

روش شناسی دانش ارتباطات؛ درآمدی بر روش شناسی اسلامی

دکتر سید وحید عقیلی، عضو هیات علمی و دانشیار ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران
دکتر عبدالحسین خسروپناه، عضو هیات علمی دانشیار فلسفه و کلام پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی
امین طیب طاهر، دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

چکیده:

هدف اصلی این مقاله ترسیم چارچوب کلی بحث روش شناسی دانش ارتباطات و نشان دادن حوزه های مغفول علمی آن است. در این مقاله ابتدا به بحث چپستی روش پرداخته و تعریفی برگزیده ارائه می شود. این تعریف دارای دو بخش ابزار گردآوری اطلاعات و بخش فهم، توصیف و داوری نظریه است. بر این اساس هنگامی که باید به تعریف برگزیده از روش شناسی پرداخته شود، روش به معنای عام آن مدنظر قرار می گیرد. بدین ترتیب در ابتدا به دوازده فن پرکاربرد در پژوهش های ارتباطی و این مثال هایی از استفاده شان پرداخته می شود. در ادامه این فنون به دو گروه تقسیم می گردند و این کار ما را به کشف پارادایم های موجود در دانش ارتباطات رهنمون می سازد. توجه به پارادایم ها، و تفاوت های روش شناختی آنها، ضرورت پرداختن به روش شناسی های موجود در ارتباطات را نشان می دهد. متمایز کردن پنج روش شناسی تبیینی (علی و آماری)، ساختارگرایانه، پدیدارشناسانه، هرمنوتیکی و گفتمانی و تحلیل کاربرد این روش شناسی ها در نمونه هایی از پژوهش های ارتباطی، در راستای پرداختن به بخش تفهیم و تفهیمی تعریف برگزیده صورت می پذیرد. در انتها نیز به ارائه درآمدی به روش شناسی مبتنی بر فلسفه اسلامی پرداخته می شود تا به رویکرد دستوری مد نظر تعریف برگزیده از روش شناسی نیز اشاره گردد و زمینه روش شناختی برای تولید دانش ارتباطات بومی و اسلامی نیز تبیین شود.

واژگان کلیدی: روش شناسی، پارادایم، دانش ارتباطات، فنون تحقیق، روش شناسی اسلامی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۲۰ اردی بهشت ۱۳۹۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۲۵ خرداد ۱۳۹۰

مقدمه

هنگامی که ما می‌خواهیم مسائل کلی یک دانش را بررسی کنیم، باید یک نگاه درجه دوم به آن بیاندازیم. یکی از اساسی‌ترین سئوالاتی را نیز که باید در واکاوی علوم بدان پرداخت، بحث روش‌شناسی است. امروزه روش‌شناسی به مثابه دانش تلقی می‌شود و موضوعش نیز روش است و درباره آن بحث می‌کند (خسروپناه، ۱۳۸۸: ۷۵). در این مقاله قصد ورود به بحث‌های گسترده این دانش را نداریم، اما باید دانست، هنگامی که یک دانش یا رشته علمی ادعای استقلال می‌نماید، یکی از مهمترین مسائلی که باید به آن پاسخ دهد، موضوع روش‌شناسی‌اش می‌باشد. ورود ما به این فضا صرفاً به دلیل و مقدار ضرورت است؛ این که چگونه دانش موضوع این مقاله، به مطالعه ارتباطات می‌پردازد، و معیار درستی یا نادرستی شیوه مطالعه‌اش چیست، بسیار حائز اهمیت است.

از سوی دیگر به علت گستردگی و تنوع، می‌توان گفت که هیچ برداشت و روش یگانه‌ای نمی‌تواند، مسائل عرصه دانش ارتباطات را به طور مناسب بررسی نماید. از این رو مسئله روش‌شناسی ارتباطات اهمیت زیادی دارد، زیرا باید با کاربرد روش یا روش‌های مناسب، ارتباطات را مطالعه کرد. چنانکه نبود متون روش‌شناختی که برای این رشته نوشته شده باشد، یکی از دلایل ابهام‌های هویتی‌اش است (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۲۵). بدون کاربرد روش، شناخت ارتباطات دشوار خواهد بود. استنتاج‌ها به روش و مهارت در کاربرد آن بستگی دارد (عالم، ۱۳۸۹: ۴۳).

البته ما دقت خود را پایین آورده و مطالب را به صورت کلی بیان می‌نماییم و از ورود به تفاوت‌های جزئی پرهیز می‌نماییم؛ چراکه مباحث این قسمت به صورت مفصلی در ادبیات غنی فلسفه علم، بویژه در زمینه فلسفه علوم اجتماعی، وجود داشته و سال‌های سال است که محل بحث اند. ما بیشتر رویکردمان در این مقاله است که صرفاً به دنبال طراحی چارچوب نظری برای بحث‌های بیشتر باشیم و می‌خواهیم ابعاد روش‌شناسی دانش ارتباطات را مشخص نماییم.

۲ - چیستی روش و روش‌شناسی

خود واژه «روش» دور از ابهام نیست (عالم، ۱۳۸۹: ۴۳). به شکل خلاصه، می‌توان گفت واژه روش و مشتقات آن ممکن است در هشت معنا یا سطح به کار رود: روش معرفت، نوع استدلال، روش‌ها یا فنون گردآوری اطلاعات، روش تحلیل داده‌ها، سطح تحلیل، روش سامان‌دادن پژوهش نوع نگاه به موضوع، و روش‌شناسی (حقیقت، ۱۳۸۷: ۶۲-۶۹). توضیح دادن هر یک از این موارد ما را از مسیر اصلی خود خارج می‌نماید و ما در این قسمت، صرفاً

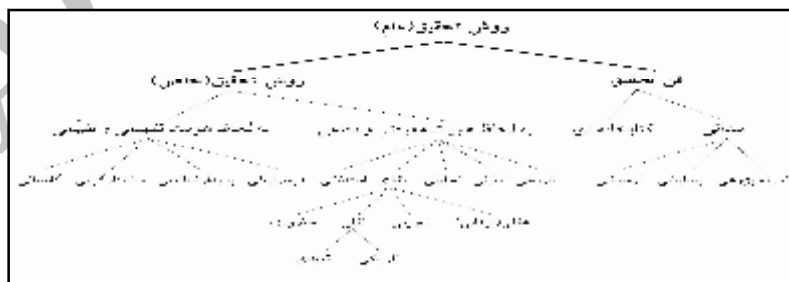
به معرفی دیدگاه برگزیده می‌پردازیم و از مباحث متعدد در تعریف روش و روش‌شناسی عبور می‌نماییم.

