

بسم الله الرحمن الرحيم

خلاصه کتاب:

روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت

تالیف:

دکتر دانایی فرد، دکتر الوانی و دکتر آذر

خلاصه کنندگان :

دانشجویان کارشناسی ارشد مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد

ویراستار:

یونس عطایی

ترم تحصیلی:

پاییز ۹۱

فصل یکم

پژوهشهای کیفی برای درک و تبیین پدیده‌های اجتماعی از داده‌های کیفی نظیر داده‌های حاصله از مصاحبه‌ها مستندات مشاهده‌ی مشارکتی پرسشنامه و ... استفاده می‌کند. گوباولینکن سه طبقه اصلی برای پژوهش کیفی مطرح میکند

۱- اثبات گرایی

اثبات گرایان معتقدند که واقعیت به صورت عینی و مشخص وجود دارد و معمولا در پی آزمون تئوری هستند یعنی در تلاش برای افزایش درک پیش بینی گری از پدیده‌ها هستند

۲- پژوهش تفسیری

کار خود را با فرض دسترسی به واقعیت از طریق سازه‌های اجتماعی نظیر زبان خودآگاهی میسر است پژوهشهای تفسیری متغیر و وابسته را از قبل تعریف نمیکنند ولی بر پیچیدگی کامل معنا نقشی انسان متمرکزند

۳- پژوهش انتقادی

واقعیت اجتماعی در گذر تاریخ شکل می‌گیرد و بوسیله افراد تولید و بازآفرینی می‌شود وظیفه‌ی اصلی آن نقد اجتماعی است تا شرایط محدود کننده‌ی وضع موجود را نمایان سازد و عموما بر تضاد و تناقض استوار است

استراتژی‌های پژوهشهای کیفی:

۱- پژوهش در عمل

از طریق همکاری مبتنی بر اعتماد متقابل درون یک چهارچوب اخلاقی مورد قبول طرفین هم در پی توجه نگرانیهای عملی افراد در یک وضعیت مشکل است هم به اهداف اجتماع نظر دارد

۲- مطالعه موردی

نوعی پژوهش تجربی است که پدیده‌های زمان حال را در بستر زندگی واقعی نشان بررسی می‌کند خصوصا زمانی که مرزهای بین پدیده و بستر آن مشخص نیست

۳- پژوهش مردم نگاری یا قوم نگاری

مردم نگار ملزم به گذراندن مدت زیادی در حوزه‌ی پژوهش است مردم نگاران در زندگی افراد نفوذ می‌کنند این پژوهش در مدیریت و در مطالعه‌ی سیستم اطلاعاتی در سازمان کاربرد وسیعی دارد

۴- تئوری مفهوم سازی بنیادی

ریشه در داده‌هایی مفهومی دارد که بصورت نظامند گردآوری و تحلیل می‌شوند بین جمع آوری و تحلیل داده‌ها نوعی اثر متقابل وجود دارد

روش‌های تحلیل کیفی داده‌ها:

۱-هرمونیک

پرسش اصلی در هرمونیک معنای این متن چیست.هدف از تفسیر معنا بخشیدن به پدیده مرد مطالعه است.شکلهای متفاوتی از تحلیل هرمونیک وجود دارد دامنه‌ی آن از هرمونیک محض تا هرمونیک انتقادی است

۲-نشانه‌شناسی

به معنای علائم و نمادها در زبان توجه دارد یکی از شکلهای مهم آن تحلیل معنوی است که به عنوان نوعی فن پژوهشی برای ایجاد مراجع معتبر تعریف می‌شود.شکل دوم تحلیل محوره که معانی در متن مبادله‌ی کلمه‌ها شکل می‌گیرد.شکل سوم تحلیل گفتمان که بر مبنای هردو تحلیل محتوا و مشاوره است

۳-حکایت

حکایات بصورت شفاهی و کتبی بوده است که از اصطلاحات کلیدی در تحلیل ها و بحث‌ها بوده‌اند نقش زیادی در اندیشه‌ها و عمل اجتماعی دارند در مطالعات سازمانی در حوزه‌هایی نظیر سیستم‌های اطلاعاتی تمرکز بر درک زبان ارتباطات و معنا بین شکل دهندگان سیستم و اعضاء سازمانی بوده است

فصل دوم

مقدمه

گوبا ولینکلن مدعی اند که ۴ پارادایم اصلی در تحقیقات کیفی علوم انسانی وجود دارند که مبنای فلسفی تحقیقات در علوم انسانی را شکل می دهند.

این ۴ پارادایم عبارتند از:

- اثبات گرایی
- فرا اثبات گرایی
- تئوری انتقادی
- ساخت گرایی

بحث کمی و کیفی در پژوهش

سیر تاریخی نشان می دهد که تاکید زیادی بر کمی سازی در علوم وجود داشته است. برخی از اندیشمندان ریاضیات را به عنوان ملکه علوم و علوم دیگری نظیر فیزیک و شیمی که شدیداً بر کمی سازی تاکید دارند را به عنوان علوم سخت مطرح کرده اند.

علوم دیگری نظیر بیولوژی وخصوصاً علوم اجتماعی را عنوان علوم نرم داده اند که به زعم آنان فاقد دقت علمی است. حامیان اثبات گرایی بر تایید و فرا اثبات گرایی بر ابطال تاکید دارند

دو قطب مهم در علوم :

- ۱- طبیعت گرایی : معتقدند که باید از شیوه های پژوهش تجربی و اثبات گرایی در علوم اجتماعی بهره گرفت.
- ۲- ضد طبیعت گرایی : مدعی بودند که علوم اجتماعی ماهیتاً شیوه های خاص خود را می طلبد.

انتقادهای وارده بر دیدگاه اثبات گرایی

در سالهای اخیر انتقادهای شدیدی بر علیه کمی سازی به عنوان نشانه ی علمی بودن تحقیقات، به خصوص در علوم اجتماعی مطرح شده است. این انتقادات در دو مقوله ی کلی زیر قرار دارند: انتقادات درون پارادایمی و برون پارادایمی.

مشکلات درون پارادایمی اثبات گرایی :

- ۱- بی توجهی به زمینه یا بستر پدیده‌ها
- ۲- بی توجهی به معنا
- ۳- تعمیم ناپذیری تعمیم‌ها
- ۴- بی توجهی به کشف کنندگی در تحقیق

مشکلات برون پارادایمی اثبات گرایی :

- ۱- واقعیتها مبتنی بر نوعی چار چوب نظری اند: اگر پژوهش باید عینی باشد باید فرضیه ها به طرقی مطرح شوند که مستقل از واقعیات دال بر تایید یا رد آنها از جانب پژوهشگر باشند.
- ۲- مخدوش شدن تئوری: به عنوان مشکل استقرا نیز مشهور است.
- ۳- جدایی ارزشها و واقعیت ها
- ۴- ماهیت تعاملی پدیده مورد بررسی و محقق: اثبات گرایان معتقدند که محقق پدیده ها را آنطور که اتفاق می افتند مشاهده و ثبت می نماید از این رو عینیت در ثبت وقایع را مد نظر قرار می دهد. بر این اساس، اگر محقق، روش شناسی صحیحی مورد استفاده قرار می دهد نه بر پدیده تاثیر میگذارد و نه از آن تاثیر می پذیرد.

ماهیت پارادایم ها

مجموعه ایی از باورهای بنیادی است که اصول نهایی یا اولیه یک پژوهش را تعیین می کند. پارادایم نوعی جهان بینی است که ماهیت جهان، جایگاه فرد در آن و دامنه ی روابط احتمالی او نسبت به جهان و اجزا آن را مشخص می کند.

باورهای بنیادی پارادایم ها

واژه ی اثبات گرایی دلالت بر دیدگاه تخصصی دارد که بر گفتمان رسمی در علوم فیزیک و اجتماعی تاکید داشته و حدود ۴۰۰ سال بر این علوم غالب بوده است.

فرا اثبات گرایی پاسخی به انتقادهای وارده بر اثبات گرایی که به آن رئالیسم نیز گفته می شود. تئوری انتقادی بیانگر چندین مجموعه پارادایم جایگزین است که شامل نئومارکسیسم، فمینیسم، ماتریالیسم و پژوهش مشارکتی بوده است.

حوزه های فرعی تئوری انتقادی:

- ۱- فرا ساختار گرایی،
- ۲- پست مدرنیسم
- ۳- ترکیبی از دو مورد فوق

واژه ی ساخت گرایی بیانگر نوعی پارادایم است که پیش فرض آن حرکت از رئالیسم هستی شناسانه به نسبی گرایی هستی شناسانه است.

