

روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه

تألیف

دکتر سعیدرضا عاملی
استاد گروه ارتباطات دانشگاه تهران

اردیبهشت - ۱۳۹۲

توجه

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود.



انتشارات دانشگاه تهران

شماره ۳۴۰۵

شماره مسلسل ۷۶۹۶

سرشناسه	: عاملی، سعیدرضا، ۱۳۴۰-
عنوان و نام پدیدآور	: روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه / سعیدرضا عاملی.
مشخصات نشر	: تهران : دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۳۶۵ ص. : جدول.
فروست	: انتشارات دانشگاه تهران: شماره ۳۴۰۵.
شابک	: 978-964-03-6499-4
وضعیت فهرست‌نویسی	: قیبا.
یادداشت	: واژه‌نامه.
یادداشت	: کتابنامه : ص ۳۶۱.
موضوع	: پژوهش‌های فرهنگی - روش‌شناسی.
موضوع	: رسانه‌های گروهی - تحقیق - روش‌شناسی.
شناسه افزوده	: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات.
رده‌بندی کنگره	: ۱۱۰۱ / ۱۳۲ / ۹ / ۱۳۹۲
رده‌بندی دیویی	: ۳۰۶ / ۰۷۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۱۹۱۴۷۴

ISBN-978-964-03-6499-4



9 789640 364994

عنوان: روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه

تألیف: دکتر سعیدرضا عاملی

ویراستار: فرشاد رضوان

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۲

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مؤلف است»

«کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است»

بها: ۱۸۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید قزوینی مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - سایت: <http://press.ut.ac.ir>

پخش و فروش: تلفکس ۸۸۰۱۲۰۷۸

فهرست مطالب

.....	سیاسنامه	
.....	مقدمه	
.....	پیشگفتار	
.....	ارزیابی وبسایت	
.....	استقرای تحلیلی	
.....	پدیدارشناسی	
.....	پژوهش تاریخی	
.....	پیمایش	
.....	تاریخ شفاهی	
.....	تاریخچه زندگی	
.....	تحقیق آرشیوی	
.....	تحقیق آزمایشی	
.....	تحقیق انتقادی رسانه	
.....	تحقیق همبستگی	
.....	تحقیق یافتاری	
.....	تحلیل خوشه‌ای	
.....	تحلیل دریافت	
.....	تحلیل ژانر	
.....	تحلیل شبکه‌های اجتماعی	
.....	تحلیل گفت‌و شنود	
.....	تحلیل گفتمان	
.....	تحلیل متنی	

۱۵۳.....	تحلیل محتوا.....
۱۶۵.....	تحلیل مخاطب.....
۱۷۱.....	روایت‌شناسی.....
۱۸۳.....	روش‌شناسی قومی.....
۱۹۵.....	روش‌های ترکیبی.....
۲۰۳.....	زندگینامه فرهنگی.....
۲۱۱.....	فراتحلیل.....
۲۱۷.....	قوم‌نگاری.....
۲۲۹.....	کنش پژوهش.....
۲۳۷.....	گروه‌های کانونی.....
۲۵۱.....	مشاهده.....
۲۶۱.....	مشاهده مشارکتی.....
۲۷۳.....	مصاحبه.....
۲۹۷.....	مطالعات طولی.....
۳۰۵.....	مطالعات همگروهی.....
۳۰۹.....	مطالعه موردی.....
۳۱۷.....	نشانه‌شناسی.....
۳۲۷.....	نظریه داده‌بنیاد.....
۳۳۵.....	وب‌سنجی.....
۳۴۱.....	هرمنوتیک.....
۳۴۹.....	یادداشت روزانه.....
۳۵۵.....	واژه‌نامه.....
۳۶۵.....	نمایه اشخاص.....
۳۶۷.....	نمایه واژگان.....
۳۸۱.....	کتاب‌نامه منابع.....

سپاسنامه

قبل از هر امر، در هنگام کار و بعد از همه کارها سپاسگزار خدای متعال هستم که همواره همه توفیقات از او بوده، هست و خواهد بود. بدون لطفش اندیشه فراز حرکت نمی‌یابد و امکان و ظرفیت خلق همه آثار مفید از منبع لایزال خیر و عطای الهی سرچشمه می‌گیرد.

اثری که تقدیم می‌شود حاصل صدها ساعت کار طاقت‌فرسای اینجانب و همکاران پژوهشی این اثر در دانشگاه تهران بوده است. اکنون که این اثر به پایان رسیده و آماده تقدیم‌شدن به جامعه علمی ایران و سایر کشورهای فارسی زبان است، لازم می‌دانم از زحمات گروه پژوهشی همکار، به‌طور خاص آقای احسان شاه‌قاسمی که در کلیه مراحل کار نقش محوری داشتند و همچنین خانم‌ها منیژه اخوان و زهرا عاملی پژوهشگران محترم مرکز پژوهشی سیاست‌های فضای مجازی دانشگاه تهران که در بخشی از کار مددکار این پژوهش بوده‌اند تشکر وافر کنم. همچنین از آقای ابراهیم محسنی آهویی برای کار نهایی روی ویراستاری کتاب سپاسگزاری می‌کنم.

مقدمه جناب استاد آرتور آسابرگر که یکی از استادان برجسته جهان در حوزه روش تحقیق هستند نیز بسیار دلگرم کننده و مشوق ما بود که از ایشان هم صمیمانه تشکر و قدردانی دارم.

