

انجام پژوهش به روش تحلیل تماتیک: راهنمای عملی و گام به گام برای یادگیری و آموزش (مورد مطالعه: مصرف موسیقی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام)

یارمحمد قاسمی^۱

علی هاشمی^۲

چکیده

امروزه در حالی که اغلب مطالب درباره تحلیل‌های کیفی از یک دیدگاه نظری نوشته شده‌اند و بیشتر جنبه نظری دارند تا عملی، باید گفت که اغلب تازه‌کارها و حتی محققان دارای تجربه بیشتر با «نحوه» انجام تحلیل کیفی دست به گریبان هستند؛ به نحوی که توانایی پیاده‌سازی آموخته‌های نظری خود و انجام یک تحقیق ب راه صورت عملی ندارند؛ بنابراین نیاز به راهنمای انجام پژوهش به صورت عملی و گام به گام به شدت احساس می‌شود. در این مقاله، مراحل مختلف انجام پژوهش به روش تحلیل تماتیک به صورت یک راهنمای گام به گام ارائه شده است. مبنای این کار، مقاله «انجام پژوهش به روش تحلیل تماتیک: راهنمای عملی و گام به گام برای یادگیری و آموزش پژوهشگران» ماگویره و دلاهانن بود که سعی شد با تغییر و تحولات لازم با فضای پژوهشی و درک فضایی پژوهشگران داخلی انطباق بیشتری بیابد. در نهایت این راهنمای عملی و گام به گام با یک نمونه کار عملی توسط نگارندگان تکمیل شد.

واژگان کلیدی: تم، تحلیل تماتیک، روش‌های کیفی، آموزش عملی.

مقدمه و زمینه

روش‌های کیفی به طور گسترده‌ای در یادگیری و آموزش پژوهش و رویکرد علمی استفاده می‌شوند (دیوان^۱ و همکاران، ۲۰۱۷: ۱۶)؛ در حالی که مفروضات معرفت‌شناسی و نظری می‌تواند برای برخی رشته‌ها ناآشنا باشد و گاهی اوقات مثلاً زمینه‌های علم و مهندسی را به چالش بکشد (روولاند و میات^۲، ۲۰۱۴: ۶). افراد بسیاری از جمله روزنتال^۳ (۲۰۱۶) ارزش این روش‌ها را تمجید کرده‌اند. متون و منابع بسیاری درباره رویکردهای کیفی وجود دارد؛ با این حال، مطالعه حاضر به جای اینکه تنها به روند تحلیلی نظر داشته باشد بر مفروضات، طراحی و جمع‌آوری داده‌ها نیز تمرکز دارد. کاملاً مشخص است که امروزه مدل‌ها و راهنماهای آشکار و واضحی برای جنبه‌های عملی انجام تحلیل کیفی مورد نیاز است (کلارک و براون، ۲۰۱۳: ۱۲۰). همانطور که نوول^۴ و همکاران (۲۰۱۷: ۱) توضیح داده‌اند، فقدان تمرکز بر روی تحلیل تماتیک^۵ به صورت دقیق و مناسب، از لحاظ اعتبار فرایند پژوهش پیامدهایی دارد. این مقاله راهنمایی عملی را برای انجام تحلیل تماتیک با استفاده از یک نمونه کار برای یادگیری و آموزش انجام یک کار پژوهشی ارائه می‌دهد. کار حاضر بر مبنای کار ماگویره و دلاهان^۶ (۲۰۱۷) انجام گرفته است که مقاله خود را به عنوان یک مقاله ویژه متمرکز بر یادگیری و تدریس اصلاح کرده و توسعه داده‌اند؛ همچنین در مقاله حاضر، از داده‌های اولیه یک نمونه کار استفاده شده است و خوانندگان به مثال‌هایی از یک تمرین خوب ارجاع داده شده‌اند.

تحلیل تماتیک

تحلیل تماتیک (TA) یک روش برای تحلیل داده‌های کیفی و یکی از خوشه روش‌هایی است که بر شناسایی الگوی معنایی در یک مجموعه داده تمرکز دارد. این تحلیل، فرایند شناسایی الگوها یا تم‌ها در بطن داده‌های کیفی است. براون

1. Divan
2. Rowland & Myatt
3. Rosenthal
4. Nowell
5. Thematic Analysis
6. Maguire & Delahun

و کلارک^۱ (۲۰۰۶: ۷۸) تحلیل تماتیک را اولین روش کیفی می‌دانند که باید یاد گرفته شود؛ زیرا «... مهارت‌های اصلی را فراهم می‌کند و برای انجام بسیاری از انواع دیگر تحلیل‌ها نیز مفید خواهد بود». اینکه تحلیل تماتیک بیشتر یک روش است تا اینکه روش‌شناسی باشد، از دیدگاه یادگیری و آموزش یک مزیت به شمار می‌آید و این بدان معناست که برخلاف بسیاری از روش‌های کیفی، به دیدگاه معرفت‌شناختی یا نظری خاصی وابسته نیست (کلارک و براون، ۲۰۱۳: ۱۲۱). این ویژگی باعث می‌شود که این تحلیل یک روش بسیار انعطاف‌پذیر باشد که با توجه به تنوع کار در یادگیری و آموزش، مزیت قابل توجهی است؛ به عبارت دیگر، در روش تحلیل تماتیک، پژوهشگر آزادی عمل بسیاری دارد و لزومی به مراجعه یا ارجاع به مبانی نظری ندارد و می‌تواند در پی کشف الگوی خود باشد.

راه‌های مختلفی برای تحلیل تماتیک وجود دارد (به عنوان مثال رویکردهای الهوجیلان^۲، ۲۰۱۲؛ بویاتزیس^۳، ۱۹۹۸؛ جوادی و زارع، ۲۰۱۶) و این تنوع به این معنی است که در مورد ماهیت تحلیل تماتیک نیز سردرگمی وجود دارد، از جمله اینکه چگونه از تحلیل محتوای کیفی^۴ متمایز می‌شود (ویس‌مرادی و همکاران، ۲۰۱۳: ۳۹۸). در کار حاضر، از چارچوب^۵ مرحله‌ای براون و کلارک (۲۰۰۶) پیروی شده است. رویکرد مذکور مسلماً مهمترین رویکرد، حداقل در علوم اجتماعی است، احتمالاً به این دلیل که چارچوب روشن و قابل استفاده‌ای برای تحلیل تماتیک ارائه می‌دهد.

هدف تحلیل تماتیک، شناسایی تم‌ها، یعنی الگوها در داده‌های مهم یا جالب توجه پژوهشگر است و از این تم‌ها برای پاسخ به سؤالات پژوهش استفاده می‌کنند یا اینکه مطالبی در مورد یک مسئله می‌گویند (ماگویره و دلاهان^۵، ۲۰۱۷: ۳۳۵۳). این چیزی بسیار بیشتر از خلاصه کردن صرف اطلاعات است. یک تحلیل تماتیک خوب، هر چیزی را خوب درک و تفسیر می‌نماید و آن را

1. Braun & Clarke s

2. Alhojailan

3. Boyatzis

4. Qualitative Content Analysis See O’Cathain & Thomas (2004) for a useful guide to using content analysis on responses to open-ended survey questions.

5. Maguire & Delahunt

حس می‌کند. یک اشتباه رایج این است که از سؤالات اصلی مصاحبه به عنوان تم استفاده می‌کنند (کلارک و براون، ۲۰۱۳: ۱۲۱). به طور معمول، این اشتباه نشان‌دهنده این واقعیت است که داده‌ها خلاصه و سازماندهی شده‌اند تا اینکه به دقت تحلیل شوند.

براون و کلارک (۲۰۰۶: ۷۷) بین دو سطح «معنایی» و «پنهان» تم‌ها تمایز قائل شده‌اند؛ در تم‌های معنایی «... تحلیلگر از درون معنی صریح یا سطحی به دنبال چیزی بیش از آنچه توسط شرکت‌کننده گفته یا نوشته شده نیست». تحلیل در کار حاضر تم‌ها را در سطح معناساختی نشان داده؛ اما در تلاش برای کشف تم‌های پنهان نیز بوده است. هدف پژوهشگران مقاله این است که محققان بخصوص محققان تازه‌کار با مطالعه راهنمای حاضر بتوانند درک کنند که این تحلیل فراتر از توصیف آن چیزی است که توسط شرکت‌کنندگان گفته شده است و بر تفسیر و توضیح گفته‌ها تمرکز می‌کند؛ در مقابل به نظر می‌رسد سطح نهفته فراتر از آن چیزی است که گفته شده است. «شروع با شناسایی یا بررسی ایده‌ها، مفروضات، مفهوم‌سازی‌ها و ایدئولوژی‌هاست که به عنوان شکل‌گیری یا اطلاع‌رسانی محتوای معنایی داده‌ها تئوریزه شده است» (همان: ۸۴). می‌توان گفت در تم‌های پنهان پژوهشگر (تحلیلگر) به دنبال استخراج، فهم و استنباط معنا از دل گفته‌های شرکت‌کننده و از بطن تحلیل است. این تم‌ها در مرحله‌ای از تحلیل تماتیک بروز می‌کنند که تحلیلگر با مطالعه کار انجام‌شده خود، تم جدیدی را از درون داده‌های خود کشف کند و بیرون کشد که در انجام پژوهش توجهی به آن نشان نداده بود یا در مفاهیم و تم‌های به دست آمده حضور نداشته و آشکار نشده؛ اما در گستره این مفاهیم و تم‌ها به صورت نهفته وجود داشته است و تنها با مطالعه دقیق‌تر یافته‌ها قابل کشف می‌باشد. این تم پنهان می‌تواند رد پای ایدئولوژی سیستم، هژمونی رسانه‌ای و سیاست‌های کلی قدرت یا دولت باشد.

