ফোকাস গ্রুপ আলোচনা : সামাজিক গবেষণায় উপযোগী বিশেষ গুণগত পদ্ধতি

ইসরাত আহমেদ*

ক. সূচনা

সামাজিক বিজ্ঞানে গুণগত পদ্ধতি সমূহের অন্যতম ফোকাস গ্রুপ আলোচনা পদ্ধতি বর্তমানে বিশেষায়িত কিছু ক্ষেত্রে ব্যাপকভাবে ব্যবহৃত। এই পদ্ধতিটি একই সাথে বিতর্কিত এ কারণে যে, একে অধুনা সামাজিক বিজ্ঞানের একটি পদ্ধতি বলা হলেও এটি সনাতনী কোন গবেষণা পদ্ধতি নয়। বরং এটি মার্কেটিং গবেষণায়ই অধিক ব্যবহৃত। এই গবেষণা পদ্ধতির ব্যবহার ও উপযোগিতা নিয়ে নানা বির্তক থাকলেও সামাজিক বিজ্ঞানে এই পদ্ধতির সতর্ক প্রয়োগ অনেক ক্ষেত্রেই গবেষকের জন্য স্বল্প সময়ে প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহে উপযোগী হতে পারে।

এই প্রবন্ধে ফোকাস গ্রুপ পদ্ধতির সমালোচনা তুলে ধরা উদ্দেশ্য নয় বরং এর বিভিন্ন দিক সম্পর্কে একটি মূল্যায়ণ তুলে ধরা হবে। এই রচনায় এই নির্দিষ্ট পদ্ধতিটির প্রকৃতি, পরিধি, গুরুত্ব ইত্যাদি ছাড়াও এর সুবিধা ও পদ্ধতিগত সীমাবদ্ধতা সমূহও যাচাই করা হবে। আলোচনার সুবিধার্থে বিষয় বস্তুকে কতগুলো অংশে ভাগ করে বর্ণনা করা হবে। এক্ষেত্রে 'খ' অংশে ফোকাস গ্রুপ পদ্ধতির একটি

---

*প্রভাষক, নৃবিজ্ঞান বিভাগ, জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়

সাধারণ পরিচয় তুলে ধরা হবে। 'গ' অংশে সামাজিক বিজ্ঞানে ফোকাস গ্রুপ পদ্ধতিটির উত্থান সম্পর্কে একটি ঐতিহাসিক বিশ্লেষণ দেয়া হবে। 'ঘ' অংশে এই পদ্ধতি পরিচালনায় সংশ্লিষ্ট বিষয়াবলী সম্পর্কে একটি ধারণা দেয়া হবে। প্রবন্ধের 'ঙ' অংশে এই পদ্ধতির সুবিধা ও প্রতিবন্ধকতা সমূহের মূল্যায়ন করা হবে এবং 'চ' অংশে রয়েছে সামগ্রিক উপসংহার।

খ. 'ফোকাস গ্রুপ' এক বিশেষ দলীয় আলোচনা পদ্ধতি

সামাজিক প্রাণী হিসেবে মানুষের দলীয় অবস্থান একটি সাধারণ অভিজ্ঞতার বিষয়। অর্থাৎ আমরা সাধারণতঃ কোন না কোন ভাবে সমাজে একাধিক ব্যক্তির সমন্বিত দলে অন্তর্ভূক্ত এবং বিভিন্ন বিষয়ে ব্যক্তির সাথে ব্যক্তির আন্তঃসম্পর্কের মাধ্যমে এই দলীয় অবস্থান বজায় রাখি। আন্তঃ ব্যক্তিক সম্পর্ক জালের মধ্য দিয়ে মানুষ সাধারণতঃ তার নিজের পরিকল্পনা, সিদ্ধান্ত গ্রহণ, উপদেশ লাভ, জ্ঞান আহরণ, আত্ম সংশোধন কিংবা এ ধরনের আরো অনেক বিষয়ে দলের উপর নির্ভরশীল। অর্থাৎ মানুষ সামাজিক দলের সদস্যতার মধ্য দিয়ে নিজে প্রভাবিত হয়। একই সাথে সমাজ ও মানুষের দলগত অবস্থান ও ব্যক্তির চিন্তাধারা ও জগৎ সম্পর্কে তার ধারণাকে প্রকাশ করে।

সমাজে আমরা দলবদ্ধভাবে অবস্থান করি এবং ব্যক্তিক যোগাযোগ সবসময়ই দলীয় প্রেক্ষিতকে প্রকাশ করে না। তবে বিভিন্ন কারণে বা বিভিন্ন সময়ে কোন বিশেষ উদ্দেশ্য বা কর্মকে সামনে রেখে দল (group) গঠিত হতে পারে। যেমন কখনো কোন প্রতিষ্ঠানে বা সংগঠনে কর্মী নির্বাচনে 'দল' গঠন প্রয়োজন হয়। কিংবা কখানো সিদ্ধান্ত গ্রহণে দলীয় আলোচনা প্রয়োজন হয়ে পড়ে। সেটি পারিবারিক কিংবা প্রাতিষ্ঠানিক যে কোন পর্যায়েই হতে পারে। তবে একটি দল বা group-এ বিভিন্ন মতামত প্রকাশের সুযোগ থাকে বলে চূড়ান্ত সিদ্ধান্ত গ্রহণে ভালোমন্দ উভয় দিকই এর মধ্য দিয়ে যাচাইয়ের সুযোগ থাকে। এমনকি গবেষকগণও দলীয় আলোচনার মধ্য দিয়ে তাদের উদ্দেশ্য নির্বাচন বা পদ্ধতিগত বিভিন্ন দিকগুলো যাচাই করে থাকেন।

তবে আলোচ্য ফোকাস গ্রুপ এমন একটি দলীয় আলোচনা পদ্ধতি যেখানে নির্ধারিত সংখ্যক অংশগ্রহণকারী বিশেষ উদ্দেশ্যকে সামনে রেখে দল গঠন করে এবং

একটি নির্ধারিত বিষয়ে সম্মিলিত আলোচনায় অংশ গ্রহণ করে। এই আলোচনার ফলাফল গবেষকের গবেষণায় ভূমিকা রাখে যা আলোচনার সময় কালেই লিপিবদ্ধ বা অন্য উপায়ে ধারণ করা হয়। তবে ফোকাস গ্রুপ আলোচনাকে পরিচালিত করার ক্ষেত্রে গবেষকের একটি ভূমিকা থাকে। এই বিশেষ দলীয় আলোচনাতে অংশগ্রহণকারীদের প্রত্যয়ন (perception), দৃষ্টিভঙ্গি, ধ্যানধারণা, মূল্যায়ন, মতামত ইত্যাদি প্রকাশের অবাধ সুযোগ থাকে। আলোচনার মধ্য দিয়ে গবেষক একটি নির্দিষ্ট বিষয়ে তথ্যদাতা দলের সামগ্রিক ধারণাগুরো সম্পর্কে অবহিত হন। যেহেতু এই আলোচনা পদ্ধতি নির্ধারিত উদ্দেশ্য নির্ভর এবং এই দলীয় আলোচনাকে নিয়ন্ত্রিত ও পরিচালিত করা হয়, তাই ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার পদ্ধতির সাথে মৌলিক পার্থক্য লক্ষ্য করা যায়। সেই অর্থে, এই পদ্ধতিতে নির্ধারিত বিষয় সম্পর্কিত আলোচনার এক সীমাবদ্ধতার নির্দেশ লক্ষ্য করা যায়।

