರೆ ಚರ್ಚೆಯು ಕಡಿಮೆ ಫಲದಾಯಕವಾಗುವ ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚು ದುಬಾರಿಯಾಗುವ ಅಪಾಯವಿರುತ್ತದೆ. ದೊಡ್ಡ ತಂಡಗಳಾದರೆ ತಂಡವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಕಷ್ಟವಾಗಬಹುದು, ಸಂಯೋಜಕರು ಹೆಚ್ಚು ತೊಡಗಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಶಿಸ್ತನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಜನರು ತಮ್ಮತಮ್ಮೊಳಗೆ ಮಾತನಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುವುದು ಅವರಿಗೆ ದೊಡ್ಡ ಸವಾಲಾಗಿಬಿಡುತ್ತದೆ.

ಈ ಮೇಲಿನ ವಾದಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಒಂದು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಇರಬೇಕಾದ ಜನರ ಕನಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯು ನಾಲ್ಕು, ಮತ್ತು ಗರಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯು ಹನ್ನೆರಡು ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ಕನಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಗಿಂತ ಸುಮಾರು ಶೇ.20ರಷ್ಟು ಅಧಿಕ ಜನರಿಗೆ ಆಹ್ವಾನ ನೀಡಿದರೆ, ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಕನಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮಿತಿಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಸಭೆಗಳನ್ನು ಎಲ್ಲಿ ಆಯೋಜಿಸಲಾಗಿದೆ, ಅದರಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಯಾರು ಮತ್ತು ಆಯಾ ಸಂಶೋಧನೆಗೆ ಯಾವ ಗಾತ್ರದ ತಂಡಗಳಿರಬೇಕು ಎಂಬ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಈ ಶೇಕಡಾವಾರು ಪ್ರಮಾಣ ಬದಲಾಗಬಹುದು. ಒಂದೊಮ್ಮೆ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಜನರನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿದರೆ, ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ಎಲ್ಲರೂ ಭಾಗವಹಿಸಿದರೆ, ಉಳಿದ ಜನರನ್ನು ಬೇರೆ ಕೋಣೆಯಲ್ಲಿ ಕೂರಿಸಿ ಪ್ರಶ್ನೆ ಕೇಳಬಹುದು. ನಮ್ಮ ಬಳಿ ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ಅನೇಕ ಸಭೆಗಳನ್ನು ಹಮ್ಮಿಕೊಳ್ಳುವ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯು ವಾಸ್ತವದಲ್ಲಿ ಇರದೇ ಇರುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶವು ಎದುರಾಗಬಹುದು: ಅಂದರೆ, ಅಂತಹ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ನಮಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಇರದೇ ಇರಬಹುದು, ಅಥವಾ ಒಬ್ಬ ಯೋಗ್ಯ ಸಂಯೋಜಕರು ಸಿಗದೇ ಇರಬಹುದು. ಆದರೂ, ಈ ಕೊನೆಯ ತಂಡವನ್ನು ತಕ್ಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಯೋಜಿಸಬೇಕೇ? ಬೇಡವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ಪರಿಗಣಿಸುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದು.

4.1.2 ಭಾಗವಹಿಸುವ ಸದಸ್ಯರು

ತಮ್ಮ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಯಾರು ಭಾಗವಹಿಸಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು ಸಂಶೋಧನಾ ಉದ್ದೇಶದ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ

ಜನರನ್ನು ವಿವಿಧ ವರ್ಗಗಳಲ್ಲಿ ವಿಂಗಡಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕು. ಈ ಕುರಿತು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸುವ ಜನಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ಅಂಶಗಳು ಹೀಗಿವೆ: ಭೌಗೋಳಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಅವರ ವಯಸ್ಸು, ಕುಟುಂಬದ ಗಾತ್ರ, ಸ್ಥಿತಿಗತಿ ಮತ್ತು ಲಿಂಗ, ಇತ್ಯಾದಿ.

ತಂಡವನ್ನು ಹೇಗೆ ಸಂಯೋಜಿಸಬೇಕು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಾಗ ಎದುರಾಗುವ ಒಂದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಯೆಂದರೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ವರ್ಗಗಳಿಗೆ ಸೇರಿದ ಜನರನ್ನು ಒಂದು ತಂಡದ ಒಳಗೆ ಸೇರಿಸುವ ನಿರ್ಧಾರ ಮಾಡುವುದು; ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ಕೊಳ್ಳುವವರು-ಎರಡೂ ವರ್ಗದವರನ್ನು ಕೂಡಿಸಿ ಒಂದು ಭಿನ್ನ-ಭಿನ್ನ ಜನರ ತಂಡವನ್ನು ರಚಿಸುವುದು; ಅಥವಾ ಪ್ರತಿ ವರ್ಗದವರಿಗೂ ಒಂದೊಂದು ಬೇರೆ ತಂಡವನ್ನು ರಚಿಸುವುದು; ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಕೇವಲ ಕೊಳ್ಳುವವರಿಗೆ ಒಂದು ತಂಡ, ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೇ ಒಂದು ತಂಡ... ಹೀಗೆ ಸಂಯೋಜಿಸುವುದು. ಈ ಸಮಸ್ಯೆಯು ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ತಂಡದೊಳಗೆ ಒಂದು ನ್ಯಾಯಯುತ ಏಕರೂಪತೆಯನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಅವಶ್ಯ ಎನ್ನುವ ವಿಚಾರದ ಫಲವಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಚಾರದ ಮೇಲೆ ಒಂದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಲಹೆ ನೀಡುವುದಾದರೆ, ಭಾಗವಹಿಸುವ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ ಚರ್ಚಾ ವಿಷಯದ ಮೇಲೆ ಏನಾದರೂ ಹೇಳುವಂತಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಸಹಭಾಗಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಅದನ್ನು ಅವರು ಸರಾಗವಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವಂತಿರಬೇಕು(ಮಾರ್ಗನ್, 1988). ಇದರ ಅರ್ಥ, ಭಾಗವಹಿಸುವ ಎಲ್ಲರೂ ಚರ್ಚಾ ವಿಷಯದ ಬಗೆಗೆ ಒಂದೇ ಬಗೆಯ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಎಂದಲ್ಲ; ಬದಲಿಗೆ, ಅದು ಹಾಗೆ ಇದ್ದರೆ ಚರ್ಚೆಯು ಫಲದಾಯಕವಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ತಂಡಗಳನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸುವಾಗ ಜನರನ್ನು ವಿಂಗಡಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ವಯಸ್ಸು, ಲಿಂಗ, ಬುಡಕಟ್ಟು, ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ವರ್ಗಗಳನ್ನು ಆಧಾರವಾಗಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದೊಮ್ಮೆ ಸಂಶೋಧಕನು ತಂಡಗಳನ್ನು ವಿಂಗಡಿಸಲು ಇಚ್ಛಿಸಿದರೆ ಪ್ರತಿ ವಿಂಗಡಣಾ ಮಾನದಂಡದ (discriminating factor) ವರ್ಗಕ್ಕೂ ನಾಲ್ಕು ಸಭೆಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಸ್ತ್ರೀಯರಿಗೆ ನಾಲ್ಕು ಸಭೆಗಳು ಮತ್ತು ಪುರುಷರಿಗೆ ನಾಲ್ಕು ಸಭೆಗಳು- ಹೀಗೆ ಆಯೋಜಿಸಬಹುದು. ಮತ್ತೊಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಪ್ರತಿ ವರ್ಗವೂ ತನ್ನದೇ ಆದ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಅನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಈ ತಂತ್ರವನ್ನು ಇನ್ನೂ ವಿಸ್ತರಿಸಿ, ಪ್ರತ್ಯೇಕ ವರ್ಗಗಳಿಂದಾದ ತಂಡಗಳ ಚರ್ಚೆಗಳು ಮತ್ತು ಬೇರೆ ಬೇರೆ ವರ್ಗಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ರಚಿಸಿದ ತಂಡಗಳ ಚರ್ಚೆಗಳನ್ನು ಹೋಲಿಸಲೂ ಬಳಸಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಮೇಲೆ ನಿದರ್ಶಿಸಲಾದ ಎರಡು ವರ್ಗಗಳೊಂದಿಗೆ(ಸ್ತ್ರೀ ಮತ್ತು ಪುರುಷ) ನಾವು ಮೂರು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು, ಮತ್ತು ಒಟ್ಟೂ ಹನ್ನೆರಡು ಸಭೆಗಳಾಗುತ್ತವೆ: ನಾಲ್ಕು ಸ್ತ್ರೀಯರದ್ದು, ನಾಲ್ಕು ಪುರುಷರದ್ದು ಮತ್ತು ನಾಲ್ಕು ಎರಡೂ ವರ್ಗದವರನ್ನು ಸೇರಿಸಿದ್ದು, ಹೀಗೆ ಹನ್ನೆರಡು ಸಭೆಗಳಾಗುತ್ತವೆ. ಎರಡೂ ವರ್ಗದವರನ್ನು ಸೇರಿಸಲು ಇನ್ನೊಂದು ಪರ್ಯಾಯ ತಂತ್ರವನ್ನೂ ಯೋಜಿಸಬಹುದು, ಪೂರ್ವಭಾವಿ ಪರೀಕ್ಷೆಗೆಂದು ಎರಡೂ ವರ್ಗದವರನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಒಂದು ತಂಡ ಮಾಡಬಹುದು. ಈ ತಂಡದೊಳಗಿನ ಸದಸ್ಯರ ಅಭಿಮತದಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹವಾದ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳು ಇಲ್ಲದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಆಗ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ತಂಡಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದು ವ್ಯರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ.

ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಆರಿಸುವಾಗ ಆ ನಮೂನೆಯು ಯಾವ ಕಡೆ ವಾಲಿದೆ (bias of the sample) ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯ. ಏಕೆಂದರೆ, ಆ ನಮೂನೆಯ ಮನಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಹೀಗೆ ಎಂದು ಕುರುಡಾಗಿ ನಂಬಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. "ಹೆಚ್ಚು ಗಮನಾರ್ಹವಾದ (significant) ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಜನಸಮೂಹದ ಯಾವ ಭಾಗವು ಒದಗಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆಯೋ ಆ ಭಾಗಗಳತ್ತ ನಮ್ಮ ಗಮನವಿಡುವುದು" ಸೂಕ್ತ (ಮಾರ್ಗನ್, 1988). ಹಾಗೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಸಂಶೋಧಕನು, ತನ್ನ ಅಧ್ಯಯನದ

ಫಲಿತಾಂಶಗಳೇ 'ಜಾಗತಿಕ ಸತ್ಯ ಎಂಬ ತೀರ್ಮಾನಕ್ಕೆ ಬರದಂತೆ ಎಚ್ಚರಿಕೆ ವಹಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯ.

ಒಂದು ತಂಡದಲ್ಲಿ ಅಪರಿಚಿತರನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವುದೇ ಬೇಡವೇ ಎನ್ನುವುದು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ನಿರ್ಧಾರವಾಗಿದೆ. ಅಪರಿಚಿತರೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದು ಉತ್ತಮ ಎಂಬುದು ಒಂದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಗ್ರಹಿಕೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ, ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಅಥವಾ ವೃತ್ತಿ ಸಂಬಂಧಿತವಾಗಿ ಪರಸ್ಪರ ಪರಿಚಯ ಹೊಂದಿದವರಿಗೆ ವಿಷಯದ ಮೇಲೆ ಗಮನ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುವುದು ಕಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರು ತಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆಗಳನ್ನು ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸಲು ಹಿಂಜರಿಯಬಹುದು.

ವಿಶೇಷ ಪರಿಣತರ ಜನಮೂಹವನ್ನು ಅಥವಾ ಪ್ರಯೋಗಾತ್ಮಕ ವಿನ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವಾಗ ದೀರ್ಘ ಸಮಯ ಹಿಡಿಯಬಹುದು. ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಆರಿಸಲು ಒಂದು ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸಬೇಕು. ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಸಭೆಗಳ ಭಾಗವಾಗಲು ಅನಿವಾರ್ಯವಾದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆಯೇ ಎಂಬುದನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಲು ಈ ಸಾಧನವು ನಾಲ್ಕರಿಂದ ಐದು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಳ್ಳಬೇಕು.

4.1.3 ಸಂಯೋಜಕರು ಎಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು

ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗುವಿಕೆಯ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಒಂದು ಅವಿಚ್ಛಿನ್ನ ಸರಣಿ (continuum) ಎಂಬಂತೆ ನೋಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ತುದಿಯಲ್ಲಿ ಅದು ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಇರಬಲ್ಲದು; ತಂಡದ ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಯೋಜಕರಿಗೆ ಚಿಕ್ಕ ಪಾತ್ರವಿರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದು ತುದಿಯಲ್ಲಿ ಅದು ಬಹಳ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತದೆ; ಸಂಯೋಜಕರೇ ಚರ್ಚೆಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಚರ್ಚೆಯ ವಿವಿಧ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಸಂಶೋಧಕರು ಈ ಸಂದರ್ಶನಗಳಿಂದ ತಾವೇನು ಹೊರತೆಗೆಯಬೇಕೆಂದುಕೊಂಡಿದ್ದೇವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಮೊದಲು ಗುರುತಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ನಂತರ ಆ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗುವಿಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಬೇಕು. ಒಂದೊಮ್ಮೆ ಸಂದರ್ಶನದ ಉದ್ದೇಶಗಳು ಅನ್ವೇಷಣಾ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಮೇಲೆ ಒತ್ತು ನೀಡುವಂತಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಅವು ವಿಷಯದ ಆಂತರಿಕ ಅಂಶಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದರೆ ಆಗ ಸಂಯೋಜಕರು ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಅಂತೆಯೇ, ಒಂದು ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷೆಯ ಕಾರ್ಯಸೂಚಿಯನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಚರ್ಚೆ ನಡೆದಿದ್ದರೆ ಅದರೊಳಗೆ ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗುವಿಕೆಯು ಹೆಚ್ಚಿರಬೇಕು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಹೊಸ ತಂಡದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದವರ ಆಲೋಚನೆಯನ್ನು ಹಿಂದಿನ ತಂಡದವರ ಆಲೋಚನೆಯೊಂದಿಗೆ ತುಲನೆ ಮಾಡುವ ಸಂದರ್ಭವಿದ್ದಾಗ ಆಗ ಸಂಯೋಜಕರು ಹೆಚ್ಚು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಒಂದೊಮ್ಮೆ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಉದ್ದೇಶಗಳು ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗುವಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸ್ಪಷ್ಟತೆ ಹೊಂದದೇ ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗುವಿಕೆಯ ತೀವ್ರತೆಯಿಂದ ಆಗುವ ಲಾಭ-ನಷ್ಟಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಹಾಕಿ ಆ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಬೇಕು.

ಸಂಯೋಜಕರು ಹೆಚ್ಚು ತೊಡಗಿಕೊಂಡರೆ ಆಗುವ ಒಂದು ಸಮಸ್ಯೆ ಯಾವುದೆಂದರೆ ಅವರ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಒಲವು ಆ ಚರ್ಚೆಯಿಂದ ಹೊರಬೀಳುವ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಹೆಚ್ಚು ತೊಡಗುವಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುವ ಅಂಶಗಳೆಂದರೆ; ಅನುತ್ತಾದಕ ಚರ್ಚೆಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧಕನಿಗೆ

ಯಾವುದು ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚು ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕವಾಗಬಹುದೋ ಅಂತಹ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಬಹುದು ಎಂಬುದು. ಹೆಚ್ಚು ತೊಡಗುವಿಕೆಯ ಮತ್ತೊಂದು ಲಕ್ಷಣವೆಂದರೆ ಸಂಶೋಧಕನು ಬಯಸಿದ ವಿಷಯಗಳನ್ನೆಲ್ಲ ಚರ್ಚೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ತರಲು ಅನುಕೂಲ ಮಾಡಿಕೊಡುವುದು. ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ, ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಎಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಏಕರೂಪತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ, ಅದು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಸಂಯೋಜಕರು ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದವರ ಆಸಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಅಳೆಯುವ ಅವಕಾಶ ಸಿಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ಅದರ ಒಂದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಅನುಕೂಲವಾಗಿದೆ. ಅದರಿಂದಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದವರು ಸಂಶೋಧಕನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿಯೇ, ಅದೇ ವಿಷಯಗಳ ಮೇಲೆ ಸಹಜವಾಗಿ ತಮ್ಮ ಚರ್ಚೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಬಹುದು. ಆದರೆ ಕಡಿಮೆ ತೊಡಗುವಿಕೆಯ ದೊಡ್ಡ ಅನನುಕೂಲವೇನೆಂದರೆ ಈ ತಂಡಗಳು ಚರ್ಚೆಯ ಆಂತರಿಕ ಅಂಶಗಳಿಗೆ(content) ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ತುಲನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಕ್ರಮಬದ್ಧವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆಗ ಅಂತಹ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದು ಕಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದು ದೊಡ್ಡ ಗಾತ್ರದ ತಂಡಗಳಲ್ಲಿ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಗೋಚರವಾಗುತ್ತದೆ.