سعید رضا عاملی

استاد گروه ارتباطات - دانشگاه تهران

مقدمه پروفیسور آرتور آسابرگر^۱

می‌گویند ارتباطات حوزه رهگذرانی است که می‌آیند و می‌روند و تنها تعداد اندکی از آنها این حوزه را برای زندگی انتخاب می‌کنند. معنای جمله مذکور این است که ارتباطات یک حوزه بین‌رشته‌ای است که پژوهشگرانی از رشته‌های مختلفی مثل روانشناسی، جامعه‌شناسی، فلسفه، تاریخ، زبان‌آوری و انسان‌شناسی، زمانی که یک تحقیق خاص آنها را به‌سوی این حوزه می‌کشاند، به‌طور موقت به این حوزه وارد می‌شوند. البته آنها هویت رشته‌ای اصلی خود را حفظ می‌کنند.

در دهه‌های اخیر و با رشد و توسعه دانشکده‌های ارتباطاتی که به دانش‌آموختگان خود مدرک دکتری ارائه می‌کنند، ارتباطات به‌عنوان رشته‌ای رخ نموده که پژوهشگران در آن زندگی و با آن هم‌ذات‌پنداری می‌کنند. مطالعات فرهنگی پا به پا و موارری ارتباطات شکل گرفته و حرکت کرده است و در بسیاری از موارد این دو به یک حوزه تبدیل شده‌اند. در دانشکده‌های ارتباطات می‌توان استنادی پیدا کرد که مدرک دکتری ارتباطات دارند و البته استنادی که در رشته‌های «سنتی» دکتری گرفته‌اند هم در این دانشکده‌ها هستند. اختلاف‌های بیش‌ماری بر سر چگونگی «تعریف» ارتباطات و مطالعات فرهنگی وجود دارد اما چیزی که در مورد این دو رشته مهم است، ماهیت بین‌رشته‌ای آنها و این واقعیت است که این حوزه‌ها هم خانه اقامت‌کنندگان و هم خانه رهگذرانند.

انتشار این کتاب در حوزه رسانه‌ها و مطالعات فرهنگی گام مهمی در تکامل مطالعات فرهنگی و پژوهش بر روی رسانه‌های جمعی در ایران است. اکنون دیگر تبیین‌های مهم‌ترین پژوهش‌های ارتباطی پژوهشگران در همه جای جهان در حوزه‌های مختلف در اختیار دانشجویان و پژوهشگران در

^۱ پروفیسور آرتور آسابرگر استاد ممتاز بخش رادیو تلویزیونی و هنرهای ارتباطات الکترونیک در دانشگاه ایالتی سانفرانسیسکو است. او از سال ۱۹۶۵ تا سال ۲۰۰۳ در این دانشگاه به تدریس اشتغال داشته است. پروفیسور برگر در دوره تدریس و تحقیق خود بسیار پر کار بوده و تا کنون بیش از ۱۰۰ مقاله علمی، تعداد زیادی نقد کتاب و بیش از ۶۰ کتاب مهم و برجسته در حوزه ارتباطات منتشر کرده است. کتاب‌های او جزو کتاب‌های مطرح در این حوزه شناخته می‌شوند و تا کنون حداقل به ۱۵ زبان دنیا ترجمه شده‌اند.

ایران و سایر مناطق پارسی زبان قرار گرفته است. این کتاب منبع بی‌نهایت ارزشمندی برای دانشجویان و پژوهشگران علاقه‌مند به حوزه‌های نقد رسانه‌ای، پژوهش‌های ارتباطی و تحلیل فرهنگی است. از پنجاه و اندی سال پیش به این سو، ما به اهمیت نقشی که رسانه‌ها در زندگی، جامعه و فرهنگ ما ایفا می‌کنند پی برده‌ایم و دسترسی به این پژوهش‌ها برای پژوهشگرانی که دوست دارند در این حوزه کار کنند اهمیت فزاینده‌ای یافته است. فصل‌های این کتاب حوزه‌های بسیار متنوعی مثل روش‌شناسی قومی، روش‌های پیمایش، تحلیل ژانر، تحلیل محتوا، روایت‌شناسی، گروه‌های کانونی، نظریه دریافت، نظریه داده بنیاد، تحلیل گفت و شنود، مطالعات فرهنگی، پدیدارشناسی و نظریه شبکه‌های اجتماعی را پوشش داده‌اند.

هر مدخل پنج قسمت دارد: یک مقدمه، یک نگاه تاریخی به موضوع، یک شرح روش‌شناسی موضوع، یک مطالعه موضوع در میدان و یک بخش منبع‌شناسی برای کسانی که دوست دارند در آن حوزه، مطالعه عمیق‌تری داشته باشند. این طراحی به خوانندگان امکان می‌دهد تا نه تنها در مورد تاریخچه موضوع بدانند، بلکه نظریه‌ها و مفاهیم بنیادین و چگونگی کاربرد آنها را هم فرا بگیرند. در این کتاب با افکار بسیاری از برجسته‌ترین نظریه‌پردازان تحلیل فرهنگی و مطالعات رسانه‌ای آشنا می‌شویم.