معنای اصلی مد نظر ما که به شکل مستقیم و غیر مستقیم در این رساله به آن می‌پردازیم، روش معرفت است. برخی در مقام تبیین چستی روش معرفت، دو کاربرد عام و خاص را برای روش پذیرفته‌اند. روش یا متد^۱ به معنای عام دربردارنده روش معرفت به معنای خاص و ابزار معرفت می‌باشد، هرچند روش به معنای خاص در برابر ابزار معرفت قرار دارد و تنها به مجموع وسایل و راه‌هایی اطلاق می‌شود که رسیدن به هدفی را امکان‌پذیر می‌سازد (خسروپناه، ۱۳۸۸: ۶۷). حال اگر بخواهیم دست به انتخاب تعریفی از «روش»، به عنوان تعریف برگزیده بزنیم، تعریف زیر را از خسروپناه در این باره را می‌آوریم:

روش تحقیق به معنای عام عبارت است از ابزار گردآوری اطلاعات و فهم و توصیف و داوری نظریه (خسروپناه، ۱۳۸۸: ۶۸).

بخش نخست روش تحقیق به معنای عام یعنی ابزار گردآوری اطلاعات را فن^۲ تحقیق می‌گویند (خسروپناه، ۱۳۸۸: ۶۸). این همان معنای سوم از هشت معنای روش می‌باشد که قبلاً بدان اشاره نمودیم. بخش دوم از روش تحقیق به معنای عام، یعنی ابزار توصیف و داوری و فهم را روش تحقیق به معنای خاص می‌گویند و آن را به لحاظ‌های مختلف تقسیم می‌کنند. روش تحقیق به معنای خاص در برابر فن تحقیق، از یک لحاظ به روش توصیفی، تعلیمی، تحلیلی، استدلالی و نقدی منشعب می‌گردد که هویت معرفتی و دفاعی نظریه را تأمین می‌کنند (خسروپناه، ۱۳۸۸: ۶۸). روش تحقیق به معنای خاص به لحاظ دیگری، به روش هرمنوتیکی، پدیدارشناسی، روش ساختارگرایی و روش گفتمانی دسته‌بندی می‌شود که هویت تفهیم و تفهیمی نظریه را بدست می‌آورند (خسروپناه، ۱۳۸۸: ۷۱).

شکل شماره ۱: روش تحقیق به معنای عام



منبع: خسروپناه، ۱۳۸۹: ۷۰

^۱ Method
^۲ Technic

اما در باب چيستی روش شناسی باید گفت که روش شناسی دانشی است که با دو رویکرد درجه اول و دوم به معرفی کاربری روش های معرفت می پردازد (خسروپناه، ۱۳۸۸: ۷۶). در توضیح این تعریف برگزیده باید گفت که روش شناسی دانش و رشته معرفتی است که پیرامون روش و کاربری آن بحث می کند، یعنی روش به معنای مجموعه ای از ابزارها و منابع معرفتی مانند: حس و عقل و شهود و نقل و طبیعت و تاریخ و شیوه های گردآوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل آنها و نیز قواعد کلی (صوری و محتوایی) درست فکر کردن برای نقد و بررسی و داوری اندیشه ها و همچنین فرایند استدلال و استنتاج در یک یا چند دانش را مورد مطالعه قرار می دهد؛ حال این توصیه می تواند به صورت توصیفی و تاریخی و درجه دوم باشد، یعنی به عملکرد عالمان توجه کرده و روش های گردآوری و داوری و کاربری آنها را اصطیاد و شناسایی کند و سپس می توان بر اساس آن به توصیه نشست و دیگران را بر تبعیت از روش شناسی عالمان پیشین سفارش کرد و یا اینکه به صورت منطقی و بایسته روش های گردآوری و داوری را کشف و بر آن تاکید ورزید. البته جمع طولی این دو رویکرد هم شدنی است؛ با این بیان که ابتدا با رویکرد درجه دوم به شناسایی روش های عالمان علوم پرداخته و پس از آسیب شناسی منطقی به روش های بایسته دست یافت (خسروپناه، ۱۳۸۹: ۷۵). پس باید روش شناسی را دانشی فرایندی بدانیم که در آن، توصیف و دستور در طول یکدیگر قرار می گیرند (خسروپناه، ۱۳۸۸: ۷۷)

حال که رویکرد خود را درباره روش شناسی به صورت نسبتا مناسبی بیان نمودیم، باید دست به پیاده سازی اش بر ارتباطات بزینم؛ بدین معنا که ما ابتدا باید به روش تحقیق به معنای عام را بشکافیم و به صورت توصیفی، فنون تحقیق مرسوم و پرکاربرد ارتباطات را بیان مثال هایی اندک، مرور نماییم. سپس در ادامه رویکرد توصیفی مان به سمت تقسیم بندی معروفی از این فنون پرداخته و آن را مقدمه ای برای ورود به بحث روش تحقیق به معنای خاص نماییم. در ادامه براساس تعریف برگزیده به توصیف کاربری روش های معرفت در پارادایم های موجود در ارتباطات می پردازیم و ضمن ارائه داوری ای مختصر بین آنها، در جهت پرداختن به جنبه دستوری روش شناسی حرکت خواهیم نمود، که در اینجا پیاده سازی پارادایم اسلامی در ارتباطات است.

۳- فنون تحقیق در ارتباطات

در این بخش به مرور مختصر برخی از مهمترین شیوه های گردآوری اطلاعات که در تعاریف گذشته به فنون تحقیق تعبیرشان نمودیم، می پردازیم. سعی ما بر این است که بدون معرفی هر فن، صرفا نمونه ای در حد امکان مشهور از کاربردش در عرصه ارتباطات را بیاوریم. البته باید این توضیح را افزود که خود معترف به همپوشانی بین این فنون هستیم، و دلیل این

گونه فهرست نمودن، رویکرد خاص ما، در توجه به تفکیک‌های مرسوم انجام شده بین دانشمندان ارتباطات است.

۱ - پیمایش ۳: این فن بسیار پرکاربرد در علوم اجتماعی، در ارتباطات نیز کاربردهای فراوانی دارد. تحقیقاتی که به نوعی مرتبط با سنجش نگرش افکار عمومی می‌گردند ناگزیرند از این روش بهره‌برند. از نمونه‌های معروف و ابتدایی در ارتباطات می‌توان به تحقیقات لازاسفلد در زمینه گروه‌ها و نگرش‌های سیاسی اشاره نمود. وی با کمک همکارانش در انتخابات ۱۹۴۰ ریاست جمهوری آمریکا، رای‌دهندگان حومه‌اری کانتی اوهایو را و رای‌دهندگان در المیرای نیویورک را در انتخابات ۱۹۴۸ ریاست جمهوری آمریکا را مورد بررسی قرار داد. هر دو مطالعه پیمایشی و از نوع پانل بود (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ۲۹۱). البته نخستین مطالعه پانل توسط لازاسفلد در انتخابات فرمانداری نیوجرسی در سال ۱۹۳۸ انجام گرفت (راجرز، ۱۳۸۷: ۵۱۸). از نمونه‌های کاربرد دیگر فن پیمایش در ارتباطات می‌توان به تحلیل فرهیختگی، برجسته‌سازی و تحقیق در استفاده و رضامندی اشاره نمود (پیشه‌ور، ۱۳۸۲: ۳۰۱).