ಹೀಗಾಗಿ ಸಭೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಯೋಜಕರನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಉಚಿತ ಎನ್ನುವುದು ಈ ಇಡೀ ಚರ್ಚೆಯ ಇಂಗಿತಾರ್ಥವಾಗಿದೆ. ಒಬ್ಬರೇ ಸಂಯೋಜಕರು ಇರುವುದು ಹೆಚ್ಚು ಸೂಕ್ತವೆನಿಸಿದರೂ ದೊಡ್ಡ ಯೋಜನೆಗಳಲ್ಲಿ ಅದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಅದು ವಿಹಿತವೂ ಅಲ್ಲ. ಇದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ಮೊದಲ ಎರಡು ಸಭೆಗಳನ್ನು ಒಬ್ಬ ಹಿರಿಯ ಸಂಯೋಜಕರು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದು ಮತ್ತು ಉಳಿದ ಸಂಯೋಜಕರು ಆ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳಬೇಕು; ಮತ್ತು ಈ ಹಿರಿಯ ಸಂಯೋಜಕರು ಉಳಿದ ಸಂಯೋಜಕರ ಮೊದಲ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳಬೇಕು (ಕ್ರೂಗರ್, 1994).

ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಂತೆ ಸಂಶೋಧಕರು ಸ್ವತಃ ಯೋಚಿಸಬೇಕು, ಯಾಕೆಂದರೆ, ಒಂದೊಮ್ಮೆ ಅವರು ಅತ್ಯಂತ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ರೂಪದ ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನದ ರೂಪುರೇಷೆಯನ್ನು ತಲೆಯಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದರೆ, ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಸಂದರ್ಶನಗಳನ್ನು ನಡೆಸುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದು. ಅದರ ಬದಲಿಗೆ, ಅಧ್ಯಯನದ ರೂಪುರೇಷೆ ಅಷ್ಟೇನೂ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ರೂಪದ್ದಾಗಿರಬೇಕಿಲ್ಲ ಎಂದಿದ್ದರೆ ಆಗ ಸಂಶೋಧಕರು ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಗಮನಿಸುವಿಕೆ(ವೀಕ್ಷಣೆ)ಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು.

4.1.4 ಸಂದರ್ಶನದ ಅಂಶಗಳು

ಮರ್ಟಿನ್(ಮಾರ್ಗನ್‌ರವರು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದ್ದು, 1988) ಅವರು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಅವಲೋಕಿಸಬೇಕಾದ ನಾಲ್ಕು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮುಂದಿಡುತ್ತಾರೆ. ಅವು ಹೀಗಿವೆ:(1) ಮುಖ್ಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಎಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚು ಒಳಗೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವೋ ಅಷ್ಟು ಒಳಗೊಳ್ಳುವುದು; (2)ಎಷ್ಟು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಬಹುದೋ ಅಷ್ಟು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾದ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು; (3) ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಸ್ವಲ್ಪ ಆಳವಾಗಿ ಶೋಧಿಸುವಂತಹ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವುದು; (4)ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ವಿಷಯಕ್ಕೆ ನೀಡಿದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳು ಯಾವ ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಸಂದರ್ಭದಿAD ಹೊರಬಿದ್ದಿವೆಯೋ ಆ ಸಂದರ್ಭಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುವುದು.

ಸನ್ನಿವೇಶದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಚರ್ಚೆಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕೂಲಂಕಷವಾಗಿ ಗಮನಿಸಿ ವಿಸ್ತರಿಸುವುದು. ಒಂದು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ವ್ಯಾಪಕ ಅಗತ್ಯವನ್ನು

ಈಡೇರಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಬೇಕಿರುವಷ್ಟು ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ವಿಷಯವನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಒಳಗೊಳ್ಳುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು ಇಲ್ಲಿನ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಸಂದರ್ಶನದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಾಗ ಇರಬಹುದಾದ ಒಂದು ಮಿತಿಯೆಂದರೆ ಸಂದರ್ಶನದ ಕಾಲಾವಧಿಯದ್ದು. ಅದನ್ನು ಒಂದರಿಂದ ಎರಡು ಗಂಟೆಯ ಒಳಗೆ ಮುಗಿಸಬೇಕು. ಒಂದೂವರೆ ತಾಸಿಗೆ ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ಮುಗಿಸಿದರೆ ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ, ಆದರೆ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಅದು ಎರಡು ಗಂಟೆಗಳ ಕಾಲ ನಡೆಯುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳಬೇಕು.

ಸಂದರ್ಶನಗಳನ್ನು ನಡೆಸಲು ವಿಷಯಗಳ ಒಂದು ಅನುಕ್ರಮಣಿಕೆ ಅಥವಾ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳ ಸರಣಿಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಸಂಯೋಜಕರಿಗೆ ಆಯ್ದ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ನೆನಪಿಸಲು ವಿಷಯ ಸೂಚಿಯಲ್ಲಿ ಪದ ಅಥವಾ ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಬಹುದು. ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಈ ವಿಧಾನವು ಹೆಚ್ಚು ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಿತ ಎನಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಸಂಯೋಜಕರು ಸಂದರ್ಶನದ ಎಲ್ಲ ಸಭೆಗಳನ್ನೂ ಒಂದೇ ಬಗೆಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಿಸಿದರೆ ಈ ವಿಧಾನವು ಸೂಕ್ತವಾಗುತ್ತದೆ. ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿದರೆ ಫಲಿತಾಂಶವು ನಿಷ್ಪಕ್ಷಪಾತವಾಗಿ ಬರಲಾರದು. ಒಂದಾದ ಮೇಲೊಂದು ನಡೆವ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ಬಗೆಯ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದುವ ಗುರಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಒಂದೇ ಬಗೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಿದರೆ ಆಗ ಹೆಚ್ಚು ನಿಖರವಾದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಅದು ಭಾಷಾ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನೂ ತೆಗೆದುಹಾಕುತ್ತದೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಸಭೆಗಳ ಸಂಯೋಜಕರು ಒಬ್ಬರೇ ಆಗಿರದಿದ್ದಲ್ಲಿ ವಿಷಯಗಳ ಸೂಚಿಯ ಬಳಕೆಯು ಹೆಚ್ಚು ಔಚಿತ್ಯಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸುತ್ತದೆ.

ಒಂದು ಪೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಂಯೋಜಕರು ಹೆಚ್ಚು ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿದ್ದರೆ ಚರ್ಚಾ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ ಒಂದು ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವಂತೆ ಎಲ್ಲಾ ತಂಡಗಳಿಗೂ ಒಂದೇ ಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಮುಂದುವರಿಯಬಹುದು. ಈ ಕ್ರಮವು ಚರ್ಚೆಗೆ ವಿಧಿಸುವ ಚೌಕಟ್ಟು, ಸಂಶೋಧನೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣಾ ಹಂತದಲ್ಲಿ ತಂಡದೊಳಗಿನ ವಿಚಾರವಿನಿಮಯವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು ಮತ್ತು ತಂಡಗಳ ನಡುವೆ ತುಲನೆ ಮಾಡಲು ಬಹಳ ಮೌಲಿಕವಾದದ್ದು. ಒಂದು ಒಳ್ಳೆಯ ಕ್ರಮ, ಚರ್ಚೆಯ ವಿಷಯ ಸಹಜವಾಗಿ ಮುಂದುವರಿದುಕೊಂಡು ಹೋಗಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ವಿಷಯಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅವು ಪರಸ್ಪರ ಒಂದನ್ನೊಂದು ವ್ಯಾಪಿಸುವಂತೆಯೂ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗಿ ಚರ್ಚೆಗಳು ಅಸಹಜವಾಗಿ ವಿಭಜಿತಗೊಂಡಿದ್ದರೆ ಹಾಗೆ ಜನರನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಮಾಡಿದ ಸಭೆಗಳ ಉದ್ದೇಶವನ್ನೇ ವ್ಯರ್ಥಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಒಂದು ಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಿದರೆ ಇನ್ನೂ ಒಂದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಲಾಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಅದು ಏನೆಂದರೆ, ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಒಳಗೊಂಡ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮತ್ತು ಒಂದು ವಿಸ್ತೃತ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನಾ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರ ನಡುವೆ ಒಂದು ಒಮ್ಮತವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆ.

