

مردم‌نگاری و کاربرد آن در ارتباطات

نوشته

شعبانعلی بهرام‌پور*

چکیده

این مقاله به مردم‌نگاری از حیث روش می‌پردازد، از این‌رو ابتدا خاستگاه و تعریف این رهیافت تحقیق مورد توجه قرار گرفته و سپس به ویژگی‌های آن پرداخته شده است.

مقاله به انواع مردم‌نگاری با طبقه‌بندی‌های مرسوم در این حوزه اشاره می‌کند و الگوهای مختلف در این زمینه را پی می‌گیرد. روش‌ها و تکنیک‌های مردم‌نگاری بخش دیگر این مقاله است که ذیل آن کاربرمیدانی، انتخاب و نمونه‌گیری، ورود به میدان، مشاهده مشارکتی، مصاحبه، پیمایش، تکنیک‌های دیگر و تحلیل توضیح داده شده‌اند.

مقاله سپس به مردم‌نگاری در ارتباطات می‌پردازد و گستره اجرایی آن را در این حوزه نشان می‌دهد. پژوهش‌های متعددی در حوزه ارتباطات بر اساس رهیافت مردم‌نگاری انجام گرفته که در اینجا به تعدادی از آنها از حیث روش توجه شده است. در پایان مقاله ارزیابی مختصری از این رهیافت تحقیق به دست می‌دهد.

کلید واژه: مردم‌نگاری، انواع مردم‌نگاری، روش کیفی، رسانه‌ها و ارتباطات

مقدمه

مردم‌نگاری هنر و علم توصیف یک گروه یا فرهنگ است. توصیف ممکن است از یک گروه کوچک چند نفره، گروه همکلاسی، گروه جوانان یک کلپ، تا گروه مهاجر در یک کشور بیگانه و یک قبیله، قوم یا افراد ساکن یک محله را شامل شود. مردم‌نگاری یک رهیافت در حوزه تحقیق کیفی است. در این رهیافت، محقق باید نسبت به جهان اجتماعی حساسیت داشته باشد و آن را برحسب مفاهیم و معانی خود درک کند. در مردم‌نگاری هدف، خلق اصول علمی نیست بلکه هدف اصلی بازنمایی کامل جهان اجتماعی است. در مردم‌نگاری پیش‌فرض این

* مدیر مسئول فصلنامه رسانه

است که پدیده‌های اجتماعی اساساً از پدیده‌های طبیعی متفاوت‌اند و زندگی انسان‌ها با معناست. نهایتاً اینکه رفتار انسان‌ها مبتنی بر مکانیسم علت و معلولی نیست.

خاستگاه مردم‌نگاری

مردم‌نگاری به نوعی پیرامده از مردم‌شناسی است. مردم‌شناسان، نخستین کسانی هستند که در اوایل قرن نوزدهم با روش‌های مردم‌نگارانه به جمع‌آوری، تحلیل و بازنمایی اطلاعات پرداخته‌اند. (Ted lock, 2000: 456)

از لحاظ تاریخی، مردم‌نگاری شامل مردم‌شناسی فرهنگی با تمرکز بر جوامع کوچک دامنه است. در همین راستا، سه تحقیق کلاسیک مردم‌نگاری که در روزهای آغازین مردم‌شناسی انجام گرفته، یکی آرگونات‌های کرانه غربی اقباتوس آرام (قبیله تروریاند) اثر برانسیلاو مالتینوفسکی، دیگری مردم‌نگاری کواکیول‌های فرانتس بواس و سومی کار رادکلیف براون بر روی ساکنان جزایر آندامن است. اما با این حال، محققانی چون ورنر و شوفله معتقدند «با افزایش تعداد مردم‌شناسان و کاهش قبایل، مردم‌نگاران واحدهای اجتماعی مناسب دیگری را برای توصیف پیدا کرده‌اند» (Boyle, 1994: 160)

به طور کلی، چه در گذشته و چه اکنون، مردم‌نگاری با مفهوم فرهنگ شناخته می‌شود. در مردم‌نگاری مفروض است که فرهنگ آموخته می‌شود و در میان اعضای یک گروه مشترک است و در نتیجه اعضای یک گروه بر مبنای آن می‌توانند توصیف و فهمیده شوند. مفهوم فرهنگ مردم‌نگار را قادر می‌سازد تا از درک آنچه که مردم می‌گویند و انجام می‌دهند و نیز از نظام معانی مشترک‌شان، فراتر برود.

تعریف

دیوید ماچین معتقد است مردم‌نگاری یک شیوه تحقیق است که به آنچه که در جهان اجتماعی جریان دارد، می‌پردازد. نقطه کانونی مردم‌نگاری مشاهده و گوش کردن به مردم است آنچنان‌که آنها بر حسب مفاهیم‌شان رفتار یا فکر می‌کنند. به عبارت دیگر، مردم‌نگاری، «شیوه دسترسی محقق به زندگی روزمره مردم بر حسب معنایی است که آنها به رفتارشان می‌دهند» (Machin, 2002: 1)

ماچین، در جایی دیگر می‌گوید، مردم‌نگاری به شیوه‌ای که مردم در زندگی روزمره‌شان صحبت و رفتار می‌کنند می‌پردازد (Ibid: 7).

مردم در زندگی روزمره بر حسب مجموعه فرهنگی خود رفتارهایی بروز می‌دهند که برای خودشان بامعنی است. انسان‌ها در لحظه تصمیم می‌گیرند و بر مبنای آن عمل می‌کنند؛ هرچند این رفتارها و فعالیت‌ها از قواعدی که برای‌شان معنادار است پیروی می‌کنند، اما این قواعد و معانی همگی اختیاری هستند.

بویله به نقل از ورنر و شوفله می‌گوید مردم‌نگاری، چیزی است که یک مردم‌نگار انجام می‌دهد؛ یعنی توصیف جزء به جزء و کامل یک گروه. وی معتقد است تصور اولیه و معمولی مردم‌نگاری این موضوع را به ذهن متبادر می‌سازد که مردم‌نگاری به مردمان اولیه (بومی) یا

دست کم به گروه‌های بیگانه می‌پردازد. بویله می‌گوید مردم‌نگاری نه تنها یک روش تحقیق است بلکه همچنین برای توصیف محصول یک بررسی نیز به کار می‌رود (Boyle, 1994: 161). هانس می‌گوید، مفهوم مردم‌نگاری در کاربرد اولیه‌اش برای گروه محدودی از مردم که ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی مشترکی داشتند، به کار می‌رفت. اعضای این گروه با یکدیگر همبستگی قوی داشتند و این همبستگی بر عواملی چون زبان، محل سکونت، روابط اجتماعی، باورها، اعمال سیاسی و مذهبی مبتنی بود. این کاربرد، اکنون برای توصیف یک گروه کوچک نیز مدنظر است. بنابراین، مردم‌نگاری بر گروهی از مردم که صفات مشترکی دارند، متمرکز است. در مردم‌نگاری‌های اخیر، این مردم ممکن است تفاوتی از نوع سنتی داشته باشند. مشارکان در یک مردم‌نگاری ممکن است در یک محل کار، در یک سبک زندگی، در یک آسایشگاه و یا حتی در یک فلسفه مدیریت مشترک باشند.

آگار، مانند هانس معتقد است مردم‌نگاری هم یک فرایند است و هم یک محصول. وی می‌گوید محصول مردم‌نگاری معمولاً یک گزارش یا یک کتاب است. تمرکز این کتاب بر گروه اجتماعی خاصی بوده و بحث تا اندازه‌ای گسترده است. این کتاب شامل تاریخ مختصر، مطالبی درباره محیط طبیعی (فیزیکی، اجتماعی و زیستی)، بحث‌های دقیق درباره آنچه که گروه انجام می‌دهد و باورهایی که آنها را حفظ می‌کند، است. آگار معتقد است، مردم‌نگاری به عنوان یک فرایند عبارت است از «چگونگی آموختن و فهمیدن مردم‌نگار درباره برخی گروه‌های انسانی. وی نامی که برای «انجام مردم‌نگاری» می‌گذارد، «کارمیدانی» است (Ibid).

ویژگی‌های مردم‌نگاری

مردم‌نگاری دارای ویژگی‌های نمادین معینی است که البته تا حدودی با یکدیگر همپوشی دارند. مهم‌ترین ویژگی‌های مردم‌نگاری عبارت‌اند از:

کل‌گرایی (holistic)

مردم‌نگاری کل‌گراست. مردم‌نگاران برای اینکه تصویر جامع و کاملی از گروه اجتماعی به دست دهند، نگرشی کلی را مفروض می‌گیرند. مردم‌نگاران می‌کوشند تا آنجا که ممکن است یک فرهنگ یا گروه را توصیف کنند. این توصیف ممکن است شامل تاریخ گروه‌ها، دین، سیاست، اقتصاد، محیط و چگونگی پیوندهای واحدهای اجتماعی مورد مطالعه باشد (Fetterman, 1989: 29; Boyle, Ibid: 163). رویکرد کل‌گرایانه نیازمند سیری کردن زمانی طولانی در میدان تحقیق و جمع‌آوری انواع داده‌هایی است که تصویری از کل ایجاد می‌کند. از این رو، هدف تحقیق در مردم‌نگاری بخشی‌نگری نیست. بلکه هدف همه‌جانبه‌نگری و دوری (rounded) است. مردم‌نگاری از لحاظ هدف گسترده و فراگیر است. هدف نخستین رهیافت کل‌گرایی، روشن ساختن روابط متقابل میان نظام‌های مختلف و خرده نظام‌های گروه مورد مطالعه و اساساً با تأکید بر زمینه‌ای‌سازی داده‌هاست.

۲. زمینه‌ای‌سازی (contextualization)

زمینه‌ای‌سازی کردن داده‌ها شامل قرار دادن مشاهده و مصاحبه در یک رویکرد بزرگ‌تر است. اساس مردم‌نگاری بر این اصل مبتنی است که رفتار مردم صرفاً می‌تواند در زمینه فهمیده شود؛ یعنی در فرایند تحلیل و انتزاع. مردم‌نگار، عناصر رفتار انسانی را نمی‌تواند از زمینه‌های معنا و اهداف مرتبط‌شان جدا سازد (Boyle, 162; Fetterman, 29). در واقع این زمینه است که درک رفتار انسان را مبرر می‌سازد. هامرسلی و اتکینسون (۱۹۸۳) زمینه را بسیار فراتر از محیط فیزیکی می‌دانند. از نظر آنها هر توصیفی از رفتار انسانی مستلزم آن است که ما معانی اجتماعی که آنها را شکل می‌دهد درک کنیم. برای این منظور مردم‌نگار نیازمند آن است که از توصیف رفتار فراتر برود؛ او باید درک کند و بفهمد چرا و تحت چه شرایطی رفتار به وقوع پیوسته است.