গ. সময়ের আর্বতে 'ফোকাস গ্রুপ' পদ্ধতির উত্থান

সামাজিক বিজ্ঞান সহ অন্যান্য অ্যাকাডেমিক গবেষকগণ কর্তৃক ফোকাস গ্রুপের আগমনকে স্বাগত জানানোর ইতিহাস খুব বেশী দিনের নয়। অনেকেই এর উত্থানকে সময়ের প্রয়োজন হিসেবে চিহ্নিত করেছেন (স্কুগার ১৯৮৮ ঃ ১৮)। ত্রিশ দশকের শেষ দিক থেকে সামাজিক বিজ্ঞানীগণ তথ্য সংগ্রহের গুরুত্ব দিতে শুরু করেন। এক্ষেত্রে, যে বিষয়টি সামাজিক বিজ্ঞানীগণকে বেশী তাড়িত করেছে তা হলো প্রথাগত প্রশ্নমালাভিত্তিক গবেষণায় উত্তরের সীমাবদ্ধতা। এক্ষেত্রে, উত্তরদাতাদের তথ্যের অসম্পূর্ণতা, সীমাবদ্ধতা ছাড়াও গবেষক কম পূর্ব নির্ধারিত ও আরোপিত ধারণার সমস্যাও গবেষকদের অন্যতম আশঙ্কার বিষয় ছিল। এসব সমস্যার বিভিন্ন দিক বিবেচনা করে সামাজিক বিজ্ঞানীগণ এমন পদ্ধতির কথা ভাবতে শুরু করেন যেখানে গবেষকের প্রভাব বিস্তারকারী ও কম প্রত্যক্ষ নির্দেশকের ভূমিকা পালন করতে সক্ষম হবেন। সেই সাথে উত্তরদাতা যা সঠিক বলে বিবেচনা করে এই খোলাখুলি কিংবা বিস্তারিত ভাবে প্রকাশের অবাধ সুযোগ লাভ করবেন। অর্থাৎ বিকল্প পদ্ধতিতে গবেষকের চেয়ে উত্তরদাতার ভূমিকাই বেশী প্রত্যক্ষ হবে বলে ধরে নেয়া হয়।

অনিয়ন্ত্রিত সাক্ষাৎকারের বিষয়টি সামাজিক বিজ্ঞানী ও মনস্তাত্বিকদের দ্বারা বেশী অনুভূত হচ্ছিল ত্রিশ ও চল্লিশ-এর দশকের দিকে। তবে দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের সময়ে সামরিক বাহিনীর স্বপক্ষে মনোবল বৃদ্ধির ক্ষেত্রে নির্ধারিত বিষয়ভিত্তিক দলীয় আলোচনার উত্তরোত্তর প্রচলন বৃদ্ধি পায়। তবে বর্তমানে ফোকাস গ্রুপ-এর যে মূল্যবোধ ও প্রক্রিয়ার প্রচলন রয়েছে তার অধিকাংশই সূচিত হয় রবার্ট কে মার্টন, মারজারি ফিস্ক ও প্যাট্রিসিয়া এল. ফেণ্ডাল এর The Focused Intervew (১৯৫৬) গ্রন্থে। পরবর্তীকে মার্টন ও তার সহযোগীদের এই পদ্ধতিকে সামাজিক বিজ্ঞানের প্রেক্ষাপট থেকে মার্কেটিং গবেষণায় স্থানান্তরিত করেন পল ল্যাজারস্ফিল্ড ও অন্যান্যরা (১৯৭২)। তবে ফোকাস গ্রুপ গবেষণা পদ্ধতি হিসেবে মার্কেটিং এ বিশেষ পরিচিতি লাভ করে সামাজিক বিজ্ঞানের চেয়েও।

ঐতিহাসিক প্রেক্ষাপটে গবেষণা পদ্ধতি হিসেবে ফোকাস গ্রুপের আগমনকে বিশ্লেষণ করতে গেলে সামাজিক বিজ্ঞানে এর অপসৃয়মান অস্তিত্বকেই আবিষ্কার করা হয়। মার্টনের আবিষ্কৃত পদ্ধতি সম্পর্কিত প্রকাশনা খুবই নগন্য যা সামাজিক বিজ্ঞানে এর জনপ্রিয়তাকে বৃদ্ধি করতে পারেনি। যেমন ঃ The Student Physician (১৯৫৭) গ্রন্থে মার্টন ও অন্যান্যরা ছাত্রদের ডায়রী থেকে বিভিন্ন উদ্ধৃতি ও তথ্য দিলেও গবেষকগণ যে এতে প্রাপ্ত তথ্যাদি ফোকাস গ্রুপ আলোচনা থেকে পেয়েছেন তা তারা উল্লেখ করেন নি। (১৯৮৮ ঃ ১১) সমসাময়িক সময়েই দল বা গ্রুপে আলোচনার বিষয়টি সামাজিক মনস্তত্বে সম্পর্কিত করা হলেও গবেষণায় গুণগত উপাত্ত সংগ্রহের ক্ষেত্রে অংশগ্রহণ নীরিক্ষা (participant observation) ও ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার পদ্ধতি সমূহই মূখ্য হয়ে উঠে। এভাবে দেখা গেছে ফোকাস গ্রুপ পদ্ধতি হিসেবে এক ধরনের নীরব অবহেলার সম্মুখীন হয় যা এর আবিষ্কারকদের চোখ এড়িয়ে অন্য অ্যাকাডেমিক ব্যক্তিত্ব, কিংবা বাজার জরীপ সংক্রান্ত কাজেই বেশী অন্তর্ভূক্ত হয়ে পড়ে।

তবে সামাজিক বিজ্ঞানে গবেষণার ক্ষেত্রে দলীয় (group interviw) সাক্ষাৎকার যে প্রচলিত ছিল না তা নয়, তবে এর প্রচলন ছিল ধীরগতির। এসব দলীয় আলোচনার মূল বিষয় ছিল তথ্যদাতাদের একযোগে প্রাপ্যতা (availability)। কিন্তু এটি সামাজিক বিজ্ঞানে একটি নিয়মতান্ত্রিক গবেষণা পদ্ধতি হিসেবে গড়ে উঠতে পারেনি। ফোকাস গ্রুপের সনাক্তকারী বৈশিষ্ট্যই হলো এমন তথ্য প্রাপ্তির