سؤال پژوهش و داده‌ها

داده‌های مورد استفاده در مقاله حاضر برگرفته از یک کار عملی تحلیل تماتیک در دانشگاه ایلام است. این داده‌ها از ۱۱ دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده ادبیات دانشگاه ایلام گردآوری شده است. تحقیق مذکور به مطالعه ذائقه

مصرف موسیقی در بین دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام، پرداخته بود. بحث بر ذائقه مصرف موسیقی دانشجویان و الگوهای زمینه‌ای شکل دهنده به آن تمرکز داشت: سنخ‌شناسی موسیقی مصرفی دانشجویان چگونه بود؟ نسبت سنخ‌های موسیقی مصرفی دانشجویان و زمینه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و موسیقایی آنها چگونه بود؟ و دانشجویان برای ترجیحات موسیقایی خود چه دلایلی ذکر کرده بودند؟

مطالعه مبنایی کار، از نظر اخلاقی توسط کمیته سلامت اخلاقی و علمی مؤسسه آموزش تکنولوژی داندالک^۱ تأیید شده بود. کار حاضر نیز در معرض قضاوت اخلاقی و فنی اساتید روش‌شناسی کیفی قرار گرفته و مورد تأیید آنان واقع شده است.

سؤالات اصلی تحقیق واقع‌گرایانه بودند و نگارندگان علاقه داشتند بدانند که دانشجویان چگونه تجربیات و دیدگاه‌های خود را شرح می‌دهند؛ البته این علاقه تعیین‌کننده سؤالات مصاحبه، مدیریت و تحلیل نیز بود. براون و کلارک (۲۰۰۶: ۸۰) بین تحلیل بالا به پایین یا تحلیل تماتیک نظری که با پرسش‌های خاصی مطرح می‌شود یا تمرکز تحلیلیگر و تحلیل پایین به بالا یا استقرایی که بیشتر بر اساس داده‌های خودش هدایت می‌شود، تمایز قایل شدند. تحلیل تم حاضر بر اساس سؤالات پژوهش پیش‌رفت و به صورت بالا به پایین شکل گرفت تا از پایین به بالا. نمونه کار ارائه شده با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته (هر مصاحبه صوتی حدود ۱۵ دقیقه) از مصاحبه‌های منفرد انجام گرفته است. هدف پژوهشگران ایجاد یک نمونه واضح و صریح است که می‌تواند به عنوان یک راهنمای در دسترس برای تحلیل داده‌های کیفی استفاده شود.

• شروع به کار

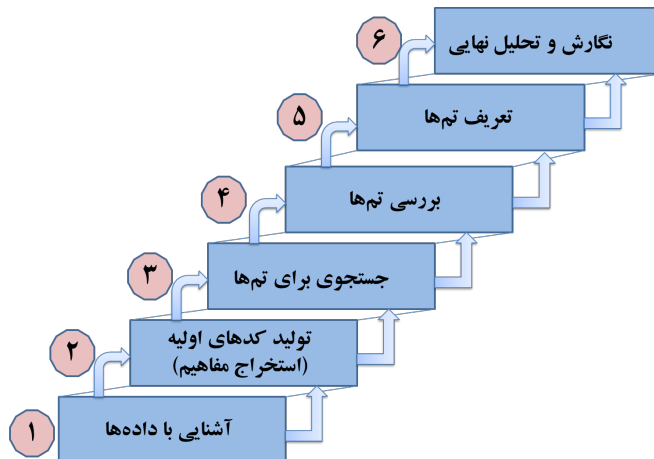
سؤال پژوهش: محققان برای دستیابی به اهداف تحقیق با یک پرسش بسیار گسترده، ساده و سراسر کار خود را شروع کردند: دانشجویان چه نوع موسیقی‌ای مصرف می‌کنند؟ چرا؟

1. Dundalk Institute of Technology School of Health and Science Ethics Committee.

طراحی سؤالات مصاحبه: مطالعه نمونه با همکاری دانشجویان به عنوان نمونه‌های هدف و اطلاع‌رسان‌های یک مطالعه کیفی انجام شد که ذائقه مصرف موسیقی دانشجویان و الگوهای شکل‌دهنده به این ذائقه را مطالعه می‌کند. سؤالات مصاحبه برای دسترسی به اطلاعات مورد نیاز در دو بخش «سؤالات شناسایی» و «سؤالات اصلی» (در مجموع ۳۵ سؤال) طراحی شد (در ضمیمه ۱ در دسترس است) که در طول مصاحبه، به فراخور نیاز و تشخیص مصاحبه‌گر کم یا زیاد می‌شدند. شایان ذکر است که مصاحبه‌ها با استفاده از تلفن همراه ضبط شد و در مرحله بعد به صورت نوشتاری در برنامه Office Word ثبت شدند.

• نحوه انجام تحلیل

براون و کلارک (۲۰۰۶) یک راهنمای شش مرحله‌ای ارائه داده‌اند که چارچوبی بسیار مفید برای انجام این نوع تحلیل است (شکل شماره ۱). برای آشنایی بهتر با مراحل کار، بهتر است این مقاله در ارتباط با «نمونه کارشده» مطالعه شود. در طول انجام کار، پژوهشگران از یک مرحله به بعد حرکت می‌کنند؛ اما مراحل لزوماً خطی نیستند. شما ممکن است چندین بار بین آنها به جلو و عقب بروید؛ بخصوص اگر با بسیاری از اطلاعات پیچیده برخورد کرده باشید.



شکل شماره (۱). چارچوب شش مرحله‌ای براون و کلارک برای انجام تحلیل تماتیک

• مرحله ۱: آشنایی با داده‌ها

اولین گام در هر تحلیل کیفی، خواندن و دوباره خوانی رونوشت‌هاست؛ به عنوان مثال در کار حاضر، بعد از اینکه مصاحبه‌های صوتی، انجام و به نوشتار تبدیل شد، مورد بررسی قرار گرفت و مجدداً خوانده شد تا آشنایی با داده‌ها حاصل گردد. آشنایی با داده‌ها از طریق مطالعه و نگارش عبارت‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها حاصل می‌شود.

قبل از اینکه در پژوهش پیش بروید، باید با بدنه داده‌ها یا دست‌نوشته‌های خود (تمام مصاحبه‌ها و سایر اطلاعاتی که ممکن است از آنها استفاده کنید) کاملاً آشنا باشید. در این مرحله، کار مفید این است که یادداشت‌برداری کنید و تصورات اولیه را رد نمایید؛ چراکه تصورات پیشین می‌تواند تحقیق را تحت تأثیر منفی قرار دهد و ذهن کاوش‌گرانه محقق را منحرف کند و از کشف آنچه باید باز بدارد؛ بخصوص اینکه اغلب تصورات مبنای منطقی ندارند و مستند نیستند. برخی از تصورات اولیه و نامناسب که ممکن است در شروع این کار پژوهشی وجود داشته باشد، عبارتند از:

«دانشجویان کارشناسی ارشد باید موسیقی اصیل ایرانی گوش کنند. دانشجویان نباید ذائقه مصرفی مانند عوام داشته باشند. دانشجویان اطلاعات موسیقایی زیادی دارند. دانشجویان نگاهی علمی و منطقی به موسیقی دارند. موسیقی یک امر سلیقه‌ای است و سلیقه نیز یک امر طبیعی می‌باشد و».