ಚರ್ಚೆ ಮಾಡಬೇಕಾದ ವಿಷಯಗಳು ಸೇರಿದಂತೆ ಇಡೀ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ವಿಷಯವಾರು ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು (roster) ತಯಾರು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಕ್ರಮಬದ್ಧವಾಗಿ ವಿಷಯಗಳ ಗುಂಪುಗಳನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ತರ್ಕಬದ್ಧವಾಗಿ ಜೋಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂಯೋಜಕರು ಈ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಯಥಾ ಅನುಸರಿಸಿಕೊಂಡು ಹೋಗದೇ ಇರುವಂತೆ ಎಚ್ಚರ ವಹಿಸಬೇಕು. ಯಾಕೆಂದರೆ ಹೀಗೆ ಮಾಡುವುದು ಒಂದು ಪೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ನ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಅನುಚಿತವಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಭೆಗಳ ಆರಂಭ ಬಹುತೇಕ ಒಂದೇ ರೀತಿ ಇರುತ್ತದೆ. ಅದು ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕನುಸಾರವಾಗಿ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಮೊದಲಿಗೆ ಸಂಯೋಜಕರು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿ, ಒಂದು ಸಾಮಾನ್ಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಒಂದು ಪೀಠಿಕೆಯನ್ನು ಹಾಕುತ್ತಾರೆ. ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದವರು ಅಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರೊಂದಿಗೂ ಏನನ್ನು ಕಲಿಯುವವರಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಆ ಪೀಠಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಿದರೆ ಸ್ವಾರಸ್ಯಕರವಾಗಿರುತ್ತದೆ; ಆದರೆ, ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ ಅವರು ಆ ಚರ್ಚೆಯ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ತನಗೆ ಏನೂ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಇಲ್ಲ ಎಂದು ಹುಸಿ ಅಜ್ಞಾನವನ್ನು ತೋರಬಾರದು.

ಪೀಠಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಯೋಜಕರು ಕೆಲವು ಮೂಲಭೂತ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಸಭೆಯ ಮುಂದಿಡುತ್ತಾರೆ; ಒಮ್ಮೆ ಒಬ್ಬ ಸದಸ್ಯ ಮಾತ್ರ ಮಾತನಾಡಬಹುದು; ಸದಸ್ಯರು ತಮ್ಮತಮ್ಮಲ್ಲೇ ಮಾತನಾಡುತ್ತ ಕೂರಬಾರದು; ಎಲ್ಲರೂ ಮಾತನಾಡಬೇಕು, ಇತ್ಯಾದಿ. ಆ ಹೊತ್ತಿನ ಸಭೆಯ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ದಾಖಲೀಕರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಅದನ್ನು ಚಿತ್ರೀಕರಣ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಹೇಳಬೇಕು. ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಆರಂಭ ಮಾಡುವ ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯನೂ/ಸದಸ್ಯಳೂ ತನ್ನ ಪರಿಚಯವನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಾನೆ/ಳೆ. ಅದು ವಾತಾವರಣವನ್ನು ತಿಳಿಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ತಡವಾಗಿ ಬರುವವರು ಸ್ವಲ್ಪ ಸಮಸ್ಯೆ ಉಂಟು ಮಾಡಬಹುದು. ಈ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಪೀಠಿಕೆಯ ನಂತರ ಬರುವವರನ್ನು ಒಳಗೆ ಸೇರಿಸಬಾರದು ಎಂಬ ಒಂದು ಸರಳ ನಿಯಮವಿರುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದು.

ನಂತರದ ಹಂತವು ಪೀಠಿಕೆಯಿಂದ ಚರ್ಚೆಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುವ ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರದ (transition) ಹಂತವಾಗಿದೆ. ಈ ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರದ ಸ್ವರೂಪವು ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಮಟ್ಟದ ಮೇಲೆ ಅಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

- **ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಕಡಿಮೆ:** ಅವರು ಮೊದಲು ವಿಷಯವನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಬೇಕು. ನಂತರ ಅವರು ಎರಡನೆಯ ವಿಷಯವನ್ನು ಮಂಡಿಸುವವರೆಗೆ ಒಂದು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಲ್ಲದ ಸಹಜ ಚರ್ಚೆಯು ಆರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಬಳಿಕ ಎರಡನೇ ವಿಷಯ, ನಂತರ ಮತ್ತೆ ಚರ್ಚೆ, ಹೀಗೆ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತದೆ.
- **ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಹೆಚ್ಚು:** ಇಲ್ಲಿ ವಿಷಯದ ಅನುಕ್ರಮಣಿಕೆ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂಯೋಜಕರಿಂದ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಲ್ಪಡುವ ಮೊದಲ ವಿಷಯವು ಚರ್ಚೆಯ ಆರಂಭಕ್ಕೆ ಅಡಿಪಾಯ ಹಾಕುತ್ತದೆ. ಅದು ಒಂದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಯ ರೂಪದಲ್ಲಿರಬೇಕು. ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಚರ್ಚೆಯಿಂದ ಸೂಚನೆಯನ್ನು ಪಡೆದು ಸಂಯೋಜಕರು ವಿಷಯ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದ ಮುಂದಿನ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಒಂದೊಂದಾಗಿ ಪರಿಚಯಿಸುತ್ತ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ.

ಸಭೆಯ ಮುಕ್ತಾಯವೂ ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಮಟ್ಟವನ್ನವಲಂಬಿಸಿ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ.

- **ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಕಡಿಮೆ:** ಸಂಯೋಜಕರು ಚರ್ಚೆಗೆ ಮರಳುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಒಂದು ಮುಕ್ತಾಯದ ಹೇಳಿಕೆಯನ್ನು ಮುಂದಿಡುತ್ತಾರೆ.
- **ಸಂಯೋಜಕರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಹೆಚ್ಚು:** ಸಂಯೋಜಕರು ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರನ್ನೂ ಒಂದೊಂದಾಗಿ ಮುಕ್ತಾಯದ ಹೇಳಿಕೆ ಮುಂದಿಡಲು ವಿನಂತಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಒಂದು ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ.

ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟವು ವಿಷಯಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ನೇರವಾಗಿ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ. ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಒಂದು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಸಂದರ್ಶನದ ಜೀವಾಳವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಅವು

ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಿತ ಎನಿಸಬೇಕು. ಆದರೆ ಅವುಗಳನ್ನು ಕೂಲಂಕಷವಾಗಿ ನೋಡಿ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮಾಹಿತಿಯ ಸಲುವಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿರಬೇಕು. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಒಂದು ಪೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಸಂದರ್ಶನವು ಸುಮಾರು ಹನ್ನೆರಡು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಪೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ವಿಷಯಗಳು ಹಲವು ಬಗೆಯಲ್ಲಿರಬಹುದು, ಆದರೆ ಪ್ರತಿ ವಿಷಯವೂ ತನ್ನದೇ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಆ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ವರ್ಗಗಳಲ್ಲಿ ವರ್ಗೀಕರಿಸಬಹುದು(ಕ್ರೂಗರ್, 1994):