সম্ভাবনা যা কোন দলের উপস্থিতি ছাড়া পাওয়া সম্ভব নয়। সে কারণেই এই পদ্ধতিটি মার্কেটিং গবেষণার জন্য অধিক উপযোগী হিসেবে সংশ্লিষ্ট গবেষক ও প্রস্তুতকারকদের প্রশংসা পেয়েছে। শুধু তাই নয়, উৎপাদিত পণ্যের বাজারজাতকরণের পরিকল্পনা নিধারণের ক্ষেত্রেও ফোকাস গ্রুপ বিশেষ ভূমিকা রাখতে সক্ষম হয়েছে। Coe এবং Maclachlan (১৯৮০) একটি গবেষণায় দেখেছেন বিজ্ঞাপন নির্মাতাদের মাঝে তাদের নির্মিত টিভি বিজ্ঞাপনের মান যাচাইয়ের ক্ষেত্রে ফোকাস গ্রুপ অত্যন্ত উপযোগী একটি পদ্ধতি (১৯৮০ ঃ ২০)।

পণ্যের মান যাচাইয়ের পাশাপাশি পণ্যের বিজ্ঞাপন প্রচারের বাইরেও ফোকাস গ্রুপ অত্যন্ত ফলদায়ক প্রমাণিত হয়েছে। Robert Vichas (১৯৮৩) এ ধরনের উদাহরণ হিসেবে দেখান যে, একটি ছায়াছবি নির্মাতা সংস্থা কাজের স্বীকৃতি হিসেবে অনেক পুরস্কার ও প্রশংসা লাভ করেছে, যারা তাদের নুতন ছায়াছবির সম্ভাব্য সমাপ্তির ধারণা ফোকাস গ্রুপের মাধ্যমে লাভ করেছে। এক্ষেত্রে দর্শকদের কাছ থেকে এই পদ্ধতির মাধ্যমে সফল ও সম্ভাব্য ধারণা লাভ করতে সক্ষম হয়েছে। অর্থাৎ এ ক্ষেত্রে পণ্য নির্মাতাদের পণ্য উৎপাদনের পূর্বেই ধারণা নিতে পারছেন কি ধরনের উপাদান গ্রহীতাদের মাঝে গ্রহণ যোগ্য বেশী হবে।

তবে মার্কেটিং জগতের বাইরে সামাজিক বিজ্ঞানে বর্তমান সময়ে ফোকাস গ্রুপের ব্যবহার শুরু হয়েছে। মার্টনের আবিষ্কৃত এই পদ্ধতিটি প্রাথমিক অবস্থাতেই কতগুলো বিশেষ কারণে সামাজিক বিজ্ঞানে গ্রহণযোগ্যতা পায়নি। এর মাঝে রয়েছে সমসাময়িক সামাজিক বিজ্ঞানে বিভিন্ন সংখ্যা, পরিমাণ ইত্যাদির ব্যাপক ব্যবহারের প্রবণতা, প্রাপ্ত তথ্যের বাস্তবতা সম্পর্কে গ্রহণযোগ্যতা বিশ্লেষণের সমস্যা এবং সংখ্যার প্রতি সামাজিক বিশ্বাসযোগ্যতা ইত্যাদি। এর পরের কয়েক দশকও এই ধারার বাইরে যেতে তেমন সক্ষম হয়নি। পাশাপাশি কয়েক দশক ও এই ধারার বাইরে যেতে তেমন সক্ষম হয়নি। পাশাপাশি নিবিড় সাক্ষাৎকার ও অংশগ্রহণকারী নিরীক্ষার প্রতি অ্যাকাডেমিকগণের অতিরিক্ত নির্ভরশীলতা তো রয়েছেই। তবে গবেষণায় পরিমাণগত উপাত্তে প্রাধান্য ফোকাস গ্রুপের পরিমাণগত প্রকৃতির বিস্তারের ক্ষেত্রে বাঁধা স্বরূপ ছিল।

সময়ের সাথে সাথে সামাজিক গবেষণায় পরিমাণগত উপাত্তের পাশাপাশি গুণগত তথ্যের প্রয়োজনীয়তাও বর্তমানে অনুভূত হচ্ছে এবং এক্ষেত্রে গবেষণায়

সময়ের সীমাবদ্ধতার বিষয়টিও বিবেচনা করা হচ্ছে। এই প্রেক্ষিতে সামাজিক বিজ্ঞানী, মূল্যায়নকারী, পরিকল্পনাকারী, শিক্ষাবিদ ইত্যাদি পেশাজীবীদের মাঝে ফোকাস গ্রুপের প্রয়োজনীয়তা নূতন করে অনুভূত হয়েছে। এটি বিশেষভাবে প্রযোজ্য যখন কোন ধারনা, অভিজ্ঞতা বা ঘটনাকে ঘিরে একদল মানুষের মতামত জানার প্রয়োজন তাদের ক্ষেত্রে।

বর্তমান বিশ্বে বিভিন্ন সমাজ উন্নয়নমূলক প্রকল্প বা কার্যক্রমের সংখ্যা বৃদ্ধির পাশাপাশি এগুলোকে মূল্যায়নের বিষয়টিও গুরুত্ব পাচ্ছে ক্রমেই। সামাজিক গবেষণার এই বিবিধ দিক সমূহের মূল্যায়নের ক্ষেত্রেও এক ধরনের পূর্ণত্ব (maturity) লাভ ঘটছে বিশ্বে। এক্ষেত্রে ফোকাস গ্রুপের সমস্যাগুলোকে ক্রুটিমুক্ত করে এর ফলপ্রসু ব্যবহার ক্রমেই জনপ্রিয় হয়ে উঠছে। এরফলে যেকোন ব্যক্তিগত (private) বা জনসাধারণের (public) কার্যক্রমের গ্রহীতাদের মুল্যায়ন তাদের নিজস্ব দৃষ্টিভঙ্গিতে জানার জন্য ফোকাস গ্রুপের ব্যবহার বৃদ্ধি পাচ্ছে। নির্ধারিত পরিকল্পনা গ্রহণ, চাহিদা নির্ধারণ কিংবা কার্যক্রমের মূল্যায়ন ইত্যাদি ক্ষেত্রে ফোকাস গ্রুপ কার্যকর প্রমাণ হচ্ছে। সামাজিক বিজ্ঞানীগণ ফোকাস গ্রুপকে মানুষের প্রত্যয়ন (Perception), অনুভূতি, আচরণ, মনোভাব ইত্যাদি জানার জন্য অত্যন্ত উপযোগী মনে করছেন। উদাহরণ হিসেবে বাংলাদেশের ক্ষেত্রে ই. পি. আই. কার্যক্রমের উপর ডব্লিউ আই এফ কর্তৃক পরিচালিত ফোকাস গ্রুপের কথা উল্লেখ করা যায় (১৯৮৯)। এছাড়া ক্রগার (১৯৮৮ ঃ ২১) মিনেসোটা বিশ্ববিদ্যালয়ের ফোকাস গ্রুপের উদাহরণ উল্লেখ করা যায় যেখানে উদ্যোক্তাগণ গ্রামীণ ছাত্রদের এই বিশ্ববিদ্যালয়ে ভর্তির ব্যাপারে সমস্যা ও শঙ্কার কথা আবিষ্কার করেছিলেন ফোকাস গ্রুপের মাধ্যমে। সেই পরিপ্রেক্ষিতে পরবর্তীতে বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃপক্ষ গ্রামীণ ছাত্রদের আকৃষ্ট করার ব্যাপারে নূতন ব্যবস্থা গ্রহণ করতে পেরেছিলেন।