• مرحله ۲: تولید کدهای اولیه (استخراج مفاهیم از عبارات معنایی)

محققان در این مرحله با یک روش معنادار و سیستماتیک شروع به سازماندهی داده‌ها می‌کنند. کدگذاری، داده‌های زیاد را به تکه‌های کوچک معنا تقلیل می‌دهد. روش‌های مختلفی برای کدگذاری وجود دارد و روش کدگذاری، توسط دیدگاه و سؤالات تحقیق شما تعیین می‌شود. تولید کدهای اولیه به معنای استخراج مفاهیم اولیه از عبارات معنایی نگارش شده است. پژوهشگران این مرحله به سؤالات تحقیقاتی خاص و تحلیل داده‌ها بر اساس این سؤالات علاقه‌مند بودند؛ به طوری که این یک تحلیل تماتیک نظری بود تا اینکه استنتاجی و قیاسی باشد؛ بنابراین، هر بخش داده‌ای را که مربوط به مسئله تحقیق بود یا در مورد موضوع مورد نظر جالب توجه بود، کدگذاری کردند (همه)

تکه‌های متن را کدگذاری نکردند؛ با این حال، اگر قصد محقق انجام تحلیل استنتاجی باشد، ممکن است از کدگذاری خط به خط برای کدگذاری هر خط منفرد استفاده کند. در کار حاضر از کدگذاری باز استفاده شده است و این بدان معنی است که کدهای از پیش تعیین شده نداشته‌اند؛ بلکه همچنان که از طریق فرایند کدگذاری کار کرده، کدها را توسعه داده و اصلاح کرده‌اند.

زمانی که محققان مرحله ۱ را به پایان رسانده بودند، ایده‌های ابتدایی در مورد کدها داشتند؛ به عنوان مثال، علاقه به موسیقی ساده‌فهم و ساده‌کلام، مسئله‌ای بود که در همه مصاحبه‌ها همچنان ادامه داشت و به سؤال تحقیق مرتبط بود. آنها با بحث درباره اینها، بعضی از ایده‌های اولیه را درباره کدها توسعه دادند؛ سپس کدگذاری به نوبت توسط محققان انجام شد؛ به این ترتیب که ابتدا کدگذاری توسط محقق ۲ انجام گرفت؛ سپس توسط محقق ۱ مورد بازبینی قرار گرفت. مجدداً با تطبیق هر دو کدگذاری، کدگذاری نهایی توسط محقق ۲ انجام و توسط محقق ۱ بررسی، اصلاح و تأیید شد.

آنها روی یک متن به طور جداگانه و به نوبت کار کردند و آن را مرتب نمودند. از طریق کدگذاری هر رونوشت، هر بخش از متن را که به نظر می‌رسید مربوط به موضوع تحقیق است یا به طور خاص سؤال پژوهش را پشتیبانی می‌کند بررسی نمودند و روی آن کار کردند؛ پس از اتمام کار و قبل از رفتن به سراغ بقیه رونوشت‌ها، کدها را مقایسه نمودند، مورد بحث قرار دادند و اصلاح کردند. در حین کار، کدهای جدیدی، ایجاد و گاهی اوقات کدهای موجود را اصلاح نمودند و تغییر دادند و این کار را به صورت دستی با خودکار (محقق ۱) و از طریق فایل در برنامه مایکروسافت آفیس ورد^۱ (محقق ۲) به انجام رساندند. اگر به نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی، همچون: 'ATLAS NVivo و ... دسترسی داشته باشید؛ می‌تواند برای مجموعه داده‌های بزرگ بسیار مفید باشد. ابزارهای دیگر نیز می‌توانند مؤثر باشند؛ برای مثال بری و گالاگر^۲ (۲۰۱۶) توضیح داده‌اند که چگونه می‌توان از مایکروسافت اکسل^۳

1. Microsoft Office Word
2. Bree & Gallagher
3. Microsoft Excel

برای کدگذاری و شناسایی تم‌ها استفاده کرد؛ در حالی که کار کردن دو نفر (یا بیشتر) بر روی کدگذاری بسیار مفید است؛ اما ضروری نیست. در جدول شماره ۱ می‌توانید کدگذاری شناسایی را ببینید.

جدول شماره (۱). کدگذاری شناسایی

معیارها	کدشناسایی	انواع و گونه‌ها
سن	A	-----
جنس	G	مرد (۱)، زن (۲)
قومیت	E	کرد (۱)، لک (۲)، لر (۳)، فارس (۴)، ترک (۵)، عرب (۶)
تأهل	R	مجرد (۱)، متأهل (۲)
رشته تحصیلی	F	مطالعات فرهنگی (۱)، زبانشناسی (۲)، مدیریت (۳)، ادبیات فارسی (۴)، ادبیات عرب (۵)

جدول شماره (۲). نمونه‌ای مختصر از تولید کدهای اولیه (استخراج مفاهیم)

کد اولیه (مفهوم)	عبارت معنایی
صرف وقت برای موسیقی	قبلنا وقت زیادی برای گوش دادن به موسیقی می‌داشتیم، الان خیلی کم؛ مگر اینکه آهنگی از تی‌وی پخش شه ناگهانی گوش بدم.
نوع موسیقی مورد استفاده معیارهای گوش کردن به موسیقی	معین، گوگوش، لیلا، امید، داریوش؛ اینوریام علیزاده، خواجه‌امیری، عقیلی و افتخاری گوش می‌دم، اگه متناشون رو درک کنم.
اعتقاد به یکبار مصرف بودن موسیقی‌های روز و عامه	پاشایی، یگانه، سرمدی، خراطها و اینا؛ ولی تو دانشگاه دیگه وقتی صداتشونو دوبار بیشتر گوش می‌دادم خوشم نمی‌اومد، دوسش نداشتم و آهنگای قدیمی رو که قبلا تو خونه شنیده بودم، بچه بودم یا هرچی، گوش می‌دادم. تو کارشناسی دیگه خوشم از پاپ نمی‌اومد، تکراری که می‌شد زده می‌شدم از اون آهنگ یا حتی خواننده
نظر نسبت به موسیقی مناطق مختلف	از موسیقی‌های دیگه و انواع مختلف موسیقی زیاد شناخت ندارم. پاپ، سنتی، رپ، فقط اینارو
نظر نسبت به موسیقی مورد علاقه دوستان	دوستام، چندتا شون پاپ و رپ و آهنگ‌هایی که خیلی طرفدار دارن رو گوش می‌دن، نمی‌فهمن چی می‌گن ها؛ ولی خب حس کردم کلاس داره که فلان آهنگ رو دارن گوش می‌دن

● مرحله ۳: جستجوی تم‌ها

همان‌گونه که پیش از این گفته شد، تم یک الگو است که چیز مهم (مثلاً بار معنایی) یا جالب توجهی را در مورد داده‌ها یا سؤال پژوهش در بر دارد. بر اساس توضیح براون و کلارک (۲۰۰۶)، قوانین محکم و روشنی در مورد اینکه چه چیزی یک تم را می‌سازد، وجود ندارد. یک تم با اهمیت آن مشخص می‌شود. اگر مجموعه داده‌ای بسیار کوچک مانند یک گروه کانونی کوچک داشته باشید، بین مرحله کدگذاری و مرحله شناسایی تم‌های اولیه ممکن است همپوشانی قابل توجهی وجود داشته باشد. مرحله جستجوی تم‌ها، کنکاش برای یافتن تم‌هایی (فرعی) است که یک یا دسته‌ای از مفاهیم استخراجی را در بر گیرد؛ سپس یافتن تم‌های اصلی که یک یا چند تم فرعی را پوشش دهد. در کار انجام شده، برخی از مفاهیم بررسی شده به وضوح در یک تم قرار گرفتند؛ به عنوان مثال، چندین مفهوم (کد) وجود داشت که به شرایط اقتصادی و آنچه دانشجویان در مورد وضعیت اقتصادی خود می‌گفتند مرتبط بود، آنها در یک تم اولیه به نام وضعیت اقتصادی تجمیع شدند.

جدول شماره (۳). تم‌های اولیه

تم‌های فرعی	مفهوم (کد اولیه)	ردیف
وضعیت اقتصادی	اشتغال خود یا اعضا	۱
	خانواده پرجمعیت	۲
	داشتن وسیله نقلیه	۳
کیفیت تجربه اقتصادی	تجربه یا عدم تجربه مشکلات اقتصادی	۴
	احساس یا عدم احساس مشقت اقتصادی	۵
کیفیت سکونت	شهرنشینی - روستانشینی	۶
	کیفیت مکان زندگی	۷
	موضع نسبت به محل زندگی	۸
کیفیت ارتباطی	کیفیت ارتباط با اعضای خانواده	۹
	کیفیت ارتباط با اقوام	۱۰
	کیفیت ارتباط با دوستان	۱۱
	کیفیت ارتباط با اساتید سابق و فعلی	۱۲
مقبولیت	کیفیت مقبولیت در بین خانواده	۱۳
	کیفیت مقبولیت در بین دوستان	۱۴
	کیفیت مقبولیت در بین اقوام	۱۵

