

مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز

دوره شانزدهم، شماره دوم، بهار ۱۳۸۰ (پیاپی ۳۲)

(ویژه‌نامه علوم اجتماعی)

نقد روشهای کمی غالب بر پژوهش و لزوم توجه به روشهای کیفی در پژوهش رسانه‌ها در ایران

دکتر محمدتقی ایمان*

دانشگاه شیراز

چکیده

پژوهش یا تحقیق علمی، مجموعه فعالیتهای منظمی است که بر اساس یک دیدگاه نظری معین، که متأثر از روش‌شناسی خاصی می‌باشد، به سؤالاتی می‌پردازد که در ذهن محقق ایجاد می‌شود. در هر تحقیق سه عنصر روش، نظریه و روش‌شناسی وجود دارد. ارتباط نظام یافته این سه عنصر با یکدیگر، می‌تواند به ارائه یک تحقیق با هویت علمی منجر گردد. در این هویت، روش‌شناسی نقش مبنائی دارد، که براساس آن نظریه تعیین می‌شود. در فرآیند تحقیق، موضوع یا مسأله تحقیقاتی، در بستر نظریه تعریف، و متناسب با روش‌شناسی غالب بر آن؛ نظریه و روش تحقیق انتخاب می‌گردد. بنابراین، ارزیابی اعتبار هر تحقیق به بررسی روش‌شناسی و بصورت عینی‌تر به ارزیابی دستورالعمل‌های اجرایی نظری آن مربوط می‌شود. هرگونه ابهام نظری در تحقیق می‌تواند به کاهش اعتبار آن ختم شود. اشکال در اعتبار تحقیق بیانگر عدم همخوانی سطح نظری و تجربی است، که این امر معلول ابهام در هر سطح یا هر دو خواهد بود.

رسانه‌های ارتباط جمعی بعنوان زیرمجموعه نهاد ارتباط جمعی در نظام

* استادیار بخش علوم اجتماعی

اجتماعی دارای کارکرد معینی است. جلب کارکرد مثبت آنها بر مبنای نظام ارزشی غالب و در ارتباط سازمان یافته با دیگر نهادهای اجتماعی می‌تواند در حمایت از فرآیند توسعه نظام اجتماعی و تحکیم اقتدار ساختاری آن نقش فعالی را ایفاء نماید. کارکرد مطلوب رسانه‌ها نیازمند انطباق فعال و پویای آنها با واقعیت نظام اجتماعی است تا بتواند بر اساس یک دیدگاه نظری روشن آن را به سمت آرمان‌های نظام منتقل نماید. مسلماً در این انتقال، کارکرد هماهنگ دیگر نهادهای اجتماعی ضرورت دارد، که دیدگاه نظری این وظیفه مهم را عهده دار است.

هدف این مقاله بررسی روش‌شناسی‌های غالب بر تحقیقات رسانه‌ها و ارزیابی دو رویکرد کمی و کیفی در آنها می‌باشد. ضمن بیان تنگناهای پژوهشی غالب بر تحقیقات فرهنگی در رسانه‌ها، به حمایت منطقی از به‌کارگیری روشهای کیفی پرداخته می‌شود. بکارگیری روشهای علمی معتبر در تحقیقات می‌تواند موانع ورود سلیقه‌های فردی و گروهی در طراحی کارکرد رسانه‌ها گردیده و از ترسیم نظام معانی در جامعه بصورت افراط یا تفریط جلوگیری نماید. نتیجه این امر ساماندهی واقع بینانه فعالیتهای غالب بر رسانه‌ها با روائی قابل قبول خواهد بود.

واژه‌های کلیدی: ۱- روش‌شناسی ۲- رسانه‌ها ۳- رویکرد کمی و کیفی ۴- نظام معانی.

۱. مقدمه

تحولات تاریخی رسانه‌ها بیانگر وابستگی شدید اعتلای تفکر و آگاهی انسان به ابزارهای ارتباط است؛ چنانکه گسترش معرفت و تفکر، به توانمندیهای متعددی در انسان منجر شده است که امروزه شاهد آن هستیم. انسانها در کسب، گسترش و انتقال معرفت از طریق پیام‌مدیون رسانه‌ها بوده و می‌باشند. رسانه‌ها که در واقع ارتباطات را ایجاد و تقویت می‌کنند از استعدادهای انسانی و توانمندیهای دانش فنی در یک ارتباط سازمان یافته استفاده می‌نمایند. هدف اساسی رسانه‌ها در کنار دیگر پدیده‌های اجتماعی، ایجاد زمینه‌های تسلط انسان بر سرنوشت خویش در استفاده بهینه از امکانات موجود است.

رسانه‌های ارتباطی (محوار، نوشته، رادیو، تلویزیون و غیره) بر شکلهای جامعه‌پذیری^۱ که تونیس به اهمیت آن در ساخت نهادها و کلیه آثار تمدن پی برده بود، تأثیر می‌گذارند. بر این اساس رسانه‌ها فعالیت و روابط اجتماعی انسانها را ترسیم می‌نمایند و درصددند تا با تبلیغ یک نظام معانی خاص به تفسیر آنها در جهت وضعیت مطلوب بپردازند. در این تعریف رسانه‌ها پیوسته جهت خدمت به ارتقاء و تعالی جامعه انسانی با دید انتقادی متکی بر چارچوب مفهومی معینی، نقش مهمی بر عهده دارند. مسلماً این نقش در جوامع در حال انتقال که در پی تثبیت یک وضعیت روشن یا پشتوانه نظری مشخص می‌باشند، حائز اهمیت است. کارکرد رسانه‌ها در تثبیت نظام اجتماعی به معنای دخالت آنها در ترسیم و تثبیت فرهنگ و تمدن جامعه انسانی

است. فرهنگ و تمدن زمانی در جامعه تثبیت و امکان صدور و گفتگو با دیگر تمدن‌ها می‌یابد که در وهله اول در درون نظام اجتماعی، قانونمند گردد. قانونمندی به معنای سازمان یافتگی بستر و زمینه اجتماعی است که با لحاظ نمودن پویائی آن، ظهور و گسترش فرهنگ و تمدن را امکان‌پذیر می‌نماید. در این راستا رسانه‌ها می‌توانند جهت تقویت نظارت اجتماعی سازمان یافته فعال گردند. در نظارت اجتماعی، ترغیب‌ها و تحریکات روانی جهت ایفای نقش‌های اجتماعی مدنظر فرهنگ و تمدن تحقق می‌یابند. رسانه‌ها سعی می‌کنند تا با انتقال پیام‌های خاصی به کارکرد مناسب (براساس اهداف خویش)، بپردازند. در این زمینه، ماهیت پیام، خصیصه‌های پیام‌گیر و زمینه‌های اجتماعی دریافت پیام در میزان موفقیت کارکرد رسانه‌ها نقش به‌سزایی خواهند داشت.