موضوع	۱۹۹۹	۲۰۰۴	۲۰۰۹
محتوای تلویزیونی	۳:۴۷	۳:۰۵	۴:۲۹
موسیقی/صوتی	۱:۴۸	۱:۴۴	۳:۳۱
کامپیوتر	۰:۲۷	۱:۰۲	۱:۳۹
بازی‌های ویدئویی	۰:۲۶	۰:۴۹	۱:۱۳
چاپ	۰:۴۳	۰:۴۳	۰:۳۸
فیلم	۰:۲۵	۰:۲۵	۰:۲۵
کل زمان قرار گرفته در معرض رسانه‌ها	۷:۰۹	۸:۳۳	۱۰:۴۵
نسبت چند کارگی	٪۰۶	٪۲۶	٪۲۹
کل مصرف رسانه‌ای	۶:۱۳	۶:۲۱	۷:۳۸

میانگین مصرف روزانه رسانه‌ای برای افراد ۱۸-۸۰ سال

یکی از دلایل افزایش اهمیت مطالعات رسانه‌ای و نقد فرهنگی این است که امروزه رسانه‌ها، از جمله تلفن‌های همراه، بخش مهمی از وقت ما را به خود اختصاص می‌دهند و نقش مهمی در شکل‌گیری زندگی جوانان و فرهنگ‌پذیری مردم در همه سن‌ها و همه جوامع بازی می‌کنند. برای مثال در کشور آمریکا پژوهش‌های بنیاد خانواده کایسر^۱ بر روی استفاده از موبایل در میان

شهروندان هشت تا هجده ساله نشان می‌دهد که آنها بیش از ده ساعت از روز خود را با رسانه‌ها می‌گذرانند، اما چون گاهی کارهای دیگری هم همزمان انجام می‌دهند، آمار وقت‌گذرانی صرف با رسانه‌ها به حدود هفت و نیم ساعت کاهش پیدا می‌کند. جدول زیر نشان می‌دهد که آمریکایی‌های هشت تا هجده ساله چقدر از وقت خود را با رسانه‌ها می‌گذرانند.

این جدول نشان می‌دهد که از سال ۱۹۹۹ تا سال ۲۰۰۹ حدود دو و نیم ساعت به مصرف رسانه‌ای روزانه افراد هشت تا هجده ساله در آمریکا اضافه شده است. گزارش کایسر امارهایی هم در مورد «مالکیت رسانه‌های همراه» در بین افراد هشت تا هجده ساله در یک بازه پنج ساله دارد:

مورد	۲۰۰۴	۲۰۰۹
آی‌پد/ام پی تری پلیر	٪۱۸	٪۷۶
تلفن همراه	٪۳۹	٪۶۶
لپ‌تاپ	٪۱۲	٪۲۹

استفاده از تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی

می‌بینیم که بیشتر افراد هشت تا هجده ساله، تلفن همراه یا ام پی تری پلیر دارند. امروزه، بسیاری از جوانان تلفن‌های همراه هوشمند دارند و پیش‌بینی می‌شود بین پنج تا ده سال آینده، همه تلفن‌های همراه به تلفن‌های هوشمند تبدیل شوند. در اصل، این تلفن‌ها کامپیوترهای کوچکی خواهند بود که کارهای مختلفی از گرفتن عکس و فیلمبرداری گرفته تا نگارش متون و مصرف رسانه‌ها را انجام می‌دهند. همان‌طور که نویسندگان این گزارش می‌گویند:

نه تنها امروزه تعداد بیشتری از جوانان و نوجوانان تلفن همراه دارند، بلکه این تلفن‌ها آنچنان پیشرفته شده‌اند که امکان گفت و شنود را تبدیل به امکان مصرف انواع رسانه‌ها کرده‌اند. اکنون افراد هشت تا هجده ساله روزانه حدود نیم ساعت (۰:۳۳) از وقت خود را به حرف زدن با گوشی‌های تلفن همراه می‌گذرانند و به‌طور متوسط روزی ۴۹ دقیقه به گوش دادن موسیقی و صدا یا نگاه کردن به ویدئوهای موجود بر روی تلفن همراه خود می‌پردازند. آنها ۱۷ دقیقه موسیقی گوش می‌کنند، ۱۷ دقیقه بازی‌های ویدئویی انجام می‌دهند و ۱۵ دقیقه هم تلویزیون می‌بینند. لازم به ذکر است که دانش‌آموزان کلاس‌های هفتم تا دوازدهم، یک ساعت و نیم را به پیام کوتاه دادن می‌گذرانند. زمان‌های تلف شده برای دادن پیام و صحبت کردن با تلفن همراه در پژوهش ما به‌عنوان مصرف رسانه‌ای در نظر گرفته نشده و محاسبه هم نشده‌اند.

بر اساس زمان مصرف‌شده با رسانه‌ها و تلفن‌های همراه، می‌توانیم بگوییم که جوانان و نوجوانان ایالات متحده آمریکا امروزه در یک فضای اشباع از رسانه زندگی می‌کنند. یک

آمریکایی معمولی به‌طور متوسط هشت ساعت را به نگاه‌کردن به صفحات تلویزیون، کامپیوتر، تلفن همراه و مانند اینها می‌گذرانند. آنچه امروزه در مورد کودکان و بزرگسالان آمریکا صدق می‌کند، احتمالاً به‌صورت طبیعی در مورد نقش رسانه‌ها در زندگی جوانان سایر بخش‌های جهان هم صادق است. در این کتاب معادل انگلیسی نام‌های نظریه‌پردازانی که از آنها نام برده شده در پانوشت هر صفحه آورده شده است. در پایان این کتاب حجم چند صد صفحه‌ای، یک کتاب نامه انگلیسی و فارسی آورده شده که حوزه بسیار وسیع کار این اثر را نشان می‌دهد. در این کتاب آثار هارولد گارفینکل، آنسلم اشتراس، ادموند هوسرل، مارتین هایدگر، دیوید مورلی، میخائیل باختین، رولان بارت و بسیاری دیگر از متفکران حوزه ارتباطات معرفی و شرح داده شده است.