کارمیدانی نماد تحقیق مردم‌نگاری است؛ کار کردن با مردم برای دوره‌های زمانی طولانی در محیط‌شان. بیشتر تحقیقات مردم‌نگاری با مشاهده مشارکتی و کارمیدانی شناخته می‌شوند. مشاهده مشارکتی، مشارکت در زندگی مردم مورد مطالعه را با حفظ فاصله حرفه‌ای که برای مشاهده کافی و ثبت داده‌ها مجاز است، به دنبال دارد. مشاهده مشارکتی مطلوب، غرق شدن در فرهنگ یا شیوه زندگی یک گروه است. یک مردم‌نگار در یک اجتماع برای یک دوره طولانی زندگی و کار می‌کند (شش ماه تا چند سال). آگار می‌گوید در تحقیق مردم‌نگاری، همیشه تأکید بر درگیر شدن مستقیم شخص محقق با مردم تحت مطالعه است. سکونت طولانی مدت در محیط به مردم‌نگار کمک می‌کند تا باورهای اساسی، ترس‌ها، امیدها و انتظارات مردم تحت مطالعه را بیاموزد و فرصتی برایش فراهم می‌سازد تا آنها را با توجه به آنچه که طبق وظایف‌شان در زندگی روزمره انجام می‌دهند، مشاهده کند (Boyle, 163; Fetterman, 30). در برخی محیط‌ها، مورد مطالعه مشاهده مشارکتی اغلب غیرمداوم و شامل دوره‌های کوتاه مدت مشاهده عمیق در یک دوره زمانی طولانی بوده است. در مجموع، اگر مشاهده مشارکتی یا توجه به اصول و مراحل به‌خوبی و با دقت انجام شود، معانی و داده‌های زمینه‌ای پایه‌ای را برای مردم‌نگاری فراهم می‌آورد.

بنابراین، مردم‌نگاری، یک "کار عمیق" است. مردم‌نگاری صرفاً یک سری مشاهده و مصاحبه‌هایی که به‌طور کیفی تحلیل شود، نیست. مردم‌نگاری شامل تماس مستقیم و طولانی با اعضای گروه مورد مطالعه است. یادگیری بعضی چیزها دربارۀ یک گروه اجتماعی متضمن زینای نقش کارآموزی محقق در محیط است. یک مردم‌نگار باید توصیفی ممکن از یک گروه اجتماعی فرهنگی با توجه به واحدها و پیوندهای اجتماعی‌اش به دست دهد.

ویژگی انعکاسی یا بازتابندگی (reflexivity)

مردم‌نگاری دارای ویژگی "انعکاسی" است. این ویژگی مبین آن است که محقق بخشی از جهان مورد مطالعه است و از آن تأثیر می‌پذیرد. هامرسلی و اتکینسون در توضیح و تبیین این ویژگی اظهار داشته‌اند تمایز بین علم و فهم متعارف یا تمایز بین فعالیت‌های محقق و آنچه که تحقیق شده، مردم‌نگاری را در کانون اثبات‌گرایی و طبیعت‌گرایی قرار می‌دهد. آنها مطرح کرده‌اند که این دو وضعیت مفروض می‌گیرند که دست‌کم در اصول این امر شدنی است که داده‌های آن‌ده

نشده از محقق جدا شود و یا محقق به یک انسان ماشینی گرایش یابد و یا اینکه محقق از لحاظ تجربه فرهنگی به یک طرف بی طرف تبدیل شود. یک مردم‌نگاری خوب بین این دو سر طیف قرار دارد. برای مردم‌نگار داده‌ها صرفاً ارزش نیستند بلکه در عوض، داده‌ها به‌عنوان حوزه‌ای از برداشت‌ها (نتایج و استنباط) که در آن الگوهای فرضی می‌تواند شناسایی و اعتبارشان آزمایش شود، مورد ملاحظه قرار می‌گیرند (Boyle, 163).

مردم‌نگاری به‌عنوان یک فرایند تحقیق همیشه شامل بخشی از مشاهده مشارکتی و بخشی از گفت‌وگو و مصاحبه است. مردم‌نگاری یا مخلوطی از آن دو است و یا در مواجهه بین این دو قرار دارد که هائرسلی و تکنسون آن را به‌عنوان ویژگی انعکاسی توصیف کرده است. ورنر و شوفله ویژگی انعکاسی مردم‌نگاری را چنین توضیح می‌دهند:

ما، "به‌عنوان مردم‌نگار" بیشتر می‌کوشیم دانش فرهنگی یک گروه را توصیف کنیم. ما می‌کوشیم بفهمیم و اگر ممکن است آن را تبیین کنیم. ما باید برای تبیین قادر باشیم همان‌طور که مردم جهان را می‌بینند، ببینیم. پارادوکس این وضعیت این است که همه توصیف، فهم، و تبیین دانش فرهنگی گروه‌ها اساساً مبنی بر دو نظام فرضی متفاوت و انتقال‌ناپذیری دانش — یعنی دانش گروه‌ها و دانش مردم‌نگار — است (Ibid: 166).

از نظر آنها، محتمل نیست که این ترکیب درونی/ بیرونی بیش عمیق‌تری از گروه‌ها یا مردم‌نگار به‌دست دهد. اما این دو دیدگاه کنار هم، بُعد سومی را فراهم می‌سازد که تصویر مردم‌نگاری را تکمیل می‌کند. بنابراین، مردم‌نگاری خوب از ماهیت انعکاسی تجربه مردم‌نگاران، نظریه ارائه می‌دهد. یک مردم‌نگاری خوب فراتر از توصیف می‌رود. مردم‌نگاری خوب تبیین نظری از موضوع به‌دست می‌دهد که سطح و قدرت نظریه برحسب قلمرو و تمرکز مردم‌نگاری متغیر است.

۴. امیکس (emics) و اتیکس (etics)

امیکس و اتیکس اصطلاحات متعارفی در مردم‌نگاری هستند. رویکرد امیک، رویکرد بومی یا درونی به واقعیت، کانون تحقیق مردم‌نگاری است. نگاه درونی به واقعیت، ابزاری است برای شناسایی آنچه که اتفاق می‌افتد و چرایی درک و صحت توصیف واقعیت‌ها و رفتارها. رویکرد اتیک، رویکرد بیرونی، انتزاع مردم‌نگار یا تبیین علمی از واقعیت است. یک هدف مهم اتیک در تحقیقات اجتماعی فرهنگی، توسعه ابزارهای استاندارد اندازه‌گیری متغیرهای اجتماعی فرهنگی است. رویکرد اتیک یا رویکرد بیرونی در مردم‌نگاری عبارت است از آنچه که مردم‌نگاران در کار میدانی‌شان می‌بینند یا توصیف می‌کنند (Ibid: 165-6; Fetterman, 30). اگرچه ممکن است رویکرد امیک همیشه با رویکرد اتیک سازگار نباشد، اما آنها در کمک به مردم‌نگار برای درک اینکه چرا اعضای یک گروه این‌گونه رفتار می‌کنند مهم‌اند. هر دو رویکرد زمانی که مردم‌نگار می‌خواهد به‌درستی وضعیت‌ها و رفتارها را درک و توصیف کند، ضروری‌اند.

در گذشته مردم‌شناسان از مفهوم بومیان برای ارجاع به مردم مورد مطالعه سود می‌جستند و درباره بومیان با نظرگاه امیک می‌نوشتند. اخیراً تمرکز مردم‌نگاری‌ها گسترش پیدا کرده و شامل انواع دیگر گروه‌های اجتماعی می‌شود. امروزه، مفهوم آگاهی‌رسان (informant) اگرچه بیشتر دلالت ضمنی منفی دارد، اما برای توصیف اعضای یک نمونه تحقیق مردم‌نگاری به کار برده

می‌شود. مرس می‌گوید در "تحقیقات کیفی عالمان اجتماعی مفهوم مشارک (particiant) را به‌کار می‌گیرند، چون که مشارک منعکس‌کننده ماهیت گفتمان‌ها و روابط بین محققان و افرادی که در انواع مطالعات مشارکت دارند، است. رویکرد مشارک، رویکرد امیک است." (Boyle, 167; Fetterman, 31-32)

بحث از رویکردهای امیک و اتیک مستلزم تبیین تنوع گرایش‌ها و نظریه‌ها در مردم‌شناسی است. برخی از مردم‌شناسان که به رویکرد امیک علاقه‌مندند، روش‌های شناختی / مردم‌شناختی را برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها و تفوق به داده‌های مصاحبه به‌کار می‌گیرند. برخی دیگر، داده‌هایشان را مطابق رویکرد اتیک یا چارچوب علمی مد نظر قرار می‌دهند. بسیاری از مردم‌شناسان هر دو رویکرد را به‌کار می‌گیرند. آنها داده‌ها را بر اساس رویکرد امیک یا به‌دلیل آگاهی‌رسانی‌شان گردآوری می‌کنند و سپس می‌کوشند آنها را برحسب هر دو رویکرد (امیک و اتیک یا تحلیل علمی) معنادار سازند.

۵. رهیافت بی‌طرفی (non Judgmental)

بعضی مفاهیم مردم‌نگاری محقق را به جست‌وجو با یک راهنمای جدید هدایت می‌کند، برخی دیگر اعتبار داده‌ها را تضمین می‌کند و برخی نیز صرفاً از آلودگی داده‌ها جلوگیری می‌کنند. رهیافت بی‌طرفی به مردم‌نگاران در هر سه حوزه کمک می‌کند. علاوه بر این، این مفاهیم مردم‌نگاران را از ارزش‌دوری نامناسب و غیرضروری درباره آنچه که مشاهده می‌کنند، بازمی‌دارد. رهیافت بی‌طرفی مستلزم آن است که مردم‌نگار ارزیابی شخصی از هر فعالیت فرهنگی معین را موقتاً کنار بگذارد. حفظ بی‌طرفی یعنی اینکه محقق ارزش‌دوری خود را در توصیف از پدیده‌ها و وقایع کنار بگذارد و آنها را آن‌طور که واقعاً رخ می‌دهند یا وجود دارند، توصیف کند (Fetterman, 32-3).

نکته اصلی در بی‌طرفی محقق مردم‌نگار این است که وی باید بکوشد تا فرهنگ دیگر را بدون ارزش‌دوری ببیند، اما در عمل مسئله اصلی این است که مردم‌نگار نمی‌تواند به‌طور کامل بی‌طرف باشد؛ چون که ما همگی محصول فرهنگ‌مان هستیم. ما دارای اعتقادات شخصی، تعصب، ذائقه و سلیقه‌های فردی هستیم و اجتماعی شدن در چارچوب همین فرهنگ صورت می‌گیرد. با وجود این، مردم‌نگار می‌تواند در مقابل تعصب‌های آشکار فرهنگی خود را محافظت کند و باید بکوشد اعمال فرهنگی دیگر را با بی‌طرفی ببیند.