رسانه‌ها که در واقع امتداد فنی حواس انسانها می‌باشند، در رشد و اعتلای فرهنگی و هویت جمعی انسانها، در تاریخ نقش اساسی دارند. زمانی که رسانه‌ها بتوانند ضمن تعریف روشنی از انسان و واقعیت، قوانین و سنن اجتماعی را کشف کنند و با اتکاء به یک دیدگاه نظری روشن، این مسیر را طی نمایند، موفقیت چشم‌گیری خواهند داشت؛ کسب چنین موقعیت و موفقیتی بدون پژوهش و تحقیق علمی امکان‌پذیر نیست. طرح سؤالات متعدد علمی از انسان و واقعیت اجتماعی - روانی او و حل این سؤالات در فرآیند تحقیق علمی، به توسعه معرفت رسانه‌ها می‌تواند کمک مؤثری نماید.

آنچه در توسعه معرفت علمی رسانه‌ها نقش اساسی دارد، اتکاء بر تحقیقات علمی است. تحقیق بعنوان مجموعه فعالیت‌های منظمی که در ارتباط ذهنی بین اندیشمندان مورد قبول واقع گردیده، متکی بر سه عنصر روش‌شناسی^۱، نظریه^۲ و روش^۳ است؛ (ایمان، ۱۹۷۷). این سه عنصر با یکدیگر ارتباط تنگاتنگ و منظمی دارند و محقق با طرح سؤالات یا موضوعات خاص، ضمن برخورداری از یک پیش‌فهم علمی روشن و شناخت عمیق از واقعیت اجتماعی مورد مطالعه، مسیر مشخصی را دنبال می‌نماید تا در نهایت به یافته‌های علمی دسترسی یابد. این یافته‌ها در دیدگاه نظری تحقیق، تفسیر می‌شوند و بر اساس آنها پرسش‌ها یا پیچیدگی‌های جدیدی مشخص و در مسیر بعدی تحقیق حل می‌گردند. این روند به توسعه معرفت جهت تعالی زندگی اجتماعی انسانها می‌انجامد.

در دنیای معاصر، علم در نظرگاه‌های روش‌شناختی و نظری متفاوت، تعاریف گوناگونی دارد. آنچه که باعث تمایز اساسی در این تعاریف می‌گردد، انسان و تعریفی است که از او ارائه می‌شود. براساس این تعاریف، روابط اجتماعی انسانها، رابطه آنها با طبیعت و واقعیت اجتماعی و در نهایت آرمانهای زندگی اجتماعی و چگونگی تغییر به سوی آنها مشخص می‌گردد. انسان اثباتی با انسان تفسیری و در نهایت انتقادی متفاوت است. در این دیدگاه‌ها، وظیفه انسان در ترسیم سرنوشت خویش و نقش رسانه‌ها در این رابطه، کاملاً متفاوت تعریف می‌شوند. بنابراین

رسانه‌ها در وهله نخست باید به این سؤالات اساسی جواب دهند که: به کدام رویکرد التزام نظری و عملی دارند؟ دنبال ترسیم چه نوع انسانی و در چه جامعه‌ای هستند؟ واقعیت اجتماعی کنونی چیست؟ مسیر انتقال کدام است؟ در جواب به این سؤالات اگرچه می‌توان در مواردی به رویکرد نظری مدنظر رسانه‌ها رجوع نمود، ولی در موارد دیگر نیازمند تحقیق و آنهم از مسیری که توسط روش شناسی غالب بر دیدگاه نظری مربوطه ارائه می‌شود، خواهد بود.

رسانه‌ها در کسب معرفت علمی در ایران دچار سه مشکل اساسی می‌باشند. مشکل اول، به ابهام در روش شناسی و دیدگاه نظری آنها مربوط است. مشکل دوم، به سازمان نیافتگی شیوه‌های پژوهش و تطبیق آنها با دیدگاه نظری مرتبط می‌شود و در نهایت مشکل سوم ناشی از عدم شناخت عمیق از جامعه مورد مطالعه خواهد بود. در این مقاله صرفاً به مشکل دوم که مربوط به شیوه پژوهش است، می‌پردازیم، مشکل اول و سوم نیازمند بحث جداگانه‌ای است. از آن جا که شیوه پژوهش متکی بر روش شناسی تحقیق است، در ابتدا روش شناسیهای غالب در علوم انسانی را باختصار مرور می‌نمائیم، سپس به تعریف رسانه‌ها و کارکرد آنها در جامعه می‌پردازیم. و در نهایت به ارزیابی رویکرد کمی و کیفی در پژوهش رسانه‌ها خواهیم پرداخت.

۲. روش شناسیها

روش شناسی بعنوان مجموعه گفتارهای منطقی که زیربنای فلسفی نظریه‌ها را تشکیل می‌دهند، در ارتباط ذهنی جوامع علمی^۵ مورد پذیرش قرار می‌گیرند. روش شناسی در حقیقت هویت نظریه را که چارچوب نظری تحقیقات رسانه‌ها را تشکیل می‌دهد، تعیین می‌نماید. جهت درک زمینه نظری تحقیقات باید به مختصات اصلی روش شناسیهای غالب در آنها پرداخته شود. مهمترین روش شناسیها عبارتند از: اثباتی، تفسیری و انتقادی که در زیر باختصار به شرح آنها می‌پردازیم.

۳. روش شناسی اثباتی

روش شناسی اثباتی که ادعای بکارگیری روشهای علوم طبیعی در علوم انسانی را دارد، در تحقیقات علمی، حضوری فعال دارد. اثبات گرایی که دارای شاخه‌های متفاوتی از جمله تجربه گرایی منطقی^۶، طبیعت گرایی^۷ و رفتارگرایی^۸ است، دارای تاریخ طولانی در فلسفه علم و در میان محققین می‌باشد. در این رویکرد با به کارگیری نگرش و روشهای علوم طبیعی اقدام به طراحی و انجام تحقیقات علوم انسانی بر اساس روشهای کمی^۹ می‌گردد (بایلی، ۱۹۸۲ و ولز، ۱۹۸۷).