۲ - تحلیل محتوا^۴: در ارتباطات می‌توانیم از تحلیل محتوا به سادگی برای توصیف محتوای پیام استفاده کنیم. یا این که رسانه‌ها را مثل تلویزیون و روزنامه، با یکدیگر مقایسه کنیم. همچنین می‌توانیم تغییرات یا گرایش‌های یک رسانه را در طول زمان مورد بررسی قرار دهیم؛ و نهایتاً این که تفاوت‌های بین المللی محتوای ارتباطات را مورد بررسی قرار دهیم (تن، ۱۳۸۸: ۷۰). کاربردهای تحلیل محتوا در ارتباطات بسیار زیاد اند و بسیاری از تحقیقات پژوهشگران ارتباطی هنوز هم با این فن با سابقه انجام می‌شوند. در تحلیلی که در ۱۸۹۳ منتشر می‌شود، مولف نشان می‌دهد که از ۱۸۸۱ تا ۱۸۹۳ در روزنامه‌های عمده نیویورک، افتراء، شایعات، ورزش و مسائل پیش‌پا افتاده تا حد زیادی جایگزین مطالب مذهبی، علمی و ادبی شده است (کریپندورف، ۱۳۸۳: ۱۴). در بین پیشگامان ارتباطات لاسول در تحلیل محتوای تبلیغات سیاسی جنگ جهانی اول، از منابعی نظیر اعلامیه و برشور بال‌ها و هواپیماها استفاده نمود (راجرز، ۱۳۸۷: ۴۲۳).

۳ - تحلیل گفتمان^۵: در نمونه‌ای که روانشناسی (انتقادی) و علوم تربیتی با ارتباطات پیوند خورده‌اند، پارکر نشان می‌دهد که متن (ترکیب کلمه، تصویر و علائم) دستورالعملی روی جعبه خمیر دندان کودکان، شماری از گفتمان‌های گسترده، همچون تعلق به خانواده،

^۲ Survey

^۴ content analysis

^۵ discourse analysis

دارو، آموزش و پیشرفت که از نظر تاریخی و فرهنگی در موقعیت های مختلف حادث می گردند را در بر می گیرد (بیابانگرد، ۱۳۸۶: ۱۵۱). در نمونه هایی دیگر ما با تحلیل گفتمان رسانه ها، مثلا روزنامه ها مواجه می شویم. برای مثال تحلیل گفتمان سرمقاله های روزنامه های برجسته آمریکا درباره برنامه هسته ای ایران (ایزدی و بی ربا، ۱۳۸۷: ۱۰۱) و یا گفتمان محافظه کار و اصلاح طلب (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۴۱). از سوی دیگر برای نشان دادن تنوع در تحلیل گفتمان می توان فمینیست ها را مثال زد که روش شناسی های خاصی در تحلیل گفتمان با تاکید بر جنس، مالکیت، برابری و... برای خود دست و پا نموده اند (پتر و ترد گلد، ۱۳۸۸: ۲۴۳).

۴ - آزمایش: برای کاربرد این فن، در نمونه ای هاوولد و همکاران برای تشخیص تاثیر فیلم های «چرا می جنگیم؟»، آزمایشات میدانی را در زمینه پیام های یک سویه در مقابل پیام های دوسویه، تاثیر جاذبه ترس، تاثیر اعتبار منبع و غیره، ترتیب دادند (راجرز، ۱۳۸۷: ۶۳۳). مقایسه نتایج بین گروه آزمایش و کنترل آنها را نتایج مهمی درباره رابطه شناخت، نگرش و رفتار رساند که بعدها افرادی مانند مک گویر به عنوان «سلسله مراتب تاثیرهای فیلم» از آن تعریف ارائه دادند (راجرز، ۱۳۸۷: ۶۳۴).

۵ - فن تحقیق تاریخی: میشل شادسون مطالعات و تحقیقات تاریخی در زمینه ارتباطات را به سه نوع تقسیم کرده است که هر کدام از محققان ارتباطی به بخشی از آن توجه کردند: ۱- تاریخ کلان، ۲- تاریخ خاص و ۳- تاریخ نهادی (ساعی، ۱۳۸۷: ۱۸۳). در تاریخ کلان مثلا رابطه رسانه های جمعی با تکامل بشر را مورد بررسی قرار می دهند. از این نمونه می توان به تقسیم بندی بسیار معروف سه کهکشان مک لوهان (۶ و همچنین اینیس ۷) اشاره نمود (ساروخانی، ۱۳۸۸: ۴۴). در مورد تاریخ خاص ارتباطات، رابطه رسانه ها با تاریخ فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بررسی می شود. از نمونه های آن می توان به کنش ارتباطی هابرماس ۸ اشاره نمود که در مثلا به بررسی نقش ارتباطات (مثلا چاپ) در افزایش حوزه عمومی دموکراتیک و سرمایه داری نشان داده است (هابرماس، ۱۳۸۴). برای تاریخ نهادی ارتباطات هم باید گفت که تاریخ توسعه رسانه ها و نهادهای رسانه ای را بررسی می نماید. تحقیقات از این دست در ارتباطات کم نیستند و حتی زندگی نامه های شخصی افراد فعال در این زمینه ها را می توان به آن افزود. اما به این تقسیم بندی شادسون می توان تحقیقاتی که مربوط به خود علم ارتباطات هستند را افزود. از این نمونه می توان به کتاب پیشگامان علم ارتباطات شرام و تاریخ تحلیلی علم ارتباطات راجرز اشاره نمود.

^۶ Marshall McLuhan

^۷ H. Innis

^۸ Jurgen Habermas

۶ - روش‌های کتابخانه‌ای: علاوه بر تحقیقات تاریخی که قبلاً به آن پرداخته ایم یکی دیگر از فنونی که از روش‌های کتابخانه‌ای بیش از سایرین بهره می‌برد، فراتحلیل است که در آینده بدان خواهیم پرداخت. همین توضیحات به نوعی از کاربرد منظور خاص روش کتابخانه‌ای در ارتباطات حکایت دارد و فراموش نکنیم که فن بسیاری از تحقیق‌های بنیادی کتابخانه‌ای است، مانند همین مقاله. از سوی دیگر می‌توان سوابق و اطلاعات شرکت‌های رسانه‌ای یا مسائل مربوط به سیاست‌های ارتباطی را بدین روش استخراج نمود.