এভাবে সত্তর ও আশির দশক থেকে সামাজিক বিজ্ঞান গবেষকগণও ফোকাস গ্রুপের সযত্ন ব্যবহার শুরু করেছেন। এছাড়াও বাণিজ্যিক কিংবা মার্কেটিং প্রেক্ষাপটে ফোকাস গ্রুপের ব্যবহারের ঐতিহ্য কয়েকদশকের। বর্তমানে ফোকাস গ্রুপের ব্যবহার সামাজিক বিজ্ঞানীদের মাঝেও প্রসার লাভ করছে, তবে এটি পদ্ধতিগত প্রয়োগ ও বিভিন্ন বির্তকের অবকাশও রেখেছে।

ঘ. ফোকাস গ্রুপের বৈশিষ্ট্য ও পরিচালনা পদ্ধতি

পূর্বেই উল্লেখ করা হয়েছে যে, ফোকাস গ্রুপ পদ্ধতি নির্ধারিত বিষয় বা উদ্দেশ্যকে সমানে রেখে সেই বিষয়ের সাথে সংশ্লিষ্ট নির্দিষ্ট সংখ্যক ব্যক্তিকে দলীয় আলোচনায় অন্তর্ভূক্ত করে। তবে সামগ্রিকভাবে একটি দলীয় আলোচনার প্রেক্ষাপট তৈরী করা হয় গবেষক কর্তৃক, যেখানে তিনি আলোচনাকে নির্ধারিত উদ্দেশ্য ভিত্তিক পরিচালিত করার ক্ষেত্রে সহায়ক ভূমিকা পালন করেন। এছাড়াও আলোচনার তথ্যাদি লিপিবদ্ধ করার ক্ষেত্রে একাধিক লিপিবদ্ধকারীরও প্রয়োজন রয়েছে।

ফোকাস গ্রুপ একটি বিশেষ দলের সমন্বয় যেখানে নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য থাকে। দলের গঠনমালা, আয়তন ইত্যাদি সীমিত এবং নির্দিষ্ট নিয়মে এটি পরিচালনা করা হয়। একটি ফোকাস গ্রুপে সাধারণত সাত থেকে দশজন অংশগ্রহণকারী নিবার্চিত করা হয়। আলোচনার জন্য যারা সাধারণতঃ একে অপরের কাছ থেকে অপরিচিত। তবে একই সম্প্রদায়ের লোক নির্বাচন করা হলে তারা একে অপরের পরিচিত হওয়া সম্ভব। অংশগ্রহণকারীদের এমন বৈশিষ্ট্যের ভিত্তিতে নির্বাচন করা হয় যেখানে ফোকাস গ্রুপ আলোচনার বিষয়ের সাথে তাদের সাধারণ সম্পর্ক থাকে।

ফোকাস গ্রুপ পরিচালনার ক্ষেত্রে কতগুলো বিষয়ের প্রতি লক্ষ্য রাখা প্রয়োজন। ফোকাস গ্রুপ পরিকল্পনা, পরিচালনা ও বিশ্লেষণের ক্ষেত্রে কতগুলো পদক্ষেপের প্রয়োজন রয়েছে। অন্যান্য গুণগত পদ্ধতির উপাত্ত সংগ্রহের ক্ষেত্রে যে ধাপগুলো পেরিয়ে যেতে হয় এই বিশেষ পদ্ধতিও তার ব্যতিক্রম নয়। ফোকাস গ্রুপ পরিচালনাকে তিনটি অংশে বিভক্ত করে বর্ণনা করা যেতে পারে-

(ক) প্রস্তুতি পর্ব (খ) পরিচালনা পর্ব ও (গ) তথ্য বিশ্লেষণ।

ফোকাস গ্রুপ আলোচনা থেকে তথ্য আহরণের প্রক্রিয়াকে যদি বিশ্লেষণ করা হয় তবে উপরোক্ত তিনটি পর্বে ভাগ করে এটি বোঝা যেতে পারে। প্রস্তুতি পর্বে গবেষককে কতগুলো পদক্ষেপ গ্রহণ করতে হয়, প্রথমতঃ কি ধরনের তথ্য সংগ্রহ করা হবে তা নির্ধারণ করা। এ প্রসঙ্গে তিনটি বিষয় বিবেচনাধীন রাখা হলে ফোকাস গ্রুপ থেকে তথ্য আহরণের নির্দিষ্ট ধরণ সম্পর্কে পরিপূর্ণ সিদ্ধান্তে আসা সম্ভব। এ ক্ষেত্রে কে বা কারা এই তথ্য ব্যবহার করবে, কি ধরনের তথ্য সংগ্রহ করা প্রয়োজন

এবং কেন এই তথ্য সংগ্রহ করা গুরুত্বপূর্ণ ইত্যাদির বিষয় সম্পর্কে গবেষকের অবগত হওয়া প্রয়োজন।

দ্বিতীয়তঃ গবেষক যে বিষয় সমূহ সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহ করতে চান তার উপর ভিত্তি করে তাকে নিজের সুবিধার জন্য একটি নির্দেশিকা বা (guideline) তৈরী করা প্রয়োজন। এই নির্দেশিকা কোন প্রশ্নমালা নয় বরং বিভিন্ন ধারণার সংক্ষিপ্ত রূপ। প্রসঙ্গত উল্লেখ্য যে, ফোকাস গ্রুপে মূল গবেষক একজন মডারেটর বা মধ্যস্থতাকারীর দায়িত্ব পালন করেন। তবে ফোকাস গ্রুপ নির্দেশিকাতে গবেষকের গবেষণার উদ্দেশ্য সম্পর্কে বাস্তব আকাঙ্খা থাকা প্রয়োজন এবং অতিমাত্রায় তথ্যানুসন্ধানী হবার আকাঙ্খা বাদ দেয়াই উচিত।

তৃতীয়তঃ গবেষককে ফোকাস গ্রুপে অংশগ্রহণ কারীদের সংখ্যা নির্ধারণ করতে হবে। এই সংখ্যাটি নির্ধারণের ক্ষেত্রে গবেষকের সচেতন দৃষ্টি রাখা প্রয়োজন যেনো নির্দিষ্ট সংখ্যক ব্যক্তির এই দলটি থেকে সঠিক তথ্য আহরণ সম্ভব হয়। আশঙ্কা করা হয় যে, অংশগ্রহণকারীদের সংখ্যা অনেক বেশী হলে তথ্য প্রদানের চেয়ে বিশৃঙ্খলা বেশী করতে পারে।