علوم انسانی اثباتی به منزلهٔ مجموعه سازمان یافته‌ای از روشی است که در صد ترکیب منطق قیاس با مشاهدات تجربی دقیق از رفتار فردی جهت کشف و تأیید قوانین علی احتمالی برای پیش بینی الگوهای عمومی از رفتار انسان می‌باشد (نیومن، ۱۹۹۱).

شناخت از انسان در این دیدگاه بر اساس مشاهدهٔ رفتار او و آنچه در واقعیت بیرونی به جای درونی (ذهنی) اتفاق می‌افتد، کسب می‌گردد. اثبات گرائی سعی در ارائه الگوی مکانیکی از انسان دارد. دورکهایم جهت حمایت از این الگو معتقد است که، پدیده‌های اجتماعی به مثابه اشیاء مورد مطالعه قرار می‌گیرند، چون واقعاً اشیاء می‌باشد (دورکهایم، ۱۹۸۲).

۴. روش شناسی تفسیری

روش‌شناسی تفسیری در علوم انسانی به مباحث نظری جامعه شناس آلمانی ماکس وبر (۱۸۶۴-۱۹۲۰) متکی است، کسی که به تمایز بین علوم انسانی از علوم طبیعی و مطالعه کنش اجتماعی در علوم انسانی معتقد است. وی ضمن تأکید بر کنش اجتماعی بامعنا^{۱۱} یا متمایل به مقصود (هدف)، به بررسی مفهوم تفهم^{۱۱} که انعکاس دهندهٔ چگونگی نگرش مردم در خلق معنا و دلایل و انگیزشهای آنها می‌باشد، می‌پردازد.

علوم اجتماعی تفسیری به هرمنوتیک (تأویل گرایی) یا نظریه معنا که در قرن ۱۹ ظهور نمود و در زمینه‌های فلسفی، هنر، مذهب و زبان شناسی گسترش یافت، مربوط می‌باشد. این دیدگاه بصورت خلاصه تحلیل منظم از کنش اجتماعی با معنا از طریق مشاهده مستقیم جزئی رفتار مردم در شرایط طبیعی جهت فهم و تفسیر اینکه چگونه مردم دنیای اجتماعی خودشان را خلق و به آن معنا می‌بخشند، دارد (نیومن، ۵۰: ۱۹۹۱).

روش‌شناسی تفسیری معتقد است که دنیای اجتماعی بر خلاف دنیای فیزیکی، خارج و مستقل از آگاهی انسان وجود ندارد. بنابراین، دنیای اجتماعی از قبل تعیین شده نمی‌باشد که محققین آن را کشف نمایند. درک زندگی اجتماعی که از کنش متقابل با معنای انسانها خلق می‌شود، متکی بر نظام معانی^{۱۲} مردم در هر نظام اجتماعی می‌باشد. بر این اساس، زندگی اجتماعی بعنوان آنچه که مردم آن را تجربه می‌کنند و به آن معنا می‌بخشند، موجودیت می‌یابد. بنابراین، هویت واقعیت بستگی به تعریفی دارد که مردم از آن بعمل می‌آورند که توضیح آن صرفاً از زاویه دید آنها امکان پذیر می‌باشد.

۵. روش شناسی انتقادی

روش‌شناسی انتقادی بعنوان اساس دیدگاههایی مانند ماتریالیسم دیالکتیک، تحلیل طبقاتی، ساخت‌گرایی، علوم اجتماعی رئالیستی و تحلیل فمینیستی، سعی در ترکیب قوانین عام^{۱۳} و تفریدی^{۱۴} دارد. این روش‌شناسی به عقاید کارل مارکس (۱۸۸۳-۱۸۱۸)، زیگموند فروید (۱۸۵۶-۱۹۳۹) و اندیشمندان دیگر مربوط می‌شود. انتقادگرایان با توسل به مفاهیم فلسفی از قبیل آزادی، حقیقت، برابری و عدالت بدنیال نقد و بررسی واقعیت جهت تحول اساسی در آن می‌باشند. فی معتمد است که هدف علوم اجتماعی انتقادی، تبیین نظم اجتماعی بطریقی است که بتوان آن را به وضع دیگری منتقل نمود (فی، ۱۹۸۷). جهت تحقق این امر نقش اندیشمندان در تمرکز بر بحرانهای اجتماعی و تحلیل آنها بعنوان آگاهی کاذب^{۱۵} بسیار حائز اهمیت است.

واقعیت اجتماعی در روش شناسی انتقادی بگونه‌ای با زمان آمیخته و عجین شده که تمسک به ظاهر آن غیر واقعی می‌باشد. واقعیت که با ساختهای غیر قابل مشاهده خلق می‌شود، سیال و پویا است و تفسیر آن از طریق تضاد و تعارض در سازمان روابط اجتماعی انجام می‌پذیرد. روابط مملو از تضاد که در آن تغییر واقعیت دنبال می‌گردد، در قالب دیالکتیک توضیح داده می‌شود. دیالکتیک دیدگاهی است که به دنیا بعنوان یک مجموعه مرتبط با یکدیگر که تحت تغییرات جزئی و اصلی بر اساس تضاد و تعارض نیروهای مخالف درونی قرار دارد، نگاه می‌کند (شرمن، ۱۹۷۶).

۶. کارکرد رسانه‌ها

رسانه‌ها با حضور در ارتباطات جمعی سعی دارند پیامهای معینی را در معرض اطلاع عموم قرار دهند (پیرسون، ۱۹۷۶). بر این اساس، رسانه‌ها درصدد گسترش انتقال مفاهیم، تفکرات و معانی به عموم مردم می‌باشند، گسترشی که بیشتر بر انتقال معانی متمرکز است. مردم در زندگی روزمره سعی دارند تا زندگی اجتماعی (دنیای اجتماعی)، خود را تجربه نمایند، بدان معنا بخشند و تفسیر نمایند. تمامی این فعالیتها در بستر ارتباطات انجام می‌گیرد و بهمین لحاظ، ارتباطات بگونه‌ای وسیع و گسترده تحت تسهیم تجارب نیز تعریف شده است. در این معنا، انسان سعی می‌کند تا تجارب و آنچه را که در درون دارد، بصورت مستقیم و یا غیرمستقیم با هموعان خود در میان گذارد (گوئر، ۱۹۷۰). ارتباطات در واقع تحت فرآیندی شکل می‌گیرد که در آن مجموعه فعالیت‌هایی انجام می‌شوند که با کنش^{۱۶}، دگرگونی^{۱۷} مبادله^{۱۸} و حرکت^{۱۹} سر و کار دارند. بنابراین، ارتباطات با زندگی اجتماعی متولد می‌شود تا