۶. محصول مردم‌نگاری

محصول نهایی یک مردم‌نگاری چیست؟ آیا مردم‌نگاری صرفاً یک روش است که شامل تکنیک‌های جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها است؟ آیا بیشتر مردم‌نگاری‌ها در یافت مفروضات و چشم‌اندازهای نظری مردم‌شناسی انجام می‌گیرد؟ آیا مردم‌نگاری بدون تبیین فرهنگی قابل عرضه است؟ اسپرادل می‌گوید:

گوهر مردم‌نگاری توجه به معنای کنش‌ها و رویدادهای مردمی است که ما در پی درک آنها هستیم... مردم بی‌وسه این نظام‌های معانی پیچیده را برای سازماندهی رفتارشان، برای درک خود و دیگران و برای معنادار ساختن جهانی که در آن زندگی می‌کنند، به‌کار

می‌گویند. این نظام‌های معانی فرهنگ‌شان را می‌سازد؛ مردم‌نگاری همیشه متضمن یک نظریه فرهنگی است (Bajaly, 1967).

مردم‌نگاری چون تمرکز اولیه‌اش بر جوامع قبیله‌ای کوچک بوده و از درون مردم‌شناسی سربرآورده است، بسیار از مفاهیم و نظریه فرهنگی در هر دو رهیافت مردم‌نگاری و مردم‌شناسی مشترک است. همچنین بسیاری از روش‌های گردآوری داده‌ها و تحلیل آنها نیز بین دو رهیافت مذکور مشترک است. با وجود این، انواع مختلف مردم‌نگاری وجود دارد که هر یک از آنها محصول و دانش خاص خود را تولید می‌کنند. از این رو، محصول نهایی مردم‌نگاری کاملاً بستگی به نوع آن دارد. برخی از مردم‌نگاری‌ها انتزاعی‌تر و کاملاً نظری هستند و طبیعتاً محصول نهایی‌شان نیز برحسب نظریه‌های فرهنگی مرتبط انتزاعی‌تر و نظری خواهد بود. برخی از مردم‌نگاری‌ها توجه اصلی‌شان بر فرهنگ و جنبه‌های عینی آن است و بیشتر جنبه کاربردی دارند. ارزش نهایی مردم‌نگاری کاملاً بستگی به دو خصوصیت نظری و کاربردی آن دارد.

انواع مردم‌نگاری

همچنان‌که انجام مردم‌نگاری از تمرکز اولیه‌اش روی جوامع قبیله‌ای کوچک به جوامع امروزه متحول شده، تکنیک‌ها، روش‌ها، تمرکز و نظریه‌های تحقیق مردم‌نگارانه نیز تغییر کرده است. عوامل متعدد در این تغییر تأثیر داشته‌اند. مطمئناً توسعه و گسترش دانش علوم اجتماعی، زبان‌شناسی، علوم کامپیوتر و آمار، عوامل مؤثری در این زمینه بوده‌اند. علاوه‌بر این روندهای ملی و بین‌المللی سیاست، اقتصاد، آموزش و دیگر حوزه‌ها، تمرکز و انواع مردم‌نگاری را شکل داده‌اند.

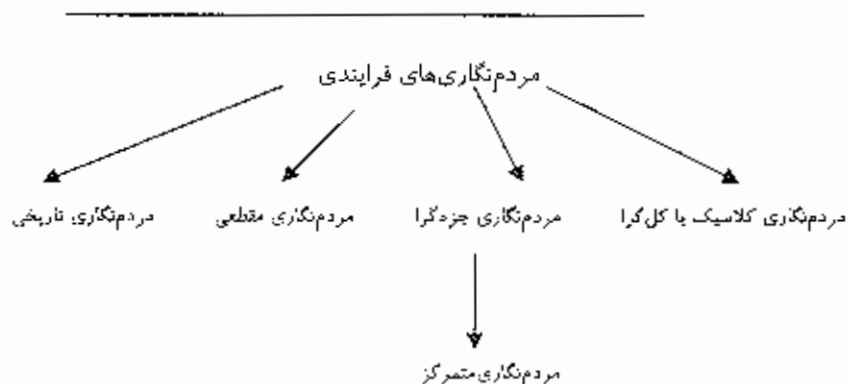
احتمالاً مهم‌ترین عاملی که انواع مردم‌نگاری را تحت تأثیر قرار داد، واحد اجتماعی مورد مطالعه مردم‌نگار بوده است. از آنجا که طی سال‌های گذشته رشته‌های متعددی از روش‌های مردم‌نگاری یا مردم‌نگارانه استفاده کرده‌اند، طبیعتاً واحدهای اجتماعی مورد مطالعه مردم‌نگاری نیز به‌طور قابل ملاحظه‌ای تغییر کرده است. علاوه‌بر این، آموزش و مهارت‌های مردم‌نگار بر نوع مردم‌نگاری که وی به‌عمل می‌آورد، تأثیر می‌گذارد. برای مثال، مردم‌نگاری که دارای موضوع معرفت‌شناختی است و فرهنگ را از طریق زبان مورد مطالعه قرار می‌دهد، بر رویکرد امبیک تأکید خواهد داشت و آن دسته از تکنیک‌های تحلیلی را به کار خواهد گرفت که از علم قومیت (ethnoscience) مشتق شده باشد.

یک نوع طبقه‌بندی انواع مردم‌نگاری، طبقه‌بندی است که ورنر و شوفله برحسب الگوی اولیه هیکل (caekel) مطرح کرده‌اند. آنها دو طبقه‌بندی از مردم‌نگاری ارائه کرده‌اند. طبقه‌بندی اول شامل مردم‌نگاری‌های فرآیندی است که فرایندهای اجتماعی را یا از لحاظ کارکردی و همزمانی (synchronic) یا از لحاظ در زمانی (diachronic) توصیف می‌کند. رده‌بندی دیگر مردم‌نگاری‌ها را از لحاظ ویژگی‌های دوگانه مانند شهری/روستایی، موضوع منفرد/موضوع چندگانه و مانند آن طبقه‌بندی می‌کند (Ibid: 170).

مردم‌نگاری‌های فرایندی

مردم‌نگاری‌های فرایندی آن دسته از مردم‌نگاری‌هایی هستند که بعضی از جنبه‌های فرایندهای اجتماعی را توصیف می‌کنند. فرایندهای اجتماعی می‌تواند از لحاظ کارکردی و همزمانی توصیف شود (Ibid). برای مثال، تبیین اینکه چگونه بخش‌های یک فرهنگ یا نظام اجتماعی در یک دوره زمانی مشخص بدون سوابق گذشته‌شان به هم مرتبط‌اند، یک تبیین همزمانی است. همچنین فرایندهای اجتماعی می‌تواند از لحاظ زمانی تبیین شود؛ موردی که از لحاظ تاریخی مردم‌نگاری می‌شود. یک مردم‌نگاری تاریخی، رویدادهای جاری یا فرایندهای اجتماعی را به‌عنوان نتیجه یک رویداد تاریخی توصیف می‌کند. مردم‌نگاری‌های فرایندی، ماهیتاً کلی‌گرا، زمینه‌گرا و انعکاسی هستند. آنها معمولاً شامل داده‌های آمیک و اتیک هستند و پرگروهی از مردم متمرکز می‌شود که دارای ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی مشابهی هستند.

جدول ۱ مردم‌نگاری‌های فرایندی



منبع: (Ibid, 171)

الف. مردم‌نگاری کلاسیک یا کلی‌گرا

رهیافت کلی‌گرایی توسط مردم‌شناسان سراسر جهان به‌عنوان نماد مردم‌نگاری کلاسیک دیده شده است. برخی از محققان مردم‌نگار، از جمله هیکل مطرح کرده‌اند که رهیافت کلی‌گرا با توجه به ماهیت‌اش بر تمامیت گروه اجتماعی متمرکز است و محصول یا نتیجه مردم‌نگاری در این رهیافت، همیشه یک کتاب یا منوگراف است. هدف مردم‌نگاری‌های کلیت‌گرا، توصیف تمامیت یک نظام فرهنگی است. مردم‌نگار فراتر از بخش‌های خاص یک فرهنگ به اینکه چگونه این بخش‌ها با هم کار می‌کنند ایستایی و پویایی الگوها و فرایندهای تعاملی‌شان می‌تخرود. دو نمونه از کارهای کلاسیک مردم‌نگاری، مردم‌نگاری یوآس از قبیله کواکیول و مطالعه عالینوفسکی از قبیله تروبریانده است.

ب. مردم‌نگاری جزء‌گرا (particularistic)

ورنر و شوفله اظهار داشته‌اند، به جای بدکارگیری روش‌های مردم‌نگاری برای مطالعه کلیت یک فرهنگ، گرایش اخیر در مردم‌شناسی اجرای مردم‌نگاری با رهیافت کل‌گرایانه برای هر واحد اجتماعی یا گروه‌های انسانی مجزا است. مقالات سرفه‌ای یا تک‌نگاری‌ها به جای کتاب، نتیجه مناسب این مردم‌نگاری است.

ورنر و شوفله مردم‌نگاری‌های زیر را نمونه‌های مردم‌نگاری جزء‌نگر دانسته‌اند: مردم‌نگاری ولکات از محیط مدرسه، مردم‌نگاری گادیل از یک بیمارستان روانی، مردم‌نگاری جرمین از یک واحد سرطانی در یک بیمارستان. مردم‌نگاری گروه‌های کوچک (کمتر از ۱۵ نفر) مردم‌نگاری خرد نامیده می‌شود. (Ibid: 171)

همچنین مک فیت "فرهنگ‌های گروه کوچک" را توصیف کرد و اظهار داشت اندازه ایدئال در مردم‌نگاری این نوع گروه‌ها احتمالاً پنج نفر است. یک نمونه جامعه‌شناسی از تمرکز مردم‌نگاری بر گروه کوچک، "جامعه کنار خیابان" اثر وایت است (Ibid). مردم‌نگاری‌های جزء‌گرا صرفاً به گروه‌های کوچک یا حتی به بخش‌هایی از یک فرهنگ می‌پردازد. با وجود این، این تمرکز دقیق و محدود از منظر کل‌گرایی در یک شیوه دوری، یعنی در درون یک محیط زمینه‌ای توصیف می‌شود.