تحلیل درون پارادایمی

عناصر پارادایم	اثبات گرایی	فرااثبات گرایی	تئوری انتقادی	ساخت گرایی
هستی شناسی	رنالیسم طبیعی - واقعیت واقعی اما قابل درک .	رنالیسم انتقادی ، واقعیت واقعی اما فقط به صورت احتمالی و ناقص قابل درک .	رنالیسم تاریخی - واقعیت مجازی که ارزش های اجتماعی ، سیاسی ، فرهنگی ، اقتصادی ، اخلاقی ،... آن را احاطه کرده اند و در گذر زمان شفاف می شود .	نسبی گرایی - واقعیت ساخته شده خاص .
شناخت شناسی	دوگانه گرایی/عینیت گرایی؛ یافته ها صحیح اند .	دوگانه گرایی / عینیت گرایی اصلاح شده ؛ سنت و جامعه ی انتقادی ؛ یافته ها احتمالا صحیح اند .	تعاملی/ذهنی گرایی ؛ یافته های متأثر از ارزش ها .	تعاملی ذهنی گرایی ؛ یافته های خلق شده .
روش شناسی	تجربی ، کمی بالا دستکاری ؛ تاییدپذیری فرضیه ها ، استفاده از شیوه های کمی .	تجربه گرایی و دستکاری تعدیل شده ، تکثر انتقادی ؛ ابطال پذیری فرضیه ها ، ممکن است از شیوه های کیفی استفاده شود .	گفتگویی/بحث دیالکتیکی	هرمونتیکی و بحث دیالکتیکی

تحلیل میان پارادایمی

موضوع قابل بحث	اثبات گرایی	فرااثبات گرایی	تئوری انتقادی	ساخت گرایی
هدف پژوهش	تبیین : پیش بینی و کنترل		انتقاد و تحول ؛ جبران و رهایی	درک ؛ ایجاد سازه های جدید
ماهیت دانش	فرضیه های تایید شده به عنوان واقعیات یا قوانین در می آید.	فرضیه های باطل نشده ای که واقعیت ها یا قوانین احتمالی اند .	بینش های ساختاری تاریخی .	بازسازیهای فرد ؛ ائتلاف حول اجمال .
انباشت دانش	افزایش تدریجی بنای دانش ؛ تعمیم روابط علی - معمولی .		تجدید نظر تاریخی ؛ تعمیم پذیری از طریق مشابهت .	بازسازی های آگاهی بخش تر و دقیق تر ؛ تجربه نیابتی .
معیارهای کیفیت دانش	محک های متعارف و دقت علمی ؛ روایی درونی و برونی ، پایایی و عینیت		واقع شدگی تاریخی ؛ کاهش نا آگاهی	قابلیت اعتماد و صحت و سوء تفاهم ها
ارزشها	عاری از ارزش			ارزش مدار
اصول اخلاقی	گرایش به سوی فریب کاری		گرایش اخلاقی به سوی افشاء حقایق	حرکت به سوی افشاء گری؛
سازگاری		همسازی		ناهمسازی
استیلای پارادایمی	کنترل انتشارات یا وجوه مالی ، و ارتقاء ها			در پی کسب جایگاه

خلاصه فصل ۳

اولین ویژگی پژوهش در عمل روح مشارکتی حاکم بر آنست و پژوهشگر در این استراتژی از موضوع خود که پایگاهی بالاتر از موضوع فرد درگیر با مشکل است پائین آمده و می‌کوشد تا با همراه او مساله را شناسایی کرده راه حل یابی کرده و راه حلها را ارزیابی کند. برخی این استراتژی را مشارکت جو و بر مبنای همکاری نام نهادند. دومین ویژگی جنبه یادگیری در عمل این نوع پژوهش است.

پژوهشگران این نوع تحقیق معتقدند که نباید یک محیط را به اجزای کوچکتری تقسیم کرد بلکه می‌توان با تغییر فرآیندهای درون سازمان و مشاهدات اثرات این تغییرات فرآیندهای اجتماعی پیچیده را به بهترین نحو مورد مطالعه قرار داد. بنابراین پیش فرضهای کلیدی استراتژی اقدام پژوهشی عبارتند از:

- ۱- نمی‌توان برای بررسی محیطهای اجتماعی (نظیر سازمانها) آنها را به اجزا یا عناصر مختلف تقسیم و سپس به مطالعه آنها پرداخت.
- ۲- برای درک محیطهای اجتماعی باید به نوعی اقدام عملی در قالب تغییراتی مختلف دست زد و آثار آن اقدام را مورد پژوهش قرار داد.

اقدام پژوهی ریشه در فرااثبات گرایی که بخشی از تفسیرگرایی است. در واقع پژوهشگران در پدیده های تحت بررسی هم آنرا مشاهده می‌کنند و هم در تغییر آن مشارکت دارند. اقدام پژوهی به شیوه های مختلفی از جمله مشاوره در فرآیند، کارمیدانی بالینی، یادگیری در عمل و ... انجام می‌شود که چهار ویژگی مشترک دارند:

- ۱- تاکید بر اقدام عملی و تغییر
- ۲- تمرکز بر مشکل
- ۳- فرآیندی نظام مند و ارگانیک که مستلزم طی کردن مراحل نظامند بوده و در برخی موارد تکراری است.
- ۴- همکاری مبتنی بر اعتماد متقابل میان مشارکت کنندگان در پژوهش

چگونگی انجام اقدام پژوهی

لویین برای انجام اقدام پژوهی رویه زیر را پیشنهاد کرد:

- تعیین چرخه های تحلیل
- واقعیت یابی
- مفهوم سازی
- برنامه ریزی

راپوپورت اقدام پژوهی را چنین تعریف کرد:

هدف اقدام پژوهی پرداختن به مشکلات عملی افراد در وضعیتی است که در آن نوعی مشکل خاص وجود دارد و افزایش دانش اجتماعی از طریق همکاری مشترک توأم با احترام و اعتماد متقابل درون یک چارچوب اخلاقی ضروری می‌باشد.

سیر تکامل اقدام پژوهی

معرفی استراتژی اقدام پژوهی را به کرت لویین نسبت می‌دهند. به گفته لویین ویژگی عمده اقدام پژوهی تمرکز آن بر مشکلات و دست زدن به اقدامات عملی و بررسی اثرات این اقدامات از طریق درک ماهیت پویای تغییر و مطالعه آن تحت شرایط کنترل شده طبیعی است.

برخی از ویژگیهای اصلی اقدام پژوهی

- ۱- تقریباً همه صاحب‌نظران اقدام پژوهی را به عنوان چرخه ای تصور می کنند که عناصر اصلی آن عبارتند: برنامه ریزی، اقدام عملی، بازبینی یا بررسی نتایج اقدام عملی است.
- ۲- اقدام پژوهی عمدتاً کیفی است. پژوهش کیفی می تواند از قابلیت انعطاف بیشتری برخوردار باشد.
- ۳- اقدام پژوهی مستلزم مشارکت متقاضی تحول است در حقیقت اقدام پژوهی بر مشارکت تاکید دارد مشارکت می تواند به تعهد بیشتر نسبت به اقداماتی که با همکاری پژوهشگر و متقاضی تحول ایجاد کند منجر شود اگر افراد متقاضی تحول نسبت به تغییر متعهد شوند پیامدهای تغییر مطلوبتر خواهد بود و تحقق آن نتایج پیامدها ساده تر امکان پذیر خواهد بود.
- ۴- ترکیب رویکردهای مشارکتی کیفی و چرخه ای اقدام پژوهی را مزیتی دوچندان می بخشد که سایر شیوه های پژوهش از آن بی بهره اند.

محاسن و معایب اقدام پژوهی

محاسن

- اقدام پژوهی در جامعه بطور اعم و سازمان بطور اخص قابل استفاده است.
- هنگامی که اندیشه ورزان از اقدام پژوهشی استفاده می کنند در واقع توان بالقوه ای برای افزایش میزان یادگیری مستمر از تجارب خود در اختیار دارند.
- اقدام پژوهشی پیامدهایی در پی خواهد داشت که متقاضی تحول از آن بهره خواهد برد.
- اقدام پژوهشی معمولاً مشارکتی است، این امر دلالت بر رابطه ی بین پژوهشگر و متقاضی پژوهش آن دارد و از لحاظ اخلاقی این امر حائز توجه فراوان است.

معایب

- با انتظارات برخی از پژوهشگران مطابقت ندارد.
- بسیاری از محققان اطلاعات زیادی از آن ندارند زیرا تبحر و تخصص در آن زمان زیادی می برد.
- مطالعات کتابخانه ای در مورد اقدام پژوهی بسیار لازم است .
- تدوین گزارش اقدام پژوهی نسبت به سایر تحقیقات دشوارتر است.

مقایسه پژوهش تجربی، شبه تجربی و اقدام پژوهی

تحقیقات تجربی به علت دارا بودن ویژگیهای زیر می توانند تئوری های و فرضیه ها را به طور اصولی، مورد آزمون قرار دهند.

۱. در این نوع تحقیقات محقق می تواند آزمودنی ها را به شیوه ای اصولی یا تصادفی در دو گروه کنترل و آزمایش جای دهد.
۲. در این نوع تحقیقات محقق می تواند با دستکاری یک یا چند متغیر مستقل اثرات آنها را در متغیرهای وابسته مشاهده کند.
۳. در این نوع تحقیقات به علت دو ویژگی فوق پژوهش از طریق مداخله ی مستقیم پژوهشگر و معمولاً در محیطهای آزمایشگاهی صورت می گیرد.

هدف اصلی تحقیقات شبه تجربی نیز مانند تحقیقات تجربی تحلیل روابط علی بین متغیرهای وابسته است. در عین حال در پژوهش شبه تجربی، پژوهش در یک آزمایشگاه صورت نمی گیرد و محور تمرکز بر زندگی واقعی رویدادها آنطور که در طبیعت رخ می دهند است و آزمودنی ها بصورت سیستماتیک یا تصادفی به گروههای کنترل و آزمایش تخصیص داده نمی شود.