চতুর্থতঃ তথ্যদাতা নির্বাচন ফোকাস গ্রুপের প্রস্তুতি পর্বের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। এক্ষেত্রে গবেষক সঠিক তথ্যদাতাদের নির্বাচন করবেন যেখানে সকলেরই গবেষণা বিষয়ের সাথে একটি সাধারণ সম্পর্ক থাকবে। সাধারণভাবে ফোকাস গ্রুপে অংশ গ্রহণকারী তথ্যদাতাদের পরস্পর পরিচিত না হলে ভালো ফলাফল পাওয়া যায় বলে ধারণা করা হয়।

পঞ্চমতঃ গবেষক যিনি মডারেটর বা মধ্যস্থতাকারীর দায়িত্ব পালন করবেন তিনি এই আলোচনায় কতটুকু অংশগ্রহণ করবেন তার মাত্রা আগে থেকেই নির্ধারণ করে নেয়া প্রয়োজন। মডারেটর এক্ষেত্রে আলোচক নয় তিনি আলোচনাকে প্রাসঙ্গিক ও বেগবান রাখার ক্ষেত্রে সহায়ক ভূমিকায় অবতীর্ণ। সেজন্য তার অংশগ্রহণ যেন অনির্দেশক (non-directive) হয় তা নিশ্চিত করা প্রয়োজন। আলোচনায় অনেক সময় অনেক অপ্রাসঙ্গিক বিষয় আলোচিত হয় কিংবা আলোচনায় কখনো কখনো একজন বা একাধিক ব্যক্তি মূল নিয়ন্ত্রণ করতে পারেন যাতে অন্যদের সমান অংশগ্রহণ সম্ভব হয় না। এসব সমস্যাকে এড়ানোর জন্য মডারেটর ভূমিকা রাখতে পারেন যাতে

তার মতামত প্রতিফলিত না হয়ে অংশগ্রহণকারীদের মতামত প্রকাশের সমান সুযোগ ঘটে।

সাধারণতঃ ফোকাস গ্রুপ আলোচনার অংশগ্রহণকারীগণ একই সনাক্তকারী বয়স, লিঙ্গ, আর্থসামাজিক প্রেক্ষাপট, পেশা ইত্যাদি বৈশিষ্ট্যের ভিত্তিতে নির্বাচিত হতে পারেন। তবে সম্পূর্ণ ব্যাপারটি নির্ভর করে গবেষণার উদ্দেশ্য, ধরন ইত্যাদির উপর। অংশগ্রহণকারীদের সংখ্যা সাধারণত ছয় থেকে দশ কিংবা বারো পর্যন্ত হয়ে থাকে। আলোচনা পর্ব শুরুর আগে একটি স্থান নির্বাচন করা প্রয়োজন যেখানে আলোচনা অনুষ্ঠিত হবে। স্থান নির্বাচনের ক্ষেত্রে গবেষকের চাহিদা ও অংশগ্রহণকারীদের সুবিধা ইত্যাদির সমন্বয় ঘটিয়ে আলোচনা অনুষ্ঠানের স্থান নির্বাচন করতে হবে।

এবার ফোকাস গ্রুপ পরিচালনা প্রক্রিয়ার আলোচনায় আসা যাক। প্রস্তুতিপর্ব সমাপ্তির পর নির্ধারিত দিন ও সময়ে মডারেটর ও তাকে সহায়তাকারী র‍্যাপোর্টিয়ার বা লিপিবদ্ধকারীগণ উপস্থিত হবে। এক্ষেত্রে অনেক সময় আলোচনার বক্তব্যকে ধারণ করার জন্য টেপরেকর্ডারও ব্যবহার করা হয় যা আলোচনা শুরুর আগে থেকে প্রস্তুত রাখা প্রয়োজন। ফোকাস গ্রুপে অংশগ্রহণকারীগণ আলোচনার স্থানে উপস্থিত হলে মডারেটর সকলকে সম্ভাষণ জানিয়ে আলোচনা শুরু করেন। এক্ষেত্রে প্রথমতঃ মডারেটর আলোচনায় অংশগ্রহনকারীদেরকে এই আলোচনার বিশেষ বৈশিষ্ট্য ও উদ্দেশ্য সম্পর্কে অবগত করেন যাতে অংশগ্রহণকারীদের এ সম্পর্কে কোন ভ্রান্তি কাজ না করে। শুধু তাই নয়। আলোচনার বিষয়াবলীর একটি ব্যাপকতর সীমানা সম্পর্কে অংশগ্রহণকারীদের ধারণা দেয়া হয়। তবে মডারেটরের সকলকে এমন বন্ধুত্ব সুলভ ধারণা দিয়ে আলোচনা শুরু করা উচিত যাতে অন্যান্যরা এতে সহজে আকৃষ্ট হয় এবং আলোচনায় স্বতঃস্ফুর্ত ভাবে অংশগ্রহণে উদ্বুদ্ধ হয়।

আলোচনার শুরুতে তথ্যদাতাদের ব্যক্তিগত তথ্যাবলী জেনে নেয়া সুবিধাজনক। মডারেটর তার নির্দেশিকার ভিত্তিতে আলোচনার সূত্রপাত ঘটান এবং পরবর্তীতে প্রয়োজনীয় বিষয় বা ইস্যুগুলোকে আলোচকদের সামনে তুলে ধরেন যাতে সকলে সহজে মতামত ব্যক্ত করতে পারেন। অনেক সময় আলোচনা একজন বা দুজন ব্যক্তি নিয়ন্ত্রণ করার সমস্যা তৈরী করতে পারেন। এসব ক্ষেত্রে গবেষক আলোচনার গতিধারাকে পরিবর্তন করে অন্যান্যদের অংশগ্রহণকেও নিশ্চিত করতে পারেন।

আলোচনা যেনো প্রসঙ্গ পরিবর্তন করে অন্য কোন খাতে পরিবর্তিত না হয় তার জন্য মডারেটর এর হস্তক্ষেপ প্রয়োজন হতে পারে। তবে এক্ষেত্রেও সর্তকতার প্রয়োজন যাতে গবেষকের ধ্যানধারণা প্রত্যক্ষভাবে অন্যান্যদের প্রভাবিত করতে না পারে।

গবেষকের আলোচনা পরিচালনা কালে আরেকটি বিষয় লক্ষ্য রাখা প্রয়োজন। আলোচনায় অংশগ্রহণকারীদের মনোভাব ও অভিব্যক্তি সর্তকতার সাথে প্রত্যক্ষণ করা প্রয়োজনীয়। এতে তথ্যের সাথে বাস্তবতার সম্পর্ক কতটুকু তা বোঝার ক্ষেত্রে সহায়ক হবে। এছাড়াও আলোচকদের মনোভাবের পজেটিভ ও নেগেটিভ দিক সমূহ বোঝা সম্ভব হবে। যারা তথ্য লিপিবদ্ধকারীর দায়িত্বে থাকেন তারা প্রতিটি বক্তব্যকে ধারণ করেন। আলোচনার শেষে সকলকে ধন্যবাদ ও কৃতজ্ঞতা জানানোর মতো সৌজন্য প্রদর্শন এর মধ্য দিয়ে সমাপ্তি টানা হয়। এছাড়া এ ধরনের আলোচনাতে সাধারণত তথ্যদাতাদের আপ্যায়নের ব্যবস্থাও করা হয়ে থাকে।