۷ - مشاهده میدانی^۹: در واقع بیشتر کاربرد این فن در تحقیق در حوزه‌های تکنیکی روزنامه‌نگاری، گردآوری اخبار، بازیگران عرصه ارتباطات اعم از خبرنگاران، هنرپیشه‌ها، مدیران و اعضای تحریریه رسانه‌ها و... است (بهرام پور، ۱۳۸۷: ۷۳)، که البته با قوم‌نگاری پیوند دارد. با سهولت در دسترسی به محتوای رسانه‌ها، مطالعات در زمینه محصولات رسانه‌ها فراوانند، اما فقط تعداد اندکی از این مطالعات درباره جزئیات «پشت پرده» کار کرده‌اند (پیشه‌ور، ۱۳۸۲: ۵۹).

۸ - مصاحبه^{۱۰}: درباره کاربرد این فن در ارتباطات مصاحبه‌های فردی نیمه‌ساختاری و یا مصاحبه‌های گروهی نیمه‌ساختاری روش‌های پژوهشی هستند که نسبت به روش پیمایشی، پژوهشگر را در معرض نوعی اطلاعات بیشتر و غنی‌تر پیرامون پویایی مخاطبین و روابط آنها با رسانه‌ها قرار می‌دهند (پیشه‌ور، ۱۳۸۲: ۳۰۰). از نمونه‌های موفق کاربرد این فن در پژوهش‌های ارتباطاتی می‌توان به تحقیق اسکلسینگر و همکارانش درباره «خشونت بر زنان»، تحقیقات لیندولف و همکارانش پیرامون ویدئو و تلویزیون در خانواده‌های آمریکایی، مطالعه مورلی در مورد تلویزیون خانگی در انگلستان اشاره نمود (پیشه‌ور، ۱۳۸۲: ۳۰۰-۳۲۹).

۹ - قوم‌نگاری (مردم‌نگاری)^{۱۱}: در این قسمت ما به قوم‌نگاری به دید روش‌نگار می‌کنیم. قوم‌نگاری در حوزه ارتباطات قابلیت اجرای زیادی دارد. مهم‌ترین قلمرو مردم‌نگاری در ارتباطات، مخاطب‌پژوهی است. حوزه بسیار گسترده‌ای که مخاطبان همه رسانه‌های چاپی، دیداری و شنیداری، سنتی و مدرن و همه رسانه‌های نوظهور از جمله تلویزیون ماهواره‌ای، اینترنت و رسانه‌های آنلاین را شامل می‌شود (بهرام پور، ۱۳۸۷: ۷۲). اگر بخواهیم به پژوهش‌های برجسته قوم‌نگاری اشاره نماییم، دیوید ماچین^{۱۲} در کتاب خود با عنوان پژوهش‌های مردم‌نگارانه در مطالعات رسانه‌ای نمونه‌های زیادی در این خصوص به

^۹ Feild Observation

^{۱۰} Interview

^{۱۱} Ethnography

^{۱۲} David Machin

دست داده است. وی در بخش دوم کتاب خود به شش پژوهش برتر در این زمینه با عناوین «موسیقی عامه پسند»، «تماشای تلویزیون در منزل»، «گردآوری اخبار»، «چرا ما اپراهای صابونی تماشا می‌کنیم»، «دلباختگان ستاره های سینما» و «کاربران اینترنت» پرداخته است (بهرام پور، ۱۳۸۷: ۷۴).

۱۰ - روش شناسی قومی ۱۳: اتنومتدولوژی دست کم از سه طریق بر برنامه های پژوهشی ارتباطات تاثیر گذاشته است. نخستین و شاید مستقیم ترین تاثیر، تاثیری است که بر توسعه تحلیل گفتگو داشته است. آثار هاروی ساکس ۱۴ و همکارانش که شیفته جنبه های ریز و موشکافانه محاوره های خود بودند: این که چگونه گفتگو آغاز می شود، چگونه گوینده و مخاطب به نوبت جایشان عوض می شود و در کل، چگونه گفتگوها همکاری ماهرانه ای بین طرفین گفتگو را به نمایش می گذارد (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۷۷). دومین تاثیر اتنومتدولوژی بر مطالعات ارتباطی، تاکید بر اهمیت قواعد ارتباط است مثلا آثار آرون سیکورل ۱۵ - و سومین تاثیرش حوزه ای است که در آن تاکید بر گفتار در کار است (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۷۸). این دیدگاه، برای پژوهشگران علم ارتباطات جذابیت دارد و آنان را به زیر شاخه های زبان، تعامل اجتماعی و ارتباطات سازمانی رهنمون می سازد (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۷۸).

۱۱ - فنون تجزیه و تحلیل های متون دیداری و شنیداری: یکی از انواع این دسته، تحلیل تصاویر متحرک و روایات است؛ تصاویر متحرک مثل فیلم، تلویزیون، انیمیشن و... در اینجا به خاطر مشکلات کمی بودن تحلیل محتوا، محققان به سمت اینگونه تحقیقات کیفی رفته اند. مثلا اخبار یکی از مهمترین سوژه های این دسته است که در این زمینه می توان به کارهای ژانر، بل، هلانر، بوید بارت، اسربرنی محمدی، گوروپچ و فعالیت های گروه رسانه ای گلاسکو اشاره نمود (پیشه ور، ۱۳۸۲: ۱۹۹). در پژوهش های گرافیکی بیشتر به دنبال بحث اثربخشی روی مخاطب هستند. برای مثال در این چارچوب، تحقیق می تواند که به ما بگوید سه دقیقه برنامه تجاری در اول یک برنامه، در آخر آن و یا به طور پراکنده، در میان برنامه، از نظر علم ارتباطات بیشترین اثر بخشی را خواهد داشت (ادوین امری و همکاران، ۱۳۷۷: ۴۲).

۱۲ - فراتحلیل ۱۶: یکی از روش های بسیار کارآمد تحقیق در علوم ارتباطات در بخش تحقیقات توصیفی، باز بینی یا باز آزمایی و تحلیل ثانوی است (حبیبی نیا، ۱۳۷۸: ۲۵۱). این روش در علوم ارتباطات و روانشناسی اجتماعی، کاربرد فراوانی دارد و یکی از دلایل اصلی توسعه تحقیقات است. از بحث انگیزترین تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده است، تحقیق

^{۱۳} Ethnomethodology

^{۱۴} Saks

^{۱۵} Aaron Cicourel

^{۱۶} Meta Analysis

بر روی فیلم های خشن بوده است که به نتایج و نظریه های متفاوتی منجر شده است (حبیبی نیا، ۱۳۷۸: ۲۵۱).