بطور خلاصه ویژگیهای رویکرد شبه تجربی عبارتند از:

- ۱- محیط تحقیق، طبیعی است تا آزمایشگاهی
- ۲- پژوهش در محیطهایی انجام می شود لذا یافته های پژوهش قابل تعمیم هستند.
- ۳- در مواردی استفاده می شود که بررسی روابط علی مستلزم دستکاری متغیر مستقل و با تخصیص آزمودنی در گروههای کنترل و آزمایش است ولی از لحاظ اخلاقی و عملی میسر نیست.

تحقیقات تجربی محض	تحقیقات شبه تجربی	اقدام پژوهی
مستلزم تحلیل مداخله ای مستقیم پژوهشگر است	مستلزم تحلیل رویدادهایی است که بدون مداخله ای پژوهشگر بطور طبیعی رخ می دهند	مستلزم تحلیل مداخله های مستقیم پژوهشگر است .
تغییر در متغیر مستقل به وسیله دستکاری پژوهشگر انجام می شود.	تغییر در متغیر مستقل به صورت طبیعی صورت می گیرد	تغییر در متغیر مستقل به وسیله اقدامهای پژوهشگر انجام می شود.
مستلزم پیش و پس از موزن اندازه گیری و مقایسه ی متغیر مستقل در گروه کنترل آزمایش است.	مستلزم پیش پس از موزن اندازه گیری و مقایسه متغیر مستقل در گروه آزمایش و کنترل است.	مستلزم پیش و مقایسه ی متغیر وابسته در گروه آزمایش است. ایجاد گروه کنترل به علت مشکل زا بودن آن در محیط پژوهش ممکن است میسر باشد یا نباشد.
مستلزم کنترل کیفی بر متغیرهای بی ربط از طریق همتا سازی گروههای آزمایش و کنترل است	چون مستلزم تحلیل رویتائهایی است که به صورت طبیعی رخ می دهند از این رو همتا سازی گروهها دشوار است در حقیقت گروههای کنترل و آزمایش در قالب تغییر متغیر مستقل تعیین می شود و نمی توانند بطور واقعی همتا شوند.	چون دستکاری متغیر مستقل به وسیله اقدامات پژوهشگر انجام می شود تعیین پیشاپیش گروههای کنترل و آزمایش گاهی اوقات میسر است. در عین حال همتا سازی کامل آنها دشوار است چون گروهها به طور معمول به صورت طبیعی انتخاب می شود.
از روایی درونی بالایی برخوردار است	روایی اکوژیک بالایی برخوردار است. واز مشکلات مرتبط با واقعیت های مصنوعی آزمایشی پرهیز می کند و جامعه ی اماری آن روایی بالایی دارد.	از روایی بالایی اکولوژیک برخوردار است واز ساختن واقعیت های مصنوعی پرهیز می کند
روایی اکولوژیک پایین است و غالباً روایی جامعه نیز محدود است.	کنترل متغیرهای بی ربط از دست می رود.	روایی جامعه به آزمودنی های در گیر در تحقیق محدود می شود و کنترل متغیرهای بی ربط از دست می رود.

مقایسه اقدام پژوهی، پژوهش بنیادی و مشاوره

به اعتقاد راپورت اهداف اقدام پژوهی عبارتند از:

- ۱- مشارکت در حل مسائل با مشکلات افراد در یک وضعیت مشکل دار اضطراری
- ۲- افزایش دانش علم الاجتماع از راه همکاری مبتنی بر اعتماد متقابل پژوهشگر و مراجع درون یک چارچوب اخلاقی قابل قبول طرفین

تفاوت بنیادی بین اقدام پژوهی و دیگر تحقیقات در رابطه تنگاتنگ مبتنی بر اعتماد متقابل بین پژوهشگر و مراجع نهفته است زیرا در هر مرحله از توالی اقدام پژوهی، نوعی توافق کامل وجود دارد.

مرحله اقدام عملی در اقدام پژوهی در حیطه اختیار مراجع است ولی با حمایت پژوهشگر انجام میشود اما برنامه اقدام عملی بصورتی مشترک با توافق طرفین انجام می شود و معمولاً قابل انتشار است ولی در فرآیند مشاوره ای مشاور اقدامی را تجویز می کند و نتایج قابل انتشار نیست.

نتیجه گیری:

اندیشمندان بر ناکارآمدی شیوه های کمی در شناخت انسان و پدیده های مرتبط با انسان تاکید دارند. سازمان ها به عنوان پدیده ای اجتماعی متأثر از اعمال و نیت انسان است.

اقدام پژوهی به عنوان یکی از رویکرد های پژوهش کیفی می تواند ضمن افزودن بر دانش نظری علم مدیریت به حل مشکلات سازمان ها نیز کمک کند. عدم تبحر بر انجام این نوع پژوهش باعث شده است که در جهان به طور اعم و در ایران به طور اخص نسبت به این رویکرد توجه چندانی مبذول نشود. در عین حال به نظر می رسد که این رویکرد نسبت به سایر رویکردها در سازمان ها نتایج ملموس تری در پی خواهد داشت. از این رو اندیشمندان مدیریت در ایران با هر گرایش مدیریتی باید نسبت به این رویکرد آگاهی نسبی داشته یافته واز این طریق گامی در راه توسعه و بهبود نظام مدیریتی کشور بردارند.

فصل چهارم

استراتژی مورد پژوهی در مطالعات سازمان و مدیریت

مطالعات موردی از لحاظ نظری می توانند جالب باشند و اطلاعات غنی ای ارائه دهند از این رو تحلیل نقاط ضعف و قوت آنها و همین طور ارائه رهنمودی عملی در مورد نحوه انجام آنها حائز اهمیت است.

مطالعه موردی چیست؟ تحقیقات موردی شامل نوعی بررسی تفصیلی از یک یا چند سازمان یا از گروه های درون سازمانی است که به هدف ارائه ی تحلیلی از زمینه و فرآیند های دخیل در پدیده مورد بررسی انجام می شود. رویکرد مطالعات موردی یک شیوه یا روش نیست بلکه نوعی استراتژی پژوهشی است. درون این استراتژی روشها یا شیوه های متعددی مورد استفاده قرار می گیرند و ممکن است این روش ها کمی، کیفی یا هر دو باشند، یکی از این فنون مشاهده مشارکتی است و فنون دیگر مصاحبه با مطلعین در سازمان است در کنار مصاحبه و مشاهده می توان از پرسشنامه نیز استفاده کرد، گاهی اوقات ترکیبی از این فنون و شیوه ها استفاده می شود. اضافه بر این فنون یا شیوه ها از منابع اطلاعاتی دیگری که درون سازمان وجود دارد نیز بهره می گیرند مانند تحلیل اسناد شرکت، حضور در جلسات و ...

بین مصاحبه هایی که در یک مطالعه موردی انجام می شود و مصاحبه هایی که در یک پیمایش صورت می گیرد تفاوتی وجود دارد ولی در مطالعه موردی مصاحبه های بیشتر برای بررسی عمیق شرایط خاص سازمان و رابطه بین رفتار سازمانی و

بستر خاص آن استفاده می شود، در حالی که در مصاحبه های پیمایشی تاکید بر مقایسه های پدیده ای از قبل تعیین شده بین سازمان هاست.

مطالعات موردی کمتر استفاده می شوند شاید یکی از دلایل آن این باشد که به نیروی کار پژوهشی زیادی نیاز دارد و همچنین دشوار است که با چهار چوب استاندارد معمول پژوهشی مطابقت داشته باشد.

سوال هایی که می تواند کاربرد مطالعه موردی را نشان دهد:

نقطه قوت مطالعه موردی در توانایی آن برای بررسی فرآیند های اجتماعی آن طور که در سازمان ها رخ می دهد ، نهفته است. پژوهشگر با استفاده از فنون و شیوه های متعدد و غالباً کیفی از جمله مشاهده می تواند نکات بیشتری را نسبت به استراتژی دیگر مانند پیمایش در مورد فرآیند بیآموزد. با استفاده از مطالعه موردی می توان از کنش ها و معانی مختلفی که درون سازمان ها اتفاق می افتد یا شکل می گیرند، تحلیل های فرآیندی، زمینه ای و عموماً دوره ای (طولی) به عمل آورد. به علت ماهیت نامحدود جمع آوری اطلاعات، بررسی عمیق فرآیند ها میسر می شود این شیوه با استراتژی پیمایش در تقابل است زیرا در آن استراتژی اگر چه می توان به روابط بین متغیر ها پی برد ولی درک فرآیند هایی که فرای این روابط و یا همبستگی ها وجود دارد، میسر نیست. زمانی که درک فرآیند های اجتماعی در بستر سازمانی و محیطی اشان حائز اهمیت است ، استفاده از مطالعات موردی مفید می باشد.

مطالعه موردی: طرح پژوهش

یک مطالعه موردی که نتیجه هفته ها و سالها کار یک پژوهشگر در یک سازمان است ، می تواند اطلاعات ارزشمندی

در مورد سوال پژوهش ارائه دهد . اگر کمبود منابع یا نبود فرصت امکان یک مطالعه وسیع را نمی دهد ، مطالعه موردی ممکن است تنها راهکار پژوهش باشد. در جاهایی که انجام تنها یک مطالعه موردی میسر است ، بهتر است درون آن مورد به مجموعه ای از مقابله ها یا مقایسه ها پرداخت. یک طرح پژوهشی مفید می تواند هم از مطالعه موردی و هم از سایر استراتژی های پژوهشی استفاده کند.

انجام پژوهش موردی

در این بخش به برخی از مراحل و برنامه های عملی مورد نیاز برای انجام یک پژوهش موردی می پردازیم.