ویرایش هر کتابی مشکل است، اما ویرایش چنین کتابی بسیار سخت‌تر خواهد بود. این کار نیازمند دانش گسترده در این حوزه و قضاوت در مورد این است که تا چه حد باید به جزئیات یک موضوع توجه کرد. همچنین این کار نیازمند مهارت‌های سازمانی بالاست. پروفیسور سعید رضا عاملی، نویسنده این کتاب کسی است که هم دانش علمی و هم مهارت سازمانی مورد نیاز برای انجام چنین کاری را دارد. پروفیسور عاملی استاد ارتباطات و آمریکاشناسی در دانشگاه تهران است. او در عین حال، معاون برنامه‌ریزی و فناوری اطلاعات این دانشگاه و رئیس دانشکده مطالعات جهان است. نگارش ده‌ها کتاب و مقاله، شرکت در ده‌ها کنفرانس بین‌المللی و موقعیت‌های مختلف او سبب شده است که بتواند نگاه بین‌رشته‌ای و چند رشته‌ای خود را در حوزه ارتباطات، یعنی حوزه‌ای که استنادی از همه رشته‌ها و رویکردها در آن کار می‌کنند، تقویت کند.

انتشار این کتاب، نقطه عطفی در پژوهش ارتباطاتی و مطالعات فرهنگی در ایران است و این کتاب باید نقش مهمی در توسعه این حوزه‌ها و حتی حوزه‌های دیگر تخصصی برای دانشجویان و پژوهشگران پارسی‌زبان بازی کند.

پیشگفتار

روش تحقیق کلید فهم واقعیت‌ها و حقایق فردی و اجتماعی است. بدون داشتن روش تحقیق مشخص، پژوهشگر در غیابوسی از واقعیت‌ها غرق می‌شود و نمی‌تواند یافته‌های مشخصی را به دست آورد. نظریه به مثابه نگاه و مسیر نگاه به واقعیت‌ها و روش تحقیق به عنوان روش حرکت در مسیر دریافت واقعیت‌ها و پیچیدگی دستیابی به معارف فردی و اجتماعی و رسیدن به هدف مورد نظر است. راز موفقیت‌های فردی و اجتماعی را باید در روش اندیشیدن و روش دستیابی به حقایق و نادیده‌های زمانه دانست.

اگر انسانی از چند سده پیش به زمان ما آورده شود، بی شک از دیدن این همه پیشرفت، در حد مرگ شگفت‌زده خواهد شد. فلز پرواز می‌کند و به ماه و حتی آنسوتر می‌رود، انسان روزها زیر آب زنده می‌ماند، اعضای بدن بهتر از روز اول کشت شده و تولید می‌شوند، بردگی مذموم است و انسان‌ها دارای کرامت هستند و حاکمان به نظرات آنها بی نهایت اهمیت می‌دهند. غرق شدن ما در زندگی روزمره سبب می‌شود که شگفتی این وضعیت را به خوبی درک نکنیم. چرا چنین شده است؟ پروفیسور پیتر کریفت^۱ استاد فلسفه و اخلاق در دانشگاه بوستون معتقد است پاسخ در روش است. تغییرات مهم و بنیادین در زندگی بشر، حاصل موفقیت او در پیدا کردن روشی برای دستکاری ماده است. بشر به روش دستکاری ساده آگاه شده است و دیوانه‌وار محیط زیست خود را تخریب می‌کند تا بیشتر بسازد و بیشتر به دست آورد. این دستکاری‌ها، ما را داناتر، سالم‌تر، ثروتمندتر، آسوده‌تر و موفق‌تر کرده، اما بدون تردید خوشبخت‌تر نکرده است.

خودکشی که یکی از نشانه‌های باختن و بحران فردی و اجتماعی است، در سال‌های آغاز شتاب گرفتن رفاه افزایش نگران‌کننده‌ای گرفته است و این روند ادامه دارد. براساس آمارها، در ۴۵ سال گذشته نرخ خودکشی ۶۰ درصد رشد داشته است و سالانه حدود یک میلیون نفر از مردم جهان بر اثر خودکشی

می‌میرند (مرکز خودکشی‌شناسی، ۲۰۰۷). پرسش اساسی این است که اگر شرایط بشر بهتر شده است، چرا به بدترین وجه علیه این شرایط و زندگی می‌شورد؟ در اینجا بود که علوم اجتماعی به‌عنوان یکی از متأخرترین شاخه‌های علم به‌صورت جدی در عرصه عملی ظاهر می‌شود. علم‌های پیشین روال کار را مشخص کرده‌اند: همه چیز در روش خلاصه می‌شود. اما چگونه؟ مناقشات روشی، از آغاز علوم اجتماعی تا امروز، همیشه وجود داشته است و این واقعیت که علوم دقیقه اختلاف کمی بر روی روش دارند، سبب شده است که دو حوزه علوم دقیقه و علوم اجتماعی دارای تفاوت‌های عمده شوند.

در علوم اجتماعی، عمده تفاوت‌های روشی ناشی از تفاوت در فلسفه و شناخت انسان است. علوم انسانی به ما می‌گوید که فلسفه علم پرسش‌های بنیادین مثل حقیقت، واقعیت، متافیزیک، درک جهان و در کل، امور انتزاعی را مورد توجه قرار می‌دهد. فلسفه ما را به پارادایم‌هایی هدایت می‌کند که با آن دنیا را از قاب خاصی می‌بینیم و دلیل اصلی منازعات فلسفی همین نگرستن به جهان واقعی از چارچوب‌های متفاوت است. به این ترتیب، فلسفه هر چند ویژگی‌های انتزاعی دارد، اما نیازمند اتصال نظام‌مند به جهان واقعی بیرونی است. به علاوه، فلسفه نیازمند است که پیوسته اطلاعات تازه رسیده به وسیله دستگاه فهم خود از جهان بیرون را به انباره اطلاعات پیشین و اغلب تأییدکننده چارچوب‌ها اضافه کند و همخوانی اطلاعات نو با اطلاعات قبلی را مطالعه کند. فرآیند به دست آوردن اطلاعات جدید و مطالعه همخوانی آنها با اطلاعات پیشین، روش نام دارد.