ادامه جدول شماره (۳). تم‌های اولیه

تم‌های فرعی	مفهوم (کد اولیه)	ردیف
دیانت	کیفیت تعصب مذهبی	۱۶
	موضع در برابر دین رایج	۱۷
	کیفیت شرکت در مراسم مذهبی	۱۸
کیفیت مطالعه	کیفیت مطالعه کتاب	۱۹
	کیفیت مطالعه مقالات علمی	۲۰
	نوع کتب مورد مطالعه	۲۱
رزومه علمی	داشتن کتاب چاپی	۲۲
	داشتن مقاله چاپی	۲۳
دانش و آگاهی	آگاهی از اخبار روز ایران و جهان	۲۴
	شناخت مسائل مهم روز ایران و جهان	۲۵
رسانه‌شناسی	کیفیت شناخت انواع و سبک‌های فیلم	۲۶
	پی بردن به پیام‌های پنهان فیلم‌ها	۲۷
	نوع فیلم‌های مورد علاقه	۲۸
نگاه به موسیقی	احساس به موسیقی	۲۹
	صرف وقت برای موسیقی	۳۰
نوع موسیقی مورد استفاده	نوع موسیقی مورد استفاده	۳۱
معیارهای گوش کردن به موسیقی	معیارهای گوش کردن به موسیقی	۳۲
بگ‌گراند موسیقایی (زمینه شنیداری)	موسیقی شنیده‌شده در کودکی	۳۳
	موسیقی مورد نظر خانواده	۳۴
	موسیقی مورد نظر اقوام	۳۵
	موسیقی مورد نظر دوستان	۳۶
نگرش موسیقایی محیطی	نظر نسبت به موسیقی مورد علاقه دوستان	۳۷
	نظر نسبت به موسیقی مورد علاقه اقوام	۳۸
	نظر نسبت به موسیقی مورد علاقه خانواده	۳۹
هویت موسیقایی	نظر نسبت به موسیقی بومی و فولکور	۴۰
	نظر نسبت به موسیقی روزمره و عامه	۴۱
نگرش موسیقایی بیرونی	نظر نسبت به موسیقی‌های بی‌کلام	۴۲
	نظر نسبت به موسیقی مناطق مختلف	۴۳
	نظر نسبت به موسیقی کشورهای دیگر	۴۴

در پایان این مرحله، مفاهیمی (کدها) که به نظر می‌رسد چیز خاصی در مورد سؤالات پژوهش می‌گویند در تم‌های وسیع‌تر سازماندهی شدند. تم‌های عمدتاً توصیفی بودند؛ یعنی الگوهای را در داده‌ها توصیف می‌کردند که به سؤال تحقیق مربوط بودند. اکثر مفاهیم مربوط به یک تم هستند، گرچه بعضی از آنها با بیش از یک تم ارتباط دارند (جدول شماره ۳). در این کار، تمام مفاهیم با یک یا چند تم متناسب هستند؛ اما این همیشه اتفاق نمی‌افتد و ممکن است از تم‌های «متنوع» برای مدیریت مفاهیم در چنین شرایطی استفاده کنید.

● مرحله ۴: بررسی تم‌ها

این مرحله بررسی این است که آیا تم‌های فرعی ایجاد شده به خوبی مفاهیم تحت شمول خود را پوشش می‌دهند یا خیر؟ و اینکه آیا تم‌های اصلی مناسب قیومیت تم‌های فرعی تحت شمول خود هستند یا نه؟ در این مرحله، تم‌های اولیه را که در مرحله ۳ شناسایی شد، بررسی و اصلاح می‌گردند و توسعه داده می‌شوند. در مرحله کنونی پژوهشگران با تجمیع تم‌های فرعی در گستره‌های معنایی وسیع‌تر به تم‌های اصلی می‌رسند؛ همچنین بایستی بررسی شود آیا تم‌هایی که به دست آورده‌ایم معنی دارند؟ و آیا معرف یک برداشت خاص هستند یا نه؟ در این مرحله مفید است که تمام داده‌های مربوط به هر تم را جمع‌آوری شوند. می‌توان این کار را با استفاده از عمل «cut و paste» در هر پکیج پردازش کلمه یا با استفاده از نرم‌افزاری مانند مایکروسافت اکسل انجام داد (بری و کالاگر، ۲۰۱۶: ۲۸۱۲). باز هم دسترسی به نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی می‌تواند این روند را سریع‌تر و آسان‌تر کند؛ اما ضروری نیست. جدول شماره ۴ نشان می‌دهد که چگونه داده‌های مربوط به هر تم در نمونه کار شده شناسایی شده است. محققان اطلاعات مربوط به هر تم را مطالعه می‌کنند و در نظر می‌گیرند که آیا داده‌ها واقعاً از آن پشتیبانی می‌کنند یا خیر. گام بعدی، فکر کردن به این است که آیا تم‌ها در متن کل مجموعه داده کار می‌کنند و به کار می‌آیند یا خیر؛ در این کار، مجموعه داده به نسبت کوچک است؛ اما معمولاً شما داده‌هایی بیشتر از این خواهید داشت و باید در نظر بگیرید که چگونه تم‌ها در هر مصاحبه و در سراسر تمام مصاحبه‌ها کار می‌کنند. تم‌ها

باید منسجم و از یکدیگر متمایز باشند. در اینجا چیزهایی که باید در موردشان فکر کنید، عبارتند از:

- آیا تم‌ها معنایی را می‌رسانند یا حسی را بیان می‌کنند؟
- آیا مفاهیم تم‌ها را پشتیبانی می‌کنند؟
- آیا من می‌خواهم مفاهیم کاملاً با یک تم منطبق باشند؟
- اگر تم‌ها با هم همپوشانی دارند، آیا واقعاً تم‌های جداگانه‌ای هستند؟
- آیا تم‌های فرعی به دست آمده از لحاظ معنایی در درون تم‌های اصلی قرار می‌گیرند؟ یا به عبارت بهتر، با در نظر گرفتن رابطه والد-فرزند، آیا تم‌های اصلی صلاحیت قیومیت تم‌های فرعی را دارند یا خیر؟
- آیا تم‌های دیگری درون داده‌ها وجود دارد؟

به عنوان مثال، در کار حاضر پژوهشگران ابتدا سرمایه‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی را به عنوان تم‌های اصلی در نظر گرفتند؛ اما بعد از بررسی تم‌ها و انطباق آنها با تم‌های فرعی و مفاهیم اولیه دریافتند که اولاً سرمایه‌های سه‌گانه مذکور حالت الگویی ندارند و نمی‌توانند تم تلقی شوند؛ در حقیقت سرمایه‌ها در درون تم‌ها قرار می‌گیرند و به عنوان تم به کار نمی‌روند؛ ثانیاً هم کدها و هم تم‌های فرعی چیزی بیشتر و فراتر از سرمایه‌های سه‌گانه را پشتیبانی می‌کردند؛ بنابراین سعی کردند تم‌ها و الگوهای مفهومی مناسب‌تری را برای مجموعه کدها تعریف کنند. در نهایت نیز به تم‌های «زمینه فرهنگی»، «زمینه اقتصادی» و «زمینه اجتماعی» رسیدند. تم «زمینه موسیقایی» نیز از پیش به دست آمده بود. زمینه در اینجا به معنای شرایط مادی، احساسی، رابطه‌ای، ذهنی، فضایی، اعتقادی، تجربی و هر چیز دیگری است که فرد در آنها و در بستر متشکل از آنها، تحت تأثیر آنها و در ارتباط با آنها رشد و بلوغ یافته است. می‌توان افراد را محصول نهایی و فرآورده این زمینه‌ها دانست.

باید توجه داشت که هر تم بایستی داده‌های زیادی برای پشتیبانی داشته باشد و با سایر تم‌ها نیز همپوشانی قابل ملاحظه‌ای نداشته باشد؛ همچنین مفاهیم موجود باید مربوط به موضوع جداگانه یا متفاوتی نباشند و در مثال حاضر، به شناسایی دانشجویان و مصرف موسیقی آنها مرتبط باشند.

در نمونه حاضر، قرار دادن تم فرعی «کیفیت زندگی» زیر تم اصلی «زمینه اجتماعی» و متمایز کردن آن از تم اصلی «زمینه اقتصادی» نیازمند بررسی

چندباره کدهای اولیه بود. اینگونه مشکلات اغلب اوقات در شناسایی و تعریف تم‌ها پیش می‌آید؛ در نتیجه محقق باید همواره در طول مراحل تحلیل تم، مجموعه داده‌ها، کدهای اولیه و تم‌های فرعی و اصلی را بررسی کند و در صورت نیاز مورد بازبینی قرار دهد.