এবার ফোকাস গ্রুপ আলোচনার তথ্য বিশ্লেষণের বিষয়টি ব্যাখ্যা করা যাক। এক্ষেত্রে দেখা যায় প্রক্রিয়াটি গুণগত বিশ্লেষণই হয়ে থাকে।

এছাড়াও এথানোগ্রাফিক বিশ্লেষণও অনেক সময় করা হয় যা এক ধরনের গুণগত বিশ্লেষণও বটে। গবেষক আলোচনার তথ্যাদি লিপিবদ্ধকারীদের তথ্য থেকে আরো ব্যাপকভাবে বিশ্লেষণের চেষ্টা করেন। তবে এক্ষেত্রে তথ্যদাতাদের সাধারণ ও পার্থক্যকৃত মতামত সমূহকে সাজানো হতে পারে এবং তার ভিত্তিতে এক ধরনের ব্যাখ্যা দেয়া হতে পারে। এছাড়া তথ্যদাতাদের মানসিক-সামাজিক অবস্থাকে বিশ্লেষণের ক্ষেত্রে বিবেচনা করা উচিত।

বিশ্লেষণের সময় তথ্যদাতাদের ব্যবহৃত কোনো স্বতন্ত্র উক্তিকেও অনেকে এথনোগ্রাফিক উদাহরণ হিসেবে ব্যবহার করে থাকেন। তথ্য বিশ্লেষণে সঠিক ধারা অনুসরণ করার জন্য গবেষণা উদ্দেশ্য (objective) কে বিবেচনা করে প্রাসঙ্গিক তথ্য সমূহকে ব্যাখ্যা করা প্রয়োজন। তবে তথ্যদাতাদের বক্তব্যের পার্থক্যসূচক (uncommon) ধারণাগুলোকেও যাচাই করার প্রয়োজন রয়েছে। তথ্য সমূহের সমন্বয় ও বিশ্লেষণের ক্ষেত্রে আলোচনার প্রেক্ষাপট (context) ও বক্তব্যের তথ্য সমন্বয়ের ক্ষেত্রে দলীয় ভাবে চিহ্নিত বিষয়াবলী ও তথ্যদাতাদের ব্যক্তিগত চাহিদা সমূহকেও ব্যাখ্যা করার প্রয়োজন রয়েছে।

ঙ. ফোকাস গ্রুপ পদ্ধতির সুবিধা ও সমস্যা সমূহ

সামাজিক বিজ্ঞানে অন্যান্য গবেষণা পদ্ধতির মতো ফোকাস গ্রুপ পদ্ধতির মূল্যায়ন করা হলে এর কতগুলো সুবিধে ও কতগুলো সীমাবদ্ধতা চিহ্নিত করা যায়। এক্ষেত্রে এই গবেষণা পদ্ধতির সুবিধা ও সীমাবদ্ধতাকে পরস্পর সম্পর্কিত হিসেবে বিবেচনা করা যেতে পারে। কারণ যে বিষয়টিকে আমরা এর সুবিধাজনক দিক হিসেবে চিহ্নিত করবো সেটিই আবার সমালোচনার অবকাশ রাখে। অর্থাৎ ফোকাস গ্রুপের সুবিধেজনক দিক সমূহ একই সাথে সীমাবদ্ধতার নির্দেশকও হতে পারে। তবে ফোকাস গ্রুপকে তথ্য সংগ্রহের মূল্য পদ্ধতি হিসেবে বিবেচনা করার চেয়ে সহযোগী একটি উপযোগী পদ্ধতি হিসেবে ব্যবহার করাই শ্রেয়। বিষয়গুলোকে এবার ভিন্নভাবে যাচাই করা যাক।

ফোকাস গ্রুপ আলোচনা পদ্ধতির সুবিধেজনক দিক সমূহ এবার তুলে ধরা যাক। প্রথমতঃ এটি একটি দলের কার্যকারিতার মধ্য দিয়ে তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্রে অত্যন্ত স্বতঃস্ফুত ও সুবিধাজনক একটি পদ্ধতি। মানুষ সামাজিক জীব হিসেবে দলীয় কর্মকাণ্ডে যেমন অংশগ্রহণ করে তেমনি দলীয় আলোচনা ও এক ধরনের মিথস্ক্রীয়া (interaction) বা মানুষকে অন্যদের ভাবনায় সম্মিলিতভাবে অংশগ্রহণের সুযোগ দেয়। এক্ষেত্রে গবেষকের সরাসরি হস্তক্ষেপ থাকে না বলে এই পদ্ধতিতে অংশগ্রহণকারী খোলাখুলি ভাবে তাদের মতামত প্রকাশ করে কিংবা একে অন্যের ভাবনার বিপরীতমুখী ধারণাকেও তুলে ধরতে পারে। ব্যক্তিগণ কোন নির্দিষ্ট বিষয়কে কেন্দ্র করে তাদের মন্তব্য, মূল্যায়ন, পছন্দ, অপছন্দ ইত্যাদি বিষয়কে ব্যক্ত করে। এ পদ্ধতিতে কোন কৃত্রিম নিয়ন্ত্রণের পরিবেশ না থাকায় তথ্যদাতাতের খোলাখুলি আলোচনার পরিবেশ থাকে। এছাড়াও এই আলোচনায় দলীয় গতিময়তারও প্রকাশ ঘটে।

দ্বিতীয়তঃ এক্ষেত্রে মডারেটর বা মধ্যস্থতাকারী গবেষক তার পূর্ব ধারণাকৃত (preconceived) বিষয়াবলীর বাইরেও তথ্য সংগ্রহ করতে পারেন এবং এতে সে ধরনের নমনীয়তার সুযোগ রয়েছে। অর্থাৎ গবেষক তার তথ্য সংগ্রহের যে নির্দেশিকা তৈরী করেন তার বাইরেও অন্যান্য ধারণা থাকতে পারে যে অংশগ্রহণকারীদের গতিময় আলোচনা থেকে উম্মোচিত হতে পারে যা গবেষণাকাজে সহায়ক বলে

বিবেচিত হতে পারে। অর্থাৎ নির্ধারিত এক্ষেত্রে নির্ধারিত কাঠামো গত প্রশ্নমালার সীমাবদ্ধতা কাটিয়ে আরো নূতন ও বিবিধ তথ্য সংগ্রহ করা সম্ভব।

তৃতীয়তঃ এই পদ্ধতিটি অত্যন্ত সহজসাধ্য ও গুণগত তথ্য সংগ্রহ সম্ভব। এর ফলাফল সমূহ কঠিন সংখ্যাগত ধারণার বেড়াজালে আবদ্ধ নয়।

চতুর্থতঃ এই পদ্ধতিতে একটি নির্দিষ্ট দলীয় প্রেক্ষাপট থেকে অনেক তথ্য একসাথে সংগ্রহ করা সম্ভব হয়। সে কারণে এটি স্বল্প সময়ে সম্পন্ন করা সম্ভব।

পঞ্চমতঃ এই দলীয় আলোচনাটি ব্যয়বহুল নয়। অ্যালান অ্যান্ড্রিয়াসেক (১৯৮৩ ঃ পৃ-৭৫) ফোকাস গ্রুপকে দেখেছেন,

....as a cost-conscious form of market research that does not require 'big buck's.'