به هر صورت ما بحث درباره فنون تحقیق در ارتباطات را در همین جا به پایان می بریم. چرا که ورود بیش از این و جزئی تر را به صلاح ندانسته و به همین دلیل به مواردی از فنونی مانند دلفی، یا قاعده سه وجهی (مثلث بندی) ... نپرداخته ایم که البته در ارتباطات کاربردهای خاص خود را دارند.

۴ - پارادایم های اثبات گرایانه، تفسیری و انتقادی

اگر بخواهیم فنون گذشته را یک دسته بندی روشمندان کنیم، به سراغ دوگانه کمی و کیفی می رویم و از آن زمینه ای برای ورود به بحث پارادایم ها و روش شناسی ها مهیا می سازیم. در همین راستا ما به سراغ کار مک کی می رویم.

جدول شماره ۱: تمایزات روش های کمی و کیفی		
کمی	کیفی	روش شناسی
اثباتی	تفسیری	شکل های داده ها
«سخت» آمارها	«نرم» معناها و تفسیرها	انعطاف پذیری (یا پاسخ دهنده می تواند بر به کار گرفتن روش پژوهش تاثیر بگذارد؟)
نا منطقی (مثل پیمایش)	منطقی (مثل مورد مصاحبه نیمه ساخت یافته)	تمرکز تحلیل
پدیده های عینی	برداشت های ذهنی	نمونه
جمعیت زیاد	مورد پژوهی ها	زمینه پژوهش
مبتنی بر مقولات از پیش تعیین شده توسط خود پژوهشگر	مبتنی بر زمینه های اجتماعی و علاقه مند به مقوله بندی های کشش گران	روش ها
پیمایش تجربه و آزمایش مشاهدات ساخت یافته و ثبت شده سنجش و اندازه گیری حجم ها و فراوانی ها	مصاحبه مشاهده مشارکتی یا غیرمشارکتی تحلیل های متنی مصاحبه های نیمه ساخت یافته گروه های متمرکز قوم نگاری	
منبع: مک کی، ۱۳۸۶: ۸۹		

البته چنین نیست که در عمل، یک پژوهش باید فقط از روش کمی استفاده نمود یا فقط از روش کیفی. پژوهشگران عمدتاً روش های گوناگونی را به کار می گیرند. برای مثال، در یک پیمایش هم پرسش های بسته را به کار می برند که می توان پاسخ هایی را از آنها استخراج کرد که قابلیت تبدیل به جدول را دارند یا می شود آنها را به صورت آمار و عدد و رقم نشان داد، و هم پرسش های باز را به کار می گیرند که در آنها پاسخ دهندگان داده های کیفی تر را به دست می دهند (مک کی، ۱۳۸۶: ۹۰). ضمن آنکه در علوم اجتماعی برای به کارگیری منابع یا روش های چندگانه به قاعده سه وجهی یا مثلث بندی ارجاع می دهند.

به این ترتیب دوگانه کمی و کیفی در علوم انسانی، در دو شیوه، اول اثباتی - تجربی؛ و دوم تفسیری - فرهنگی - انسانی به شکل های متفاوتی در علوم تخصصی، مثل ارتباطات

آمده است. بر این اساس، در ارتباطات نیز دو مکتب بوجود آمده است: ۱ - مکتب انتقال پیام ۲ - مکتب تولید و مبادله معنا (فیاض، ۱۳۸۹: ۵۰). روش های اصلی مطالعه در مکتب اول اثبات گرایانه (پوزیتیویستی) و در مکتب دوم روش های تفسیری و انتقادی است (گیویان، ۱۳۸۸: ۱۷). حال اگر بگونه ای دیگر بخواهیم از سمت روش شناسی به سوی فن تحقیق برویم می گوییم که فنون اصلی مکتب اول کمی و مکتب دوم کیفی است و با نگاهی دقیق تر از جدول مک کی (جدول شماره ۱) بیافزاییم که روش های کمی، اثباتی اند، روش های کیفی، تفسیری اند تا جایی که گاه عنوان پژوهش تفسیری به جای پژوهش کیفی به کار می رود (گال و همکاران، ۱۳۸۴: ۶۰) و نگاه انتقادی ها به ترکیب این دو نوع روش دوخته شده است. البته باید با توجه به کثرت نظرات در چنین حوزه هایی باید این را بگوییم که این ساده کردن مجموعه پیچیده رویکردهای فلسفی و معرفت شناسی به روش شناسی علوم اجتماعی در قالب این سه رویکرد، از لارنس نیومن اقتباس گردیده است (سیدامامی، ۱۳۸۷: ۹). ضمن آنکه تفاوت میان پارادایم ها در سطح روش شناسی نمودی بارزتر و عینی تر دارد (برون یسن، ۱۳۸۴: ۳۴).

در این مقاله به پیش فرض های متعدد این سه پارادایم و نقد آنها بنا به اختصار نمی پردازیم؛ اما باید گفت که آن هنگام که می خواهیم به سمت روش شناسی اسلامی حرکت کنیم، به لحاظ منطقی باید فرآیند طرح و نقد این پارادایم ها را به صورت مفصلی طی نماییم، که در این مقاله به دلیل اختصار بدان نمی پردازیم.

۵ - روش شناسی ارتباطات

در ابتدا دست به انتخاب تعریفی برگزیده زدیم که در آن روش شناسی به دو صورت عام و خاص مطرح می گردید. در این قسمت ما به بحث روش شناسی به معنای خاص می پردازیم. ابزار توصیف و داوری و فهم را روش تحقیق به معنای خاص می گویند و آن را به لحاظ های مختلف تقسیم می کنند. چنانکه در شکل شماره ۱ آمد این دو لحاظ مربوط به هویت معرفتی و دفاعی نظریه ها و بحث تفهیم و تفهیمی آنها می باشد که در ادامه این مطالب را به صورتی مختصر و در حد بیان نمونه هایی برای ارتباطات پیاده می سازیم.