در اینجا است که به ویژگی‌های بنیادین روش تحقیق پی می‌بریم. روش تحقیق هرچند یک ابزار است، هر روش به‌طور معمول از یک هستی‌فلسفی برآمده است که تنها آن را برای استفاده‌های آن فلسفه و چارچوب‌های شناختی آن مناسب می‌کند و باز در اینجا است که مشخص می‌شود، بخش مهمی از پژوهش‌ها در حوزه علوم انسانی، به دلیل نداشتن نگاه فلسفی به روش تحقیق و استفاده از هر روشی در هر پژوهشی، فاقد روالی هستند.

بنابراین، معرفی روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی و ارتباطات، در واقع به‌صورت تلویحی به معنای معرفی فلسفه‌هایی است که این روش‌ها از درون آن شکل گرفته و پیوسته به آن شکل می‌دهند. در کنار روش‌های پژوهش، تکنیک‌های پژوهش نیز به‌عنوان ابزار در اختیار پژوهشگران هستند تا با توجه به مبانی فلسفی و روشی خود، از آنها برای دستیابی به دانش و داده‌های تحلیلی استفاده شود. از آنجا که همه فعالیت‌های فکری در انسان و در ماشین‌های فکر، نیازمند نوعی فعالیت مبتنی بر طبقه‌بندی است (بوسکی^۱، ۱۹۸۸؛ گودوین^۲، ۱۹۹۴ و

ویلیامز^۱، ۱۹۹۳)، هر تلاشی برای معرفی روش‌های تحقیق، نیازمند این است که پژوهشگر نظام طبقه‌بندی موجهی برای کار خود انتخاب کند. یکی از مهم‌ترین طبقه‌بندی‌های روش‌ها در علوم اجتماعی و علوم ارتباطات و مطالعات رسانه‌ها، همان طبقه‌بندی کمی در برابر کیفی است. البته، چنانکه خواهیم دید، مؤلفان مختلف در همین قالب یا خارج از همین قالب ابتکاراتی هم داشته‌اند. کتاب حاضر انواعی از روش‌ها کمی و کیفی و همچنین روش‌های ترکیبی همراه با معرفی بعضی از تکنیک‌های تحقیق ارائه کرده است. همچنین، در این کتاب تلاش شده است که به لحاظ شکلی، قالب استاندارد برای معرفی روش‌ها و تکنیک‌های تحقیق ارائه شود. اما پیش از آن، اجازه بدهید چند اثر خوب در زمینه طبقه‌بندی و معرفی روش‌های تحقیق را معرفی کنیم.

مایکل بلور^۲ و فیونا وود^۳ (۲۰۰۶) ابتکار جالبی برای معرفی روش‌های تحقیق ارائه کرده‌اند. آنها در کتاب «واژگان کلیدی در روش‌های کیفی: واژه‌نامه‌ای از مفاهیم روشی»^۴ به جای معرفی روش‌های پژوهش، واژگان کلیدی پژوهش را معرفی کرده‌اند. ابتکار بلور و وود از این نظر مهم است که هنگام استفاده از این روش، شکل تداخل روش‌ها حل می‌شود و علاوه بر روش‌های کیفی، اصطلاحات و تکنیک‌های پژوهش هم معرفی می‌شود. حتی اگر پژوهشگری می‌خواست روش‌های کمی را هم توضیح دهد، این روش طبقه‌بندی پاسخگو بود. بلور و وود در ابتدای کار و در فهرست، این واژگان کلیدی را در قالب حروف الفبا ارائه کرده‌اند. بنابراین، کسی که دنبال کلید واژه خاصی می‌گردد، می‌تواند سریع کلید واژه خود و توضیحات آن را ارائه کند. هرچند بلور و وود بیشتر بر کاربرد این کلید واژه‌ها بر روی بیماران متمرکز شده‌اند، اما پژوهشگر ارتباطات به راحتی می‌تواند ببیند که این روش‌ها در اصل روش‌های جامعه‌شناختی و ارتباطاتی بوده‌اند. هر مدخل با یک تعریف کوتاه یا توضیح اصطلاح آغاز می‌شود اما توضیحات اصلی برای بخش‌های دیگر پیش‌بینی شده‌اند. بخش بعدی ویژگی‌های ممیزه است که در این بخش بلور و وود نشان می‌دهند که این اصطلاح یا مفهوم یا روش چه ویژگی‌هایی دارد که در کنار ویژگی‌های همپوشان آن را از بقیه اصطلاحات، مفاهیم یا روش‌ها متمایز می‌کند. هر مدخل یک بخش تجربی هم دارد که در آن توضیح داده می‌شود که روش به چه صورت عملیاتی می‌شود و با کمک چند مثال خوب، پژوهشگر به خوبی می‌تواند درک کند که آن روش خاص، به چه صورت قابل فهم و به کارگیری می‌شود.