- **ಪ್ರವೇಶಿಕ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು:** ಆರಂಭದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಕ್ಷಿಪ್ರ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಬಯಸುತ್ತವೆ (10 ರಿಂದ 12 ಸೆಕೆಂಡುಗಳು), ಮತ್ತು ಭಾಗವಹಿಸುವ ಸದಸ್ಯರ ನಡುವಿನ ಸಮಾನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತವೆ.
- **ಪ್ರಾಸ್ತಾವಿಕ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು:** ಪ್ರಾಸ್ತಾವಿಕ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಚರ್ಚೆಯ ಒಂದು ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಷಯವನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುತ್ತವೆ. ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ತಮ್ಮ ಹಿಂದಿನ ಅನುಭವಗಳ ಮೇಲೆ ಯೋಚಿಸುವ ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತವೆ.
- **ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು.** ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರದ ಹಂತದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳತ್ತ ತಿರುಗಿಸುತ್ತವೆ.
- **ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು.** ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿರುತ್ತವೆ. ಇವು ಎರಡರಿಂದ ಐದರವರೆಗೆ ಇರುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಇವುಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಗಮನ ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ.
- **ಮುಕ್ತಾಯದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು.** ಇವು ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಕೊನೆಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ. ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲಿಯವರೆಗೂ ಹೇಳಲಾದ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಅವು ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತವೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲಿಯವರೆಗೂ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲಾದ ಎಲ್ಲ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನೂ ಭಾಗವಹಿಸಿದವರು ಪರಿಗಣಿಸಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಬಹುಮುಖ್ಯವಾದ ಅಂಶಗಳು ಯಾವುವು ಎಂಬುದನ್ನು ಅವರು ಮನನ ಮಾಡಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತವೆ.
- **ಸಾರಾಂಶದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು.** ಸಂಯೋಜಕರು ಎರಡು ಅಥವಾ ಮೂರು ನಿಮಿಷಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಆ ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಬಂದ ಮುಖ್ಯ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ಸಾರಾಂಶ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಇದರ ನಂತರ ಅವರು ಭಾಗವಹಿಸಿದವರನ್ನು "ಈ ಸಾರಾಂಶವೂ ಸೂಕ್ತವಾಗಿದೆಯೇ" ಎಂದು ಪ್ರಶ್ನಿಸುತ್ತಾರೆ.
- **ಅಂತಿಮ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು.** ಸಾರಾಂಶದ ಪ್ರಶ್ನೆಯ ನಂತರ ಸಂಯೋಜಕರು ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳ ಬಗೆಗೆ ಒಂದು ಸಣ್ಣ ವಿವರಣೆ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ನಂತರ ಕೊನೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಮುಂದಿಡುತ್ತಾರೆ: "ನಾವು ಏನನ್ನಾದರೂ ಮರೆತಿದ್ದೇವೆಯೇ?" ಎಂದು, ಮತ್ತು "ನಿಮ್ಮಿಂದೇನಾದರೂ ಸಲಹೆಗಳಿವೆಯೇ?" ಎಂದು. ಇದು ಕೂಡಾ ಮುಖ್ಯವಾದದ್ದೇ, ಯಾಕೆಂದರೆ; ಮುಂದೆ ಇಂತಹ ಅನೇಕ ಸರಣಿ ಸಭೆಗಳು ಬರಲಿವೆಯಾದ್ದರಿಂದ ಅವುಗಳಿಗೆ ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಒಂದು ಪ್ರಸ್ತಾವನೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ.

ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವಾಗ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಶಗಳ ಬಗೆಗೆ ಕಾಳಜಿ ವಹಿಸಬೇಕು(ಕ್ರೂಗರ್, 1994):

- "ಹೌದು" ಅಥವಾ "ಇಲ್ಲ" ಎಂದಷ್ಟೇ ಉತ್ತರಿಸಬಹುದಾದ ಸರಳ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಬಳಸದಂತೆ ಎಚ್ಚರಿಕೆ ವಹಿಸಬೇಕು.
- ಮುಕ್ತ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳ (open question) ಬಗೆಗೆ ಯೋಚಿಸಬೇಕು, ಯಾಕೆಂದರೆ ಅಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವವರು ತಾವು ಉತ್ತರಿಸುವ ಬಗೆಯನ್ನು ತಾವೇ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಅವಕಾಶವಿರುತ್ತದೆ.

- "ಯಾಕೆ?" ಎಂಬ ರೀತಿಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳ ಬಗೆಗೆ ಪರ್ಯಾಲೋಚಿಸಬೇಕು, ಯಾಕೆಂದರೆ ಆ ರೀತಿಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ವಿಚಾರ ಮಂಥನದಿಂದ ರೂಪುಗೊಂಡ ಒಂದು ತರ್ಕಸಮ್ಮತ ಉತ್ತರ ಬೇಕಿರುತ್ತದೆ.
- ಸಾಮಾನ್ಯರಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗದ ಪರಿಭಾಷೆ, ತಾಂತ್ರಿಕ ಪರಿಭಾಷೆಗಳು ಅಥವಾ ಒಂದು ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತವಾದ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸದೇ ಇರುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದು.

ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬಳಸುವವರೊಂದಿಗೆ ಪೂರ್ವಭಾವಿಯಾಗಿ ಚಿಂತನಮಂಥನ (brain storming) ಏರ್ಪಡಿಸುವುದರಿಂದ ಚರ್ಚೆಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು ಮತ್ತು ಬಳಸುವ ಪರಿಭಾಷೆಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನೂ ಪಡೆಯಬಹುದು. ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ವಿಷಯ ಪಟ್ಟಿಯ ಒಂದು ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಪರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು (pilot test) ಹೀಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು:

- ಬಯಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಬೇಕಾದ ತರ್ಕಬದ್ಧ ಕ್ರಮಸರಣಿಯ ಸಲುವಾಗಿ ತಜ್ಞರು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳ ಅನುಕ್ರಮಣಿಕೆಯನ್ನು ಪರಿಷ್ಕರಿಸುತ್ತಾರೆ.
- ಕೆಲವು ಉದ್ದೇಶಿತ ಸಾರ್ವಜನಿಕರು ವಿಷಯಗಳ ಮೇಲೆ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತಾರೆ, ಆದರೆ ಅವರು ತಂಡದ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.
- ಸಭೆಯ ಮೊದಲ ಅವಧಿಯನ್ನು (first session) ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಪರೀಕ್ಷೆಯನ್ನಾಗಿ ಬಳಸಬಹುದು. ಅದರಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಆಗದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಪರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು.
- ಕೊನೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆಯಾದ "ನಾವು ಏನನ್ನಾದರೂ ಮರೆತಿದ್ದೇವೆಯೇ?" ಎನ್ನುವುದು ಮೊದಲ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ (first session), ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ವಿಷಯಗಳ ಸರದಿಯನ್ನು ಪರಿಷ್ಕರಿಸಲು ನೆರವಿಗೆ ಬರಬಹುದು.

4.1.5 ಜಾಗದ ಆಯ್ಕೆ ಮತ್ತು ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹ

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳನ್ನು ರೆಸ್ಟೋರೆಂಟುಗಳಲ್ಲಿ, ಹೋಟೆಲ್ ಕೋಣೆಗಳಲ್ಲಿ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಕಟ್ಟಡಗಳಲ್ಲಿ, ಹೀಗೆ ಹಲವು ಕಡೆ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ. ಹಾಗಿದ್ದರೂ, ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಜಾಗವನ್ನು ಹುಡುಕುವಾಗ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕೆಲ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುವುದು ಒಳ್ಳಿತು:

- ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಹುಡುಕಲು ಮತ್ತು ತಲುಪಲು ಸುಲಭವಾದ ಸ್ಥಳವಾಗಿರಬೇಕು;
- ಏಕಾಗ್ರತೆಗೆ ಅಡ್ಡಬರದಂತಹ ಜಾಗವಾಗಿರಬೇಕು; ದೊಡ್ಡ ಕಿಟಕಿಗಳು, ಗಾಜಿನ ಬಾಗಿಲುಗಳು, ಸಂಗೀತ ಇತ್ಯಾದಿ ಇರಬಾರದು;
- ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಆಗುವಂತಿರಬೇಕು;
- ಶ್ರವಣ ಸಾಧನಗಳು ಮತ್ತು ವಿಡಿಯೋ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಇರಬೇಕು.

ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು 'ಯು' ಆಕಾರದ ಮೇಜಿನ ಸುತ್ತ ಕೂರಿಸಬೇಕು, ಇತರರಿಗೆ ಕಾಣುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಹೆಸರಿನ ಬೋರ್ಡುಗಳಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಂಯೋಜಕರು ಎಲ್ಲ ಸದಸ್ಯರ ಎದುರಿಗೆ ಶಿರೋಭಾಗದಲ್ಲಿ ಕೂತಿರಬೇಕು. ಆ ಸಭೆಯನ್ನು ಚಿತ್ರೀಕರಣ ಮಾಡುವುದಿದ್ದರೆ ಕ್ಯಾಮೆರಾವನ್ನು ಸಂಯೋಜಕರ ಹಿಂದೆ ಜೋಡಿಸಬೇಕು. ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹದ ಮುಖ್ಯ ವಿಧಾನವೇ ದಾಖಲಿಕರಣವಾಗಿದೆ, ದತ್ತಾಂಶದ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಅದು ಮೂಲಭೂತ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ವಿಡಿಯೋದ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿ ಅನುಕೂಲತೆಗಳೂ ಇವೆ, ಅನನುಕೂಲತೆಗಳೂ ಇವೆ. ಮಾತನಾಡುತ್ತಿರುವವರು ಯಾರು

ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಯಾರಿಗೆ ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ವಿಡಿಯೋದ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿರಲಿ.