انسان بر اساس توانمندیهای خود بتواند در ارتباط با دیگران نیازهای خود را رفع نموده، دنیای اجتماعی خویش را خلق کند و بدان معنا بخشد و در نهایت در این معنا با دیگران شریک شود. در روند ارتباط، نظام معانی موجود در جامعه شکل می‌گیرد و انسانها بر اساس آن به ایفای نقش می‌پردازند. بنابراین، دستیابی به نظام معانی از طریق بستر آن که ارتباطات است، کشف می‌گردد. بر این اساس، هدف اصلی رسانه‌ها کشف نظام معانی غالب در نظام اجتماعی است. میزان موفقیت رسانه‌ها در این امر مهم، بستگی به توانمندی آنها در ورود به درون ارتباطات اجتماعی دارد. این ورود به کارگیری روش شناسی مشخص و مبانی نظری حاصل از آن را لازم می‌شمارد. ورود به ارتباطات اجتماعی، مستلزم توجه به فرآیندی بودن آن است (میلر و استین برگ، ۱۹۷۵). فرآیندی (فراگردی) بودن ارتباطات مبین این نکته است که ارتباطات پدیده‌های پویا^۲ و متکی بر تغییرات و دگرگونی است. در تجزیه و تحلیل، مطالعه و یا هرگونه بررسی پیرامون ارتباطات، باید به این پیش فرض اساسی توجه کرد که آن را نمی‌توان متوقف نمود و یا به اجزای کوچکتری تجزیه کرد. در فراگرد ارتباطات، هیچگونه توقفی بر آن نمی‌توان تصور نمود و این مشکلی است که محققین ارتباط جمعی باید در به‌کارگیری روش شناسی، نظریه و نهایتاً در روش استفاده از تحقیق در نظر گیرند. در فرآیند ارتباطات، توجه به کنش متقابل بین اجزاء ضرورت دارد (کروسکر و ویلز، ۱۹۷۶). کنش متقابل از روابط علی و یا دیالکتیکی مجزا است. در تحلیل و ارزیابی کنش متقابل بین اجزاء عناصر ارتباطات، توسل به روش‌شناسی تفسیری، استفاده از نظریه‌های مرتبط با آن و در نهایت دیدگاه کیفی ضرورت دارد. ارتباطات اگر چه از یک ساختار فراگردی تبعیت می‌نماید ولی به معنای عدم سازمان یافتگی آن نیست و پدیده‌ای کاملاً نظام‌گرا است. ارتباطات از مجموعه عوامل و عناصر بهم پیوسته که بصورت یک کل و برای هدف و منظور خاصی فعالیت دارند، تشکیل شده است. مفهوم نظام‌گرایانه ارتباطات در برگرفته پیوستگی میان اجزا و عناصر ارتباطی آن است. در نظام یافتگی ارتباط، دقیقاً می‌توان نظام معانی مردم را دید. در این نظام معانی که پیامهایی منتقل می‌گردند، عناصر شامل منبع، پیام، رسانه و گیرنده است. رسانه‌ها در واقع باید بتوانند از این زاویه با ارتباطات برخورد نمایند تا ضمن دستیابی به نظام معانی مردم، هویت پیامها را بخوبی شناسایی کنند.

نظام معانی در جامعه که بصورت فعال در روابط اجتماعی (رسمی و غیر رسمی) در جریان است، تعیین کننده کنشهای اجتماعی مردم می‌باشد. بنابراین، درک کنشهای اجتماعی بدون قرار دادن آنها در روابط اجتماعی و نظام معانی مرتبط با آن بی معناست و آنچه ارائه می‌گردد، روایتی لازم را ندارد. عدم توجه پژوهشهای رسانه‌ها به این امر باعث جایگزینی نظام معانی فردی محققین یا هنرمندان به جای نظام معانی مردم می‌شود. از آن جا که رسانه‌ها و برنامه‌های موجود در آنها بوسیله متفکرین و هنرمندان طراحی می‌گردند، عدم توجه به این امر مهم،

تسلط فرهنگ مذهبی بر آن است، برای رسانه‌ها حائز اهمیت خواهد بود. رسانه‌ها با هدف شناخت علمی از واقعیت و تغییر آن بر اساس آرمانها و ارزشهای مد نظر دیدگاه نظری نیازمند تحقیقات علمی می‌باشند. پژوهشهای علمی رسانه‌ها با توجه به موضوعات و مفاهیم مطرح در ارتباطات از حساسیت خاصی برخوردار است. آنچه که در این تحقیقات دنبال می‌گردد، دست یابی به نظام معانی مردم بعنوان هدایت‌گر کنشهای اجتماعی آنان است. از آن جا که نظام معانی از خصیصه ذهنی برخوردار می‌باشد و نقش عقل سلیم^{۲۱} در آن حائز اهمیت است، اتکا به

روش‌شناسی تفسیری و استفاده از رویکرد کیفی ضرورت دارد. لذا، به جای تکیه بر تحقیقات بوسیله رسانه‌ها^{۲۲} به تحقیقات درباره رسانه‌ها^{۲۳} پرداخته می‌شود. در تحقیقات درباره رسانه‌ها به استعدادهای فعال رسانه‌ها و شیوه‌های تأثیر آنها بر آگاهی که متناسب با مقتضیات مورد مطالعه باشد، رجوع می‌شود (سلمون و کلارک، ۱۹۹۷). بعبارت دیگر، رسانه‌ها بدنبال ارائه نظام معانی خاصی می‌باشند که در آن نوعی معنا و تفسیر معنا منتقل می‌شود. تحقیقات بر رسانه‌ها سعی بر کشف این نظام معانی و عرضه به نظام معانی فراگیران یا مخاطبان را دارد تا بتوانند از طریق نظام معانی آنان تغییرات لازم را در جامعه دنبال نمایند.