لینینگار مردم‌نگاری خرد را برای توصیف یک حوزه دقیق از تحقیق و مردم‌نگاری کلان را برای توصیف یک مطالعه کلاسیک و بسیار عام به کار می‌برد. مرس اظهار داشته است مردم‌نگاری متمرکز که برای توصیف مردم‌نگاری موضوع محور یک گروه کوچک به کار می‌رود، در ادبیات پرستاری شکل گرفته است. بنابراین همچنان‌که مرس اظهار داشته است، واحدهای مردم‌نگاری در پرستاری می‌تواند یک واحد بیمارستان، یک گروه حامی بیماران یا یک خانه سالمندان و امثالهم باشد (Ibid: 172). این مردم‌نگاری‌های جزء‌گرا بر یک واحد اجتماعی یا فرایندهای داخل یک گروه متمرکز است و اساساً برای شناسایی و درک قواعد فرهنگی، هنجارها، ارزش‌ها و چگونگی ارتباطشان با رفتار بیماران با آدم‌های سالم به ما کمک می‌کند.

ج. مردم‌نگاری مقطعی (cross-sectional)

اگرچه مردم‌نگاری‌های مقطعی کل‌گرا به نظر می‌رسند، اما تمرکز در این نوع مردم‌نگاری عملاً متفاوت است. ورنر و شوفله در توصیف این نوع مردم‌نگاری اظهار داشته‌اند که شناخته‌شده‌ترین نمونه این نوع مردم‌نگاری، اثر اسپرادل با عنوان «شما یک مست بدعکار هستید» است. اسپرادل افراد خانه‌به‌دوش را برای واحد مطالعه‌اش انتخاب کرد، چون که آنها دارای یک فرهنگ یکپارچه‌ای در ترمینولوژی کشورهای توسعه‌یافته بودند. ورنر و شوفله نوشته‌اند، اسپرادل یک گروه از خانه‌به‌دوشان دارای کنش متقابل را مطالعه نکرد، بلکه او یک مقطع یا یک برش از همه خانه‌به‌دوشان را مطالعه کرد. نمونه دیگری از مردم‌نگاری مقطعی که ورنر و شوفله شناسایی کرده‌اند، مطالعه جامعه‌شناختی گافن از پناهندگان — مطالعه مقطعی از یک نهاد — است. ورنر و شوفله مدعی‌اند، با این روندی که به سوی مردم‌شناسی کاربردی و

استفاده از مردم‌نگاری در دیگر رشته‌ها بیش می‌رویم، مردم‌نگاری مقطعی بی‌شک بسیار رایج خواهد شد.

د. مردم‌نگاری تاریخی

معمولاً مردم‌نگاری‌ها به‌طور داستانی نوشته شده و افعال زمان حال در سراسر آن مورد استفاده قرار می‌گیرد، از این‌رو معمولاً مردم‌نگاری "حال" نامیده می‌شوند. این امر نشان می‌دهد، مردم‌نگاری رویدادهایی را که در زمان تحقیق رخ می‌دهند بررسی می‌کند. از نظر ورنر و شوفله، بسیاری از مردم‌نگاری‌ها این قالب را دنبال می‌کنند و توصیفی همزمانی از فرهنگ به دست می‌دهند. در حالی که برخی دیگر بیشتر جنبه تاریخی مردم‌نگاری را دنبال می‌کنند. یک مردم‌نگاری تاریخی واقعیت فرهنگی حاضر را به‌منزله نتیجه تاریخی رویدادها در گذشته توصیف می‌کند. رهیافت اخلاقی و جنایب توجه در استفاده از رهیافت مردم‌نگاری تاریخی، بررسی پدیده پرستاری به‌دست ویلارسل و اوتیز دومونتانو در مطالعه فرهنگ و درد: چشم‌انداز امریکای مرکزی است. آنها با بررسی منابع اولیه و ثانویه مرتبط با تمدن "آزتک" و "میان" کشف کردند که اعتقادات با تجربه درد در امریکای مرکزی قدیم مرتبط بوده است (Ibid: 173-174). آنها اظهار داشته‌اند: این روش، استفاده از جنبه‌های در زمانی، تاریخی منابع و راهبردهای همزمانی یا نظری و انتزاعی که از داده‌های موجود نشئت می‌گیرند را برای فراهم آوردن درک کامل‌تری از یک فرهنگ یا پدیده فرهنگی ترکیب می‌کند. مطالعه‌شان درک تاریخی از معانی امریکایی - مکزیکی را توصیف و مراقبت مرتبط با درد را فراهم آورد.

طبقه‌بندی‌های دیگر

ورنر و شوفله اظهار داشته‌اند که مردم‌نگاری‌ها با ویژگی‌های متمایز دیگری نیز می‌توانند طبقه‌بندی شود. برای مثال ویژگی‌های دوتایی - یک ویژگی معین و متضادش - می‌تواند در این طبقه‌بندی مورد استفاده قرار گیرد. (نک: جدول ۲). بنابراین دوتایی چون کل‌گرا/ جزء‌گرا، مردم‌نگاری شهری/ مردم‌نگاری روستایی، مردم‌نگاری

جدول ۲ برخی ویژگی‌های دوتایی برای طبقه‌بندی مردم‌نگاری

دوتایی‌های مردم‌نگاری	
کل‌گرا	جزء‌گرا
شهری	روستایی
موضوع چندگانه	نک موضوعی
زبان بومی	زبان جهانی
چند سطحی	یک سطحی
سازمان بومی (محلی)	سازمان مردم‌نگار
کاملت توصیفی	طرح‌واره‌ای
تحلیلی	ترکیبی

منبع: (Ibid: 175)

یک موضوعی / مردم‌نگاری چند موضوعی و... یا اینکه مردم‌نگاری‌ها می‌توانند از لحاظ ابعاد جغرافیایی تا فرازمانی طبقه‌بندی شوند. مردم‌نگاری‌هایی از ایستگاه آتش‌نشانی، کلاس‌های مدرسه، واحدهای پرستاری و مردم‌نگاری‌هایی از دهکده‌ها و شهرها وجود دارد. مردم‌نگاری‌ها می‌توانند از لحاظ زبان (بومی / ترجمه شده) یا از لحاظ نظری (صریح / ضمنی، قوی / ضعیف) یا در شیوه‌های دیگر طبقه‌بندی شود. مردم‌نگاری‌هایی نیز حتی از فیلم‌ها و عکس‌ها وجود دارد.

روش‌ها و تکنیک‌های مردم‌نگاری

روش و تکنیک‌های مردم‌نگاری راهنماهایی هستند که مردم‌نگار را در گستره مشاهده شخصی شناسایی و طبقه‌بندی دقیق انواع رویدادها و اعمال فریبده‌ای که شرایط اجتماعی را شکل می‌دهند، یاری می‌رسانند. فعالیت مردم‌نگار در پهنه اجتماعی و فرهنگی با کارمیدانی آغاز می‌شود. روش‌ها و تکنیک‌های مردم‌نگاری در مراحل مختلف تحقیق تدقیق و اصلاح می‌شود. در مردم‌نگاری چون هدف اصلی رسیدن به بینش عمیق درباره فرهنگ و جامعه مورد بررسی است، علاوه بر روش‌ها و تکنیک‌ها، ایده‌ها نیز در فرایند تحقیق اصلاح و مجدد بررسی می‌شود.

کارمیدانی

شاخص تحقیق جامعه‌شناسان و مردم‌شناسان، کارمیدانی است. این روشی است که محققان مذکور برای یک دوره زمانی طولانی با مردم در محیط طبیعی‌شان کار می‌کنند. مردم‌نگار تحقیق را در محیط طبیعی برای دیدن مردم و رفتارشان اجرا می‌کند و همه محرک‌ها و اجبارهای جهان واقعی را نشان می‌دهد. این رهیافت طبیعت‌گرا از پاسخ‌های ساختگی و کنترل‌شده و یا مبتنی بر شرایط آزمایشگاهی، اجتناب می‌کند. درک جهان یا بخش کوچکی از آن مستلزم مطالعه همه اشکال و شگفتی‌های آن است. این کار در بیشتر روش‌ها بسیار مشکل‌تر از مطالعه آزمایشگاهی است، اما می‌تواند پاداش بیشتری نیز داشته باشد.

مردم‌نگار انواع روش‌ها و تکنیک‌ها را برای اطمینان از صحت داده‌هایی که جمع‌آوری می‌کند به کار می‌گیرد. این روش‌ها و تکنیک‌ها برداشت‌های مردم‌نگار را عینیت می‌بخشد و استاندارد می‌کند. البته مردم‌نگار باید هر یک از روش‌ها و تکنیک‌ها را با محیط مورد مطالعه‌اش منطبق سازد (Fetterman, 41-2). همچنین محدودیت منابع و مهلت تحقیق ممکن است اندازه و زمان گردآوری داده‌ها را در میدان (اکتشاف، بازیابی، ثبت اطلاعات) محدود سازد.

انتخاب نمونه و نمونه‌گیری

مثل هر تحقیق دیگری، در مردم‌نگاری نیز بر مبنای تحقیق انتخاب مکان و مردم یا برنامه مطالعه را شکل می‌دهد. در مرحله بعدی انتخاب اعضای نمونه یا جمعیت هدف حائز اهمیت است. دو رهیافت برای این انتخاب وجود دارد. نخست انتخاب اینکه چه کسی و چه چیزی نباید مطالعه شود. فرایند حذف شبیه فرایند پذیرش شاگردان ممتاز کالج‌ها و دانشگاه‌هاست. تصمیم این نیست که چه کسی را خواهیم پذیرفت، بلکه چه کسانی باید رد شوند. آنهایی که واجد شرایط حداقلی نیستند، خیلی زود حذف می‌شوند. سپس، انتخاب اینکه چه کسی و چه چیزی

باید مطالعه شود، یعنی منابعی که برای فهمیدن زندگی در یک اجتماع معین کمک می‌کنند، انتخاب می‌شوند.

بیشتر مردم‌نگاران یک رهیافت انتقانی بزرگ (ترکیبی از هر کس با هر چیزی که آنها نخست در محیط با آنها مواجه می‌شوند) را برای مشاهده مشارکتی به‌کار می‌گیرند. در حالی که مطالعه به پیش می‌رود تمرکز بر بخش ویژه‌ای از جمعیت مورد مطالعه محدود می‌شود. منابع تحقیق در حین کار سرند می‌شوند.