انتخاب مورد برای مطالعه

انجام مطالعه موردی ممکن است برنامه ریزی شده یا تصادفا صورت گیرد (فرصتی پیش آمده که آن پژوهش موردی انجام شده است .) اما پژوهشگر باید بداند چه سازمانی با معیارهای پژوهش وی همخوانی دارد.

با مقایسه سازمان های صنعتی، دانشگاهی و سایر مراکز می توان جامعه پژوهشی خود را تعیین کرد و سپس مورد ها را برگزید. مصاحبه با نمایندگان کارفرمایان یا اتحادیه های تجاری محلی می تواند در یافتن مورد های مناسب در سازمان های خاص مفید باشد. مصاحبه با دانشگاهیان و خواندن مجلات تخصصی و تجاری نیز مفید است .

دسترسی به موضع پژوهش

اگر سازمان یا صنعت نسبت به شما شناخت دارد ، موقعیت خوبی در سازمان دارید. برای این کار دو راه وجود دارد. راه اول این است که شخص ثالثی شما را معرفی کند ، راه دوم مصاحبه با مدیر ارشد پرسنلی در سازمانی است که فکر می کنید مناسب مطالعه موردی شماست ، تعیین کسانی که نسبت به پژوهش سازمانی شما به نحوی حمایت کنند، حائز اهمیت است.

دست یابی به منبع اطلاعاتی برای پژوهش یک چیز است و حفظ آن مستلزم نوعی توجه مداوم است، گزارش دهی مرتب و بحث با ضامن و متولی اصلی پژوهش در سازمان می تواند مفید باشد.

انتخاب یک چهار چوب نظری

با توجه به وضعیت پیشینه پژوهش در حوزه مطالعه، محور اولیه مطالعه ی موردی ممکن است بسیار وسیع باشد. در عین حال برای اجتناب از خطر غرق شدن در اطلاعات یا محدود نگری، به جای تئوری سازی، تدوین یک ساختار برای مطالعه ضروری است چون استراتژی مطالعه موردی با بررسی موشکافانه موضوعات به صورت عمیق سازگاری دارد و منجر به ایجاد حوزه های جدید می شود چهار چوب اولیه ممکن است چهار چوب پایایی برای مطالعه نباشد.

گردآوری نظامند داده ها

با توجه به منابع متنوع اطلاعاتی بالقوه مورد دسترسی پژوهشگر پژوهشگر چگونه باید کار را آغاز کند. نخستین استراتژی ممکن است نوعی بررسی اجمالی از ساختار و کارکرد سازمان باشد برای این کار پژوهشگر ممکن است مصاحبه کند، گشت و گذاری در اطراف سازمان و دیدن جریان کار و مشاهده کارها می تواند ارزشمند باشد. در برخی مواقع شما باید تصمیم به توقف جمع آوری اطلاعات بیشتر بگیرید نقطه اشباع وقتی حاصل می شود که احساس می کنید دانش یا ایده های جدیدی در مورد محور مطالعه تان کسب نمی کنید. باید به طور کامل در سازمان حضور مداوم داشته باشید و مشاهده گری مشارکت جو باشید تا اطلاعات کامل بدست آورید. باید در حین مصاحبه یادداشت برداری کنید.

تحلیل داده ها

نحوه تفسیر داده ها و نتیجه گیری از آنها بخشی از پژوهش است که در روش پژوهش بخوبی توصیف می شود. تحلیل داده ها و جمع آوری داده ها در یک فرآیند چرخه ای با یکدیگر ایجاد می شوند. استفاده از جداول برای جست و جوی الگو ها یا گروه بندی موضوعات مشابه، به بررسی داده ها کمک می کند.

در نهایت تحلیل داده ها با مراجعه به ادبیات موجود و استفاده از آنها برای طرح سوالاتی در مورد این که آیا یافته های پژوهشگر با پژوهش واقعی سازگار است یا خیر، افزایش داده می شود. باید منابع مختلف بررسی شود و این امر باعث تئوری آفرینی شود.

پایان مطالعه موردی

وقتی داده های اطلاعاتی را به حد کافی جمع آوری کردید مطالعه موردی پایان می یابد. در این مرحله باید برنامه ریزی شود که با داده ها چه کار کنید و چقدر زمان طول می کشد تا نتایج حاصل شود، ممکن است بخواهید در مورد یافته ها به سازمان گزارش دهید یا به سازمان فرصت بازبینی دهید که آیا اجازه انتشار این یافته ها را دارید یا نه.

تعمیم پذیری و مطالعات موردی

وقتی داده ها جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت چگونه می توان یافته های مطالعه موردی را به رفتار یا فایده های سازمان تعمیم داد. برای یک پژوهشگر کمی تعمیم پذیری از طریق فنونی مانند اندازه نمونه، چار چوب نمونه گیری و غیره پژوهشگر می شود. ایده آن است که اگر نمونه معرف جامعه باشد می تواند یافته های نمونه را به جامعه تعمیم داد. این شیوه یکی از جنبه های مهم تعمیم پذیری است اما دشواری هایی نیز دارد. پژوهشگر با استفاده از رویکرد کمی می تواند فقط نمونه را به جامعه تعمیم دهد. ادعا نمی شود که تعمیم پذیری بر مبنای مطالعات موردی ساده تر یا آسان تر است بلکه مدعی هستیم که وقتی نمونه مانند مطالعات کمی معرف جامعه نباشد، تعمیم پذیری دشوار است. چون وقتی جامعه نامتجانس است

و فرآیند ها روشن و واضح هستند ، فنون مطرح شده نمی تواند تعمیم پذیری را صورت دهند. در چنین مواردی مطالعات موردی می تواند مفید باشد بررسی مفصل فرآیند ها در بستر خاص خود فرآیند هایی را آشکار می سازد که می تواند به عنوان اصول کلی آن سازمان مطرح شود

در تعمیم پذیری بر مبنای اطلاعات موردی، استفاده از پیشینه موجود برای ارزیابی میزان تعمیم پذیری یافته ها حائز اهمیت است. جاهایی که پژوهشگر به انجام بیش از یک مطالعه موردی می پردازد، اعتماد به یافته ها بیشتر می شود.

نتیجه گیری

پژوهش موردی نوعی فعالیت پژوهشی است که دامنه ای از شیوه ها و فنون پژوهش را در بر می گیرد و از لحاظ میزان درگیری در کارکرد سازمانی از درجات و سطوح مختلفی برخوردار است و ممکن است به صورت تک موردی یا چند موردی رخ دهد و داد های مختلفی از جمله داده های کمی و کیفی را در بر داشته باشد.

در پژوهش موردی ایجاد یک چارچوب مفهومی ضروری است حتی اگر پژوهشگر بداند که چارچوب مفهومی ممکن است در گذر بدست آوردن داد ها تغییر کند . هر چه تجربه بیشتر باشد اعتماد به تعمیم پذیری بر مبنای مطالعات موردی افزوده می شود.

فصل پنجم

استراتژی قوم نگاری و مطالعات سازمان و مدیریت

قوم نگاری یا مردم نگاری به معنای "نوشتن درباره شیوه زندگی یک قوم یا اجتماع" است. این استراتژی پژوهش را "بررسی میدانی" و یا حتی "کار میدانی" نیز می نامند.

مردم نگاری به ساده ترین مفهوم آن، مستلزم این است که پژوهشگر شیوه ی زندگی یک گروه از مردم را توصیف کند.

مردم نگاری و نحوه تکامل آن:

رویکرد مردم نگاری بر انسان شناسی استوار است و به پژوهشگر اجازه میدهد برای تعیین الگوی مشاهده شده فعالیت انسان از دانش اجتماعی و مشترک مشارکت کنندگان در پژوهش استفاده کند. ویژگی کلیدی رویکرد مردم نگارانه تمرکز بر شیوه های طبیعت گرایانه ی تحقیق، نظیر مشاهده مشارکتی درون نوعی چارچوب استقرایی از قبل تدوین شده است.

در مردم نگاری محور یا کانون توجه شیوه ای است که از آن طریق افراد به شیوه منظم و قابل مشاهده با هم تعامل و تشریک مساعی می کنند. چنین مسئله ای مستلزم حضور فیزیکی و مداوم در دوره ای طولانی مدت است و متضمن مشاهده مستقیم برخی از اعضای سازمان در حین فعالیت هایشان است. برخی از انسان شناسان برای درک جوامع اولیه این دیدگاه را مطرح می کنند که هدف از مردم نگاری آن است که به مشابه عضوی از فرهنگ آن جوامع، احساس و فکر کرد و هم زمان از جذب شدن به فرهنگ آن جوامع پرهیز کرد و به عنوان پژوهشگر باقی ماند. اگرچه ممکن است از شیوه های مختلف جمع آوری اطلاعات استفاده شود ولی پژوهشگران مردم نگاری بیشتر بر مشاهده و مصاحبه نیمه ساختار یافته تاکید دارند تا پیمایش و بررسی اسناد و مدارک. در عین حال هر دو مجموعه بصورت مکمل در مطالعات مردم نگاری به کار می روند.

مشاهده مشارکتی و غیر مشارکتی:

اگر پژوهشگر بخواهد به طور عمیق در محیط اجتماعی نفوذ کند نقش مشارکت کامل در زندگی روزمره آزمودنی ها به خود میگیرد ولی اگر در پی آن باشد که فقط رویدادها و فرآیندها را مشاهده کند و از درگیر شدن در تعاملات با آزمودنی ها اجتناب کند، نقش مشاهده غیر مشارکتی را ایفا میکند.