۷. روش شناختی پژوهش رسانه‌ها در ایران

ارزیابی هویت و ساختار پژوهش رسانه‌ها در ایران، در دو سطح نظری و عملی قابل بحث است. در سطح نظری، اساساً این پژوهشها دچار ابهام روش‌شناختی و به تبع آن دیدگاه نظری می‌باشند. نشر و گسترش معرفت علمی در ایران با توجه به ورود آن به نظام جهانی و استقبال از نظریه‌نوسازی در توسعه، ریشه در روش‌شناسی اثباتی دارد. بکارگیری موفقیت آمیز این روش‌شناسی بستگی به میزان تقید نظری و عملی جامعه به پیش‌فرضهای آن دارد. بر اساس این پیش‌فرضها، نظریه یا دیدگاه نظری سازگار با آن جهت برنامه‌ریزی کلان مورد استفاده حاکمیت نظام اجتماعی قرار می‌گیرد. دستیابی به اهداف برنامه‌ها پس از فائق آمدن بر مشکلات و حل مسائل از مسیر پژوهش و تحقیق علمی مد نظر اثبات‌گرایی، امکان‌پذیر خواهد بود.

مراکز علمی در ایران سعی نموده‌اند (عمدتاً از دوره قاجار به بعد) تا روش‌شناسی اثباتی را بدون ارزیابی و تفسیر پیش‌فرضهای آن و اظهار نظر انتقادی در میزان تطبیق آن با واقعیات نظام اجتماعی بپذیرد. این پذیرش باعث گردید تا این مراکز به سطح دوم یا دیدگاه‌های نظری متأثر از این روش‌شناسی توجه نمایند. تمرکز بر این محور به تعهد بلاشرط مراکز علمی ایران به نقل و بیان این نظریات منجر گردید. از آن جا که روش‌شناسی اثباتی، آنهم در شکل کلاسیک آن صرفاً به روشهای تحقیق کمی عنایت دارد، مراکز علمی و پژوهشی کشور نیز در

انجام تحقیقات بعنوان وظیفه با صرف مبالغی جهت پژوهش برای ارائه گزارش و در سطح تربیت نیروی انسانی متخصص (در سطح کارشناسی ارشد و دکتری) بر بکارگیری تمام عیار روشهای کمی در تحقیقات تأکید نمودند. آنچه در این مسیر عاید مراکز علمی و پژوهشی گردید، انفعال، عدم تطبیق دیدگاههای آنها با بستر و زمینه اجتماعی کشور و اتصال به خارج از نظام اجتماعی بوده است.

روش شناسیها در علوم انسانی با زیربنای فلسفی متفاوت دارای نقاط قوت و ضعف مشخصی می‌باشند که استفاده سازمان نیافته از هر کدام از آنها، می‌تواند نقاط ضعف را مضاعف نماید. آنچه در ایران اتفاق افتاده، نه تنها به ایراد و اشکال روش شناسی اثباتی اتخاذ شده مربوط می‌شود، بلکه به استفاده سازمان نیافته و غیر علمی از آن نیز مرتبط است. در تحقیقات و پژوهشهای علوم انسانی، ایران بعلاوه عدم استفاده علمی از این روش شناسی در مراکز علمی باعث انفصال این مراکز از دستگاههای اجرایی، ورود ارزشها و سلیقه‌های فردی و گروهی در تحقیقات و اصالت کمیت بجای کیفیت در پژوهش گردیده است.

استفاده غیر علمی از روش شناسی اثباتی به تقید و استفاده غیر مستدل محققین علوم انسانی از دیدگاههای نظری این روش شناسی در زمینه‌های اجتماعی-اقتصادی و سیاسی انجامیده است. محققین از زاویه این دیدگاهها که عمدتاً در کشورهای توسعه یافته نظریه پردازی شده‌اند، به مسأله یابی در جامعه و حل آن در فرآیند تحقیق می‌پردازند. در این فرآیند انفعال بحدی بارز است که حتی مصادیق، معرفیها و یا شاخصهای مورد مطالعه نیز از خود نظریه‌ها و یا واقعیت دیگر کشورها به جای واقعیت مورد مطالعه گزینش می‌شوند. در این مطالعات، ناخواسته بستر و زمینه اجتماعی دیگری به جای ایران، مورد مطالعه قرار می‌گیرد که یکی از علل عمده شکست راه‌حلهای اقتصادی-اجتماعی و سیاسی کشور به این امر مربوط می‌شود. البته این در حالی است که متأسفانه اکثر تحقیقات علوم انسانی از یک دیدگاه نظری روشن نیز برخوردار نمی‌باشند. عدم وجود دیدگاه نظری در تحقیق به معنای تسلط ذهنیت و سلیقه فردی محقق در آن است که در این حالت خطا چندین برابر است. در سطح عملی نیز التزام به روش صرفاً کمی در تحقیقات علوم انسانی بدون رعایت ضوابط علمی مستتر در روش شناسی و دیدگاه نظری آن به جمع‌آوری انبوه اطلاعات کمی در اکثر تحقیقات منجر شده است. تدوین ابزارهای سنجش بدون توجه نظری، عدم تطبیق روشهای تحقیق و جمع‌آوری اطلاعات با ماهیت موضوع و ارائه یافته‌ها بدون بحث نظری^{۲۴} از نقاط اصلی ضعف تحقیقات علوم انسانی ایران در سطح عملی به شمار می‌روند. این مشکل به حدی واضح است که عمدتاً در مراکز علمی و پژوهشی کشور، تحقیقات و یا مقالات بدون ارقام و اعداد در زمره موارد علمی به حساب نمی‌آیند. البته این مشکل تا حدی نیز به علت عدم آشنایی این مراکز از دیگر رویکردهای علمی ناشی می‌شود.

پژوهشهای رسانه‌ها در ایران عملاً در سطح نظری و عملی درگیر مشکلات مذکور می‌باشند. استفاده سازمان نیافته از روش‌شناسی اثباتی در این پژوهشها و عدم شفافیت دیدگاه نظری علمی در آنها، از مشکلات اساسی پژوهش در رسانه‌های ایران است. به بیان دیگر، رسانه‌ها در ایران دچار تنگناهای روش شناختی و نظری می‌باشند. برای بهبود این وضعیت لازم است که رسانه‌ها در ابتدا تکلیف خود را با روش‌شناسیهای علمی غالب در علوم انسانی و بر اساس آن با دیدگاههای نظری روشن سازند و سپس به تحقیق بپردازند. در تحقیق سه عنصر روش‌شناسی، نظریه و روش فعال می‌باشد که هر گونه بی‌نظمی و یا ابهام در هر کدام از آنها باعث کاهش روایی و اعتبار تحقیق می‌گردد.