مردم‌نگاران یک راهبرد غیررسمی را برای شروع کار میدانی به کار می‌گیرند؛ اصطلاحاً گفته می‌شود، مردم‌نگاران در ابتدای کار پای‌شان را به هر جایی که بتوانند بگذارند، وارد می‌شوند. در این مرحله متعارف‌ترین تکنیک، نمونه‌گیری مبتنی بر داووری است، یعنی مردم‌نگار بر اساس داووری خودش مناسب‌ترین افراد را در واحد مورد مطالعه‌اش انتخاب می‌کند. این رهیافت کاملاً طبیعی است. مردم‌نگار در این مرحله نیازمند آن است از نمونه‌های زیادی پرسش‌های مستقیمی درباره آنچه مردم انجام می‌دهند، بپرسد. فرصت‌های طبیعی، تهیلات و اقبال سهمی در این فرایند دارند که اگر مردم‌نگار ذرات کافی داشته باشد از آنها به‌خوبی استفاده می‌کند. برخی از مردم‌نگاران با تجربه یک راهبرد تصادفی را برای شروع کار به کار می‌گیرند. (Ibid: 43)

البته طرح تصادفی کاملاً ساخت‌یافته که بدون درک پایه‌ای از مردم و فرهنگ مورد مطالعه به اجرا درآید ممکن است تمرکز مردم‌نگار را از همان ابتدا به یک گروه محدود متمرکز سازد و بسیاری از افراد و جنبه شرایط را از بررسی حذف کند. چنین مطالعه‌ای که جهت‌گیری غلطی پیدا می‌کند ممکن است پایایی یا روایی (reliability) بالایی داشته باشد اما اعتبار (validity) آن کاملاً مخدوش است و در نتیجه کلی تحقیق زیر سؤال می‌رود. بنابراین، در ابتدا مردم‌نگار باید پرسش مناسب را برای تحقیق مطرح سازد، بهترین روش یادگیری برای طرح پرسش مناسب (غیر از ادبیات تحقیق و ایده‌های طرح تحقیق) این است که مردم‌نگار وارد میدان شود و آنچه را که مردم روزانه انجام می‌دهند جمع‌آوری کند.

ورود به میدان

بهتر است مردم‌نگار از طریق واسطه یا به‌عبارتی کسی که بتواند در ورودی یک اجتماع یا یک فرهنگ را برایش باز کند، وارد میدان تحقیق شود. واسطه ورود مردم‌نگار را در میدان تحقیق تسهیل می‌کند. واسطه می‌تواند یک رئیس، مدیر، معلم، خاتمه‌دوش یا عضو یک باند باشد و باید نزد اعضای اجتماع یا گروه مورد مطالعه اعتبار داشته باشد. بهتر است که واسطه پیوندی با گروه مورد مطالعه داشته باشد. اعتماد گروه به واسطه خیلی سریع می‌تواند به مردم‌نگار منتقل شود. مردم‌نگار باید خیلی سریع بتواند اعتماد متقابل را به وجود بیاورد و نشان دهد که استحقاق اعتماد آنها را داشته است. متأسفانه مردم‌نگاران در میدان تحقیق همیشه نمی‌توانند بهترین واسطه را پیدا کنند. در چنین شرایطی مردم‌نگار باید بدون واسطه وارد میدان شود. در این‌گونه مواقع بهترین مکان، فروشگاه محله، اماکن مذهبی، مدرسه و امثالهم است که محقق باید به آنجا برود و شروع کند. به‌طور کلی محقق باید بتواند در میدان خود را بی‌خطر جلوه دهد.

مشاهده مشارکتی

بیشتر مردم‌نگاری‌ها با مشاهده مشارکتی شناخته می‌شود و این روش برای کارمیدانی مؤثر بسیار اهمیت دارد. مشاهده مشارکتی، مشارکت در زندگی مردم مورد مطالعه را با حفظ فاصله حرفه‌ای که برای مشاهده کافی و ثبت داده‌ها معتبر می‌شمارد، تلفیق می‌سازد.

مشاهده مشارکتی غوطه‌ور شدن در فرهنگ است. به‌طور ایدئال، مردم‌نگار برای شش ماه تا یک سال یا حتی بیشتر در اجتماع مورد مطالعه زندگی و کار می‌کند؛ زبان را می‌آموزد و الگوهای رفتاری مردم را به مرور می‌بیند. سکونت طولانی‌مدت کمک می‌کند تا محقق باورهای اساسی، ترس‌ها، امیدها و انتظارات مردم مورد مطالعه را درونی سازد. محقق به مرور در جامعه مورد مطالعه درمی‌یابد که چه چیزی برای جامعه ارزشمند، مقدس و یا نامقدس است.

این فرایند ممکن است غیرمستقیم به نظر برسد؛ در آغاز تحقیق این امر تا حدی کنترل نشده و درهم است. اما با وجود این، حتی در مراحل اولیه کارمیدانی محقق رویدادهای فوق‌العاده و رویدادهایی که باید به آن‌ها توجه شود را مورد جست‌وجو قرار می‌دهد. مشاهده مشارکتی مجموعه‌ای از مراحل برای اصلاح و بهبود تکنیک‌های تحقیق (ازجمله تکنیک‌های فراقلمی و پرسش‌نامه) است و با اتکال آن مردم‌نگار بیشتر و بیشتر درباره فرهنگ جامعه مورد مطالعه می‌فهمد. ایده‌ها و رفتارهایی که در ابتدای ورود به اجتماع تحقیق مبهم و تار بودند، به مدد مشاهده مشارکتی روشن و شفاف می‌شوند» (Ibid: 45).

در مردم‌نگاری مشاهده مشارکتی مستلزم تماس یک دوره طولانی با مردم مورد مطالعه است. در برخی از مردم‌نگاری‌ها محققان پیش از سه سال را برای مشاهده فرهنگ مورد مطالعه صرف می‌کنند. فرایند مشاهده در مردم‌نگاری ممکن است پیچیده به نظر برسد؛ اما یک مردم‌نگار خوب کار خودش را با همین فرایند اساسی شروع می‌کند. مشاهده مشارکتی در مردم‌نگاری با اولین پرسش درباره جامعه مورد مطالعه در میدان آغاز می‌شود. در بدو امر این پرسش ممکن است بسیار ساده و ابتدایی باشد؛ اما در حین تحقیق بر اساس مشاهده مشارکتی پرسش‌ها یالایش شده و تدقیق می‌شوند. محقق با مشاهدات مشارکتی خود به مرور در جامعه مورد بررسی درمی‌یابد چگونه و چه سؤالی بپرسد.

مصاحبه

مصاحبه مهم‌ترین تکنیک گردآوری داده‌ها برای مردم‌نگار است (Ibid: 47-50). مصاحبه‌ها زمینه گسترده‌ای از آنچه که مردم‌نگار می‌بیند و تجربه می‌کند را توضیح می‌دهند. مصاحبه مستلزم تعامل کلامی و زبانی در جامعه مورد مطالعه است. کلمات و جملات در فرهنگ‌های مختلف ارزش‌های متفاوتی دارند. مردم این کالاهای فرهنگی را برای برقراری ارتباط مبادله می‌کنند. مردم‌نگاران به سرعت دلالت‌های این کلمات و عبارات را در معانی ضمنی فرهنگی و خورده فرهنگی و همچنین معانی صریح‌شان را می‌آموزند. این امر اشراف محقق را در مصاحبه‌هایش از افراد جامعه مورد مطالعه بالا می‌برد. مصاحبه انواع مختلفی دارد که از جمله آن‌ها عبارت‌اند از ساخت‌یافته، نیمه‌ساخت‌یافته، غیررسمی و مصاحبه گذشته‌نگر. انواع مختلف مصاحبه‌ها، چه برای گردآوری داده‌ها و چه برای تحلیل در مردم‌نگاری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مصاحبه‌های ساخت‌یافته و نیمه‌ساخت‌یافته قرابت و شباهت زیادی با پرسشنامه دارند. این مصاحبه‌ها برای اهداف نظری و باز نمودی، یعنی مقایسه پاسخ‌ها و قرار دادن آنها در زمینه گروه‌های مشترک باورها و مضامین به کار گرفته می‌شود. در کارمیدانی محقق می‌تواند در بسیاری از زمان‌ها از مصاحبه ساخت‌یافته استفاده کند. در مراحل اولیه تحقیق، مردم‌نگار گرایش بیشتری دارد از مصاحبه‌های ساخت‌یافته استفاده کند. این مصاحبه‌ها در مراحل میانی و پایانی یک مطالعه برای جمع‌آوری داده‌ها درباره یک فرضیه یا پرسش ویژه بسیار مفیدند. این مصاحبه‌ها، به‌ویژه هنگامی که مردم‌نگار با رویکرد درونی یا نیک به مطالعه یک اجتماع می‌پردازد بسیار ارزشمند است.

مصاحبه غیررسمی در مردم‌نگاری بیشتر رایج است. مصاحبه غیررسمی به نظر می‌رسد یک گفت‌وگوی اتفاقی است، اما برخلاف مصاحبه‌های ساخت‌یافته که آشکارا دارای دستور کار تحقیق (agenda research) هستند، مصاحبه غیررسمی دستور تحقیق تلویحی دارند. محققان رهیافت‌های غیررسمی را برای پی بردن به مقوله‌های معانی در فرهنگ بکار می‌گیرند. مصاحبه‌های غیررسمی در سراسر یک مطالعه مردم‌نگاری برای پی بردن اینکه مردم چه و چگونه فکر می‌کنند و مقایسه برداشت‌های یک شخص با دیگری مفید است. این مقایسه‌ها کمک می‌کند تا ارزش‌های مشترک در یک اجتماع (ارزش‌هایی که رفتارها را شکل می‌دهند) شناسایی شود.

مصاحبه‌های گذشته‌نگر می‌تواند ساخت‌یافته، نیمه‌ساخت‌یافته یا غیررسمی باشد. در مردم‌نگاری مصاحبه گذشته‌نگر برای بازسازی گذشته و پرسش از افراد مطلع برای بازگویی اطلاعات تاریخی شخصی به کار می‌رود. این نوع از مصاحبه، مناسب‌ترین داده‌ها را به دست می‌دهد. چون که مردم یا رویدادهای گذشته را فراموش و یا با ملاحظاتی آنها را بیان می‌کنند. با وجود این در بعضی موارد، مصاحبه‌های گذشته‌نگر تنها شیوه گردآوری درباره گذشته است. در شرایطی که مردم‌نگار قبلاً درک مناسبی از واقعه تاریخی داشته باشد، مصاحبه گذشته‌نگر اطلاعات مفیدی درباره افراد یا واقعه فراهم می‌آورد.

پیمایش

پیمایش برای درآوردن یک تصویر از مشارکت با جهان طبیعی (هومی) و ارائه یک فلمرو فرهنگی طراحی می‌شود. پیمایش به تعریف مرزهای یک مطالعه و تدارک استفاده مدبرانه از منابع کمک می‌کند. شرح مختصر از مشارکت در محیط فیزیکی، فعالیت‌های عام و به تمرکز و مسیر تحقیق کمک می‌کند. (ibid: 51)

پیمایش برای ساختن یک نقشه پایه‌ای از مکان مورد مطالعه توسعه الگوی که محقق با آن کار می‌کند و جدا کردن عناوین و موضوعات مقدماتی که قادر می‌سازد محقق از وقت به‌طور مؤثرتری استفاده کند، کمک می‌کند. پیمایش مبتنی بر پرسشنامه و مصاحبه ساخت‌یافته است. تحقیق مردم‌نگاری مستلزم محقق است که بتواند در میدان تحقیق از سؤالات ویژه و اختصاصی تا پیمایش را به کار بگیرد (ibid: 51-52). تمرکز پیش از موقع بر روی یک بخش از فعالیت‌ها و دیدگاه‌های اشخاص ممکن است همه منابع مردم‌نگار را قبل از بررسی آنها از بین ببرد. مردم‌نگار باید توازن سنجیده از سؤالات را در سراسر مطالعه حفظ کند. به‌طور کلی،

پیمایش باید در مراحل اولیه کارمیدانی و سؤالات ویژه و اختصاصی باید در مراحل میانی و نهایی تحقیق غالب باشد.