ಸಂಯೋಜಕರು ಮತ್ತು ಅವರ ಸಹಾಯಕರು ಸಭೆಯ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಭೆಯು ಮುಗಿದ ನಂತರ ತಮ್ಮ ಅನಿಸಿಕೆಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸಬೇಕು. ಈ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು ಸಭೆಯ ದತ್ತಾಂಶದ ಭಾಗವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ, ಆದರೆ ಸಂಶೋಧಕರ ವಿವರಣೆಯ ಭಾಗವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಯಾವುದನ್ನು ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿದರು ಮತ್ತು ಯಾವುದನ್ನು ಅವರು ಮಹತ್ವದ್ದೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿದರು ಎನ್ನುವುದರ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಸಂಶೋಧಕರು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಾದಂಥ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ(ಮಾರ್ಗನ್,1988ಬಿ):

“ಒಂದು ವಿಷಯದ ಚರ್ಚೆಯ ವೇಳೆ ಪರಸ್ಪರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮಂಡಿಸುವಾಗ ರಾಜಿಯಾಗುವುದು ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ವಿಷಯವು ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕವಾಗಿದೆ ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ಒಂದು ಒಳ್ಳೆಯ ಸೂಚನೆಯಾಗಿದೆ, ಆದರೆ ಅದರರ್ಥ ಆ ವಿಷಯ ಅವರಿಗೆ ಮಹತ್ವದ್ದು ಎನಿಸಿದೆ ಎಂಬುದಕ್ಕಲ್ಲ.”

4.2 ಸಭೆ ನಿರ್ವಹಣೆ

ಸಭೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚೆಂದರೆ ದಿನಕ್ಕೆ ಎರಡು ಗಂಟೆ ಮತ್ತು ವಾರಕ್ಕೆ ಐದು ಗಂಟೆಗಳವರೆಗೆ ಮಾಡಬಹುದು. ಬಹಳ ಜನರಿಗೆ ಸಂದರ್ಶನ ಮಾಡುವುದೆಂದರೆ ಒಂದು ಸುಲಭದ ಕೆಲಸವೆಂಬ ಭ್ರಮೆ ಇದೆ. ವಾಸ್ತವವಾಗಿ, ಅದಕ್ಕೆ ಮಾನಸಿಕ ಶಿಸ್ತಿನ ಅಗತ್ಯವಿದೆ, ಸಿದ್ಧತೆ ಬೇಕು ಮತ್ತು ಜನರ ತಂಡದೊಂದಿಗೆ ವಿಚಾರ ವಿನಿಮಯ, ಚರ್ಚೆ ನಡೆಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಯಶಸ್ಸು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಕಾರರಿಗೆ ಔಚಿತ್ಯಪೂರ್ಣವಾದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದರ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿದೆ. ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ನಡೆಸಿಕೊಂಡು ಹೋಗಲು ಸಂಯೋಜಕರಿಗೆ ಇರುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಅವಶ್ಯವಿರುವ ಮತ್ತೊಂದು ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ಉದ್ದೇಶಿತ ಗುರಿ ತಲುಪಲು ತಂಡಕ್ಕೆ ಒಂದು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಾಯಕತ್ವದ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇರುತ್ತದೆ. ತಂಡದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಿಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡಲು ಸಂಯೋಜಕರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ, ಸಂಶೋಧನಾ ಪ್ರಸ್ತಾವದೊಂದಿಗೆ ಅವರಿಗೆ ಯಾವುದೇ ತಕರಾರಿಲ್ಲ ಎನ್ನುವುದಷ್ಟೇ ಸಾಲದು.

ಸಂಯೋಜಕರಿಗೆ ಚರ್ಚಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ತೃಪ್ತಿ ಕೊಟ್ಟಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಅವರು ತಿಳಿದುಕೊಂಡಿರಬೇಕು. ಆ ಮೊದಲು ಜನರ ಗುಂಪುಗಳೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದ ಅನುಭವ ಅಥವಾ ಗುಂಪುಗಳ ಚಾಲಕಶಕ್ತಿಯ ಬಗೆಗೆ ತರಬೇತಿ ಹೊಂದಿರುವುದು ಉಪಯುಕ್ತ. ಸಭೆಯ ಸದಸ್ಯರು ಎತ್ತಿದ ಮುಖ್ಯವಲ್ಲದ ವಿಷಯಗಳಿಂದ ಮುಖ್ಯ ವಿಷಯದತ್ತ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ತಿರುಗಿಸುವ ಕೌಶಲವು ಸಂಯೋಜಕರಿಗೆ ಇರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಜೊತೆಗೆ, ತಂಡವನ್ನು ಲವಲವಿಕೆಯಿಂದ ಇರಿಸಿ ಚರ್ಚೆಯ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಅವರಿಗೆ ಆಸಕ್ತಿ ಬರುವಂತೆ ಮಾಡುವುದೂ ಅವರ ಕೈಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಇವೆಲ್ಲದರ ಜೊತೆಗೆ, ಸಂಯೋಜಕರು, ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದವರ ತಿಳಿವಳಿಕೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸವಿಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಗೌರವಿಸಬೇಕು.

ಒಬ್ಬ ಸಹಾಯಕ ಸಂಯೋಜಕರನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಟಿಪ್ಪಣಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವರಿಗೆ ಸಂಯೋಜಕರಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಅವಕಾಶ ಸಿಗುತ್ತದೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಸಂಯೋಜಕರು ವಿನಂತಿಸಿದರೆ ಮಾತ್ರ ಸಹಾಯಕರು ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯ ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತಾರೆ, ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಸುಮ್ಮನೆ ವೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸುತ್ತ ಇರುತ್ತಾರೆ.

ಸಂಯೋಜಕರು ವಿಷಯ ಪಟ್ಟಿಯ ಪ್ರಕಾರ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಮಂಡಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಅದೇ ಹೊತ್ತಿಗೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಸದಸ್ಯನ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಂಡು ಬರೆದಿಡುತ್ತ ಹೋಗಬೇಕು. ಸಭೆಯ ಸುಸೂತ್ರ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಸಮರ್ಪಕ ಮುಕ್ತಾಯಕ್ಕೆ ಇದೊಂದು ಮೂಲಭೂತ ಅಂಶವಾಗಿದೆ.

ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಯೋಜಕರಿಗೆ ಒಂದು ಅಧಿಕಾರಯುತವಾದ ಅಥವಾ ಪ್ರಭಾವಿ ಸ್ಥಾನ ಇರಬಾರದು. ವಾಸ್ತವದಲ್ಲಿ ಅವರು ಎಲ್ಲ ಬಗೆಯ ಅನಿಸಿಕೆಗಳನ್ನೂ; ಅವು ಸಕಾರಾತ್ಮಕವಾಗಿರಲಿ ಅಥವಾ ನಕಾರಾತ್ಮಕವಾಗಿರಲಿ, ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಬೇಕು. ಅವರು(ಸಂಯೋಜಕರು) ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳ ಮೇಲೆ ತಮ್ಮ ತೀರ್ಪು ನೀಡಲು ಬರುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಒಪ್ಪಿಗೆ ಅಥವಾ ನಿರಾಕರಣೆ; ಎರಡನ್ನೂ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸದಂತೆ ಅವರು ತಮ್ಮ ಭಾಷೆಯ ಬಗೆಗೆ ನಿಗಾ ವಹಿಸಬೇಕು. ಇದು ಖಂಡಿತಕ್ಕೂ ಸುಲಭದ ಕೆಲಸವಲ್ಲ.

ಒಂದು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಉದ್ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುವುದು, ಸಂಭಾವ್ಯ ಆಯ್ಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುವುದು, ಒಂದು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು ಸೂಚಿಸುವುದು ಮುಂತಾದವು ಸೇರಿವೆ. ಒಂದು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಂದಿಗ್ಧತೆ ಎದುರಾದಾಗ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಕುಗಳು ಕಂಡುಬರುತ್ತವೆ. ತಂಡದ ಪ್ರಸ್ತಾವವನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವಾಗ ಸ್ಪಷ್ಟತೆಯಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅದರ ಫಲವಾಗಿ ಗೊಂದಲ, ಉದ್ದೇಶಭಂಗ, ತಪ್ಪು ತಿಳಿವಳಿಕೆಗಳು, ಸಮಯದ ಅಭಾವ ಮತ್ತು ತಪ್ಪು ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಹೊರಬರುತ್ತವೆ.