۱ - روش شناسی تبیینی (علّی و آماری): اگر بخواهیم نمونه ای از این روش شناسی را در ارتباطات مثال بزنیم به کار جانیس و فش باخ اشاره می کنیم که اثرات توسل به ترس شدید را بر تغییر نگرش می سنجد. آنها سه پیام مختلف همراه با سه سطح متفاوت از توسل به ترس را به سه گروه از دانش آموزان یک کلاس دبیرستانی بزرگ که به طور تصادفی دسته بندی شده بودند را ارسال نمودند و گروه چهارم به عنوان گروه کنترل در نظر گرفتند. آنها یک هفته قبل و یک هفته بعد از انجام آزمایش بین دانش آموزان پرسشنامه هایی را توزیع

کردند. بررسی نتایج بدست آمده حاکی از این بود که توسل به ترس شدید، دارای کمترین تاثیر بوده است. این آزمایش شاهدهی قطعی است مبنی بر این که توسل به ترس می تواند خیلی شدید باشد و موجب شکلی از مداخله شود و اثربخشی ارتباط را کاهش دهد (سورین و تانکار، ۱۳۸۴: ۴۵۱-۲۵۳).

در این کار جانیس و فش بخ، از دو فن کمی آزمایش و پیمایش استفاده شده است. پژوهشگران بر اساس این رویداد، از یافته های حاصل از مشاهده تغییرات در داده های بدست آمده از پرسش نامه ها، قبل پس از آزمایش و مقایسه شان، از طریق تعمیم نتایج آزمایش روی گروهی محدود (استقرا)، به قانونی رسیدند و سپس بوسیله این نظریه و با استفاده از منطق قیاس می توانند اثرات استفاده از ترس شدید را برنامه های تلویزیونی و غیره، تبیین و حتی پیش بینی نمایند. در واقع از منبع معرفت که جامعه است، با استفاده از سنجش کمی حس مخاطبین فراوان، و جمع آوری و ارائه داوری روی آن با استفاده از عقل (منطق استقرا و قیاس) به نتایج مدنظر می رسند.

۲ - روش شناسی ساختارگرایانه: در علم ارتباطات ما شاهد استفاده فراوانی از نشانه شناسی- که سوسور زبان شناسی را زیر مجموعه اش می داند (حقیقت، ۱۳۸۷: ۴۴۱) هستیم. ما به دنبال فهم ساده کلیت این روش هستیم؛ برای همین در مثالی ساده و مشهور، به تحلیل نشانه شناختی از انواع نماها در تلویزیون اشاره می کنیم. تلویزیون بنا به ماهیتش رسانه نماهای نزدیک است. در اینجا نماها همچون دال عمل می کنند و ما می خواهیم از دال به سمت مدلول (معنا) حرکت کنیم. ما برای نمونه مدلول دال نمای نزدیک ۱۷ که تعریفش «فقط چهره» است را، «نزدیکی» می دانیم. در نمونه ای دیگر مدلول دال نمای کامل ۱۸ را که تعریفش «تمام بدن شخص» است را «رابطه اجتماعی» بدانیم (آسابرگر، ۱۳۸۳: ۵۳).

در این روش، در واقع مفسر، به مشاهده متن (به معنای عام آن) می پردازد، سپس به دنبال فهم روابط دال و مدلولی می رود. پس از استخراج این روابط، دست به یک استنباط کلی می زند. اگر دقیق تر به این روش بنگریم، می بینیم که مفسر از طریق حس به منبع معرفت می نگرد و تک تک نشانه ها و اجزای متن را شناسایی می کند و سپس دست به فهم معناها آن می زند و آنها را به شکل روابط دال و مدلولی در می آورد. سپس با رویکردی استقرا گونه، پس از بررسی هر یک از دال و مدلول ها، دست به تعمیم زده و مجموع این معناها را در قواعد اصلی حاکم بر متن خلاصه می نماید.

^{۱۷} Close up

^{۱۸} full shot

۳ - روش شناسی پدیدارشناسانه: اریک پترسون^{۱۹} در پژوهش خود با نام «استفاده از رسانه و دختران جویای خوش وقتی» از رویکرد پدیدارشناسی برای شناخت معنای ترانه پرفروش دهه ۱۹۸۰ بهره برد. این راهبرد تفسیری متشکل از سه مرحله بود:

۱ - توصیف: شناخت «نظام‌های معنا بخشی در واقعیت زیسته زندگی روزمره»

۲ - تعریف: «تقلیل توصیف به دانش نظام مند»

۳ - تفسیر: تاملی در دو مرحله پیشین به منظور «مشخص کردن منطقی و ارزشی که توصیف و تعریف را یکپارچه می کند» برای تعیین جایگاه «ارزش وجود اجتماعی» (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۲۹۸).

در این جا ویژگی بین‌الذهانی^{۲۰} مبانی نظری تفسیرگرایانه خود را نشان می دهد. منبع معرفت، یعنی جامعه، از طریق حس فرد تجربه کننده، و بوسیله مصاحبه‌های کیفی (در انواع مختلف) توسط پژوهشگر رصد شده و سپس با تفسیر آن و تلاش در جهت فهم معانی، از طریق عقل و بویژه ارائه استنباط به سمت ارائه قاعده می رود. البته این قاعده نه برای تبیین، که برای توصیف است. چرا که روش شناسی پدیدارشناسی به تبیین امور نمی پردازد بلکه به توصیف آنها می پردازد (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۰: ۲۸۷).

۴ - روش شناسی هرمنوتیکی^{۲۱}: در برنامه ای مانند خیابان سسامی^{۲۲} ۲۲ در مورد جوامع تفسیری مختلفی صادق است. یکی از این جوامع می تواند کودکان طبقه متوسط باشد که والدینشان آن ها را به دیدن چنین برنامه هایی تشویق می کنند و بچه ها با والدین خود در مورد این برنامه به بحث و گفتگو می نشینند. جامعه دیگری ممکن است شامل بچه هایی باشد که فقط برای گذرانیدن اوقات خود هر شب قبل از شام این برنامه را ببینند (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۴۹۶).

در ادامه بویژه از دید شلایرماخر باید گفت تفسیر فنی بر دو روش شهودی (تغالی) و قیاسی است. روش شهودی مفسر را هدایت می کند تا به جای مولف قرار گیرد و به همین لحاظ تا حدودی، احوال مولف به دست می آید. روش قیاسی، مولف را جزئی از نوع کلی به شمار می آورد، و سپس می کوشد تا پس از قیاس مولف با مولفان دیگری که جزء همان نوع کلی هستند، به مشخصات متمایز او پی برد. فردیت هر کس، صرفاً می تواند از طریق مقایسه و کشف اختلاف ها درک شود (خسروپناه، ۱۳۸۳: ۱۰۴). روش هرمنوتیکی فردمدار است و تفسیر از دیدگاه آنان یک تجربه انسانی آگاهانه و ضروری است. البته در نگاه های دیگر

^{۱۹} Eric Peterson

^{۲۰} Intersubjectivity

^{۲۱} -Hermeneutical Methodology

^{۲۲} Sesame Street

بزرگان، هرمنوتیک خود را در اختیار نظریه ای خاص یا تعمیمی کلی قرار نمی دهد. آنها معتقدند که نظریه نباید پیش بینی کننده باشند، بلکه باید مقوله های کلی عملکردهایی در بر بگیرند که انتظار داریم در فرهنگ های مختلف نقش مهمی را ایفا کنند(لیتل جان، ۱۳۸۴: ۵۰۰-۵۰۱).