در جاهایی که پدیده مورد بررسی محل جدل است یا جنبه محرمانه دارد، مشاهده مشارکتی ممکن است تنها ابزار معتبر پی بردن به آنچه بطور واقعی در حال رخ دادن است باشد.

مشاهده آشکار و پنهان:

این دو نوع مشاهده به این نکته اشاره دارد که آیا آزمودنی ها از حضور پژوهشگر آگاه هستند یا اینکه هدف واقعی مشاهده گر مخفی است. در استفاده از مشاهده پنهان دو مبنای عمده وجود دارد. ۱- استدلال میشود اگر افراد بدانند که تحت مشاهده هستند بطور کاملاً متفاوت رفتار می کنند. ۲- اجتناب از تحمیل چاقوب ذهنی منحصر به فرد پژوهشگر بر داده ها دو گزینه بسیار مهم که پژوهشگر در آغاز کار میدانی مد نظر قرار دهد میزان مخفی نگه داشتن پژوهش و پژوهشگر و میزان تعامل با اعضا از طرق ایفای نقش در سازمان است.

مشاهده مستقیم و غیر مستقیم:

مشاهده ی مستقیم در مردم نگاری حائز اهمیت است و در چنین شیوه ای پژوهشگر بطور مستقیم رفتار آزمودنی ها را مشاهده و به سخنان آنها گوش قرار می دهد. ولی مردم نگار ممکن است برای دسترسی به اطلاعات اولیه به مشاهده غیر مستقیم یک رویداد بپردازد که بوسیله یک شخص مطلع بصورت شفاهی یا نوشتاری به وی داده می شود.

دسترسی به آزمودنی ها :

در آغاز پژوهش مردم نگاری، مسئله دسترسی به آزمودنی ها بسیار مهم است. توصیف شیوه های دسترسی نیز در ابتدای پژوهش بسیار دشوار است. دسترسی به آزمودنی ها تحت تاثیر نوع رویکرد به مطالعه پدیده مورد بررسی قرار می گیرد.

مراحل پژوهش مردم نگاری:

با وجود آنکه مراحل پژوهش مردم نگاری و تفکیک آنها از یکدیگر بطور قطعی امکانپذیر نیست اما با وجود اینهمه در این نوع پژوهش نیز میتوان مراحل را تشخیص داد.

۱- گزینش موضوع مورد بررسی :

در پژوهش مردم نگاری نیز مانند هر پژوهش دیگر، نخست باید در مورد گزینش موضوع و گروه مورد بررسی تصمیم گیری کرد. این گزینش معمولاً بر مبنای علایق گسترده تر و کنجکاوی بنیادی پژوهشگر انجام میگیرد و در این مرحله، میان فرضهای نظری، علایق پژوهشگر و روش های پژوهش معمولاً تاثیر و تاثر متقابلی برقرار است.

۲- بازبینی نوشته ها و مدارک:

این مرحله در پژوهش مردم نگاری نیز، مانند هر پژوهش دیگر اهمیت دارد.

۳- پیوستن به گروه مورد بررسی

پس از انتخاب گروه یا نهاد و موسسه ی مورد بررسی، پژوهشگر باید در این باره تصمیم بگیرد که درباره ی هدف بررسی چه توضیحی را باید به بررسی شنوندگان بدهد. آیا باید به آنها آشکارا بگوید که میخواهد بررسی شان کند و یا نقش دیگری را به خود ببندد و به ظاهر هدف دیگری را دنبال کند و آنها را هرگز از هدف خود آگاه نکند.

بعضی افراد این کار را غیر اخلاقی می دانند درحالیکه، در برخی موارد صرف حضور یک پژوهشگر شناخته شده ممکن است رفتار طبیعی گروه مورد بررسی را مختل کند و برای همین است که در این موارد از روش بررسی غیر آشکارا استفاده می شود.

۴- نخستین مرحله ی پژوهش

پس از دسترسی به گروه یا نهاد مورد بررسی، پژوهشگر نخستین مرحله از پژوهش واقعی را آغاز می کند. در این مرحله، او فعالیت های بسیار گسترده ای را انجام میدهد و سعی می کند که تا آنجا که ممکن است بدون تعصب و با ذهنی پذیرا عمل کند و همه الگوهایی را که پدیدار می شود را ببیند. پژوهشگر ها با هر کسی دیگری که به به یک گروه وارد می شود و سعی می کند مورد پذیرش اعضای گروه قرار بگیرد، چندان تفاوتی ندارد.

همه ی پژوهشگران اعتقاد دارند که در این مرحله، جلب توجه نکردن بسیار مهم است. یکی دیگر از مهم ترین تفاوت های میان پژوهشگران و یک عضو جدید و معمولی یک گروه اجتماعی این است که پژوهشگر باید هر چیزی را که میبیند و هر ادراکی را به دقت و جزء به جزء یادداشت و ثبت کند. این کار را میتوان هر زمانی انجام داد ولی هرچه زودتر ثبت شود، بهتر است.

۵- مرحله میانی پژوهش

به موازات پیشرفت تحقیق، اندیشه های پژوهشگر نیز روشن تر می شود. در این مرحله پژوهشگر آغاز به برقراری ارتباط با مردم میکند و با برخی از افراد بومی به عنوان اطلاع دهندگان اصلی ارتباط برقرار می کند و از وجود آنها اطلاع پیدا میکند و از وجود آنها در پژوهش بهره می جوید. اطلاع دهندگان اصلی معمولاً همان کسانی هستند که دسترسی پژوهشگر به گروه مورد بررسی اش را امکان پذیر می سازد و تقریباً نقش یک دستیار پژوهشی را بازی می کنند.

یک پژوهشگر مردم نگار باید مرزهایی را که غالباً برای یک بیگانه وجود دارد پشت سر بگذارد و جهت فهم راستین و موفق محیط تحقیقش کار کند.

۶- مرحله نهایی پژوهش

در آخرین مرحله ی تحقیق پژوهشگر در موقعیتی است که می تواند اندیشه هایش را به آزمون کشد و الگوهای رفتاری را تشخیص دهد. در این مرحله است که صورت نهایی گزارش مردم نگاری شروع به شکل گیری میکند و پژوهشگر باید گروه مورد بررسی اش را ترک کند.

این مرحله گزارش پژوهشی را نیز شامل می شود. افرادی که مورد بررسی قرار گرفته اند شاید علاقه مند باشند ببینند که درباره شان چه چیزی نوشته شده است، و همین امر ممکن است بر شیوه نگارش پژوهشگر تاثیر گذارد .

فصل ششم

استراتژی تئوری مفهوم سازی بنیادی در مطالعات سازمان و مدیریت

تئوری مفهوم سازی بنیادی، یکی از استراتژی های پژوهش محسوب می شود که از طریق آن تئوری بر مبنای مفاهیم اصلی حاصل از داده ها، شکل می گیرد. این استراتژی پژوهش بر سه عنصر: مفاهیم، مقوله ها (طبقه ها)، قضیه ها (فرضیه ها) استوار است. استراوس و کاربین این تئوری را به شرح زیر تعریف می کند: "تئوری مفهوم سازی بنیادی نوعی استراتژی کیفی است که برای تئوری در مورد یک پدیده به صورت استقرایی، مجموعه ای سیستماتیک از رویه ها را به کار می برد." هدف عمده ی این تئوری تبیین یک پدیده از طریق مشخص کردن عناصر کلیدی آن پدیده و سپس طبقه بندی روابط این عناصر و فرایند آن پدیده است. به عبارت دیگر، هدف آن حرکت از جزء به کل، بدون از دست دادن توجه به محور اصلی بررسی است.

در تئوری مفهوم سازی بنیادی جمع آوری داده ها، تحلیل و شکل گیری تئوری با یکدیگر ارتباط متقابل دارند و این تئوری برای تحقق این امر، رویه های مشخصی را با هم به کار می برد. از این رو، بر اساس این تئوری، فرآیند پرسیدن سوالات و انجام مقایسه ها به تفصیل بیان می شود. به گونه ای که سوالات پژوهش باید باز و کلی باشد و به شکل فرضیه خاص نباشد. در فرایند تحلیل تئوری مفهوم سازی بنیادی سه فرآیند همپوش وجود دارد که رویه های نمونه گیری بر اساس آنها انتخاب می شود: کد گذاری باز، کد گذاری محوری، کد گذاری انتخابی.

از آنجا که تئوری مفهوم سازی بنیادی نوعی روش شناسی عمومی است، یعنی شیوه ای برای تفکر و مفهوم سازی داده ها است این روش رشد چشمگیری داشت. به گونه ای که نخستین بار توسط گلاسرو استراوس سه هدف برای تئوری مفهوم سازی بنیادی در کتاب خود در نظر داشتند: هدف نخست ارایه مبنا برای تئوریهایی که بنیادی بودند. هدف دوم ارائه منطق و گونه های تئوری بود. هدف سوم مشروعیت بخشی به پژوهش های کیفی دقیق بود.