پرسش‌های ویژه و اختصاصی برای روشن شدن زوایای یک مقوله به کار می‌رود. پرسش‌های ویژه درباره یک مقوله سبب می‌شود تا محقق اطلاعات دقیق، جامع و بسیار مفید از یک مقوله به دست بیاورد.

تکنیک‌های دیگر

همچنین محقق در مردم‌نگاری می‌تواند با توجه به موقعیت و شرایط تحقیق از تکنیک‌هایی چون پرسش‌های باز، پرسش‌های بسته، طیف‌ها، پرسشنامه و تکنیک‌های فرافکنی برای گردآوری داده‌ها استفاده کند. هر یک از این تکنیک‌ها در جای خود به‌عنوان ابزار سنجش مردم‌نگار از جامعه مورد مطالعه می‌توانند در دستور کار قرار گیرند. علاوه بر تکنیک‌هایی چون مشاهده، مصاحبه، پیمایش، پرسش‌های ویژه و تکنیک‌های فرافکنی که همگی عمدتاً مبتنی بر تعامل مردم‌نگار با محیط است، نیز توسط محقق یک سری از ابزارها در مردم‌نگاری استفاده می‌کند که اندازه‌گیری‌های بی‌سر و صدا (unobtrusive measures) نامیده می‌شوند (Ibid: 63). این اندازه‌گیری‌ها مکمل روش‌های تعاملی در مردم‌نگاری برای گردآوری داده‌ها هستند. ظواهر محیط مورد مطالعه، (ساختمان‌ها، خیابان‌ها، اماکن مختلف، فروشگاه‌ها، پوشش افراد، آرایش افراد، وسایل نقلیه، خوراک و...) اطلاعات نوشتاری درباره محیط مورد مطالعه، قصه‌های عامیانه، ضرب‌المثل‌ها، زبان بدنی (body language) و ایما و اشاره مهم‌ترین موارد ابزارهای بی‌سروصدای محقق هستند.

همه روش‌ها و تکنیک‌هایی که در اینجا به آنها اشاره شده است در تحقیق مردم‌نگاری مورد استفاده قرار می‌گیرند. این روش‌ها و تکنیک‌ها همدیگر را تقویت و تکمیل می‌کنند. روش‌ها و تکنیک‌ها راهنمای اصلی مردم‌نگار در مواجهه با انسان‌های مورد بررسی و کانون کشف و درک مردم‌نگاری هستند.

تحلیل

تحلیل یکی از جذاب‌ترین مراحل مردم‌نگاری است. تحلیل از لحظه‌ای که مردم‌نگار یک مسئله را برای مطالعه انتخاب می‌کند شروع می‌شود و تا پایان آخرین کلمه در نوشتن گزارش نهایی مردم‌نگاری ادامه می‌یابد. مردم‌نگاری متضمن سطوح مختلف تحلیل است. برخی از سطوح ساده و غیررسمی است، اما برخی دیگر مستلزم بعضی پیچیدگی‌های آماری است. تحلیل مردم‌نگاری در سراسر تحقیق تداوم دارد. تحلیل داده‌ها در میدان مردم‌نگار را قادر می‌سازد تا به‌طور دقیق دریابد که روش‌ها و تکنیک‌های تحقیق را چه موقع و چگونه به کار ببندد. مردم‌نگار با تحلیل داده‌ها در حین کار برداشت‌ها و فرضیه‌ها را برای ساختن یک چارچوب مفهومی مناسب درباره آنچه که در گروه اجتماعی مورد مطالعه اتفاق می‌افتد، محک می‌زند. تحلیل در مردم‌نگاری همان‌قدر که شامل بررسی داده‌هاست، محک مردم‌نگار نیز هست (Ibid: 88-97; Boyle, 174-9).

۱. نخست و قبل از هر چیز، تحلیل در مردم‌نگاری عبارت است از آزمون توانایی مردم‌نگار برای فکر کردن: یعنی توانایی پردازش اطلاعات در یک شیوه مفید و معنادار. مردم‌نگار با اطلاعات بسیار گسترده و پیچیده‌ای مواجه است و باید بتواند از بررسی انبوه اطلاعات یک جمع‌بندی مناسب ارائه کند.
۲. سه‌جانبه‌گرایی (triangulation) اساس تحقیق مردم‌نگاری است. این امر کنه کانون اعتبار مردم‌نگاری است. عبارت است از بررسی یک منبع اطلاعات در مقابل منابع دیگر برای کنار گذاشتن تبیین بدیل و اثبات یک فرضیه. نوعاً مردم‌نگار منابع اطلاعات را برای بررسی کیفیت اطلاعات (و افراد وابسته به آن) همچنین برای درک کامل‌تر از آنچه که یک کنشگر در یک نمایش اجتماعی ابفا می‌کند و نهایتاً برای قرار دادن کل شرایط در یک چشم‌انداز، مقایسه می‌کند.
۳. مردم‌نگاران به دنبال الگوهای تفکر و رفتار هستند. الگوها یک شکل از پایداری یا روایی مردم‌نگاری است. مردم‌نگاران الگوهای تفکر و رفتاری را می‌بینند که در شرایط مختلف با بازیگران مختلف تکرار می‌شود. جست‌وجوی الگوها یک شکل از تحلیل در مردم‌نگاری است. مردم‌نگار با انبوهی از ایده‌ها و رفتارهای یکپارچه آغاز می‌کند و سپس نکته‌های اطلاعات را جمع‌آوری، مقایسه و به‌طور دقیق مورد بررسی قرار می‌دهد. مردم‌نگار باید در میدان گوش بدهد و مشاهده کند و سپس مشاهداتش را با الگوی تعریف شده مقایسه کند.
۴. یک سری رویدادهای کلیدی که مردم‌نگار می‌تواند برای تحلیل کل فرهنگ مورد استفاده قرار دهد دو هر گروه اجتماعی رخ می‌دهد. رویدادهای کلیدی در شکل‌ها و اندازه‌های مختلف رخ می‌دهند. برخی از رویدادها در مقایسه با رویدادهای دیگر، اطلاعات بیشتری درباره فرهنگ به دست می‌دهد. اما همگی تمرکزی را برای تحلیل فراهم می‌کنند. برخی از رویدادهای کلیدی فعالیت‌های اجتماعی را به وضوح بازنمایی می‌کند و معانی فوق‌العاده‌ای را به همراه دارد. رویدادهای کلیدی می‌تواند محور تحلیل‌های مردم‌نگار قرار بگیرد.
۵. مردم‌نگاران داده‌های الکترونیکی و چاپی — از خاطرات روزانه، فاکتورهای خرید و اسناد جاری گرفته تا متون علمی و پژوهشی درباره جامعه مورد مطالعه — را تحلیل می‌کنند. تحلیل محتوای متون مختلف بخشی از فرایند تحلیل مردم‌نگاری است.
۶. تحلیل در مردم‌نگاری دارای دو معنی است. یکی تحلیل توصیفی (descriptive analysis) است. تحلیل توصیفی عبارت است از ساختن مقولات پیچیده قابل درک از طریق تقلیل دادن آنها به اجزاء مختلف‌شان. تحلیل دیگر ساختن مقولات پیچیده و قابل درک با نشان دادن اینکه چگونه اجزاء طبق برخی قواعد کاملاً یا یکدیگر تناسب دارند. این تحلیل نظری از پدیده‌هاست. در مردم‌نگاری هر دو نوع تحلیل مد نظر است.

مردم‌نگاری و ارتباطات

باتوجه به آنچه که تا اینجا درباره مردم‌نگاری آمده است، به‌درستی می‌توان دریافت که این رهیافت کیفی در عرصه‌های زیادی کاربرد دارد. از این‌رو می‌توان گفت مردم‌نگاری به‌عنوان یکی از رهیافت‌های روش کیفی در حوزه ارتباطات نیز قابلیت اجرای زیادی دارد. یکی از مهم‌ترین فلسفه مردم‌نگاری در ارتباطات، مخاطب‌پژوهی است. حوزه بسیار گسترده‌ای که

مخاطبان همه رسانه‌های چاپی، دیداری و شنیداری، سنتی و مدرن و همه رسانه‌های نوپهلور از جمله تلویزیون‌های ماهواره‌ای، اینترنت و رسانه‌های آنلاین را شامل می‌شود. دیگر عرصه‌های مردم‌نگاری در ارتباطات، تحقیق در حوزه‌های تکنیکی روزنامه‌نگاری، گردآوری اخبار، بازیگر از عرصه ارتباطات اعم از خبرنگاران، هنرپیشه‌ها، تحریریه رسانه‌ها، مدیران رسانه‌ها و... است. این قلمرو بسیار گسترده است و پژوهشگر ارتباطات در کسوت یک مردم‌نگار می‌تواند با به‌کارگیری یک یا چند تکنیک مردم‌نگاری (اعم از مشاهده، مصاحبه، پیمایش و...) مخاطبان، بازیگران و دیگر عناصر هر یک از رسانه‌ها را مورد مطالعه کیفی قرار دهد و یافته‌های خود را در قالب‌های مختلف عرضه کند. برای نشان دادن گستره کاربرد این رهیافت کیفی در حوزه ارتباطات چند نمونه از پژوهش‌های مردم‌نگارانه در حوزه ارتباطات در ادامه مد نظر قرار می‌گیرد. نکته قابل توجه این است که اگرچه همه این پژوهش‌ها از لحاظ نتایج و یافته‌های تحقیق نیز قابل توجه‌اند، اما با توجه به موضوع این مقاله، توجه ما در طرح پژوهش‌های مذکور جنبه‌های روشی آن است. از این‌رو در همه مواردی که شرح مختصری از آنها در ادامه می‌آید بیشتر پرسش‌های تحقیق، مواجهه محقق، با پرسش‌های مذکور انتخاب تکنیک‌ها و قابلیت کاربرد مردم‌نگاری در حوزه ارتباطات مورد توجه بوده است.