۵- روش شناسی گفتمانی: در روش شناسی تحلیل گفتمان، مبتنی بر نگاه فرکلاف، ابتدا به سمت توصیف متن در سه زمینه واژگان، دستور و ساخت های متنی می روییم و به پرسش های مطرح شده توسط فرکلاف پاسخ می دهیم و حتی دست به طبقه بندی بر اساس واحد تحلیل خود می زنیم. سپس پژوهشگر با استفاده از پرسش های طرح شده در سه زمینه بافت یا زمینه، انواع گفتمان، و تفاوت و تغییر توسط فرکلاف، دست به تفسیر، که در اینجا یعنی وابستگی کنش گفتمانی به پیش فرض های تبیین ناشده ماخوذ از عقل سلیم و مندرج در دانش زمینه ای و نوع گفتمان است، می زند. اما از آنجایی که تفسیر چگونگی بهره جستن از دانش زمینه ای در پردازش گفتمان را مورد توجه قرار می دهد، تبیین به شالوده اجتماعی و تغییرات دانش زمینه ای و البته بازتولید آن در جریان کنش گفتمانی می پردازد، ما از تفسیر گام به سوی تبیین بر می داریم. برای تبیین هم با پاسخ به پرسش هایی در زمینه عوامل اجتماعی، ایدئولوژی، و تاثیرات، که فرکلاف آنها را بیان کرده، به سمت تبیینی خاص، که همانا دیدن گفتمان به عنوان جزئی از روند مبارزه اجتماعی در ظرف مناسبات قدرت است حرکت می کنیم(فرکلاف، ۱۳۷۹).

در واقع ما در این روش ابتدا با استفاده از ابزار حس، به سراغ منبع معرفت می روییم و دست به استخراج داده از طریق پاسخ به پرسش ها می زنیم. سپس با استفاده از عقل به سمت تفسیر(و استنباط) می روییم و سعی می کنیم این جزء را در رابطه با کل فهم نماییم. در ادامه نیز با نگاهی به بیرون، از منطق قیاس استفاده می کنیم تا رابطه کل به جزء تبیین شود.

۶ - درآمدی بر روش شناسی اسلامی

حال که ما گذشته، پس از مرور فنون پر کاربرد ارتباطات، به بحث پارادایم ها پرداختیم، به نظر آنگونه که در ابتدا در مورد توصیفی و دستوری بودن روش شناسی گفتیم باید به سمت روش شناسی بایسته حرکت کنیم. در واقع کسی که آشنایی اولیه ای با مباحث اسلامی داشته باشد، می داند که اسلام در زمینه پیش فرض هایی که منجر به تولید پارادایم می شود، صاحب نظر بوده و البته این نظرات نه تنها متفاوت با پارادایم های موجود غربی، بلکه بعضاً در تضاد با آنها است. در واقع اسلام، کاملاً به مباحث جهان بینی، مکتب و بایسته ها و

ارزش‌ها ورود پیدا کرده و برای رسیدن به علوم اسلامی، زمینه‌های رسیدن ما به روش را نیز ارائه می‌نماید. ما در اینجا باید به دنبال تولید، استقرار و تحکیم پارادایم اسلامی در علوم انسانی مختلف باشیم. باید گفت که علوم انسانی اسلامی عقلی-نقلی است، یعنی علوم انسانی که از یک سو با روش عقلی-تجربی با مبانی اسلامی تولید می‌شود و از سوی دیگر با روش نقلی تحصیل می‌شود، که در پایان ترکیب، جمع و برآیند این دو علوم انسانی اسلامی را نتیجه می‌دهد.

حال اگر بخواهیم بیشتر به بیان ویژگی‌های این پارادایم بپردازیم می‌گوییم که با پست مدرن‌ها، هرمنوتیک گادامر و کلا نسبی‌گراها تفاوت داریم. فرق ما هم در این است که چون ما معتقد به رئالیسم معرفتی خاصی هستیم (که نه رئالیسم خام است و نه پیچیده که سر از نسبی‌گرایی در می‌آورد) و می‌گوییم که معرفت رویکرد پنجره‌ای و شبکه‌ای دارد. از هر پنجره بخشی از بیرون (واقعیت) را می‌بینیم، اما درست می‌بینیم. ما وقتی بدیهیات اولیه را قبول کردیم (که کشف آنها ذاتی است)، در ادامه به بدیهیات ثانویه می‌رسیم (که نظریات مبتنی بر آنها هستند). وقتی ما با تفکر رئالیستی به چندین گزاره معرفتی رسیدیم، بعد انسجام این گزاره‌های معرفتی صادق می‌تواند برای کشف معرفت‌های دیگر معیار گردد.

گاهی ما یک معرفت‌های نظری داریم که هرچه تلاش می‌کنیم، نمی‌توانیم آنها را مستقیماً به بدیهیات اولیه برگردانیم؛ اما با شبکه معرفتی خاصی که به دست آمده است می‌توانیم صدق و کذب آنها را بدست آوریم. یعنی باید به سمت رئالیسم معرفتی شبکه‌ای برویم، که با کمک بدیهیات (اعم از اولیه و ثانویه) و نظریات به این شبکه معرفتی می‌رسیم و آن شبکه می‌تواند معرفت‌های پیچیده دیگر را که مستقیماً نمی‌توان آنها را به بدیهیات برگردانیم، کشف بنماید. این دیدگاه البته با دیدگاه انسجام ۲۳ گرا متفاوت است؛ چرا که در آنجا معیار صدق و کذب خود انسجام است، اما در نگاه ما این انسجام و شبکه معرفتی پیشنهادی به بدیهیات بر می‌گردد و معیارمند است.