به طور خلاصه می‌توان گفت، برخی از تغییراتی که پژوهشگران در این مرحله ایجاد کردند، عبارتند از:

- تم بودن یعنی حالت الگوواره‌گی و زمینه‌ای بودن تم‌های فرعی و اصلی، بررسی و بازبینی شد و برخی تم‌ها حذف گردید یا اصلاح و تغییر یافت.
- سعی کردیم تم‌ها هم وضعیت، هم تجربه و هم کیفیت را شامل شوند.
- با یک نگاه از بالا به پایین یا از انتها به ابتدا، بررسی شد که هر تم اصلی به خوبی تم‌های فرعی زیرمجموعه‌اش را شامل شود و تم‌های فرعی نیز مفاهیم اولیه مربوط را پشتیبانی نمایند.
- تم زمینه اقتصادی را متشکل از دو تم فرعی وضعیت اقتصادی و کیفیت تجربه اقتصادی تعریف و ایجاد نمودیم.
- تم زمینه اجتماعی را شامل تم‌های فرعی: ۱- کیفیت سکونت، ۲- کیفیت ارتباطی، ۳- مقبولیت و ۴- دیانت تعریف کردیم؛ در نتیجه این تم گسترده، کیفیت زندگی اجتماعی، کیفیت ارتباطات اجتماعی و کیفیت شبکه روابط، مقبولیت و جایگاه اجتماعی و وضعیت دیانت را شامل شده است.
- تم زمینه فرهنگی به گونه‌ای تعریف شد که تجربه علمی- پژوهشی، کیفیت مطالعه، دانش و آگاهی و رسانه‌شناسی را شامل شود. در نهایت تم زمینه فرهنگی به عنوان اصلی‌ترین تم این مطالعه، هر چیزی را که به مصرف موسیقی مربوط باشد شامل شده است. تغییرات مذکور در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

جدول شماره (۴). تم‌ها در انتهای مرحله ۴

تم اصلی	تم‌های فرعی	مفهوم (کد اولیه)	ردیف	
زمینه اقتصادی	وضعیت اقتصادی	اشتغال خود یا اعضا	۱	
		خانواده پر جمعیت	۲	
		داشتن وسیله نقلیه	۳	
	کیفیت تجربه اقتصادی	تجربه یا عدم تجربه مشکلات اقتصادی	۴	
		احساس یا عدم احساس مشقت اقتصادی	۵	
زمینه اجتماعی	کیفیت سکونت	شهرنشینی - روستانشینی	۶	
		کیفیت مکان زندگی	۷	
		موضع نسبت به محل زندگی	۸	
	کیفیت ارتباطی	کیفیت ارتباط با اعضای خانواده	۹	
		کیفیت ارتباط با اقوام	۱۰	
		کیفیت ارتباط با دوستان	۱۱	
		کیفیت ارتباط با اساتید سابق و فعلی	۱۲	
	مقبولیت	کیفیت مقبولیت در بین خانواده	۱۳	
		کیفیت مقبولیت در بین دوستان	۱۴	
		کیفیت مقبولیت در بین اقوام	۱۵	
	دیانت	کیفیت تعصب مذهبی	۱۶	
		موضع در برابر دین رایج	۱۷	
		کیفیت شرکت در مراسم مذهبی	۱۸	
	زمینه فرهنگی	کیفیت مطالعه	کیفیت مطالعه کتاب	۱۹
			کیفیت مطالعه مقالات علمی	۲۰
نوع کتب مورد مطالعه			۲۱	
رزومه علمی		داشتن کتاب چاپی	۲۲	
		داشتن مقاله چاپی	۲۳	
دانش و آگاهی		آگاهی از اخبار روز ایران و جهان	۲۴	
		شناخت مسائل مهم روز ایران و جهان	۲۵	
رسانه شناسی		کیفیت شناخت انواع و سبک‌های فیلم	۲۶	
		پی بردن به پیام‌های پنهان فیلم‌ها	۲۷	
		نوع فیلم‌های مورد علاقه	۲۸	

ادامه جدول شماره (۴). تم‌ها در انتهای مرحله ۴

ردیف	مفهوم (کد اولیه)	تم‌های فرعی	تم اصلی
۲۹	احساس به موسیقی	نگاه به موسیقی	زمینه موسیقایی
۳۰	صرف وقت برای موسیقی		
۳۱	نوع موسیقی مورد استفاده	نوع موسیقی مورد استفاده	
۳۲	معیارهای گوش کردن به موسیقی	معیارهای گوش کردن به موسیقی	
۳۳	موسیقی شنیده شده در کودکی	بگ‌گراند موسیقایی (زمینه شنیداری)	
۳۴	موسیقی مورد نظر خانواده		
۳۵	موسیقی مورد نظر اقوام		
۳۶	موسیقی مورد نظر دوستان		
۳۷	نظر نسبت به موسیقی مورد علاقه دوستان	نگرش موسیقایی محیطی	
۳۸	نظر نسبت به موسیقی مورد علاقه اقوام		
۳۹	نظر نسبت به موسیقی مورد علاقه خانواده		
۴۰	نظر نسبت به موسیقی بومی و فولکور	هویت موسیقایی	
۴۱	نظر نسبت به موسیقی روزمره و عامه		
۴۲	نظر نسبت به موسیقی‌های بی‌کلام	نگرش موسیقایی بیرونی	
۴۳	نظر نسبت به موسیقی مناطق مختلف		
۴۴	نظر نسبت به موسیقی کشورهای دیگر		

مهم است که تم‌ها را در رابطه با کل مجموعه داده نگاه کنید. تم‌ها باید به گونه‌ای تعریف و ایجاد شوند که تمامی مجموعه داده را شامل شوند و هیچ داده‌ای (بجز داده‌های غیرمرتبط با موضوع) بیرون از شمول تم‌ها باقی نماند (ر.ک. براون و کلارک (۲۰۰۶: ۹۱-۹۲). بسته به سؤال تحقیقاتی شما ممکن است به رواج و تفوق تم‌ها نیز اهمیت دهید، به این معنی که چگونه اغلب آنها اتفاق می‌افتند. براون و کلارک (۲۰۰۶: ۸۲) در مورد راه‌های مختلفی که می‌تواند این موضوع را حل کند، بحث کرده‌اند.

• مرحله ۵: تعریف تم‌ها

این مرحله اصلاح نهایی تم‌هاست و هدف «شناسایی» ماهیت «آن چیزی است که هر تم در مورد آن است» (براون و کلارک، ۲۰۰۶: ۹۲). تم چه می‌گوید؟ اگر تم فرعی وجود دارد، چگونه با تم اصلی ارتباط برقرار می‌کند و چگونه آنها ارتباط متقابل دارند؟ چه نوع ارتباطی بین تم‌ها وجود دارد؟ در این تحلیل، آنچه به عنوان مصرف موسیقی دانشجویان در نظر گرفته شده است، یک تم کلی است که در تم‌های دیگر ریشه دارد. تم‌های قدرتمند و بانفوذ کدامند و تم اصلی در کدام تم‌ها ریشه دارد؟

تعریف هر کدام از تم‌ها (معمولاً تم‌های اصلی) با توجه به تعاریف احتمالی نظریه‌پردازان؛ همچنین بر اساس یافته‌های محقق صورت می‌گیرد؛ به عنوان مثال، برای تعریف تم اصلی زمینه موسیقایی، با توجه به اینکه هیچ نظریه‌پردازی تعریف مشخصی ارائه نداده است، محقق بایستی بر اساس یافته‌ها و روند پژوهش خود این تم را تعریف کند که می‌تواند به صورت زیر باشد: **زمینه موسیقایی:** تم اصلی زمینه موسیقایی به طور کلی مشتمل بر کلیه شرایط، امکانات و ویژگی‌هایی است که پدیده‌ای به نام ذائقه موسیقی افراد در آن شکل می‌گیرد که عبارتند از: ذهنیت موسیقایی، خط سیر ذائقه، زمینه شنیداری موسیقی، نگرش موسیقایی و مهارت موسیقایی؛ یعنی افراد چه ذهنیت و نگاهی به موسیقی دارند؟ ذائقه موسیقی آنها در طول زمان چه تغییراتی داشته است؟ در محیط زندگی آنها چه نوع موسیقی‌هایی شنیده شده است؟ راجع به موسیقی‌هایی که دیگران گوش می‌کنند چه عقیده و نظری دارند؟ و آیا مهارتی در موسیقی (مثلاً نواختن ساز یا خواندن آواز) آموخته‌اند یا خیر؟

• مرحله ۶: نگارش و تحلیل نهایی

معمولاً نقطه پایان تحقیقات نوعی گزارش است که اغلب یک مقاله ژورنال یا پایان‌نامه است. مرحله نگارش و تحلیل نهایی، نگارش گزارش نهایی حاصل از تحلیل تماتیک و ارائه یافته‌هاست. از انتخاب موضوع پژوهش تا تحلیل نهایی، مراحل انجام هر تحقیق کیفی را تشکیل می‌دهند. بعد از انتخاب موضوع، محقق به طرح مسئله می‌پردازد، مسئله بودن موضوع را تبیین می‌کند و پژوهش

را با طرح سؤال کلی به پیش می‌راند. سؤال کلی به سؤالات فرعی و جزئی بخش می‌شود و این سؤالات مبنای طراحی سؤالات مصاحبه قرار می‌گیرند؛ سپس چهارچوب کلی مصاحبه ترسیم می‌شود و مصاحبه پیاده‌سازی می‌گردد. بعد از اینکه با استفاده از ابزار مصاحبه، به گردآوری داده‌ها اقدام شد، روش متناسب با موضوع و داده‌ها به عنوان روش انجام پژوهش انتخاب می‌شود که در مطالعه حاضر، تحلیل تماتیک است. بعد از طی مراحل که ذکر آن گذشت، به تحلیل نهایی اقدام می‌شود.