یکی از پژوهش‌های برجسته در این خصوص، پژوهش شان مورس است که درباره مخاطبان تلویزیون‌های ماهواره‌ای در انگلستان انجام داده است (Mackay, 2001: 117-22). او پژوهش خود را با انجام مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساخت یافته و مشاهده در منزل افراد مورد بررسی سامان داد. مورس پژوهش مورد نظر را در اوایل دهه ۱۹۹۰ از همه خانواده‌ای که آنتن‌های پشقای ماهواره نصب کرده بودند و البته در آن زمان پدیده جدیدی محسوب می‌شد، به عمل آورد. دغدغه او بررسی راه‌های مختلف راه یافتن تلویزیون‌های مذکور در خانواده‌ها، تفسیرها و برداشت‌هایی که از تلویزیون‌های ماهواره‌ای در موقعیت‌های مختلف وجود داشت، بود. همچنین او درصدد بررسی این موضوع بود که رسانه مذکور چگونه برای بیان مناسبات و روابط خاص اجتماعی یا تقسیم‌بندی‌های طبقاتی، نژادی، نسلی و قومیتی مورد استفاده قرار می‌گرفت. به عبارت دیگر، وی مجموعه‌ای از دغدغه‌های نظری درخصوص فن‌آوری جدید رسانه‌ای در ذهن داشت و بر آن شد که آن را با توجه به یک روش کیفی انجام دهد. مورس برای این بررسی سه محله متفاوت را انتخاب کرد و با تمامی هجده خانواده مورد بررسی، بیش از دو ساعت در منزل‌شان به گفت‌وگو نشست. وی در این پژوهش، به بررسی رابطه مناسبات فضا-زمان و قدرت و سیاست‌های محلی پرداخت. مورس در این بررسی این موضوع را مورد توجه قرار داد که چگونه تلویزیون‌های ماهواره‌ای بر فرایند احساس یگانگی کردن افراد با دیگران تأثیر دارند. وی فکر می‌کرد، فن‌آوری با نقش میانجی بین زندگی خصوصی و فرهنگ عمومی می‌تواند تأثیر زیادی بر هویت و یکسان‌پنداری افراد داشته باشد. این فن‌آوری می‌تواند هویت‌های یکسانی را برای افراد متفاوت به‌وجود بیاورد و افراد با گروه‌های بیگانه‌ای که تا چندی پیش نمی‌شناختند، احساس یگانگی بکنند. مورس مفروض گرفت که فن‌آوری جدید مسئله زمان و فضا را برای افراد تغییر می‌دهد و هویت جدیدی را به ارمغان می‌آورد. این هویت جدید، می‌تواند فرد را قدرتمندتر سازد و دایره اختیارانش را افزون‌تر کند.

دیوید ماچین در کتاب خود با عنوان پژوهش مردم‌نگارانه در مطالعات رسانه‌ای نمونه‌های زبانی در این خصوص به دست داده است. وی در بخش دوم این کتاب، به شش پژوهش برجسته در این زمینه با عناوین "موسیقی عامه‌پسند"، "تماشای تلویزیون در منزل"، "گردآوری اخبار"، "چرا ما اپرهای صابونی تماشا می‌کنیم"، "دلباختگان ستاره‌های سینما" و "کاربران اینترنت" پرداخته و خلاصه‌ای از هر یک را در قالب یک فصل جداگانه مورد بررسی قرار داده است (Machin, 2002: 93-123). وی همچنین در بخش دیگری برای بررسی دلیل اینکه چرا در اسپانیا نشریات پرتیراژی مثل سان در انگلیس (با تیراژی حدود سه میلیون نسخه روزانه) و روزنامه بیلد در آلمان (با تیراژی حدود پنج میلیون نسخه روزانه) وجود ندارد و پرتیراژترین نشریه این کشور، یعنی *ان پاپیس* فقط ۴۴۰ هزار نسخه تیراژ دارد به یک پژوهش مردم‌نگارانه که هشت تحریریه نشریه مذکور را مورد بررسی قرار داده پرداخته است. محققان این پژوهش با مشاهده مشارکتی و مصاحبه‌های ساخت‌نیافته اطلاعات جالب توجهی به دست داده‌اند که ماچین آنها را به درستی شرح داده است (Ibid: 142-3).

برای اینکه جنبه‌هایی از پژوهش مردم‌نگارانه در مطالعات رسانه‌ای آشکار شود، در اینجا به چند موضوع که ماچین شرحی از آنها در کتاب خود آورده است نگاهی می‌افکنیم. یکی از این موارد پژوهشی درباره موسیقی عامه‌پسند است که توسط ویلیس انجام گرفته و در سال ۱۹۹۰ توسط انتشارات اپن یونیورسیتی منتشر شده است. ویلیس از اعضای مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام است که در پژوهشی درباره فرهنگ مشترک به موسیقی عامه‌پسند پرداخته است. توجه اصلی ویلیس در این پژوهش این است که چرا جوانان در موضوع موسیقی عامه‌پسند حضور فعال و گسترده‌ای دارند. همچنین وی بر آن بود تا بداند که چرا جوانان در این زمینه به‌طور گسترده‌ای از رسانه‌های جمعی استفاده می‌کنند. و نهایتاً اینکه منابع فرهنگی مورد استفاده آنها چگونه معانی زندگی روزمره شان را می‌سازد. ویلیس در این پژوهش از الگوی مکتب شیکاگو^۱ در پژوهش‌های مردم‌نگارانه تأملی جست و از تاریخچه‌های زندگی، اطلاعات آماری، یادداشت‌ها و بحث‌های ثبت شده گروه استفاده کرد. این تحقیق عمده‌ای شامل گروه‌های جوانان طبقه کارگر از سراسر انگلستان بود که مجموعه‌ای از گروه‌های قومی را نیز در برمی‌گرفت. همچنین مصاحبه‌های عمیق با جوانان مذکور، همکاران و مادرانشان به غنای این تحقیق کمک نمود. ماچین در شرح پژوهش ذکر کرد که دوره زمانی که ویلیس اطلاعات و مطالب آن را بررسی کرده، نداشته است.

تماشای داخلی خانواده: پژوهش مردم‌نگارانه درباره مخاطبان تلویزیون عنوان تحقیقی است که لیول انجام داد و در سال ۱۹۹۰ انتشارات راتلج آن را به چاپ رسانده است. لیول برای دانستن اینکه خانواده‌ها واقعاً هنگام تماشای تلویزیون چه اقداماتی انجام می‌دهند به این تحقیق مبادرت کرد. وی درصدد بود بداند خانواده‌ها هنگام تماشای تلویزیون چه عکس‌العملی از خود بروز می‌دهند و چه تعاملی با یکدیگر دارند.

لیول تصمیم گرفت برای پاسخ به این پرسش به مطالعه خانواده‌ها هنگام تماشای تلویزیون بپردازد. وی با اذعان به اینکه پاسخ پرسش مذکور تا حدودی می‌تواند از طریق پیمایش یا نصب دوربین‌های مخفی در خانواده‌ها انجام گیرد، اما معتقد بود این امر پژوهشگر را به اطلاعات واقعی نمی‌رساند. از نظر لیول هر یک از شیوه‌های مورد اشاره کاسنی‌ها و مخاطرات

خود را دارد و نمی‌تواند محقق را به اطلاعات رساند. از این‌رو وی درصدد برآمد تا به‌طور مستقیم همراه با خانواده‌ها به تماشای تلویزیون بپردازد و عکس‌العمل‌ها و تعامل آن را ثبت و ضبط و مورد بررسی قرار دهد. به همین جهت وی مردم‌نگاری را برای پژوهش خود مورد توجه قرار داد و با مشاهده مشارکتی و مصاحبه عمیق به این کار مبادرت کرد. لیول معتقد بود چون با مشاهده مشارکتی محقق می‌تواند تمامی عکس‌العمل‌ها و رویدادها را هنگام تماشای تلویزیون مد نظر قرار دهد و در پایان از طریق مصاحبه‌های عمقی پاسخ پرسش خود را دریافت کند. مردم‌نگاری بهترین شیوه دستیابی به اطلاعات در این زمینه است. وی برای این پژوهش ۲۰۰ خانواده را با توجه به ویژگی‌های اقتصادی - اجتماعی و شغلی طی یک دوره سه سانه مورد بررسی قرار داد. خانواده‌ها بین دو تا هفت روز از بعدازظهر تا قبل از خواب مورد مشاهده قرار گرفتند. در روز آخر نیز مصاحبه‌ها انجام گرفت و از اعضای خانواده پس از مطالعه گزارش‌های نوشتاری پرسش شده است. محققان گاهی هنگام تماشای تلویزیون یادداشت‌هایی برمی‌داشتند اما یادداشت‌های اصلی بعد از خروج از منازل افراد مورد بررسی تنظیم می‌شد. محققان در تماشای تلویزیون، بازی با بچه‌ها، غذاخوردن با اعضای خانواده، و فعالیت‌های خانه مشارکت داشتند. آنها در این بررسی مناسبات قدرت در خانواده و انواع مواجهه و سخن گفتن را نیز مورد توجه قرار دادند. همچنین محققان هنگام تماشای تلویزیون شیوه‌ای که خانواده‌ها مشارکت کرده و درباره برنامه‌های تلویزیون گفت‌وگو می‌کنند را مد نظر قرار دادند و دریافته‌اند که تلویزیون یکی از منابع اصلی گفت‌وگو در میان آنهاست.

تولید اخبار عنوان تحقیقی است از فیشرمن که انتشارات دانشگاه تگزاس آن را در سال ۱۹۸۰ منتشر کرد. وی در این تحقیق با رویکرد مردم‌نگارانه به شیوه‌های تولید اخبار پرداخت. به دنبال موج گسترده جرم و جنایت در سال ۱۹۷۶ در نیویورک، فیشرمن به این فرضیه رسید که احتمالاً رسانه‌های خبری در گسترش و یا حتی در ایجاد این موج مشارکت دارند. به دنبال تلاش‌هایی که پلیس، دادگاه‌ها و شهردار نیویورک انجام دهنده و همگی در جهت فرو نشاندن موج جرم و جنایت شرکت می‌کردند، وی ملاحظه کرد که برخی از روزنامه‌نگاران و حتی رسانه‌ها نه تنها عملاً در این راستا تلاش نمی‌کنند بلکه به نظر می‌رسد درصدد دامن زدن مجدد به آن هستند. وی در اینجا این فرض را مطرح کرد که احتمالاً روزنامه‌نگاران و سردبیران رسانه‌ها بدون آنکه آگاهانه بخواهند به این امر دامن می‌زنند. از این‌رو وی به این فرضیه رسید که احتمالاً شیوه گردآوری اخبار در برخی رسانه‌ها اشکال دارد.