1 Wiliams

2 Michael Bloor

3 Fiona Wood

4 Keywords in Qualitative Methods :A Vocabulary of Research Concepts

در کتاب «روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی: یک رویکرد واقع‌گرایانه»^۱ نوشته اندرو سایر^۲ تلاش شده است که رویکرد فلسفی‌تر و عمیق‌تری به مسئله روش داشته باشند. سایر کتاب را در سال ۱۹۸۴ منتشر کرده اما این کتاب بارها تجدید چاپ شده و آخرین نسخه موجود در بازار آن متعلق به سال ۲۰۱۰ است. در ضمن، این کتاب توسط عماد افروغ به فارسی هم ترجمه شده است. سایر در این کتاب هرگز بر معرفی روش‌های تحقیق و توضیح چگونگی عملیاتی کردن آن متمرکز نشده است؛ بلکه، تلاش کرده است تا نشان دهد چگونه نگاه‌های خاص به جهان که در قالب فلسفه‌های متناقض نمود می‌یابند، روش‌های پژوهش متفاوت ایجاد می‌کنند. بنابراین سایر از رابطه معرفت و زمینه آغاز می‌کند و با کالبد شکافی روابط میان نظریه، فلسفه، پارادایم، روش و بسندگی عملی تلاش می‌کند نشان دهد چگونه فلسفه‌های مختلف شکل می‌گیرند و چرا فلسفه‌های مختلف روش‌های متفاوت ایجاد می‌کنند.

اووه فلیک^۳ و دیگران در سال ۲۰۰۴ کتاب جالب دیگری با عنوان «کتابچه همراه پژوهش‌های کیفی»^۴ را منتشر کرد که این کتاب هم ابتکار جالبی داشت. اصل کتاب به زبان آلمانی و در سال ۲۰۰۰ به چاپ رسیده بود و برایان جنر آن را از آلمانی به فرانسه ترجمه کرده است. پیکربندی این کتاب بسیار خوب تنظیم شده است. کتاب شش بخش دارد. در بخش اول، فلیک و همکارانش تلاش کرده‌اند کل فعالیت‌هایی را که برای انجام این پروژه انجام شده، به‌همراه ملاحظات فلسفی و نظری که این تصمیم‌گیری‌ها را پشتیبانی می‌کرده‌اند، ارائه کنند. بخش دوم به معرفی نفرات اختصاص یافته است. در این بخش فلیک و همکارانش تلاش کرده‌اند تمام نفراتی را که معرف جهت‌گیری‌های خاص فلسفی در علوم اجتماعی هستند معرفی کنند و آرای آنها را شرح و بسط دهند. کسانی مثل سکس، گارینکل، گافمن، گریتر، اشتراوس و فریتز در این بخش به صورت کامل معرفی شده‌اند. یکی از مزایای کتاب مذکور این است که هر مدخل در بخش دوم و بخش‌های بعدی توسط یک متخصص در آن حوزه نوشته شده و در واقع بخش مهمی از کتاب به‌وسیله فلیک و همکارانش ویرایش و گردآوری شده است.

بخش دوم از افراد فاصله می‌گیرد و این بار نظریه‌های پژوهش کیفی را هدف قرار می‌دهد و در این بخش نظریه‌هایی مثل زیست جهان، پدیدارشناسی، روش‌شناسی قومی، برساخت‌گرایی و غیره مرور می‌شوند. بخش سوم کتاب به برنامه‌های روش‌های کیفی تحقیق اختصاص یافته

1 Method in Social Science: A Realist Approach

2 Andrew Sayer

3 Uwe Flick

4 A Companion to Qualitative Research

است. روش‌های تحقیق نیازمند راهبردی اجرایی هستند که در اصطلاح برنامه‌نامه‌میه می‌شود. این برنامه‌ها مطالعات فرهنگی، مطالعه سازمانی، مطالعه جنسیتی، مطالعه جوانان و مانند اینها هستند. بخش چهارم کمی از نردبان انتزاع پایین می‌آید و به‌طور مستقیم به پرسش رابطه روش‌شناسی و پژوهش کیفی می‌پردازد. اگر قرار است کسی پژوهش کیفی انجام دهد، بی‌شک باید به پرسش‌هایی مثل عملیاتی کردن، روایی و اعتبار، روش‌های مرکب و نمونه‌گیری پاسخ دهد. و در نهایت، بخش پنجم به صورت عینی توضیح می‌دهد که پژوهشگر چگونه باید وارد میدان پژوهش شود و کار پژوهش کیفی را آغاز، مدیریت و تمام کند. این بخش حتی دارای مثال‌های به‌طور کامل عملی از گردآوری و پردازش داده‌ها است، که هرگونه ابهام عملیاتی‌سازی را برای پژوهشگر از بین ببرد و در نهایت، بخش ششم به بحث در مورد کاربرد پژوهش کیفی پرداخته است. مسائلی مثل اخلاق پژوهش، تدریس پژوهش کیفی، کاربرد روش‌های کیفی، چشم‌اندازها و چالش‌های روش‌های کیفی و در نهایت هنر استفاده از روش‌های کیفی در این بخش به‌طور مفصل به بحث گذاشته شده‌اند.

کتاب جامع دیگر در این حوزه، «دانشنامه روش‌های پژوهش کیفی سیچ»^۱ است که در سال ۲۰۰۸ به وسیله لیزا ام گیون^۲ ویرایش شده است. این کتاب بسیار جامع و در دو جلد و بیش از هزار صفحه نوشته شده است. گیون در این کتاب ابتکارات خوبی به خرج داده است. او در ابتدای کتاب یک بخش راهنمای خوانندگان پیش‌بینی کرده است که به خواننده کمک می‌کند که کدام مدخل را در درون کدام مقوله باید پیدا کند. همچنین، این بخش به خواننده نشان می‌دهد که کدام مدخل به هم ربط دارند. این بخش علاوه بر مداخل، به اصطلاحات هم توجه کرده و خواننده می‌تواند دریابد که کدام اصطلاح به کدام روش مربوط می‌شود. برای مثال در بخش «تحلیل داده‌ها» انواع اصطلاحات تحلیل داده‌ها و روش‌های مختلف تحلیل داده‌ها و داده‌ها در روش‌های مختلف پژوهش فهرست شده‌اند. یک نقطه قوت اثر مذکور این است که هر روش به وسیله کسی نوشته شده که در آن متخصص است پس مشکل نویسنده همه چیز دان در برخی کتاب‌های روش تحقیق را حل کرده است.