حال که تم‌ها تعریف شده و نقشه تماتیک ترسیم گردیده است، محقق می‌تواند به ارائه گزارش نهایی خود اقدام کند و در طی آن، تم‌ها و رابطه بین آنها را در الگوی کلی مصرف موسیقی بررسی نماید. به این منظور ابتدا نمونه هدف با استفاده از تم‌های شناسایی معرفی می‌شود.

- دانشجویان چه کسانی هستند؟

با توجه به مصاحبه‌های صورت گرفته، نمونه‌های مورد مطالعه به طور متغیر زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی فقیر تا غنی داشتند؛ به عنوان مثال، در تم زمینه اقتصادی، برخی از نمونه‌ها از زمینه‌ای با وضعیت اقتصادی ضعیف و تجربه زیاد مشکلات و مشقت‌های اقتصادی، برخی نیز از وضعیت و تجربه متوسط و بعضی دیگر از وضعیت خوب و تجربه ضعیف مشکلات برخاسته بودند. از لحاظ زمینه اجتماعی نیز وضعیت به همین منوال متغیر بود. در ارتباط با زمینه فرهنگی، نمونه‌ها اغلب از زمینه فرهنگی ضعیف برخاسته بودند و سرمایه فرهنگی به نسبت پایینی داشتند.

بعد از معرفی نمونه هدف، رابطه بین تم‌های تعریف شده و سؤالات پژوهش و کیفیت این رابطه بررسی می‌شود. پاسخ به سؤالات در مقالات پژوهشی (کیفی) می‌تواند در بخش یافته‌ها یا نتیجه‌گیری ارائه گردد. در پایان‌نامه نیز معمولاً در فصل پنجم به سؤالات پژوهش پاسخ داده می‌شود؛ اما نمونه‌های موردی و اظهارات مشارکت‌کنندگان تنها در فصل چهارم (تجزیه و تحلیل داده‌ها) می‌آید. حال برای آشنایی بیشتر پژوهشگران، نمونه‌ای از پاسخ به سؤالات پژوهش (با استناد به اظهارات مشارکت‌کنندگان) ارائه می‌شود:

۱. سنخ‌شناسی موسیقی مصرفی دانشجویان چگونه است؟

در پاسخ به سؤال اول مطالعه بایستی گفت که اغلب نمونه‌های مورد مطالعه از موسیقی پاپ و عامه‌پسند؛ بخصوص موسیقی‌های مد روز مصرف می‌کنند؛ مثلاً:

«من ماکان‌بند دوست دارم، حامد هاکان هم همینطور ... همین آهنگهایی که همه گوش می‌دن ... بعضی وقتا هم گُردی البته بیشتر تو خونه ... خیلیه‌اش اسم خواننده‌هاشو نمی‌دونم ... دیدم همه گوش می‌دن» (۲۷ ساله، زن، گُرد، مجرد، رشته مدیریت یا A27-G2-E1-R1-F3).

[مصرف موسیقی گُردی مختص دانشجویان ایلامی بود].

برخی علاوه بر پاپ روز، پاپ نسل اول و دوم؛ بخصوص آهنگ‌های خوانندگان لس‌آنجلسی را نیز مصرف می‌کنند.

«موسیقی خواننده‌های ایرانی که پر زدند و رفتند رو خیلی دوس دارم. جدیداً رو هم گوش می‌دم ولی اروماشو. رپ متنفرم. گُردی هم گاه‌گذاری گوش می‌دم ولی کم ... همین گُردی‌های شاد آدمو سر حال میارن...» (۲۵ ساله، زن، گُرد، مجرد، رشته مدیریت یا A25-G2-E1-R1-F3).

نکته: در معرفی نمونه‌ها معمولاً از کدهای شناسایی استفاده می‌شود که در اینجا به همراه مشخصات افراد ارائه شده است تا محققان بیشتر با استفاده از چنین کدهایی آشنا شوند.

مصرف موسیقی سنتی فارسی تنها در یک مورد آن هم بسیار کم بود و موسیقی گُردی سنتی مصرف‌کننده‌ای نداشت.

«موسیقی سنتی یه کمی سالار عقیلی ... بعضی وقتا که از تلویزیون می‌شنوم گوشش می‌دم ... بد نیست ...» (۳۲ ساله، مرد، گُرد، متأهل، رشته زبان‌شناسی یا A32-G1-E1-R2-F2).

۲. نسبت سنخ‌های موسیقی مصرفی دانشجویان و زمینه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آنها چگونه است؟

درباره نسبت سنخ‌های موسیقی مصرفی دانشجویان و زمینه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آنان باید گفت که دانشجویان مورد مطالعه با اینکه از زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی متفاوتی برخاسته بودند و سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی

متفاوتی داشتند؛ اما در سنخ موسیقی مصرفی آنان تفاوت قابل ذکری وجود نداشت.

در ارتباط با سنخ موسیقی مصرفی دانشجویان و زمینه فرهنگی و سرمایه فرهنگی لازم به ذکر است که آنان از زمینه فرهنگی نسبتاً ضعیفی برخوردارند؛ یعنی اغلب ویژگی‌های مشترکی مانند زمان مطالعه کم، فقدان مطالعه علمی قابل توجه، نداشتن رزومه علمی، عدم آگاهی مناسب از اوضاع روز ایران و جهان، فقدان رسانه‌شناسی و ... در میان آنها مشهود است.

نکته مهم این است که ذائقه مصرف موسیقی نمونه‌های مورد مطالعه با ذائقه مصرف موسیقی عامه مردم و افراد کم‌بهره از سرمایه فرهنگی مشابهت زیادی دارد. مدگرایی و به‌روزگرایی در مصرف موسیقی دانشجویان کارشناسی ارشد برجسته است و آنان موسیقی پاپ روز و موسیقی‌های سطحی فارسی و با صرف وقت کمتر، موسیقی کردی روز (دانشجویان ایلامی) را مصرف می‌کنند. می‌توان سنخ موسیقی مصرفی دانشجویان را با زمینه فرهنگی و سرمایه فرهنگی آنان مرتبط دانست؛ به این معنا که زمینه فرهنگی فاقد غنا و سرمایه فرهنگی پایین دانشجویان نوعی ساده‌طلبی و آماده‌خوری را در آنان ایجاد کرده است؛ به طوری که دانشجویان به دنبال مصرف موسیقی‌های سطحی و راحت‌فهم هستند و از مصرف موسیقی‌های معناگرا و مفهومی و تصویرساز روی‌گردانند. این امر در رسانه‌شناسی آنان نیز نمود دارد و علاقه‌ای به فیلم‌های معناگرا و درکی از معانی و مفاهیم پشت پرده رسانه‌ها ندارند.

فقدان شناخت از سبک‌های دیگر موسیقی، موسیقی ملل و موسیقی‌های فاخر و دارای فلسفه نیز خود می‌تواند نمایی از فقر فرهنگی یا دست کم ضعف زمینه فرهنگی دانشجویان کارشناسی ارشد باشد.

۳. دانشجویان برای ترجیحات موسیقایی خود چه دلایلی ذکر می‌کنند؟

مطابق یافته‌ها، اغلب دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام برای ترجیحات موسیقایی خود، در ابتدا دلیل احساس آرامش را ذکر کرده‌اند، در ادامه با دقیق شدن مصاحبه‌گر در چرایی علاقه، ترجیح یک یا چند خواننده و یک سبک و سنخ مشخص، دلایلی چون: راحت فهمیدن آن، به راحتی ارتباط برقرار کردن با آن و حس هم‌ذات‌پنداری را ذکر نموده‌اند؛ مثلاً:

«احساس آرامش بهم دست می‌ده ... قشنگ می‌فهمم چی می‌گه ... انگار داره حرف دل منو می‌زنه ... اصلاً داره با آدم حرف می‌زنه ...» (۲۳ ساله، زن، فارس، متأهل، رشته مطالعات فرهنگی یا A23-G2-E4-R2-F1).

«می‌فهمش ... مثل خودم حرف می‌زنه ... قشنگ معلومه چی می‌خواد بگه ... مثل من تجربه شکست عشقی داره ... وقتی می‌گه: دیگه نمی‌خوام بینم/دیگه تو رو دوست ندارم ... ندارم ... ندارم ... منم اگه می‌خواستم به طرفم حرفی بزنم همینارو می‌گفتم ...» (۲۵ ساله، زن، مجرد، رشته زبانشناسی یا A25-G2-E1-R1-F2).