شباهت و تفاوت تئوری مفهوم سازی بنیادی نسبت به سایر روش شناسی های کیفی

شباهت:

- ۱- منبع جمع آوری داده ها مشابهند.
 - ۲- پژوهشگران تئوری مفهوم سازی بنیادی می توانند مانند پژوهشگران کیفی از داده های کمی یا ترکیب فنون تحلیل کمی و کیفی بهره برداری کنند.
 - ۳- حامیان این روش مانند بسیاری از دیگر محققان، برخی از اشکال علم الاجتماع را مطلوب و ممکن می دانند.
 - ۴- نظریه پردازان تئوری مفهوم سازی بنیادی مانند دیگر پژوهشگران کیفی، کانون های معمول علمی را به هدف مطالعه رفتار انسان تعریف مجدد کرده اند.
 - ۵- این روش مانند سایر روش ها بر تفسیر آنچه مشاهده، شنیده و یا خوانده می شود، تاکید دارد.
- تفاوت: تفاوت عمده بین این روش شناسی و دیگر رویکردها نسبت به پژوهش کیفی، تاکید آن بر شکل دهی یا تدوین تئوری است.

اجزاء تئوری مفهوم سازی بنیادی

تئوری مفهوم سازی بنیادی دارای سه رکن اساسی است:

۱- مفاهیم: مفاهیم واحد های بنیادی تحلیل است زیرا تئوری از طریق مفهوم سازی داده هاشکل می گیرد نه داده های عینی. تئوری ها را نمی توان براساس رویدادهای واقعی گزارش داد، بلکه باید از شاخص های بالقوه آن استفاده کرد تا بتوان براساس آنها به رویدادها عناوین مفهومی داد.

۲- مقوله ها: ترکیب یا کنار هم قرار گرفتن چند مفهوم تشکیل یک مقوله یا طبقه می دهند. مقوله ها شالوده های تدوین تئوری اند. آنها ابزاری را فراهم می کنند که بدان وسیله تئوری می تواند انسجام پیدا کند.

۳- قضیه ها: بیانگر روابط تعمیم یافته بین یک مقوله و مفاهیم آن و بین مقوله های معین است. قضیه ها متضمن روابط مفهومی است.

به عنوان مثال اگر پاسخ دهنده به پژوهشگر گوید که من فعالیت هایم را هر روز بین کار های اداری و دیدار با دوستان انجام می دهم پژوهشگر از آن به مفهوم "زمان بندی" اشاره می کند. علاوه بر این مفهوم پژوهشگر می تواند از مفاهیمی چون زمان شناسی، تقسیم وظایف یاد کند که همه این مفاهیم تحت عنوان مقوله "استراتژی فرد برای جلوگیری از اتلاف وقت" می باشد. تئوری بنیادی به صورت قیاسی شکل نمی گیرد که بعداً مورد آزمون قرار گیرد بلکه به صورت استقرایی از مطالعه پدیده مشتق می شود. یعنی از طریق جمع آوری نظامند داده ها و تحلیل داده های مربوط به آن پدیده کشف، خلق و موقتاً تایید می شود. بنابراین جمع آوری و تحلیل داده ها و تئوری باید ریشه در روابط متقابل دو سویه با یکدیگر داشته باشد.

فرآیند تدوین تئوری مفهوم سازی بنیادی

برای تدوین تئوری بنیادی پنج مرحله تحلیلی (نه الزاماً متوالی) وجود دارد:

۱- طرح پژوهش ۲- جمع آوری داده ها ۳- تنظیم داده ها ۴- تحلیل داده ها ۵- مقایسه با متون.

درون این مراحل، نه روش یا گام دنبال می شود. که به صورت زیر دسته بندی می شود:

مرحله طرح و پژوهش (گام ۱: مروری بر متون تخصصی. گام ۲: انتخاب مورد(ها))

مرحله جمع آوری داده ها (گام ۳: تدوین پروتکل دقیق جمع آوری داده ها. گام ۴: ورود به میدان تحقیق)

مرحله تنظیم داده ها (گام ۵: تنظیم داده ها)

مرحله تحلیل داده ها (گام ۶: تحلیل داده های مربوط به مورد نخست. گام ۷: نمونه گیری نظری. گام ۸: پایان فرایند)

مرحله مقایسه متون: (گام ۹: مقایسه تئوری در حال ظهور یا شکل گیری با متون موجود)

این مراحل و گام ها بر اساس چهار معیار، کیفیت پژوهش یعنی روایی سازه، روایی درونی، روایی برونی و پایایی مورد ارزیابی قرار می گیرد. روایی سازه از طریق تدوین واضح رویه های عملیاتی مشخص، افزایش داده می شود. روایی درونی از طریق ایجاد روابط علی که بدان وسیله شرایط خاصی منجر به شرایط دیگر می شود و روابط مصنوعی حفظ می گردد، افزایش داده می شود. روایی برونی مستلزم شکل دهی قلمرویی است که یافته های پژوهش بتواند در آن تعمیم داده شود. پایایی مستلزم آن است که عملیات تحقیق، نظیر رویه های جمع آوری داده ها بتواند با نتایج مشابه تکرار شود.

مرحله طرح پژوهش:

آقای اسمیت طرح پژوهش را به عنوان پیکره بندی کلی یک تحقیق می داند. همان طور که اشاره شد اولین گام در طرح تحقیق تعریف سوال های اصلی پژوهش است که باید این سوالات دقیق باشد تا بتواند پژوهش را در مسیر خاصی قرار دهد.

یکی از منابع مناسب سوال های پژوهشی در مطالعات تئوری مفهوم سازی بنیادی، متون فنی، نظیر گزارش های مطالعات پژوهشی و مقاله های نظری و فلسفی می باشد. در گام بعدی، طرح پژوهش و گام دوم انتخاب واحد های اصلی داده ها در این تحقیق می باشد. این انتخاب بر اساس اصل نمونه گیری نظری انجام می شود. یعنی جمع آوری داده ها به گونه ای است که تحلیل گر به طور همزمان داده های خود را جمع آوری، کد گذاری و تحلیل می کند.

در خلال جمع آوری داده های اولیه زمانی که "مقوله ها" در حال ظهور اند، مجموعه ای از اطلاعات مفید و عمیقی نیاز است تا نمونه گیری نظری از کفایت نظری مناسبی برخوردار باشد. وقتی کفایت نظری حاصل می شود، که هیچ نوع داده های نظری یافت نشود که پژوهشگر بتواند به وسیله آن خواص یا ویژگی های یک مقوله را تدوین کند. زمانی که یک مقوله از کفایت برخوردار شد پژوهشگر سراغ مقوله های دیگر می رود. بنابراین نمونه گیری نظری در قالب عملی به دو فعالیت نمونه گیری تبدیل می شود ابتدا مورد اولیه انتخاب می شود و سپس بر مبنای تحلیل داده های مرتبط با آن مورد، مورد های اضافی انتخاب می شود. بر اساس اصل نمونه گیری نظری، هر کدام از موردهای اضافی باید به تحقق اهداف خاص درون حیطه ی کلی پژوهش کمک کند. در این زمینه سه راهکار مطرح می شود:

الف) برای شکل گیری مقوله های نظری و بسط تئوری در حال ظهور یک "مورد" انتخاب کنید و یا

ب) برای تکرار پذیری مورد قبلی و آزمون تئوری در حال ظهور یک مورد را انتخاب کنید و یا

ج) موردی را انتخاب کنید که قطب مخالف بسط تئوری در حال ظهور است.

از لحاظ منطقی این گفته دلالت بر آن دارد که هر مورد اضافی باید چنان با دقت انتخاب شود که نتایج مشابه تولید کند (تکرار پذیری لغوی) (الف و ب) یا نتیجه متضاد تولید کند اما بر اساس دلیل قابل پیش بینی (تکرار پذیری نظری) (ج).

مرحله گردآوری داده ها

در تئوری مفهوم سازی بنیادی از منابع اطلاعاتی متعددی برای بررسی یک پدیده استفاده خواهد شد. در نمونه گیری نظری نه یک نوع داده در مورد مقوله و نه یک نوع خاص تکنیک برای جمع آوری داده ها ضرورتاً مناسب است. پژوهش مطالعه ی موردی می تواند فقط از داده های کمی، کیفی و یا هر دو استفاده کند. در عین حال ترکیب انواع داده ها می تواند باعث افزایش هم افزایی (کثرت گرایی در داده ها) گردد و بدین ترتیب استفاده از منابع چندگانه داده ها، روایی سازه و پایایی را افزایش می دهد. پایایی نیز از طریق آماده کردن نوعی پایگاه داده ای مطالعه موردی توسط پژوهشگر که نوعی خزانه رسمی مدارک و شواهد است، افزایش می یابد. در نمونه گیری داده ها باید به صورت همزمان جمع آوری و تحلیل شوند.

مرحله تنظیم داده ها

داده ها به صورت تقویمی تنظیم می شود. تنظیم داده ها بر اساس ترتیب وقوع زمانی به پژوهشگر اجازه می دهد تا رویداد های علی را در گذر زمان تعیین کند. در عین حال، بر خلاف بیشتر رویکردهای سری زمانی، این ترتیب زمانی باید بسیاری از انواع مختلف متغیر ها را تحت پوشش قرار دهد و به یک متغیر وابسته و مستقل محدود نشود.

مرحله تحلیل داده ها

تحلیل داده ها محور اصلی پژوهش تئوری پردازی مبتنی بر داده ها است. فرایند تحلیل داده ها از طریق فرآیند کد گذاری انجام می گیرد. سه نوع کد گذاری وجود دارد:

۱- کد گذاری باز ۲- کد گذاری محوری ۳- کد گذاری انتخابی

مقوله بندی و عنوان گذاری که از ارکان اصلی تئوری مفهوم سازی بنیادی است در بخش تحلیل با کد گذاری باز سروکار دارد. کد گذاری باز از طریق پرسیدن سوالات و انجام مقایسه ها صورت می گیرد. در این روش ابتدا سوالات ساده ای نظیر چه، که، چگونه و چقدر تجزیه و تفکیک می شوند و متعاقباً داده ها مقایسه می شوند و رویدادهای مشابه با یکدیگر گروه بندی می شوند و عنوان مفهومی مشابهی می گیرند.