در بعضی موارد، هنگامی که یک مدخل به تنهایی برای توضیح یک روش تحقیق و زیرشاخه‌های آن کافی نبوده، گیون چند مدخل موازی برای این یک مورد پیش‌بینی کرده است. یک نکته مهم در این کتاب پیش‌بینی یک بخش «همچنین، نگاه کنید به»^۳ است که به خواننده

1 The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods

2 Lisa M. Given

3 See Also

امکان می‌دهد تا بداند که چه مفاهیم و روش‌هایی به مفهوم یا روش حاضر مرتبط هستند. گیون برای سازمان بخشی به این اثر، ابتدا فهرستی از روش‌های پژوهش کیفی را تهیه و در مرحله بعد تعدادی از متخصصان بین‌المللی از رشته‌های مختلف را به همکاری تشویق کرده است. بعد از رایزنی با این متخصصان، گیون فهرست روش‌های خود را اصلاح کرده و آنها را به همراه شرح مفاهیمی که نیاز به توضیح دارند، به مؤلفان باز گردانده است. مؤلفان موظف بوده‌اند که روش‌های تحقیق را بر مبنای شیوه نامه‌ای که گیون برای آنها تنظیم کرده بود، تهیه کنند. وقتی مؤلفان مقالات خود را به گیون باز گرداندند، او به همراه یک هیأت مطالعه، نتایج کار آنها را مطالعه، ارزیابی و به کتاب وارد کرده است.

کتاب «روش‌های پژوهش رسانه‌ها و ارتباطات: پیشگفتاری بر رویکردهای کمی و کیفی»^۱ نوشته آرتور آسبرگر که در سال ۲۰۰۰ نوشته شده و در سال ۲۰۱۰ تجدید چاپ شده، یکی از همان کتاب‌هایی است که در فهرست کردن روش‌های پژوهش، همان تقسیم‌بندی قدیمی کمی در برابر کیفی را اقتباس کرده است. کتاب آسبرگر پنج بخش دارد. بخش اول کتاب به توضیح آنچه در نگاه اول واضحات به نظر می‌رسند، اختصاص دارد. پژوهش چیست و روال کار آن به چه صورت است. در این بخش آسبرگر تلاش می‌کند تا نشان دهد که شاید سردرگمی دانشجویان در کار پژوهش ارتباطی و رسانه‌ای، نداشتن درک درستی از همان چیزی باشد که آنها واضحات می‌دانند. آسبرگر تلاش می‌کند اولیه‌ترین مفاهیم پژوهش را در این بخش توضیح دهد. بخش دوم کتاب به تحلیل متنی اختصاص یافته و آسبرگر این تحلیل را به چهار شاخه تحلیل نشانه‌شناسی، تحلیل زبان‌آوری، نقد ایدئولوژیک و نقد روانکاوی تحلیلی تقسیم کرده است. بخش سوم کتاب به روش‌های تحلیل کیفی پرداخته است. در این بخش آسبرگر فقط چهار روش مصاحبه، تحلیل تاریخی، پژوهش روش‌شناسی قومی و مشاهده مشارکتی را توضیح می‌دهد. روش‌های پژوهش کمی در بخش چهارم به بحث گذاشته شده‌اند. تحلیل محتوا، پیمایش‌ها و آزمایش‌ها به طور کامل توضیح داده شده‌اند و آخرین قسمت این بخش هم به ارائه یک مرور کلی و جامعی از آمار توصیفی اضافه شده است. بخش پنجم کتاب آسبرگر تلاش دارد تا پژوهشگر عرصه ارتباطات و مطالعات رسانه‌ها را تا آخر پشتیبانی کند. مسائل حین پژوهش، خطاهای رایج، تله‌های روشی و چگونگی جمع کردن کارها و تبدیل کردن توده‌ای از اعداد و یادداشت‌ها به یک متن علمی در این بخش به صورت کامل توضیح داده شده‌اند.

راجر دی. ویمر و جوزف آر. دومینیک (۱۳۹۰) در کتاب «تحقیق در رسانه‌های جمعی» تلاش کرده‌اند تا هر آنچه یک پژوهشگر ارتباطات برای پژوهش نیاز دارد را برای او فراهم کنند. نسخه فارسی کتاب کمی کمتر از هزار صفحه دارد و در ۱۸ فصل تنظیم شده است. این ۱۸ فصل به چهار بخش تقسیم شده‌اند و مباحثی چون فرآیند پژوهش، اجزای پژوهش، مراحل پژوهش، تحلیل داده‌ها و کاربردهای پژوهش را پوشش می‌دهد. روش‌های ارائه شده برای پژوهش شامل روش‌های پژوهش کیفی، تحلیل محتوا، پژوهش پیمایشی، پژوهش طولی و پژوهش آزمایشی است.