شاید بتوان به تبعیت از باومن^۱ از ذائقه سیال هم نام برد. این ذائقه می‌تواند مصرف‌گرایی و تغییرات سریع و پیاپی مد را تبیین کند. این سیالیت تنها در حوزه مصرف لباس یا لوازم خانگی و ... نیست؛ بلکه در حوزه مصرف موسیقی نیز قابل مشاهده است؛ چنانچه فرد در رابطه با رها کردن یک خواننده یا ترانه و گرایش به خواننده و ترانه دیگر می‌گوید که خوانندگان تکراری می‌شوند و مانند البسه نو به نو آنها را عوض می‌کند:

«دیگه یه خواننده رو چند وقت که گوش می‌دی حرف‌هاش تکراری می‌شه ... می‌ری سراغ کسی که جور دیگه حرف دلتو برات بزنه ... یک ترانه رو یه ماه بیشتر نمی‌شه گوش داد ...» (۲۵ ساله، زن، مجرد، رشته زبانشناسی یا A25-G2-E1-R1-F2).

ساده‌فهمی نیز از دلایلی است که افراد مورد مطالعه برای ترجیح مصرف موسیقی خود ذکر می‌کنند؛ به طوری که همین افراد سخت‌فهم بودن موسیقی سنتی را دلیل عدم گرایش به آن می‌دانند. برخی معتقدند که تاریخ مصرف موسیقی اصیل به سر آمده و متعلق به گذشته است و برای زمان حال فاقد فایده و جاذبه می‌باشد:

«من این سبکی که همه گوش می‌دن رو دوست دارم. به نظرم حرف همه است و همه راحت می‌فهمش و براشون ملموسه که چی داره می‌گه .. موسیقی سنتی ... بعضی وقتا تو تلویزون می‌بینم اصلاً نمی‌فهمم چی می‌خونن و چجوری می‌خونن ... ساده حرف نمی‌زنن آدم بفهمه چی می‌گن ...»

1. Liquid Taste

کلماتشون معلومه ولی نمی شه فهمید منظورشون چیه. بخوای بهشون فکر کنی مُخت سوت می کشه ... فکر نکنم دیگه کسی از اینا گوش کنه» (۲۸) ساله، زن، کُرد، مجرد، مطالعات فرهنگی یا (A28-G2-E1-R1-F1).

بگ گرانند موسیقایی یا زمینه شنیداری موسیقی نیز از دیگر دلایل ذکر شده برای ترجیح موسیقی توسط دانشجویان بود؛ به طوری که گاهی افراد، شنیدن برخی موسیقی ها در کودکی و نوجوانی، در خانه و در بین اقوام یا دوستان را دلیل گرایش به یک موسیقی یا خواننده خاص و در نتیجه ترجیح آن ذکر کرده اند. «کُردی رو چون بابام همیشه گوش می کرد ... یه جورایی باهاشون خاطره دارم ... بعضی وقتا هم تو مراسم یا تو مهمونیای فامیلی آهنگهایی رو می شنیدیم، دوست داشتیم بعضی وقتا بریم تو همون حال و هوا و اونا رو دوباره گوش می دادیم ... دوستانم هم همین جدیدارو ... هرکی میاد می خونه رو گوش می کنن ... منم خیلی باشون حال می کنم ...» (۳۲) ساله، مجرد، کُرد، متأهل، رشته زبانشناسی یا (A32-G1-E1-R2-F2).

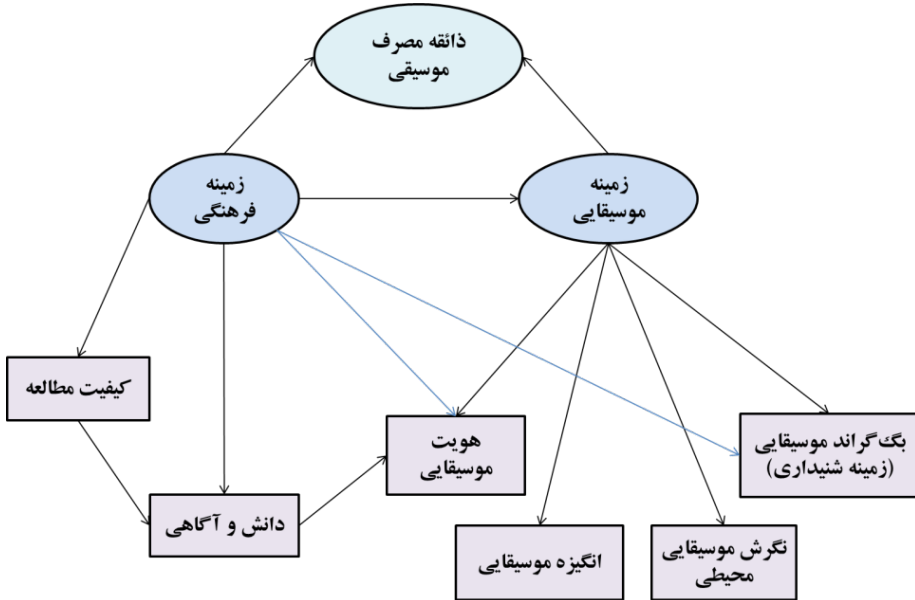
«تو بچگی عموام و داداشم این خواننده قدیمیارو گوش می دادن تو ذهنم مونده بود. دیگه اینترنت دم دست بود و راحت سرچ می کردی، رفتم سراع اونا، به دلم می نشست، تکراری نمی شد برام، اون متن، اون آهنگ، اون صدا» (۲۵) ساله، زن، کُرد، مجرد، رشته مطالعات فرهنگی یا (A25-G2-E1-R1-F3).

البته یکی از نمونه های مورد مطالعه، ضمن اشاره به علاقه خود به موسیقی پاپ قدیمی و جدید و روزمره، ذائقه دوستان خود را نیز به نقد کشیده بود. او، ذائقه آنها را مدگرایانه و تهی و پوچ و به تبع مدگرایی در پوشش و آرایش و نیز ناشی از چشم و هم چشمی و به منظور جلب توجه می دانست:

«دوستانم چندتاشون پاپ و رپ، آهنگایی که خیلی طرفدار دارن رو گوش می دن که نمی فهمن چی میگن ها؛ ولی خب حس کردن کلاس داره فلان آهنگ و دارن گوش می دن ... نه صدا جالبه، نه ریتم، نه آهنگ، نه حتی متن و معنانش ... یه جور آهنگ های پوچن .. حس می کنم زندگیشم مثل آهنگای رپه سرسری و عجولانه و تهی و بی معنا؛ فقط اون ظاهر مهمه براش و اینکه کسی بگه فلانی باکلاسه، رپ گوش می ده ...».

بعد از مشخص شدن این موارد، در نهایت الگوی نهایی و نقشه تماتیک ترسیم

می‌شود. شکل شماره (۲) نقشه تماتیک نهایی است که رابطه بین تم‌ها و روایت مصرف موسیقی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام را نشان می‌دهد.



شکل شماره (۲). نقشه تماتیک مصرف موسیقی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام

نقشه تماتیک به دست آمده در پژوهش می‌بایست تشریح شود. در شرح این نقشه می‌توان گفت که ذائقه مصرف موسیقی دانشجویان مورد مطالعه، متأثر و متشکل از زمینه فرهنگی خاصه کیفیت مطالعه، دانش و آگاهی و زمینه موسیقایی و به طور خاص بک‌گراند شنیداری آنان است. بک‌گراند شنیداری افراد نیز به عنوان یکی از تم‌های فرعی زمینه موسیقایی، از زمینه فرهنگی و دانش و آگاهی تأثیر می‌پذیرد. زمینه فرهنگی فقیر و ضعیف افراد مورد مطالعه، زمینه موسیقایی فقیر را به وجود آورده که به نوبه خود سیالیت ذائقه موسیقایی افراد را به دنبال داشته است؛ البته می‌توان ادعا کرد که ذائقه مصرف موسیقی نیز به نوبه خود زمینه فرهنگی و زمینه موسیقایی را باز تولید می‌کند.