کد گذاری محوری از طریق پیوند یک مقوله و مقوله های فرعی آن، داده ها را بهم پیوند می دهند.

کد گذاری انتخابی مستلزم یکپارچه کردن مقوله هایی است که برای شکل دهی چارچوب نظری اولیه ایجاد شده بودند.

یکی از فعالیت های مهم در طی کد گذاری، نوشتن یادداشت هاست. سه نوع یادداشت وجود دارد: ۱- یادداشتهای کد گذاری شده (مربوط به کد گذاری باز) ۲- یادداشت نظری (مربوط به کد گذاری محوری و انتخابی) ۳- یادداشت عملیاتی (حاوی جهت های مرتبط با طرح پژوهش در حال ظهور)

مرحله مقایسه با پیشینه تحقیق

مقایسه تئوری حاصل با پیشینه موجود، روایی درونی و تعمیم پذیری و سطح نظری تئوری پردازی پژوهش موردی را افزایش می دهد. در این مرحله است که به بررسی تفاوت و شباهت ها و چرایی این تفاوت و شباهت ها، بین تئوری جدید و پیشینه موجود پرداخته می شود.

نتیجه گیری

یکی از استراتژی پژوهش کیفی تئوری مفهوم سازی بنیادی است. در این استراتژی پژوهشگر با ورود به محل بررسی، موردی را برای مطالعه انتخاب می کند. از طریق بررسی اسناد و مدارک و مصاحبه های مختلف نوعی تئوری که بیانگر عوامل موثر بر پدیده های مورد بررسی است تعیین می کند. یعنی در ابتدا مفاهیم، مقوله ها و مولفه های موثر بر پدیده مورد بررسی را تعیین و روابط بین آنها را مشخص می کند. در این میان ممکن است مورد های دیگری انتخاب شود، تا زمانی که پژوهشگر به این نتیجه برسد که چارچوب مفاهیم، مقوله و مولفه ها کامل شده است. وقتی از طریق کثرت گرایی در مورد ها، تئوری حاصله تایید شد برای تایید روایی بیرونی یا قدرت تعمیم پذیری با ادبیات موضوع مقایسه می شود تا میزان تفاوت ها و شباهت های این تئوری با تئوری های عملی مشابه در زمینه پدیده مورد بررسی مشخص شود، هر چه شباهت بیشتری بین تئوری حاصله و متون وجود داشته باشد ممکن است قدرت تعمیم پذیری آن بیشتر باشد. در واقع در این استراتژی بجای این که در ابتدای امر ادبیات نظری مطالعه شود در انتهای بررسی مطالعه می شود.

فصل هفتم

مصاحبه پژوهش کیفی در مطالعات سازمان و مدیریت

یکی از شیوه های کیفی که به طور وسیعی در پژوهش های سازمانی استفاده می شود، مصاحبه است. شیوه ای است که بیشتر مشارکت کنندگان در امر پژوهش (مصاحبه شوندگان) از آن احساس راحتی می کنند. نسبت به دیگر شیوه های کیفی نظیر مشاهده مشارکتی و ... از جایگاه بالاتری برخوردار است. خطری که پژوهشگران کیفی را در استفاده از مصاحبه تهدید می کند آن است که ممکن است احساس کنند این شیوه چنان آشنا و سراسر است و ساده است که نیاز به تفکر چندانی در باب نحوه ی انجام آن ندارند. در حقیقت طراحی و اجرای شیوه مصاحبه نسبت به هر نوع روش دیگر مستلزم فکر و اندیشه است.

انواع مصاحبه و کاربرد آن ها

چه نوعی از مصاحبه می تواند کیفی محسوب شود. انواع مصاحبه های کیفی عبارتند از: مصاحبه عمیق، مصاحبه اکتشافی، مصاحبه نیمه ساختارمند، مصاحبه بدون ساختار. در این فصل، اصطلاح کلی «مصاحبه پژوهش کیفی» را مورد استفاده قرار می دهیم.

به زعم یکی از صاحب نظران، تعریف مصاحبه پژوهش کیفی بدین شرح است: شیوه ای است که هدف آن جمع آوری توصیف هایی در مورد جهان واقعی زندگی مصاحبه شونده در مورد تفسیر معنای پدیده مورد بررسی (واله، ۱۹۸۳، ص ۱۷۵).

بنابراین هدف هر نوع مصاحبه پژوهش کیفی نگاه به موضوع پژوهش از منظر مصاحبه شونده و درک چگونگی و چرایی این منظر یا دیدگاه است. برای تحقق این امر، مصاحبه های پژوهش کیفی عموماً ویژگی های ذیل را دارا هستند: میزان اندکی از ساختاریافتگی که از جانب مصاحبه گر وضع می شود؛ وجود پرسش های باز؛ تمرکز بر وضعیت های خاص و توالی عمل در جهان مصاحبه شونده به جای ایده ها و افکار کلی و ذهنیات. ویژگی اصلی شیوه پژوهش کیفی، ماهیت رابطه بین مصاحبه کننده و مصاحبه شونده است. پژوهشگر کیفی معتقد است که هیچ چیزی به اندازه یک مصاحبه که در آن نوعی رابطه آزادانه وجود دارد، اطلاعات صحیح به پژوهشگر ارائه نمی دهد.

شیوه دیگر مصاحبه، «مصاحبه ساختار یافته» است که در آن مصاحبه گر از یک چارچوب معین با سؤالات از پیش تعیین شده استفاده می کند و پرسش ها را از مصاحبه شونده می پرسد. در این مصاحبه، تلاش می شود تا نحوه پرسیدن این پرسش ها کنترل شود تا سوگیری در پاسخ های آزمودنی های مختلف کنترل شود. پرسش ها اساساً بسته اند و از مقیاس های رتبه بندی عددی استفاده خواهد شد. در این شیوه مصاحبه گر با دست یادداشت برداری می کند.

نوع سوم مصاحبه، «مصاحبه ساختار یافته دارای پاسخ های باز» است. در این مصاحبه از نوعی چارچوب مصاحبه استفاده می شود ولی بسیاری از پرسش های آن باز هستند و در نحوه ی پرسش نیز نوعی انعطاف پذیری وجود دارد.

این مصاحبه ها بر اطلاعات واقعی و نظرات کلی ارزیابی گونه متمرکزند یعنی آیا X چیز خوبی بود یا خیر؟ ولی به بررسی لایه های عمیق تر معنی آن ها نمی پردازند. این شیوه نه آنقدر ساختارمند است که به تحلیل آماری مفصل و آزمون فرضیه منجر شود ولی نه هم آن قدر منعطف و پاسخگو است که به بررسی هر چیز فراتر از معانی سطحی منجر گردد.

چه زمانی مصاحبه پژوهش کیفی مناسب بیشتری دارد؟

۱. جایی که بررسی بر معنای پدیده خاصی از دیدگاه مشارکت کنندگان متمرکز است.
۲. جایی که برداشت های فردی از فرآیندهای درون یک واحد اجتماعی باید به ترتیب با استفاده از مجموعه ای از مصاحبه مورد مطالعه قرار گیرد.
۳. جایی که برای بررسی نحوه ی شکل گیری یک پدیده خاص شرحی از تاریخچه آن ضروری است.
۴. جایی که قبل از این که یک پژوهش یا بررسی کمی می تواند انجام شود، بررسی اکتشافی ضروری است.
۵. جایی که نوعی مطالعه کمی انجام شده است ولی داده های کیفی برای اعتباردهی معیارهای خاص یا برای تعیین و تشریح معنی یافته ها، لازم است.

مصاحبه ساختارمند چه زمانی مناسب بیشتری دارد؟

۱. جایی که آزمون نوعی فرضیه رسمی (یا فرضیه های رسمی) مد نظر است.

۲. جایی که داده های گردآوری شده می تواند به سهولت و به طور معنی دار کمی شود.

۳. جایی که اطلاعات واقعی باید گردآوری شود و پژوهشگر پیشاپیش نوع اطلاعاتی که مشارکت کنندگان قادرند فراهم کنند، می داند.

۴. جایی که تعمیم پذیری یافته های کیفی قبلاً به دست آمده، باید آزمون شوند.

مصاحبه ساختارمند دارای پاسخ باز چه زمانی استفاده می شود؟

۱. جایی که شرحی توصیفی و سریخ از یک موضوع، بدون آزمون فرضیه رسمی ضروری است.

۲. جایی که اطلاعات واقعی باید گردآوری شود اما در مورد نوع میزان اطلاعاتی که مشارکت کنندگان قادر به ارائه آن هستند، اطمینان وجود ندارد.

۳. جایی که ماهیت و دامنه افکار و دیدگاه ها احتمالی مشارکت کنندگان در مورد موضوع پژوهش پیشاپیش شناخته شده نیست و نمی تواند به سادگی کمی شود.