رسانه‌ها که در ارتباط مؤثر با فرهنگ قرار دارند حساسیت کارکردی بیشتری دارند. این حساسیت در واقع به حساسیت نظری که مسیر حرکت آنها را مشخص می‌سازد، مربوط می‌شود. بنابراین، اتکاء بر دیدگاه نظری روشن که بر پایه روش‌شناسی معینی ارائه می‌گردد، از ضروریات فعالیت رسانه‌ها است. رسانه‌ها بر اساس پژوهشهای علمی سعی بر کسب و گسترش معرفت دارند که در آنها نقش دیدگاه نظری در کاهش خطا و دست‌یابی بر معرفت معتبر بارز است.

رسانه‌ها در ایران با زمینه فرهنگی خاصی که در آن نقش مذهب، سنتها و خصیصه‌های ملی‌گرایانه بوضوح قابل رؤیت است، روبرو می‌باشند. شناسایی این زمینه که تأثیر آن را می‌توان باز در رفتار و کنشهای اجتماعی مردم دید، مسلماً نیازمند بکارگیری روش‌شناسی و دیدگاه نظری خاصی است که این واقعیت را بپذیرند. در این جا، تعمق بر روش‌شناسی اثباتی و چگونگی بکارگیری آن بصورت علمی در ایران ضروری است. حضور فعال عناصر مذهبی در معرفت کسب شده مردم در قالب فرهنگ که در زندگی روزمره جهت تولید رفتار بکار می‌برند، نیازمند کشف نظام معانی مردم در جامعه ایران است. دست‌یابی به این نظام معانی از طریق استفاده تمام عیار از رویکرد کمی امکان‌پذیر نمی‌باشد. در این راستا توجه به روش‌شناسی تفسیری و بکارگیری رویکرد کیفی در افزایش اعتبار تحقیقات رسانه‌ها حائز اهمیت است. بنابراین، پژوهش رسانه‌ها نیازمند استفاده علمی رویکرد کمی و بکارگیری تحقیقات کیفی می‌باشند.

تحقیقات کیفی با تعریف معینی از انسان و واقعیت اجتماعی سعی دارند تا کنش اجتماعی مردم را در یک بستر طبیعی مورد مطالعه قرار دهند. مطالعه کنش در زمینه اجتماعی مربوطه و دست‌یابی به نظام معانی آن، به شناسایی شرایط خاص هر کنش و توجه به ذهنیت حاکم بر آن، کمک مؤثری می‌نماید. توانمندی این تحقیقات در رسیدن به این اهداف بعلاوه وجود ویژگیهای ذیل است.

۱. ۷. در تحقیق کیفی، زمینه و بستر طبیعی بعنوان منبع اطلاعات، محقق، به طور فعال به کسب اطلاعات می‌پردازد.

از نظر محقق کیفی، رفتار انسان در ارتباط با زمینه‌ای که در آن ظهور می‌کند، معنا می‌یابد. بنابراین، شناسائی طبیعی بستر و زمینه پیدایش رفتار در فهم آن کمک جدی می‌نماید. بستر و زمینه اجتماعی مملو از معنا است که کوچکترین برخورد مصنوعی با آن صرفاً به درک صورت، دوری از محتوی و اعمال نظرات فردی یا گروهی منجر می‌شود.

۲. ۷. تحقیق کیفی توصیفی است.

در این شیوه از تحقیق، اطلاعاتی که در قالب کلمات یا تصاویر ارائه می‌شود، جایگزین اعداد می‌شوند. داده‌ها و اطلاعات مدنظر تحقیق با معنا می‌باشند، لذا هرگونه مفهوم، تصویر، سند و یا مدرکی که معنا را منتقل نمایند، می‌توانند محل رجوع تحقیق کیفی قرار گیرند. در این راستا هیچگونه تلاشی جهت کمی نمودن انجام نمی‌شود چون در طی این جریان، معنا سلب می‌شود و مجموعه ارتباطات خنثی و خامی که در خارج پدیده وجود دارد، محل بررسی قرار می‌گیرند.

۳. ۷. پژوهشگران کیفی در پژوهش درگیر یک فرآیند می‌شوند.

چگونه مردم معنا را خلق می‌نمایند و با یکدیگر مورد بحث و گفتگو قرار می‌دهند؟ چگونه مجموعه‌ای از برجسبها و مفاهیم در جامعه کاربردی می‌شوند؟ چگونه عقاید خاصی جزء شعور عامیانه قرار می‌گیرند؟ تاریخ طبیعی یک فعالیت یا واقعه تحت مطالعه چیست؟ جواب به تمامی این سؤالات نیازمند درگیری مستمر و شناور شدن محقق در بستر طبیعی این موارد است. محقق شروع به دخالت و مشارکت در تحقیق می‌کند تا به نتیجه برسد نه اینکه از نتیجه شروع و به مواردی که آزمون آنها در فضای طبیعی غیرممکن است دست یابد.

۴. ۷. پژوهشگران کیفی علاقه‌مند به استفاده از روشهای استقرایی^{۲۵} تحلیل داده‌ها می‌باشند.

این شیوه آنها را به ساختن نظریه بنیادی^{۲۶} هدایت می‌کند (کلاسر و استاوس، ۱۹۶۷). بعبارت دیگر، رویکرد کیفی با استفاده از روش استقرایی دنبال استنتاج موارد کل از جزء است. در این راستا اظهارات کلی و عمومی بر پایه مشاهدات خاص از رفتار اجتماعی ساخته و ارائه می‌شود. لذا آنچه محقق در شرایط خاص مشاهده می‌نماید، قابل تعمیم است؛ این شیوه را اصطلاحاً نظریه بنیادی می‌نامند؛ چون نظریه، ریشه در موارد خاص زندگی اجتماعی دارد. چگونگی ساختن نظریه بنیادی نیازمند بررسی کاملی است که خود در مقاله مستقل دیگری قابل ارائه خواهد بود.

۵. ۷. معنا جزء اصلی و لاینفک رویکرد کیفی است.

پژوهشگرانی که از این روش استفاده می‌نمایند، علاقه‌مند به درک طرق مختلفی هستند که مردم زندگی خودشان را می‌فهمند. عبارت دیگر پژوهشگران کیفی با چیزی درگیر هستند که می‌توان آنرا دید مشارکت کننده^{۲۷} نامید (اریکسون، ۱۹۸۶ و دیورت، ۱۹۸۲). در درک معنا، اساساً بدنبال پاسخ پرسشهای زیر هستند:

۱. مردم در باره زندگی روزمره خود از چه پیش فرضهایی استفاده می‌نمایند؟
 ۲. چه مواردی در ذهن مردم از قبل ثابت شده و بدون دلیل است؟
 ۳. چگونه مردم زندگی روزمره را تجربه و آن را تفسیر می‌نمایند؟
 ۴. چگونه مردم زندگی خودشان را به طریقی که معنا می‌کنند، می‌سازند؟
- (پسانس، ۱۹۷۳)

تحقیقات کیفی با ویژگیهای مذکور و عدم حضور فعال آنها در مراکز علمی و پژوهشی کشور، همچنین اشکالات ساختاری تحقیقات کمی در رسانه‌ها می‌تواند مورد توجه پژوهندگان رسانه‌ها قرار گیرد. مسلماً در روش‌شناختی پژوهشی رسانه‌ها در ایران، توجه به رویکردهای متفاوت تحقیق ضرورت دارد که در این زمینه بکارگیری روشهای کیفی در تحقیقات رسانه‌ها باعث کاهش مشکلات ساختاری آن می‌گردد.