بحث و نتیجه گیری

بعد از مراحل که ذکر آن رفت، می‌بایست نتیجه‌گیری نهایی پژوهش ارائه شود. در نمونه کار ارائه شده نتیجه‌گیری می‌تواند به شرح زیر باشد:

در مقاله حاضر، ذائقه مصرف موسیقی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام بررسی شد. نتایج این پژوهش الگوی خاص خود را می‌نمایاند و زمینه فرهنگی، زمینه موسیقایی و به طور خاص بک‌گراند شنیداری افراد را زمینه‌ساز ذائقه مصرفی آنان نشان می‌دهد؛ به نحوی که دانشجویان موسیقی‌هایی را مصرف می‌کنند که پیشتر در کانون خانواده، مهمانی‌های فامیلی و جمع‌ها و پاتوق‌های دوستانه شنیده‌اند؛ کما اینکه بک‌گراند شنیداری خود می‌تواند محصول زمینه فرهنگی افراد خانواده، دوستان و اقوام باشد. ویتگنشتاین (به نقل از هاشمی، ۱۳۹۸: ۱۳۱) در تبیین مفهوم تبعیت از قاعده می‌گوید، هر زبانی، در بستر و زمینه خاصی معنای خاصی را می‌سازد و جهان خاصی را نمایان می‌کند؛ یعنی انسان‌ها در یک بستر و زمینه خاص رشد می‌کنند، طبق قواعد خاص زمینه‌ای که در آن رشد کرده‌اند، کنشگری می‌کنند و اعمال خاصی را انجام می‌دهند. زمینه فرهنگی عامتر از سرمایه فرهنگی است، از این جهت که علاوه بر سرمایه، داشته‌های دانشی و آگاهی، احساسات، تجارب، نیازها و ... کیفیت آنها را نیز دربر می‌گیرد و حالت الگوواره دارد. مطابق نظریه بورديو می‌توان منش را دارای نقش تعیین‌کننده در ذائقه مصرف موسیقی دانشجویان دانشگاه ایلام دانست؛ اما با توجه به یافته‌ها بایستی در این ادعا بر میدان فرهنگی تأکید ویژه داشت؛ میدانی که با میداین اقتصادی و اجتماعی نوعی گسست و عدم انطباق را نشان می‌دهد. نکته قابل توجه در اینجا این است که زمینه اقتصادی و اجتماعی و سرمایه اقتصادی و اجتماعی نتوانسته است به رشد زمینه فرهنگی و سرمایه فرهنگی کمک کند و نوعی گسست بین سرمایه مشاهده می‌شود.

در این مطالعه دانشجویان اذعان کرده‌اند که به دلیل ساده‌فهمی موسیقی‌های عوامانه و روزمره به این سبک از موسیقی علاقه دارند و سطحی‌گزینی می‌کنند؛ البته این سطحی‌گزینی در ارتباط با زمینه شنیداری و زمینه فرهنگی قابل تبیین و تفسیر است. پارکینسون (۱۹۵۸: ۱) این ساده‌فهم‌گزینی و سطحی‌گزینی را بر اساس اصل پیش‌پافتادگی یا علاقه به چرندیات توضیح می‌دهد. به نظر او ترجیحات افراد اغلب با دانش و آگاهی آنان ارتباط دارد و به سمت مطالب،

مسائل و حوزه‌هایی می‌روند که فهم و تفسیر آنها به دانش و تخصص چندانی نیاز ندارد.

سخن پایانی

تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی می‌تواند چالش‌هایی را دست کم برای محققان بی‌تجربه به وجود آورد. برای توضیح روشن و واضح نحوه «تحلیل»، چارچوب تحلیل تماتیک براون و کلارک (۲۰۰۶) را برای داده‌هایی که از مطالعه مصرف موسیقی برداشت شده است استفاده کردیم. در این مطالعه موضوعی بعد از انجام مصاحبه‌ها بر اساس اهداف و سؤالات تحقیق، مرتب‌سازی آنها آغاز شد؛ سپس مفاهیم و تم‌های عمده مطابق آنچه در بالا ذکر شد، استخراج گردید و مورد تفسیر و نتیجه‌گیری قرار گرفت. امید است این کار بتواند کاری که از مصاحبه‌های صوتی و رونوشت‌ها به تم‌ها رسیده است را به خوبی به محققان نشان دهد؛ همچنین امید است آنها راهنمایی‌هایی مفید برای انجام تحقیقاتشان را پیدا کنید و این راه را ادامه دهند.

منابع و مأخذ الف) فارسی

- هاشمی، علی؛ (۱۳۹۸)، مطالعه ذائقه مصرف موسیقایی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه‌های شهر ایلام)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه ایلام- ایران.

ب) انگلیسی

- Alholjailan, M.I. (2012), Thematic Analysis: A critical review of its process and evaluation. West East Journal of Social Sciences, 1(1), 39-47.
- Boyatzis, R. E. (1998), Transforming qualitative information: thematic analysis and code development. Sage.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006), Using thematic analysis in psychology, Qualitative Research in Psychology, 3, 77-101.
- Bree, R. & Gallagher, G. (2016), Using Microsoft Excel to code and thematically analyse qualitative data: a simple, cost-effective approach. All

- Ireland Journal of Teaching and Learning in Higher Education (AISHE-J), 8(2), 2811-28114.
- Clarke, V. & Braun, V. (2013), Teaching thematic analysis: Overcoming challenges and developing strategies for effective learning. *The Psychologist*, 26(2), 120-123.
 - Divan, A., Ludwig, L., Matthews, K., Motley, P. & Tomlienovic-Berube, A. (2017), A survey of research approaches utilised in The Scholarship of Learning and Teaching publications. *Teaching & Learning Inquiry*, [online] 5(2), 16.
 - Javadi, M. & Zarea, M. (2016), Understanding Thematic Analysis and its Pitfalls. *Journal of Client Care*, 1 (1), 33-39.
 - Maguire, Moira; Delahunt, Brid (2017), Doing a Thematic Analysis: A Practical, Step-by-Step Guide for Learning and Teaching Scholars, AISHE-J, Volume 8, Number 3, Autumn 2017, pp 3351-3364.
 - Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017), Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16 (1), 1-13.
 - O’Cathain, A., & Thomas, K. J. (2004), any other comments? Open questions on questionnaires – a bane or a bonus to research? *BMC Medical Research Methodology*, 4, 25.
 - Rosenthal, M. (2016), Qualitative research methods: Why, when, and how to conduct interviews and focus groups in pharmacy research. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 8(4), 509-516.
 - Rowland, S.L. & Myatt, P.M. (2014), Getting started in the scholarship of teaching and learning: a “how to” guide for science academics. *Biochemistry & Molecular Biology Education*, 42(1), 6-14.
 - Vaismoradi, M., Turunen, H. & Bondas, T. (2013), Content analysis and thematic analysis: Implications for conducting a qualitative descriptive study. *Nursing and Health Sciences*, 15(3), 398-405.

ضمیمه ۱: سؤالات اولیة مصاحبه

الف) سؤالات شناسایی

- جنسیت: چند سالته؟ چه رشته‌ای میخونی؟ کجایی هستی (قومیت)؟ مجردی یا متأهل؟
خودت یا پدر و مادرت شاغل هستین؟ (در صورت مجرد بودن): خودت یا همسرت شاغل هستین؟
کلاً اوضاع مالیتون خوب هست؟ راضی هستی؟
ماشین که داری؟/ ماشین که نداری؟ ماشینت چی هست؟
مثل من بچه روستایی هستی یا توی شهر به دنیا اومدی؟ (با خنده ملیح) (با توجه به شخصیت
طرف مقابل می توان لحن کلام را تغییر داد).
چقدر با دوستان وقت می گذرونی؟
رابطه‌ات با هاشون چطوره؟
با اقوام چطور؟
در مواقع مختلف، مثلاً وقتی کاری چیزی برایشون پیش بیاد، چقدر روی تو حساب می کنن یا
ازت توقع دارن؟
اهل مطالعه هستی؟ کتاب؟ مجله؟ روزنامه؟ چه جور کتاب/ روزنامه/ مجله‌ای؟
فیلم چی می بینی؟ چه جور فیلم‌هایی؟
نظرت راجع به قومیت و زبان و نژاد و این چیزا چیه؟ برات مهم هستن یا نه؟
دین و مذهب چطور؟

ب) سؤالات مصرف موسیقی

۱. نظرت راجع به موسیقی چیه کلاً؟
۲. اصلاً چیزی گوش می دی؟ (با خنده ملیح)
۳. چی گوش می دی حالا؟
۴. چرا این؟ دلیل خاصی داره؟ مثلاً چه چیزش باعث می شه اینو گوش بدی؟ و مثلاً
موسیقی‌های دیگه رو گوش ندی؟
۵. فقط اینو گوش می دی؟ همیشه همین جور موسیقی‌ها رو گوش می کردی؟ یا مثلاً
آهنگ‌های دیگه‌ای گوش می کردی و بعداً رفته باشی سمت موسیقی‌های دیگه؟
۶. موسیقی‌های دیگه چی؟ کلاً چقدر شناخت داری از موسیقی؟ مثلاً انواع مختلف موسیقی؟
اسمشونو بدونی یا به گوشت خورده باشه و شنیده باشی و بدونی چه جورین؟
۷. تو خونواده تون چی گوش می دن؟
۸. دوستان چی؟ اونا چی گوش می کنن؟
۹. نظرت راجع به موسیقی‌هایی که بقیه گوش می کنن چیه؟
۱۰. شده کسی یه جور موسیقی گوش بده که برای تو این کارش عجیب باشه؟