অর্থাৎ এটি বাজার গবেষণার একটি ব্যয় সচেতন ধরন যাতে বড় মাপের অর্থের প্রয়োজন নেই।

ষষ্ঠতঃ ফোকাস গ্রুপ তড়িৎ ফলাফল আনতে সক্ষম। যে কোন গুরুত্বপূর্ণ সময়েও একজন দক্ষ মডারেটর স্বল্প সময়ে অনেকগুলো আলোচনা বৈঠক (Session) পরিচালনা করে অনেক তথ্য সংগ্রহ করতে পারেন। সেই পরিপ্রেক্ষিতে গবেষণা উদ্দেশ্যকে সামনে রেখে ফলাফল কে বিশ্লেষণ করে, একটি সিদ্ধান্তে উপনীত হতে পারেন।

সপ্তমত ঃ ফোকাস গ্রুপ পদ্ধতিটি গবেষককে তার Sample Size বা তথ্যদাতাদের সংখ্যা বাড়াতে সাহায্য করতে পারে। সাধারণ ঃ গুণগত পদ্ধতিতে তথ্যদাতাদের সংখ্যা সীমিত হয় এবং এই পদ্ধতিটি গবেষণায় অনেক বেশী তথ্যদাতাকে অন্তর্ভূক্ত করতে পারে।

এবার ফোকাস গ্রুপ আলোচনা পদ্ধতির সীমাবদ্ধতাকে আলোচনা করা যাক। এক্ষেত্রে আগেই বলা হয়েছে যে, ফোকাস গ্রুপ পদ্ধতির সুবিধাসমূহই বিপরীতভাবে মূল্যায়ন করলে তা একধরনের সীমাবদ্ধতার নির্দেশকও বটে। প্রথমতঃ ফোকাস গ্রুপ আলোচনার পদ্ধতিটি দলীয় আলোচনা হলেও একটি নির্ধারিত কৃত্রিম পরিবেশ (set-up) এ সম্পন্ন করা হয় বলেও সমালোচনা করা হয়। অর্থাৎ এক্ষেত্রে একজন তথ্যদাতাকে তার নিজস্ব পারিবারিক বা কর্মক্ষেত্র বা সামাজিক প্রেক্ষাপটে অকৃত্রিম

ভাবে তথ্য দানের সুযোগ থেকে বঞ্চিত করা হয় এবং গবেষক কর্তৃক সৃষ্ট একটি পরিবেশ (set-up) এ তাকে তার মতামত প্রকাশের সুযোগ দেয়া হয়। এতে অনেক সময় তথ্যদাতাদের তথ্যের মৌলিকত্ব নষ্ট হবার সম্ভাবনা থাকে।

দ্বিতীয়তঃ গবেষক বা মডারেটর এর তথ্য দাতাদের উপর কম নিয়ন্ত্রণ থাকে ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারের তুলনায়। এক্ষেত্রে অংশগ্রহণকারীদের মিথাস্ক্রিয়ায় একে অন্যের ধারণা দ্বারা প্রভারিত হতে পারে এবং ফলশ্রুতিতে ভিন্ন ধরনের তথ্য বেরিয়ে আসতে পারে যা গবেষণারমৌলিকত্ব নষ্ট করতে পারে। এছাড়াও আলোচনা নির্ধারিত বিষয় থেকে গতিধারা পরিবর্তন করে অন্য খাতে বইতে পারে। এই পরিস্থিতিও অনেক সময় ফোকাস গ্রুপের জন্য সমস্যা সৃষ্টি করে। সেজন্য এই পদ্ধতিতে একজন দক্ষ মডারেটর এর প্রয়োজন হয় যার পদ্ধতিগত বিশেষ প্রশিক্ষণ থাকা প্রয়োজন। এতে মডারেটর আলোচনার কোন কোন ক্ষেত্রে নিজে বক্তব্য রাখবেন। অংশগ্রহণকারীদের নূতন অথচ কার্যকরী বক্তব্য রাখতে সহায়তা করবেন, অপ্রাসঙ্গিকতাকে এড়িয়ে প্রাসঙ্গিক আলোচনার পরিবেশ ধরে রাখতে সক্ষম হবেন, অংশগ্রহণকারীদের মনস্তত্ব বুঝতে সক্ষম হবে, নূতন আলোচনার বিষয়াবলী সনাক্ত করতে পারবেন এমন দক্ষতা থাকা প্রয়োজন।

চুর্তুথতঃ এই পদ্ধতিতে প্রাপ্ত তথ্যাদি বিশ্লেষণ অত্যন্ত কষ্টসাধ্য। কারণ এর তথ্যাদি গৃহীত হয় একটি নির্দিষ্ট তৈরী করা প্রেক্ষাপটে (set-up) যেখানে কয়েকজন ব্যক্তি নির্দিষ্ট বিষয়ে তাদের মতামত সমূহে অংশ নেয়। এই দলীয় আলোচনায় ব্যক্তিদের বক্তব্য অন্যান্যদের মতামতের প্রেক্ষিতে পরিবর্তিত হতে পারে। এই আলোচনার একজন অংশগ্রহণকারী অন্যান্যদের দ্বারা প্রভাবিত হয়ে তার বক্তব্যকে পরিবর্তন করতে পারেন। অথবা একজন তথ্যদাতা অন্য একজনের মতামত বা নূতন যুক্তিকে স্বীকৃতি দিয়ে নিজের মতামতকে প্রভাবিত করতে পারেন। এভাবে আলোচনার বিবিধ তথ্যের সংমিশ্রণ ঘটতে পারে যা থেকে মৌলিকভাবে একটি একক সিদ্বান্তে আসা বা বিশ্লেষণ করা গবেষকের জন্য সমস্যা বহুল হয়। এজন্য গবেষক তথ্যদাতাদের বিবিধ তথ্যের গোলক ধারায় পড়ার সমস্যার সম্মুখীন হতে পারে।

পঞ্চমতঃ একেকটি দলের অংশ গ্রহণকারিদের ধরনও সমস্যা সৃষ্টি করতে পারে। তাছাড়া, দলের অংশ গ্রহণকারীদের একত্রিত করাও একটি সমস্যা বহুল ব্যাপার।