لیندلاف و تیلور (۱۳۹۰) در کتاب «روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات» تلاش کرده‌اند که یک تلفیق فلسفی - روشی از روش تحقیق طراحی کنند و در اختیار پژوهشگران قرار دهند. آنها در دو فصل اول به امر انتزاعی‌تر شناخت‌شناسی، هستی‌شناسی و اخلاق پژوهش پرداخته‌اند تا بنیان‌های نظری آنچه به عنوان روش‌های عملی پژوهش خوانده می‌شود را مشخص کند. پارادایم‌های مختلف و ملاحظات روشی آنها هم در این دو فصل تحلیل شده‌اند. از فصل سوم لیندلاف و تیلور وارد طراحی تحقیق، گردآوری اطلاعات، استفاده از ابزارهای مختلف گردآوری و پردازش اطلاعات و استفاده از رایانه و نرم‌افزارهای گردآوری و تحلیل اطلاعات می‌شوند. در فصل آخر هم نویسندگان کتاب به بحث نگارش و نوشتن گزارش تحقیق پرداخته‌اند، که خود یکی از مباحث قابل تأمل در نگاه‌های سنتی، مدرن و پست‌مدرن در حوزه تحقیق است. یکی از کارهای جالبی که در این کتاب انجام شده، آموزش پروپوزال‌نویسی است که با افزایش تعداد دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی، این بخش مورد علاقه عده بیشتری قرار خواهد گرفت.

دلاور (۱۳۸۰) در کتاب «مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی» تلاش کرده تا یک کتاب کامل در حوزه علوم انسانی و اجتماعی را در اختیار خوانندگان فارسی زبان قرار دهد. دلاور ابتدا از مبانی نظری شروع کرده و با توضیح علم و نظریه علمی از سطح انتزاعی به سمت سطوح عینی‌تر پژوهش مثل معرفی منطق و کاربرد روش‌های تحقیق حرکت کرده است. روش‌های تحقیقی که دلاور معرفی می‌کند اغلب روش‌هایی مثل پیمایش، تحقیق همبستگی، مشاهده، قوم‌نگاری و روش‌های پرکاربردتر هستند که به صورت مستقیم مورد استفاده پژوهشگران قرار می‌گیرد. نویسنده کتاب بخشی را هم به معرفی و منطق نمونه‌گیری در پژوهش علمی اختصاص داده است. رفیع پور (۱۳۸۷) در کتاب «کند و کاوها و پنداشته‌ها: مقدمه‌ای بر روش‌های شناخت جامعه و تحقیقات اجتماعی»، کار خود را با ارائه و تحلیل سه مفهوم علم، جامعه‌شناسی و روش شروع کرده است. وی سپس به مسئله شناخت توجه کرده و بعد از توضیح تاریخی گسترش شناخت در جوامع بشری، نظریه‌های شناخت و روش‌شناسی را توضیح داده است. در فصل‌های بعد رفیع پور به

نظریه‌سازی و واژه‌سازی در علوم اجتماعی و روش تحقیق اشاره کرده است و از فصل شش با تعریف سنجش وارد مباحث عملی‌تر شده است. فصل‌های بعدی این کتاب کوتاه‌تر و کاربردی‌ترند و برخی روش‌های رایج‌تر در علوم اجتماعی در آنها توضیح داده شده است. پیکربندی این کتاب در واقع سنتزی از کتاب‌های روش‌های تحقیق و تکنیک‌های تحقیق ایجاد می‌کند، این کتاب هم مثل کتاب‌های جدیدی که در این حوزه منتشر شده‌اند، هم روش‌های تحقیق و هم تکنیک‌های تحقیق را به صورت مدخل‌های مختلف آورده است. این کار به پژوهشگر ایرانی کمک می‌کند تا به راحتی به دنبال ابزار لازم برای تحقیق خود بگردد، و در عین حال از ملاحظات نظری پژوهش هم غافل نشود. در پایان هر مدخل، تعدادی پژوهش‌های عملی مربوط به همان مدخل آورده شده است تا پژوهشگر ایرانی را در عرصه عملیاتی کردن هم یاری کند. در انتهای هر مدخل سعی شده تا تعدادی از برجسته‌ترین آثار ملی و جهانی در مورد همان مدخل معرفی شوند. البته تعداد روش‌ها و تکنیک‌های پژوهش بسیار بیش از اینهاست و این کتاب ادعای «یک کتاب برای همیشه» ندارد و امیدواریم که در نسخه‌های بعدی بر مداخل روش تحقیق در رسانه و مطالعات فرهنگی اضافه شود.

مجموعه پژوهش‌های انجام شده در حوزه روش تحقیق ارزش علمی و راهبردی بسیار مهمی دارند و هر کدام دریچه‌ای را به سوی روش باز کرده‌اند. اثر حاضر مجموعه روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه را جمع و با استفاده از تکنیک خلاصه‌نویسی همراه با انعکاس نکات اصلی در خصوص روش‌های تحقیق رایج در این حوزه، برای اولین بار چهل روش تحقیق مهم را که ریشه‌های فراگیری در شاخه‌های مختلف علوم اجتماعی و علوم انسانی مثل جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، انسان‌شناسی، تاریخ، روانشناسی، زبان‌شناسی، ارتباطات، هنر، مطالعات رسانه، مطالعات فضای مجازی و فرهنگ‌شناسی و همچنین ارتباط گسترده‌ای با حوزه مطالعات فلسفی و معرفت‌شناسی دارد، معرفی و تحلیل روش شناختی کرده است. این کتاب برای تمامی دانشجویان و پژوهشگران رشته‌ها و حوزه‌های مذکور که دغدغه روش‌شناسی دارند، راهگشا و مفید خواهد بود و حداقل اطلاعات دایره المعارفی را برای شروع و دریافت تصویر کلان نسبت به روش‌های تحقیق متفاوت فراهم می‌کند.