رهیافت فیشرمن در بررسی این موضوع، مطالعه متون خبری رسانه‌ها نبود، بلکه وی به شیوه گردآوری اخبار و یا تولید اخبار توجه کرد. او برای مشاهده چگونگی جمع‌آوری اخبار و رویدادها و تنظیم آنها در قالب خبر و گزارش به همکاری با روزنامه‌نگاران روی آورد. فیشرمن مطالعه خود را به چهار مرحله معطوف ساخت.

نخست اینکه چگونه روزنامه‌نگاران رویدادهای خبری را شناسایی و انتخاب می‌کنند. دوم، چگونه آنها به تفسیر و درجه اهمیت رویدادها پی می‌برند، سوم، این رویدادها چگونه دستکاری می‌شوند و نهایتاً اینکه چگونه این رویدادها در قالب خبر و گزارش درمی‌آیند.

روشی که فیشرمن برای بررسی گردآوری اخبار به کار بست، مشاهده مشارکتی در یک روزنامه بود. وی هفت ماه به‌عنوان گزارشگر کارآموز در روزنامه کار کرد. این وضعیت شرایط

ابدنالی بود که او برای پژوهش خود آن را دنبال می‌کرد. این زمان فرصت مناسبی را فراهم ساخت تا به بررسی فرضیات خود درباره گردآوری اخبار در رسانه‌ها بپردازد. همکاری و همراهی با روزنامه‌نگاران و تحریریه نشریه کمک کرد تا اطلاعات بسیار جامعی در این زمینه به دست بیاورد و اثر خود را در قالب مردم‌نگاری گردآوری اخبار منتشر سازد.

میلر و اسلتر در تحقیقی با عنوان اینترنت، یک رهیافت مردم‌نگارانه به بررسی استفاده از اینترنت در تربیت‌ده پرداخت و در سال ۲۰۰۰ آن را منتشر کردند. طرح آنها این بود که بداند اینترنت در یک مکان خاص چگونه آموخته شده و مورد استفاده قرار می‌گیرد. آنها معتقد بودند که مردم‌نگاری به ما درباره اینترنت و تربیت‌ده اطلاعات لازم را می‌دهد، چرا که در این موضوع به‌خصوص درک یکی بدون دیگری ممکن نیست. از نظر این محققان، مخاطب‌پژوهی، مطالعات تأثیر رسانه‌ها و مانند آن جوابگوی پرسش‌هایشان نیست. از نظر آنها، شیوه‌های مذکور افراد را مجزا از فرهنگ مورد بررسی قرار می‌دهد، بنابراین چون مردم‌نگاری موضوع مورد نظر را در بستر فرهنگ مورد مطالعه قرار می‌دهد، آنها این رهیافت را برگزیدند.

این محققان معتقدند در مردم‌نگاری از تربیت‌ده هدف‌شان استفاده یا تأثیر رسانه جدید، یعنی اینترنت نیست، بلکه هدف اصلی آنها این است که دریابند چگونه مردم در یک مکان خاص معنایی از آن می‌سازند. این مطالعه بخشی از یک طرح عظیم یازده ساله درباره فرهنگ تربیت‌دهی‌ها و همچنین بخشی از مطالعه وسیع‌تر درباره اینترنت بود. محققان برای مردم‌نگاری استفاده از اینترنت در تربیت‌ده پنج هفته را در آنجا سپری کردند. آنها با تربیت‌دهی‌ها در لندن و نیویورک نیز مصاحبه کرده‌اند، و برای مصاحبه و گذراندن در کافی‌نت‌ها زمان زیادی صرف کرده‌اند. همچنین علاوه بر مصاحبه‌های عمیق از روش پرسشنامه نیز برای جمع‌آوری اطلاعات از دانش‌جویان سود جستند. همچنین این محققان دوره‌ای طولانی را جلوی کامپیوتر آنالیز سپری کرده‌اند. بنابراین برای مردم‌نگاری درباره اینترنت و کسب اطلاعات لازم درباره فرهنگ و جامعه مورد نظر هم دوره‌ای طولانی را در تربیت‌ده گذراندند و هم در کافی‌نت‌های نیویورک و لندن به دنبال تربیت‌دهی‌ها گشته‌اند و با همچنین مصاحبه کرده‌اند. همچنین در تربیت‌ده نیز پرسشنامه‌های زیادی تکمیل کردند تا بتوانند دریابند تربیت‌دهی‌ها در زندگی خودشان چه معنایی از اینترنت مد نظر دارند.

ارزیابی

مردم‌نگاری مانند بسیاری از رهیافت‌ها، روش‌ها و تکنیک‌های تحقیق دارای نکات قوت و ضعف است. در عین حال، عموم نکات قوت و ضعف روش‌های کیفی برای مردم‌نگاری نیز صادق است. با وجود این، مهم‌ترین نکات قوت مردم‌نگاری عبارتند از:

۱. محقق محیط مورد مطالعه را در شرایط طبیعی و واقعی بررسی می‌کند و می‌کوشد جهان اجتماعی و فرهنگی گروه یا واحد مورد بررسی را آن‌طور که هست و وجود دارد، نشان دهد.
۲. محقق خود رأساً وارد میدان تحقیق می‌شود، رفتارها و مجموعه فرهنگی محیط مورد بررسی را با زندگی در آن محیط، شناسایی می‌کند و زوایای گوناگون آن را می‌شکافد. مردم‌نگار تمام جوانب گروه یا واحد مورد بررسی را بازنمایی می‌کند. از آنجا که واحد

مورد بررسی چندان گسترده نیست؛ مردم‌نگار این امکان را می‌یابد تا تمام جوانب محیط مورد بررسی را شناسایی و نشان دهد. مردم‌نگار اطلاعات متنوع و بسیار گسترده‌ای از یک محیط گردآوری و ارائه می‌کند.

۳. چون محیط مورد بررسی کوچک و محدود است، امکان شناسایی تمام ویژگی‌ها و مشخصه‌های زندگی یک واحد بیشتر میسر است.

۴. محقق چون دوره‌ای طولانی را در محیط مورد مطالعه سپری کرده و با آنها زندگی می‌کند، می‌تواند تحلیل ژرف و عمیق از محیط مورد مطالعه به دست دهد.

۵. از آنجا که فرایند تحلیل در مردم‌نگاری در اولین مرحله آن شروع می‌شود و تا آخرین مرحله تداوم می‌یابد، محقق این امکان را دارد که ایده‌ها، تکنیک‌ها و روش‌های خود را اصلاح و بازسازی کند و در صورت لزوم به برخی متغیرها بیشتر توجه کند.

۶. محقق می‌تواند با استفاده از مجموعه‌ای از تکنیک‌ها و روش‌ها تصویری جامع و کامل از گروه و واحد اجتماعی مورد مطالعه به دست دهد.

۷. سکونت طولانی‌مدت محقق در محیط سبب می‌شود تا وی باورها، نرس‌ها، نمیدها و انتظارات مردم تحت مطالعه را بشناسد و در تعامل با آنها بیشتر به واقعیت نزدیک شود.

همچنین در یک نگاه اجمالی می‌توان گفت مردم‌نگاری، شبیه همه روش‌ها و رهیافت‌های کیفی دارای ضعف‌هایی است. برخی از مهم‌ترین ضعف‌های مردم‌نگاری را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

۱. مردم‌نگاری چون متضمن کارمیدانی وسیع، سکونت طولانی‌مدت در محیط، مشاهده و مصاحبه است در نتیجه برای گروه‌ها و جوامع بزرگ کاربرد ندارد.

۲. چون مردم‌نگار در محیط و عیدان بررسی غوطه‌ور می‌شود احتمال اینکه در محیط حل شود بسیار زیاد است.

۳. احتمال اینکه مردم‌نگار برداشت قلبی از یک گروه، فرهنگ یا خرده‌فرهنگ به دست دهد، بسیار زیاد است. چون محقق به بعضی از متغیرها و یا پدیده‌ها بیشتر توجه می‌کند و احتمال سوءگیری و جانبداری در رویداد مورد بررسی زیاد است.

۴. مردم‌نگاری چون متضمن سکونت طولانی‌مدت محقق در محیط است، بسیار وقت‌گیر و طولانی است.

۵. تمرکز بیش از اندازه بر حواس، افکار، برداشت‌ها و احساسات ابراز انسانی (محقق) سبب می‌شود اطلاعات گردآوری شده بیشتر جنبه ذهنی داشته و حتی گمراه‌کننده باشد.

پی‌نوشت‌ها

۱. محققان این پژوهش دریافتند که بحث این امر هم به محتوا و هم به شکل و فرم نشریات اسپانیا برمی‌گردد. از لحاظ محتوا، اکثر صفحات مربوط به موضوعات سیاسی (ملی و محلی) است و چندان برای مردم جذابیت ندارد. از نظر این محققان، نشریات اسپانیا برای سیاستمداران، علاقه‌مندان به سیاست و خوره روزنامه‌نگاران تولید می‌شود. این محققان دریافتند که نشریات اسپانیا به موضوعات مورد علاقه مردم مانند حوادث، جرائم،

رویدادهای اجتماعی، ورزشی، سبک زندگی و ... نمی‌پردازند. از لحاظ شکل نیز نشیبات اسپانیا توجه چندانی به عکس و تصاویر بزرگ، عکس هنرمندان، ورزشکاران، عکس‌های مربوط به عامه و علایق انسان‌ها ندارند. همچنین این محققان دریافته‌اند، روزنامه‌نگاران عمدتاً شغل و کارشان را در راستای پرداختن به موضوعات سیاسی می‌دانند و به نظر می‌رسد که همیشه می‌خواهند نظر یخنی از سیاست‌مداران و سیاست‌پویان را جلب کنند. ۲. برجسته‌ترین اثر مردم‌نگارانه مکتب شیکاگو، *دوقلمون لهستانی* است که توسط ترماس و زنانیکي انجام گرفت. آنها در نتیجه شواهد، فاکتورهای خرید، نام‌های خانوادگی و بریده جراید، نام‌های نهادهای دولتی، کوپن اوزاق و ... مهاجران لهستانی در اروپا و آمریکا را جمع‌آوری کردند و مورد بررسی قرار دادند. آنها همچنین با انجام مصاحبه‌های عمیق با تعدادی از مهاجران به اطلاعات ارزشمندی رسیده‌اند که همگی در اثر *کلامیک دوقلمون لهستانی* آمده است.

منابع

- Boyle, J.S. *Styles of Ethnography*, In *critical issues in Qualitative Research methods*, Edited by Janice Morse, sage, 1994.
- Fetterman, D.M. *Ethnography sit by site*, Sage, 1989.
- MacLun, D. *Ethnographic Research for media studies*, Arnold, 2002.
- Mackay, H. *Investigating the Information Society*, Routledge, 2001.
- Tedlock, H. *Ethnography and Ethnographic Representation*, In *Handbook of Qualitative Research*, second Edition, Denzin, N, Lincoln, Y. sage, 2000).