অংশ গ্রহণকারীদের সময় ও চাহিদার সাথে গবেষকের সময় ও চাহিদার সমন্বয় ঘটিয়ে একেকটি ফোকাস গ্রুপ আয়োজন ও পরিচালনাও অত্যন্ত সমস্যাবহুল ও কষ্টসাধ্য ব্যাপার যা এই পদ্ধতির অন্যতম সীমাবদ্ধতা।

ষষ্ঠতঃ ফোকাস গ্রুপ আলোচনা থেকে স্বতঃস্ফূত ভাবে অনেক তথ্যাদি বের হয়ে আসলেও তা ব্যক্তিগত নিবিড় সাক্ষাৎকারের তুলনায় অনেক দুর্বল তথ্যের জন্য দায়ী হতে পারে। এক্ষেত্রে, গবেষক যে তথ্য জানতে চাচ্ছেন তার থেকে ভিন্ন তথ্যও বের হয়ে আসতে পারে প্রেক্ষাপট বদলের কারণে। এতে গবেষকের প্রাপ্ত তথ্যের উপরে অনেক কম নিয়ন্ত্রণ থাকে। অথচ নিবিড় সাক্ষাৎকারে প্রাপ্ত তথ্য গবেষণায় অনেক বেশী প্রাসঙ্গিক ও যুক্তিসঙ্গত হবার ধারণা অনেক আগে থেকেই প্রতিষ্ঠিত। একটি প্রাকৃতিক পরিবেশে তথ্যদাতা যে ধরনের তথ্য দেবেন তা একটি কৃত্রিম পরিবেশে দেবেন কিনা তা সন্দেহের অবকাশ রাখে। ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার বারবার নেয়া সম্ভব কিন্তু ফোকাস গ্রুপ বারবার আয়োজনও সমস্যাবহুল। অর্থাৎ ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারের তথ্যাবলী গবেষকের বারবার যাচাইয়ের সুযোগ থাকে।

সপ্তমতঃ ফোকাস গ্রুপ আলোচনায় অংশগ্রহণকারীদের দলগত আচরণ যাচাই করার সুযোগ হয় কিন্তু ব্যক্তিগত আচরণ যাচাইয়ের সুযোগ থাকে না। তাছাড়া ব্যক্তিগত ভাবে একজন ব্যক্তি সেই নির্দিষ্ট বিষয়ে ভিন্নমত প্রকাশ করতে পারেন যা অনেক সময় অবস্থার পরিপ্রেক্ষিতে ফোকাস গ্রুপ আলোচনায় সম্ভব হয় না। এছাড়াও একটি বিষয় মনে রাখা উচিত দলীয় মিথষ্ক্রিয়া কখনোই ব্যক্তিগত আচরণের প্রতিফলন নয়।

পরিশেষে উল্লেখ্য ফোকাস গ্রুপ দলীয় আলোচনা পদ্ধতি হলেও এবং এর সীমাবদ্ধতা থাকলেও এর সতর্ক প্রয়োগ গবেষকের জন্য সুফল বয়ে আনতে পারে।

চ. উপসংহার

সামাজিক বিজ্ঞানে গবেষণায় ফোকাস গ্রুপ পদ্ধতিটি একটি গুণগত পদ্ধতি হিসেবে পরিচিত হলেও এর তাত্ত্বিক ও প্রায়োগিক দিক নিয়ে গবেষকদের মাঝে প্রচুর বিতর্কের অবকাশ রয়েছে। তবে বর্তমান বিশ্বে উন্নয়ন গবেষণা কর্মে বাস্তব প্রয়োজনে যে সকল ত্বরিৎ ফলিত গবেষণা পদ্ধতি ব্যবহৃত হচ্ছে ফোকাস গ্রুপ তার অন্যতম।

তবে দ্রুত তথ্য সংগ্রহের তাগিদে এটি প্রয়োগ করা হলেও মানব জীবনের জটিল বিষয়াদির তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্রে এ ধরনের পদ্ধতি যথাযথ ফলাফল আনতে ব্যর্থ হবে তা নিশ্চিত বলা যায়। ফোকাস গ্রুপ আলোচনা নির্দিষ্ট বিষয় ভিত্তিক ও সমরূপ (homogeneous) দলের মাঝে পরিচালনা করা হয় যা স্বল্প সময়ে গবেষককে তথ্য এনে দিতে সক্ষম। এর সীমাবদ্ধতা থাকলেও কোন বিশেষ পরিস্থিতিতে বা উদ্দেশ্যকে সামনে রেখে গবেষক ফোকাস গ্রুপকে গবেষণা পদ্ধতি হিসেবে বেছে নিচ্ছেন। তার প্রেক্ষাপট (context) বিচার করা প্রয়োজন। এটা নিঃসন্দেহ যে, ফোকাস গ্রুপ ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারের চেয়ে কম যুক্তিসঙ্গত ও বাস্তত ভিত্তি রাখে তথাপি এর সীমাবদ্ধতাকে অতিক্রম করা সম্ভব। সাধারণতঃ কোন ঘটনা, কর্মসূচী, অভিজ্ঞতা ইত্যাদির সময় (during), আগে বা পরে এগুলো সম্পর্কে মূল্যায়নের ক্ষেত্রে ফোকাস গ্রুপ অত্যন্ত উপযোগী একটি পদ্ধতি হিসেবে বিবেচিত। অর্থাৎ কোন মৌলিক তথ্য সংগ্রহের গবেষণা পদ্ধতির সহযোগী পদ্ধতি হিসেবেই এটি বেশী সফল হবে। সে কারণে মার্কেটিং গবেষণায় এর ত্বরিৎ প্রয়োগ অধিক প্রচলিত। তবে এর সীমাবদ্ধতাকে কাটিয়ে সামাজিক বিজ্ঞান গবেষণায় এর প্রয়োগ অনেক উপযোগী ফলাফল এনে দিতে সক্ষম হবে। তবে তা নির্ভর করছে গবেষক সতকর্তা অবলম্বন করে একটি নির্দিষ্ট প্রেক্ষাপটে এর যথাযথ ব্যবহার করতে পারছেন কিনা তার উপর।

গ্রন্থপঞ্জী

1. Andreasen, Alan R., (1983) : Cost conscious marketing research, Harvard Business Review, 83 (.U), 74-79.
2. Coe, Barbara J & Maclachlan, James H., 1980 : How major TV advertisers evaluate commercials, Journal of Advertising Research 20 (6), 51-54.
3. Gupta, Achintya Das, 1989 : The qualitative approach to social research, Experience with two methods of Bangladesh, Worldview International Foundation, Bangladesh.

4. Krueger, Richard A, 1988 : Focus groups, A Practical Guide for Applied Research, Sage Publication, California.

5. Morgan, David L, 1988 : Focus groups as Qualitative Research. Sage Publication, California.

6. Merton, Robert K, Fiske, Marjorie & Kendall, Patricia L, 1956 : The Focused interview, Glencoe, IL, Free Press.

7. Vichas, Robert P, 1983 : 11 Ways Focus groups produce Profit-making ideas, Marketing Times, 30 (2), 17-18.