۸. نتیجه گیری

تحقیق علمی مجموعه فعالیت‌هایی است که در ارتباط سازمان یافته سه عنصر روش‌شناسی، نظریه و روش، درصدد پاسخگویی به پرسشهایی است که در ذهن محقق به وجود می‌آید. طرح سؤال یا مسأله تحقیقاتی و پاسخ به آن در یک فرآیند یا مراحل علمی معین به توسعه معرفت علمی می‌انجامد. هویت این فرآیند تحت روش‌شناسی مورد نظر محقق و نظریه منتج از آن تعیین می‌شود. بنابراین، هر تحقیق علمی نیازمند بکارگیری روش‌شناسی معین و نظریه منطبق با آن است که شناخت نظری معتبر از واقعیت مورد مطالعه را در سطح نظری ارائه نماید تا با استفاده از مجموعه روشهایی که در ارتباط با آن روش‌شناسی و نظریه هستند بتوانند به واقعیت مورد مطالعه در سطح علمی وارد شود.

روش‌شناسی که زیر بنای فلسفی تحقیقات علمی در علوم انسانی می‌باشد در قالب سه رویکرد اثباتی، تفسیری و انتقادی در ارتباط بین ذهنی اجتماعات اندیشمندان مورد پذیرش بوده و بکار گرفته می‌شود. بنابراین، هر تحقیق علمی ملزم به بکارگیری یکی از این روش‌شناسیها است. بر اساس روش‌شناسی، چشم انداز محقق، مسیر حرکت و چگونگی عبور در مسیر، جهت‌دستیابی به اهداف مشخص تعیین می‌گردند. در این راستا، محور اساسی در

ارزیابی تحقیقات علمی، التزام نظری و عملی تحقیق بر اصول روش شناختی مدنظر محقق از یک طرف و تنگناهای روش شناختی از طرف دیگر می‌باشد.

تقید نظری و عملی تحقیق بر اصول روش‌شناختی خود، به سازمان یافتگی و انسجام منطقی مراحل، اجزاء و عناصر آن می‌انجامد. این سازمان یافتگی در عرف ارزیابی علمی تحقیقات، اعتبار سازه‌های تحقیق نامیده می‌شود. بنابراین تحقیقات می‌توانند از این زاویه مورد بررسی قرار گیرند. از زاویه روش‌شناختی نیز تحقیق علمی می‌تواند توسط اندیشمندان با رویکردهای متمایز از روش‌شناسی غالب بر آن، مورد ارزیابی واقع گردد. معمولاً اندیشمندان اثباتی، تفسیری و انتقادی سعی دارند تا در سطح نظری تحقیقات و یافته‌های یکدیگر را مورد انتقاد قرار دهند. در این سطح از ارزیابی، نتایج تحقیقات از ابعاد مختلف (مانند خالی از ارزش بودن، خنثی بودن، مصنوعی بودن، منفعل بودن و...) مورد بررسی و انتقاد رویکردهای مختلف روش‌شناسی قرار می‌گیرند.

پژوهشهای رسانه‌ها در ایران نیز از دو زاویه مذکور قابل ارزیابی است. عدم تسلط یک روش‌شناسی مشخص و رعایت دستورالعملهای نظری و عملی آن در تحقیقات رسانه‌های ایران باعث بی‌سازمانی و عدم انسجام منطقی در آنها شده است. از این زاویه، تحقیقات رسانه‌ها در ایران دچار ضعف اعتبار سازه‌ای است. بی‌سازمانی تحقیقاتی رسانه‌ها که اساساً به عدم تقید نظری و عملی آنها به روش‌شناسیهای موجود یا خلق یک روش‌شناسی جدید مربوط می‌شود باعث ایجاد یک بستر و زمینه مبهم تحقیقاتی گردیده است که توسعه معرفت در آن معنایی ندارد. چنانچه این اشکال جدی بر طرف گردد، درک شرایط و مقتضیات اجتماعی جامعه و تعریف مسأله یا سؤال تحقیقاتی در آن می‌تواند به گسترش معرفت علمی کمک مؤثری بنماید. زمانی که بستر و زمینه تحقیقاتی سالم سازی (علمی) گردد، می‌توان به بعد یا زاویه دیگر ارزیابی (تنگناهای روش‌شناختی) پرداخت. در این حالت مسلماً انتخاب روش‌شناسی منطبق با ساختار ایدئولوژیک حاکم بر جامعه و براساس آن طراحی چارچوب نظری متناسب با مقتضیات اجتماعی-اقتصادی و سیاسی عملی خواهد بود. بنابراین پژوهشهای رسانه‌ها در ایران در وهله اول ملزم بر رفع ابهام در گزینش و به‌کارگیری تمام عیار روش‌شناسی‌های علمی و در مرحله بعد رفع تنگناهای روش‌شناختی می‌باشند. این محدودیت‌های اساسی در پژوهش‌های رسانه‌ها منجر به اشکالات ذیل در کارکرد رسانه‌های ایران گردیده است.

۱. تمرکز بر اصول بدیهی^{۲۸} بجای بررسی روابط احتمالی جهت توسعه معرفت علمی.

این اشکال را می‌توان در طرحهای مشاوره‌ای رادیو، تلویزیون و مطبوعات ملاحظه نمود. اکثر جوابهایی که به بحرانها و انحرافات اجتماعی موجود در این طرحها داده می‌شود، نزد عامه مردم روشن است. مسلماً مشکلات از مسیرها و یا علل ارائه شده، ناشی نشده‌اند، چون همگی

مردم عالم براین موارد می‌باشند و جهت جلوگیری از بروز این مسائل اهتمام لازم را به کار گرفته‌اند. بعلاوه مباحث کارشناسی جهت معضلات اجتماعی- اقتصادی و سیاسی کشور نیز اساساً به موارد بدیهی می‌پردازند، بدون اینکه مسأله یا مشکل را بلحاظ روش شناختی و نظری مورد بررسی قرار دهند.