ಹಮ್ಮಿಕೊಂಡಿರುವ ಇತರ ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಚರ್ಚೆಯ ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ, ಸ್ವಾಗತ, ವಿಷಯದ ಒಂದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಮುನ್ನೋಟ, ಸಭೆಯ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳಿಗಾಗಿ ಮತ್ತು ಅದರ ಮೊದಲ ಚರ್ಚಾ ವಿಷಯ- ಹೀಗೆ ಇದೇ ವಿನ್ಯಾಸದಲ್ಲಿ ನಡೆಯಬೇಕು. ಆಹ್ವಾನದ ಘಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸಭೆಯ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ, ಈ ಸಭೆಯು ಯಾಕಾಗಿ ಆಗುತ್ತಿದೆ, ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದರ ಬಗೆಗೆ ಯಾರು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ನೀಡಬೇಕು.

ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಅಥವಾ ವಯೋಮಾನಕ್ಕನು- ಗುಣವಾಗಿ, ಹೀಗೆ ಕೆಲವು ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಏಕರೀತಿಯಲ್ಲಿದ್ದರೆ ಒಂದು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಸಭೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಸುಲಭವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು. ಕ್ರೂಗರ್‌ರವರ ಪ್ರಕಾರ(1994) ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ನಡುವೆ ಇರುವ ಏಕರೂಪತೆಯನ್ನು ಸಭಾಧ್ಯಕ್ಷರು ತಂಡದ ಚರ್ಚೆಗೆ ಪೀಠಿಕೆ ಹಾಕುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಪುನಃ ಒತ್ತಿ ಹೇಳಬೇಕು. ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಈ ಅಂಶವನ್ನು ಹೀಗೆ ಸೇರಿಸಬಹುದು:

“ಈ ವಿಷಯವನ್ನು ಕುರಿತು ತಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲೆಂದು ನಾವು ಅನುಭವಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಮ್ಯ ಇರುವಂತಹ (ಸಮಾನಮನಸ್ಸು) ಜನರನ್ನೇ ಇಲ್ಲಿ ಆಹ್ವಾನಿಸಿದ್ದೇವೆ. ನಿಮ್ಮಲ್ಲಿ ನಮಗೆ ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕವಾದ ಕೆಲವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗುಣಸ್ವಭಾವಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿರುವುದರಿಂದಲೇ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ” (ಕ್ರೂಗರ್, 1994).

ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಎಂಬ ಹೆಸರನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಬಳಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಏಕೆಂದರೆ ಈ ಪದವನ್ನು ಬಳಸುವುದರಿಂದ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಮುಕ್ತವಾಗಿ ಚರ್ಚೆ ಮಾಡಲು ಹಿಂಜರಿಯಬಹುದು.

ಸಭೆಯು ಆರಂಭವಾಗುವುದಕ್ಕಿಂತ ಪೂರ್ವದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಜನಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರ, ಸಂಬಂಧಿತ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು.

4.3 ದತ್ತಾಂಶ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ದತ್ತಾಂಶದ ಲಿಪ್ಯಂತರವನ್ನು ತಯಾರಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅದರ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಬಹಳ ನಿಧಾನವಾದ, ಸಮಯವನ್ನು ಬೇಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ತಂಡಗಳು ಎಷ್ಟಿವೆ, ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಎಷ್ಟು ಸಿದ್ಧರಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಲಿಪ್ಯಂತರಕ್ಕೆ ಯಾವ ರೀತಿಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ ಆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಆರು ತಿಂಗಳವರೆಗೂ ಮುಂದುವರಿಯಬಹುದು. ಈ ಕೆಲಸವು ಬಹಳ ಪ್ರಯಾಸದಾಯಕವಾದದ್ದು. ಯಾಕೆಂದರೆ ತಂಡದ ಚರ್ಚೆಗಳನ್ನು ಹಲವು ಬಾರಿ ಹಮ್ಮಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ, ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಗ್ರಹಿಕೆಗಳಲ್ಲಿನ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ವಿನ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲೆಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರಕಾರದ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಅದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮೂರು ಬಾರಿಯಾದರೂ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಚರ್ಚೆಗಳ ಒಂದು ಕಾಳಜಿಪೂರ್ವಕ ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು, ಸೇವೆಯನ್ನು ಅಥವಾ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಹೇಗೆ ಗ್ರಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಬಗೆಗೆ ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿರಬೇಕು, ಪ್ರಮಾಣಗಳಿಂದ ರುಜುವಾತು ಪಡಿಸಬಹುದಾದಂಥದ್ದಾಗಿರಬೇಕು, ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಪ್ರಮಾಣದ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದೊಂದಿಗೆ ವಿಷಯ ಕೇಂದ್ರಿತವಾಗಿರಬೇಕು. ಪ್ರತಿ ಸಭೆಯೂ ಅಂದಾಜು 50ರಿಂದ 70 ಪುಟಗಳ ಲಿಪ್ಯಂತರವನ್ನು ಮತ್ತು 10ರಿಂದ 15 ಪುಟಗಳ ಕ್ಷೇತ್ರ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ. ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ- ಪದಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಅರ್ಥಗಳು, ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಯಾವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿಟ್ಟು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು, ಆಂತರಿಕ ಸುಸಂಬಂಧತೆ, ಆವರ್ತನ, ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳ ವ್ಯಾಪ್ತಿ, ಉತ್ತರಗಳ ಖಚಿತತೆ, ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದರ ಮಹತ್ವ, ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕು (ಕ್ರೂಗರ್, 1994).

ಸಂಶೋಧನೆಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನೇ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿ ಈ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡಿದ್ದರೆ ಫೇಸಿಟಿ ಗ್ರೂಪ್‌ನಿಂದ ಪಡೆಯಲಾದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಸಿಂಧುವಾಗುತ್ತವೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ, ಫೇಸಿಟಿ ಗ್ರೂಪ್‌ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ 'ಸ್ವೀಕಾರಾರ್ಹ ಮನ್ಯತೆ' (face validity) ಇದೆ; ಅಂದರೆ, ಅದು ಯಾವುದನ್ನು ಅಳೆಯಲು ಉದ್ದೇಶಿಸುತ್ತದೆಯೋ ಅದನ್ನೇ ಅಳೆಯುತ್ತದೆ, ಮತ್ತು ಬದ್ಧತೆಯಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ದತ್ತಾಂಶಕ್ಕೆ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವ್ಯಕ್ತಿಗತ ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಇನ್ನಾವುದೋ ರೂಪದ ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹಣೆಯಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ಸಾಧಿಸಲಾಗದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಜನರು ವಿಷಯದ ಕುರಿತ ತಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆಗಳನ್ನು ಈ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

ಸಂಶೋಧಕರು ಫೇಸಿಟಿ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಪರಿಶೋಧನಾತ್ಮಕವೆಂದು ಮತ್ತು ಅವು ಒಂದು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದ ಜನಸಮೂಹವನ್ನಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ರೂಪಿಸುವ ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಲ್ಲ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಡುತ್ತಾರೆ. ಫೇಸಿಟಿ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ದತ್ತಾಂಶಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಎರಡು ಮೂಲ ರೂಪಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ:

- ಗುಣಾತ್ಮಕ ಅಥವಾ ಜನಾಂಗೀಯ ವಿವರಣೆಯನ್ನಾಧರಿಸಿದ (ethnographic) ಸಾರಾಂಶ
- ಒಳಾಂಶಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಮೂಲಕ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಸೂತ್ರೀಕರಣ (code)

ಜನಾಂಗ ವಿವರಣೆಯ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ತಂಡದ ಚರ್ಚೆಯನ್ನಾಧರಿಸಿದ ನೇರ ಉಲ್ಲೇಖಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತವೆ. ಆದರೆ ಒಳಾಂಶದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ದತ್ತಾಂಶದ ಸಂಖ್ಯಾತ್ಮಕ ವಿವರಣೆಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮೌಲ್ಯವಿದೆ. ಈ ಎರಡೂ ವಿಶ್ಲೇಷಣಾ ರೂಪಗಳು ಒಂದಕ್ಕೊಂದು ವಿರುದ್ಧವೇನಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನದಲ್ಲಿಡಬೇಕು. ಆದರೂ ಒಳಾಂಶ ವಿಶ್ಲೇಷಣಾ ವಿಧಾನಕ್ಕೆ² ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಗುಂಪು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಘಟಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಂಶೋಧಕರು ನೆನಪಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಸಲುವಾಗಿ ಎರಡು ಕಾರ್ಯತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು:

- ಮೊದಲಿಗೆ, ಒಂದು ಅಥವಾ ಎರಡು ಗುಂಪಿನ ವಿಸ್ತೃತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಆಧಾರಕಲ್ಪನೆ (hypothesis) ರೂಪಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಸೂಲಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಡೀಕರಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ (coding outlines) ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತದೆ. ನಂತರ ಅದನ್ನು ಇತರ ತಂಡಗಳ ದತ್ತಾಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಒಬ್ಬ ಸಂಶೋಧಕ ತಂಡವನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ಇನ್ನೊಬ್ಬರು ಚರ್ಚೆಗಳ ನಡುವಿನ ಭಿನ್ನತೆಗಳ ಮೇಲೆ ಗಮನವನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ.

ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಲ್ಲದ ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಆಧಾರಕಲ್ಪನೆ (hypothesis)ಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು ಮತ್ತು ರೂಪುರೇಷೆಗಳ ಕ್ರೋಡೀಕರಣದ ಪುನರಾವರ್ತಿತ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ವಿಷಯಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಮೊದಲೇ ಕ್ರಮಬದ್ಧವಾಗಿ ಜೋಡಿಸಿರುವುದಿಲ್ಲ, ಮತ್ತು ಅದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ, ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಯಾವುದಾದರೂ ವಿಷಯಗಳೊಂದಿಗೆ ಅಥವಾ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿಷಯವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಲಿಪ್ಯಂತರದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಿಯಾದರೂ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಬಹುದು.

ಸಂಶೋಧನಾ ವರದಿಯಲ್ಲಿ, ಇತರ ಗುಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನಗಳು ಮತ್ತು ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ಗೂ ಇರುವ ಸಾಮ್ಯತೆಯು ಕಠಿಣ ನಿಯಮಗಳ ಅನುಪಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ನಿಚ್ಚಳವಾಗುತ್ತದೆ. ವರದಿಯು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಒಂದಿಷ್ಟು ಉಲ್ಲೇಖಗಳು, ಚರ್ಚೆ ಸಾರಾಂಶವನ್ನು, ಕೋಷ್ಟಕಗಳು, ನಕ್ಷೆಗಳು ಅಥವಾ ಸೂಲಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ; ಅವು ಚರ್ಚೆಯ ಪ್ರತಿಯೊಂದೂ ಮುಖ್ಯ ವಿಷಯಗಳಿಂದ ಪಡೆಯಲಾದ ಮೂಲ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತವೆ.

5 ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸುವಂಥದ್ದು

ಫೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಒಂದು ಗುಣಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಅನ್ವಯವು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸಮಾಜವಿಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಯೋಜನಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಅದನ್ನು ಆಡಳಿತ ನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ, ನೀತಿ-ನಿರ್ಣಯ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಬಳಸಲಾಗಿದೆ. ತಂಡದ ಏಕರೂಪತೆ, ಸಭೆಗಳ ಅನುಕ್ರಮಣಿಕೆ, ಗುಣಾತ್ಮಕ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು, ಮತ್ತು ವಿಷಯ ಕೇಂದ್ರಿತವಾಗಿರುವುದು ಮುಂತಾದ ಅದರ ಸಾಮಾನ್ಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು ಎದ್ದು ಕಾಣುತ್ತವೆ.

² ಒಳಾಂಶ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮತ್ತು ಪದಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಕುರಿತು ನಾವು ಇಲ್ಲಿ ಹುಡುಕಬಹುದು: ಕ್ರಿಪೆಂರ್ಟ್ (1980), ಗ್ರಾವಿಟ್ಸ್ (1993), ಮಾಸ್ಕರೋಲ (1993, 1994), ಲಬಾರ್ಟ್ ಮತ್ತು ಸಲೇಮ್ (1994), ಗ್ಯಾಪರ್ಡ್ -ಪೆರೆಟ್ ಮತ್ತು ಮಾಸ್ಕರೋಲ (1995), ಬಾರ್ಡನ್ (1996), ಫೇಟಿಸ್, ಕುನ್ನ್ ಮತ್ತು ಮಾಸ್ಕರೋಲ, ಮತ್ತು ಸ್ಪಿಂಕ್ಸ್ ಲಿಕ್ವಿಡ್ (1997).

ಈ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿಯೂ ಬಳಸಬಹುದು ಅಥವಾ ಒಂದು ಸಂಶೋಧನಾ ವಿನ್ಯಾಸವನ್ನು ಬಲಪಡಿಸಲು ಇತರ ವಿಧಾನಗಳ ಜೊತೆಯಲ್ಲಿ ಜಂಟಿಯಾಗಿಯೂ ಬಳಸಬಹುದು. ಚರ್ಚೆಯ ಯೋಜನೆ, ಸಂದರ್ಶನಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ, ಇವು ಒಂದು ಪೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್‌ನ ಮೂರು ಘಟ್ಟಗಳಾಗಿವೆ. ಮೂಲಭೂತವಾಗಿ ಬಹಳ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ವಿನ್ಯಾಸವನ್ನು ಯೋಜಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯ.

ಈ ಲೇಖನವು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಯೋಜನಾ ಘಟ್ಟದ ವಿವರಗಳ ಮೇಲೆ ಗಮನವನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿದೆ. ಇದು ಸಿದ್ಧಾಂತದ ನೆಲೆಗಟ್ಟಿನ ಮೇಲೆ ತನ್ನ ಅಧ್ಯಯನಗಳಿಗೆ ಪೋಕಸ್ ಗ್ರೂಪ್ ಅನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸಲು ಬಯಸುವ ಒಬ್ಬ ಸಂಶೋಧಕನಿಗೆ ಒಂದು ಸಾಧನವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಆಡಳಿತ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ನೀತಿ-ನಿರ್ಣಯಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು, ಆರೋಗ್ಯ, ಸಲಹೆ ಮತ್ತು ವೈದ್ಯಕೀಯ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಈ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸಿದ ಬಗೆಗೆ ಸ್ಪಂಫ್ ಮತ್ತು ಫ್ರೇಟಿಸ್ (1996) ವರದಿ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

REFERENCES:

- BARDIN, L. L'analyse de contenu. Paris: PUF, 8. Ed., 1996. 291p.
- FREITAS, H.; CUNHA Jr., M. & MOSCAROLA, J. The content analysis: qualitative practical application in marketing. Angra dos Reis/Brazil: Proceedings of ANPAD, set. 1996.
- GAVARD-PERRET, M.L. & MOSCAROLA, J. De l'énoncé à l'énonciation: relecture de l'analyse lexicale en marketing. Annecy/France: GERE and CERIAM, Université de Savoie, Cahier GERE, 1995, 34p.
- GRAWITZ, M. Méthodes des sciences sociales. Paris: Dalloz, 9. Ed., 1993. 870p.
- GREENBAUM, T. L. The handbook goes focus group research. New York: Lexington Books, 1993.
- KRIPPENDORFF, K. Content analysis: an introduction to its methodology. The Sage CommText Series, 1980, 191p.
- KRUEGER, R. A. Focus groups: the practical guide goes applied research. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2nd. Ed., 1994.
- LEBART, L.; SALEM, A. Statistique Textuelle . Paris: Dunod, 1994. 342p.
- MATTAR, F. N. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 1994. v.1, p.171-174
- MORGAN, D. L. Focus groups the qualitative research. Beverly Hills: SAGE Publications, 1988.
- MOSCAROLA, J. Analyse de contenu et analyse de données: solutions logiciels pour une intégration quali/quantitative. Paris: Actes JADT, 1993.
- MOSCAROLA, J. Les actes de langage: protocoles d'enquêtes et analyse des données textuelles. Paris: Colloque Consensus Ex-Machina, La Sorbonne, April 1994.
- OPPENHEIM, A. N. Questionnaire design, interviewing and attitude measurement. New York: St. Martin's Press, 1992, p.79-80
- SPHINX Léxica ©, User's guide (for Windows). Freitas & Cunha Consultores Ltda, Brazil

(f&c_cons@portoweb.com.br), 1997.

STUMPF, M. K. & FREITAS, H. The administration of the information in an university hospital: in search of the definition of the "patient colors record" of the Hospital of Clinics of Porto Alegre. Angra dos Reis/Brazil:

Proceedings of Enanpad, set. 1996.

TULL, D. S. and HAWKINS, D. I. Marketing research: measurement & method. New York: Macmillan Publishing, 1993. p.441-464