ما با این شبکه معرفتی مان می‌توانیم به یک پارادایم دست پیدا کنیم که به هر پدیده اجتماعی برسد می‌تواند آن را تفسیر و تبیین نماید. این پارادایم متفاوت و جدید در علوم انسانی موجود، سپس به سمت استخراج مدل رفته و از آن مدل، واقعیت را تفسیر می‌نماییم که آن تبدیل به نظریه می‌گردد. از آنجا که گفتیم، تفاوت میان پارادایم‌ها در سطح روش‌شناسی نمودی بارزتر و عینی‌تر دارد، باید بگوییم که این پارادایم از لحاظ روش‌شناسی، قائل به روش رئالیسم معرفتی شبکه‌ای تفسیری است. این روش هم کمی است و هم کیفی، مبتنی بر رئالیسمی که میراث فلسفه اسلامی برای ماست و بدین جهت با اندیشه‌های

^{۲۳} Coherence

انتقادی که باز تلفیقی اند، متفاوتیم. البته در این شبکه معرفتی هم تحقیق تجربی نهفته است و هم تحقیق نقلی، که ترکیب این دو به ما کمک می کند. این تفسیر، تفسیری دینی است که معیار مند است، که از اینجا ضمن تاکید بر مبانی و در ادامه روش، می توان به علوم انسانی اسلامی رسید.

Archive of SID

منابع

۱. آسابرگر، آرتور، روش های تحلیل رسانه ها، ترجمه پرویز اجلالی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، تهران، ۱۳۸۳
۲. امری، ادوین، آگ، وارنک، فیلیپ، اچ آدولت، پژوهش در ارتباط جمعی، ترجمه غلامرضا آذری، هنر هشتم، شماره دهم، تهران، ۱۳۷۷
۳. ایزدی، فواد، سقای بی ریا، حکیمه، تحلیل گفتمان سرمقاله های روزنامه های برجسته آمریکا درباره برنامه هسته ای ایران، فصلنامه رسانه، سال نوزدهم، شماره ۷۳، تهران، ۱۳۸۷
۴. برون ینسن، کلوس، تلفیق روش های کمی و کیفی در پژوهش های ارتباطی و رسانه ای، ترجمه اسماعیل یزدان پور، سال شانزدهم، شماره سوم، ۱۳۸۴
۵. بهرام پور، شعبانعلی، مردم نگاری و کاربرد آن در ارتباطات، فصلنامه رسانه، سال نوزدهم، شماره ۷۳، تهران، ۱۳۸۷
۶. بیابانگرد، اسماعیل، روش های تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی، نشر دوران، ج ۲، تهران، ۱۳۸۶
۷. پتر، پنی، تردگلد، تری، روش های فمینیستی در تحلیل گفتمان: جنس، مالکیت، برابری، از مجموعه فرهنگ و متن: گفتمان و روش شناسی پژوهش اجتماعی و مطالعات فرهنگی، ترجمه حسن چاوشیان، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، تهران، ۱۳۸۸
۸. پیشه ور، احمد، روش های تحقیق در ارتباطات، انتشارات سیمای شرق، تهران، ۱۳۸۲
۹. تن، الکسیس، نظریه ها و پژوهش های ارتباط جمعی، ترجمه نعیم بدیعی، انتشارات همشهری، تهران، ۱۳۸۸
۱۰. حبیبی نیا، امید، پرسش های کلیدی در پژوهش های ارتباطی، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۱۹ و ۲۰، تهران، ۱۳۷۸
۱۱. حقیقت، سید صادق، روش شناسی علوم سیاسی، نشر سازمان انتشارات دانشگاه مفید، قم، ۱۳۸۷
۱۲. خسروپناه، عبدالحسین، کلام جدید، مرکز مطالعات و پژوهش های فرهنگی حوزه علمیه، قم، ۱۳۸۳
- ۱۳.
۱۴. خسروپناه، عبدالحسین، فلسفه فلسفه اسلامی، دبیرخانه هیأت حمایت از کرسی های نظریه پردازی، نقد و مناظره شورای عالی انقلاب فرهنگی، تهران، ۱۳۸۸
۱۵. خسروپناه، عبدالحسین، فلسفه فلسفه اسلامی، نشر سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، تهران، ۱۳۸۹
۱۶. راجرز، اورت میچل، تاریخ تحلیلی علم ارتباطات؛ رویکردی شرح حال نگارانه، ترجمه غلامرضا آذری، نشر دانژه، تهران، ۱۳۸۷
۱۷. ساروخانی، باقر، جامعه شناسی ارتباطات، انتشارات اطلاعات، تهران، ۱۳۸۸

۱۸. ساعی، منصور، روش تحقیق تاریخی: شیوه ها و کاربرد آن در ارتباطات، فصلنامه رسانه، سال نوزدهم، شماره ۷۳، تهران، ۱۳۸۷
۱۹. سلطانی، سید علی اصغر، قدرت، گفتمان و زبان: سازوکارهای قدرت در جمهوری اسلامی ایران، تهران، نشر نی، ۱۳۸۴.
۲۰. سورین، ورنر، تانکارد، جیمز، نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران، تهران، ۱۳۸۴
۲۱. سیدامامی، کاووس، پژوهش در علوم سیاسی، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، تهران، ۱۳۸۷
۲۲. عالم، عبدالرحمن، بنیادهای علم سیاست، نشر نی، تهران، ۱۳۸۹
۲۳. فرامرز قراملکی، احد، روش شناسی مطالعات دینی، انتشارات دانشگاه علوم اسلامی رضوی، مشهد، ۱۳۸۰
۲۴. فرکلاف، نورمن، تحلیل انتقادی گفتمان، مترجمان محمد نبوی و مهراں مهاجر، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، تهران، ۱۳۷۹
۲۵. فیاض، ابراهیم، تعامل دین، فرهنگ و ارتباطات، شرکت چاپ و نشر بین الملل، تهران، ۱۳۸۹
۲۶. کریپندورف، کلوس، تحلیل محتوا: مبانی روش شناسی، ترجمه هوشنگ نایی، نشر نی، تهران، ۱۳۸۳
۲۷. گال، مردیت، بورگ، والتر، گال، جویس، روش های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روانشناسی، ترجمه احمدرضا نصر، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی و سمت، تهران، ۱۳۸۴
۲۸. گیویان، عبدالله، مقدمه کتاب روش های تحقیق کیفی در ارتباطات، انتشارات همشهری، تهران، ۱۳۸۸
۲۹. لیتل جان، استیفن، نظریه های ارتباطات، ترجمه سید مرتضی نوربخش و سیداکبر میرحسینی، نشر جنگل، تهران، ۱۳۸۴
۳۰. لیندلف، تامس، تیلور، بریایان، روش های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات، انتشارات همشهری، تهران، ۱۳۸۷
۳۱. مک کی، هیو، تحقیق در جامعه اطلاعاتی، ترجمه رامین کریمیان، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، تهران، ۱۳۸۶
۳۲. هابرماس، یورگن، نظریه کنش ارتباطی، مترجم کمال پولادی، موسسه انتشاراتی روزنامه ایران، تهران، ۱۳۸۴