۲. عدم رعایت دیدگاه نظری روشن و مشخص در تحلیل و ارزیابی رسانه‌ها.

این اشکال باعث گردیده است که رسانه‌ها:

الف: به جای پرداختن به راه‌حلها بیشتر بر روی بیان مشکلات متمرکز شوند.

ب: نوعی سطحی نگری و اصالت صورت را بجای محتوا در تحلیل و ارزیابی پدیده‌ها بکار ببرند.

ج: در تحلیل و ارزیابی مسائل و رویدادها دیدگاه علمی و علی نداشته باشند.

۳. عدم توجه به دخالت همه جانبه خصیصه‌های واقعی نظام اجتماعی در تحلیل و

ارزیابی رویدادها.

از آن جا که لازم است ماهیت واقعیت بر اساس روش‌شناسی مدنظر پژوهشهای رسانه‌ها تعریف گردد و بر اساس آن به مطالعه واقعیت مورد نظر پرداخته شود، در پژوهشهای رسانه‌های ایران مسأله یابی و تعریف آن بر اساس صرفاً ذهنیت سازمان نیافته محققین و بدون دخالت علمی خصیصه‌های واقعی پدیده در نظام اجتماعی انجام می‌گیرد. این اشکال باعث تقویت شرایط مصنوعی بجای طبیعی در این پژوهشها می‌گردد و در نهایت کارکرد رسانه‌ها را ضعیف می‌کند.

۴. ترسیم نوعی آرمان خواهی و ارائه مفاهیم و عباراتی که صرفاً ماهیت ارزشی

دارند و عدم ارائه راه‌حل‌هایی جهت انتقال از وضع موجود به وضع مطلوب.

این نگرش به تقویت اجتماعات^{۲۹} در جامعه و عدم تثبیت نظام اجتماعی کمک جدی می‌نماید.

۵. عدم توجه به ویژگیهای اقشار و یا گروههای اجتماعی متفاوت، در تحلیل و

ارزیابی پدیده و رویدادهای اجتماعی.

تمرکز بر خصیصه‌های اقشار مختلف اجتماعی، ترسیم آرمانها و ارزشهای آنها و تعیین

شیوه‌های انتقال این گروه‌ها به یکدیگر، به سازمان یافتگی و انتقال توأم با توسعه و رونق اجتماعی می‌انجامد.

۶. اتکاء بر پیش فرض هایی که صحت و اعتبار آنها جای سؤال است.

بطور مثال پژوهشهای رسانه‌ها، عمدتاً با این پیش فرض شروع می‌شود که زمینه‌ها و بستر اجتماعی ایران فعال است و در نهایت بر اساس این پیش فرض، به تحلیل مشکلات می‌پردازند. یعنی به جای توجه به اصلاحات ساختاری و سازمانی نظام اجتماعی، به عناصری خاص که تصور می‌شود عارض بر نظام گردیده‌اند، به تحلیل و ارزیابی پدیده‌های اجتماعی می‌پردازند. رفع معضلات کارکردی مذکور رسانه‌ها در ایران، نیازمند سامان‌دهی نظری و بدنبال آن بستر سازی علمی تحقیقات است. گسترش تحقیقات علمی رسانه‌ها می‌تواند ضعفهای ساختاری و سازمانی معرفت علمی رسانه‌ها را بر طرف سازد و در مسیر شناخت واقع بینانه نظام اجتماعی، از رویکردهای تحقیق که متناسب با ساختار جهان‌بینی حاکم بر جامعه است، استفاده فعال بنماید.

یادداشتها

1. Socialization.
2. Methodology.
3. Theory.
4. Method.
5. Scientific Communities.
6. Logical Empiricism.
7. Naturalism
8. Behaviorism.
9. Quantitative Methods.
10. Social Meaning Full Action.
11. Verstehn.
12. Meaning System.
13. Nomothetic.
14. Ideographic.
15. False Consciousness.
16. Action.

17. Change.
18. Exchange.
19. Movement.
20. Dynamic.
21. Common Sense.
22. Research with Media.
23. Research on Media.
24. Theoretical Discussion.
25. Inductive.
26. Grounded Theory.
27. Participant Perspective.
28. Axiom.
29. Collectives.

منابع

- Baily K.D. (1982). **Methods of Social Research**, New York: Free Press.
- Croskey, J.C. and L.R.Wheelless. (1976). **Introduction To Human Communication**, Allyn and Bacon Inc, Boston.
- Divert, M.L. (1982). **Ethnographic Research: Theory and Application For Modern Schools and Societies**, New York : Praeger.
- Durkheim, E.(1982). **The Rule of Sociological Method**, edited with an introduction by W.D. Halls, New York: Free Press, 27.
- Erickson, F. (1986). *Qualitative Methods in Teaching*. In M.C. Wittrock (ed), **Handbook of Research on Teaching** (3rd, ed.). New York: Macmillan.
- Fay, B. (1987). **Critical Social Science: Liberation and Its Limits**, New York: Corhell Lip, 27.
- Glaser, B. and Straus, A. L. (1967). **The Discovery Of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research**, Chicago: Aldine.
- Goyer, R.S. (1970). *Communication, Communicative Process, an Meaning, toward a Unified Theory*, **Journal of Communication**, 20, 4-16.

- Iman, M.T. (1997). *An Investigation of Sociological Methodologies*, **Journal of Social Sciences and Humanities**, 12, No.2: 29-64.
- Miller, G.R. and M. Steinberg.(1975). *Between People*, Science Research Association, Chicago.
- Neuman, W.L. (1991). *Social Research Methods*, London: Allyn and Bacon.
- Pearson J.C. and P.E. Nelson. (1983). *Understanding Tanding and Sharing*. (4,ed.). Brown Company Publisher, Dubugue, Iwo, 50.
- Psathas, G. (1973). *Phenomenological Sociology* (ed.), New York: Wiley.
- Salomon, G. and Clark, R.E. (1977). *Reexamining the Methodology of Research on Media and technology in Education*, **Review of Educational Research**, 47, 1, 99-120.
- Sherman, H. (1976). *Dialectics as a method*, **Insurgent Sociologist**, 4, VI, 57-65.
- Wells, A. (1978). *Contemporary Sociological Theory*, Santa Monica, Ca: Good Year.