تدوین چارچوب مصاحبه و انجام مصاحبه های پژوهش کیفی

فرآیند تدوین و به کارگیری مصاحبه های پژوهش کیفی چهار مرحله دارد:

۱. تعریف مسأله پژوهش

۲. تدوین رهنمود مصاحبه

۳. انتخاب مصاحبه شوندگان

۴. انجام مصاحبه

تعریف مسأله تحقیق: بیشتر موضوعات قابل بحثی که در تعریف پرسش مطرح شده اند در بخش مقدماتی این فصل ارائه گردید. توجه اصلی نباید بر کمی کردن تجربه فردی استوار باشد و پژوهشگر باید سؤال را طوری مطرح کند که دچار نوعی یکسونگری نشود. برای مثال طرح این پرسش که «بیکاری در چه شرایطی پدیده ی بدی است: پرسش مناسبی برای یک مصاحبه پژوهش کیفی نیست زیرا اگر چه بر

برداشت های مشارکت کننده استوار است و کمی نیست ولی پیشاپیش این پیش فرض به ذهن متبادر می شود که بیکاری برای مشارکت کنندگان بد است.

تدوین رهنمود مصاحبه. مصاحبه پژوهش کیفی مبتنی بر چارچوبی از قبیل تعیین شده است که دارای پرسش هایی منظم بوده و باید به ترتیب و کلمه به کلمه از مصاحبه شونده پرسیده شود.

تعیین مشارکت کنندگان در مطالعه: البته تعیین مشارکت کنندگان در مصاحبه کیفی بستگی به اهداف مطالعه یا بررسی دارد. برای مثال اگر پژوهشگران قصد آن را دارند که تأثیر نوعی برنامه آموزشی بر یک گروه کاری خاص بررسی کنند، آنگاه مصاحبه با همه اعضا گروه می تواند مطلوب باشد. اگر هدف، بررسی تجارب و نیازهای آموزشی درون یک مؤسسه بزرگ است، باید برای انجام مصاحبه، نمایندگان گروه های حرفه ای مختلف انتخاب شوند.

انجام مصاحبه های کیفی

یکی از عوامل بسیار مهم در انجام موفق مصاحبه کیفی، انعطاف پذیری است. این احتمال وجود دارد که در آغاز همه مصاحبه ها یک پرسش باز مطرح شود. ولی باید سوالات بعدی طوری مطرح شود که هدف شما را پوشش دهد.

آغاز مصاحبه. بهترین شیوه برای آغاز مصاحبه این است که مصاحبه گر مصاحبه را با طرح پرسشی آغاز کند که مصاحبه گر می تواند بدون دسترسی و حتی تفکر و تأمل زیاد و سادگی پاسخ دهد.

عبارت بندی پرسش ها. روش طرح پرسش ها در طی مصاحبه بر دریافت پاسخ های مناسب و مفید تأثیری بسیار مهمی دارد. توصیه می شود که از طرح پرسش های چندبعدی و چند بخشی خودداری کنید.

پایان مصاحبه. نباید پایان مصاحبه با طرح سؤالی شکل گیرد که دشوار، تهدیدکننده یا ناراحت کننده است. در صورت ممکن پرسش های پایانی یا نتیجه گیری باید منجر به تجربه مثبت مصاحبه شونده از مصاحبه با شما شود. گاهی اوقات، شیوه بسیار خوب برای خاتمه مصاحبه این است که به مصاحبه شونده گفته شود در مورد آنچه در این مصاحبه گذشته است، اگر نقطه نظرانی دارد، مطرح کند.

مصاحبه های دشوار. همه مصاحبه ها به راحتی انجام نمی شوند. گاهی اوقات شما از مصاحبه با مصاحبه شونده احساس نارضایتی کرده و دچار عصبانیت و ناراحتی می شوید. این مصاحبه شونده ها عبارتند از: مصاحبه شونده کم حرف و مصاحبه شونده پر حرف، مصاحبه شونده گان دارای مقام های سطوح بالا، مصاحبه در مورد موضوعات بسیار احساسی و مصاحبه شونده گانی که تلاش می کنند حالتی پرخاشگر داشته باشند. ذیلاً به تشریح این نوع مصاحبه شونده ها می پردازیم.

مصاحبه شونده کم حرف. به نظر می رسد برخی از مصاحبه شونده گان در ارائه پاسخ هایی غیر از پاسخ های تک هجایی و تک کلمه ای ناتوانند یا دوست ندارند. ممکن است تلاش کنند سریعاً از شر مصاحبه راحت شوند، ممکن است فکر کنند که مصاحبه گر، پاسخ های مجمل و خلاصه می خواهد؛ ممکن است از روی عادت پاسخ های کوتاه و موجز دهند. نخستین چیزی که باید بازبینی شود این است که پرسش ها را تا حد ممکن به صورت باز عبارت بندی کنید.

مصاحبه شونده پر حرف. مصاحبه شونده پر حرف سعی در طول و تفصیل دادن پاسخ دارد و به نوعی از دادن پاسخ اصلی منحرف می شود. میزانی از این انحراف باید تحمل شود. در عین حال در برخی موارد اگر با توجه به محدودیت زمانی باید مسیر مصاحبه را جهت دهید. این نکته نیز مهم است که به وی اطمینان دهید شما در پی آن نیستید که مصاحبه را در کنترل خود در آورید و پاسخ هایی قالبی دریافت کنید. استراتژی خوب در این خصوص، تفسیر مؤدبانه انحراف وی از مصاحبه با مکتبی کوتاه یا برگشت به نگاه اولیه مطرح شده به وسیله مصاحبه شونده که مرتبط با پرسش پژوهش شماست، می باشد.

مصاحبه شونده گان دارای مقام و مرتبه بالا. وقتی با افرادی مصاحبه می کنید که از لحاظ سازمانی دارای موقعیت بالایی هستند برای مثال، مدیران، باید نوعی رابطه ی متناسب با آن جایگاه، با آن ها برقرار کنید. باید به افراد دارای مقام یا افراد حرفه ای احترام گذاشت اما یادمان نرود که مطمئن شوید کارتان را به نحو شایسته انجام می دهید و تحت تأثیر سایه مقام آن ها قرار نمی گیرید.

مصاحبه در مورد موضوعات احساسی. یکی از دشوارترین موفقیت ها برای مصاحبه گر، زمانی است که مصاحبه شونده از سؤال کردن پریشان می شود و حالت های احساسی به خود می گیرد. در چنین شرایطی، مصاحبه شونده احساس ناراحتی می کند. زمانی که فرد دچار حالت احساسی می شود اطمینان حاصل کنید که زمان کافی در اختیار او قرار داده اید تا به سؤال شما پاسخ دهد. برای مثال وقتی بر سر موضوع اخراج موقتی با کارکنان صحبت می کنید، امکان وقوع چنین حالتی وجود دارد. در چنین مواردی که مصاحبه را آغاز کرده اید و فرد دچار حالات احساسی شده است، از اشارات و حرکات غیرکلامی که

ممکن است بیانگر بی صبری شما باشد نظیر نگاه کردن به ساعت، بی قراری و غیره پرهیز کنید. اگر شدیداً احساس پریشانی می کند، اجازه دهید پاسخ به سوال را رها کند.

کسب دیدگاه های مصاحبه گر توسط مصاحبه شونده. برخی از مصاحبه شوندگان در مورد دیدگاه ها و تجارب مصاحبه-گر سؤالاتی مطرح می کنند. خطر عمده ای که وجود دارد آن است که اگر دیدگاه های خود را ذکر کنید ممکن است پاسخ های مصاحبه شونده را تحت تأثیر قرار دهید. یکی از استراتژی های مفید این است که بگویید شما خوشحال خواهید شد که در پایان مصاحبه سؤالات آنها را پاسخ دهید.

تحلیل داده های حاصل از مصاحبه

هیچ گونه مجموعه قواعد خاصی برای تحلیل داده های حاصل از مصاحبه های پژوهشی کیفی وجود ندارد. البته وقتی چنین بحثی پیش می آید، این پیش فرض وجود دارد که پژوهشگر یادداشت های همه مصاحبه ها را در اختیار دارد. طبیعی است که یادداشت برداری کلیه مطالب توسط مصاحبه گر میسر نیست مگر این که فرد دیگری همراه وی باشد و یادداشت برداری کند یا مصاحبه ضبط شود. از این رو آشنایی با داده ها قبل از آغاز هرگونه تحلیل لازم و اساسی است. این امر مستلزم خواندن یادداشت ها بیش از یک بار است.

رویکردهای تحلیل داده ها. با توجه به سؤالات مصاحبه و میزان ساختاریافتگی مصاحبه، رویکردهای مختلفی برای تحلیل داده ها وجود دارد. مایلر و کراب تری (۱۹۹۲) برای تلخیص رویکردهای مختلف برای تحلیل داده ها چارچوب مفیدی ارائه دادند. آن ها چهار رویکرد اصلی را پیشنهاد کردند که فنون تحلیلی می تواند درون آن ها طبقه بندی شود: رویکرد شبه آماری، رویکرد کد نامه ای، رویکرد ویرایش کردن، رویکرد غور کردن.

رویکرد شبه آماری. این نوع تحلیل، داده های مصاحبه را به داده های کمی تبدیل می کند. سپس تحلیل های برای مقایسه افراد یا گروه ها بر اساس توزیع واحدهای تحلیل میان طبقه ها می توان تحلیل های آماری را مورد استفاده قرار داد.

رویکرد کدنامه ای. در این رویکرد، متن از طریق استفاده از یک رهنمود تحلیلی یا «کتاب راهنما» (کراب تری و مایلر، ۱۹۹۲) که مرکب از تعدادی از طبقه ها یا موضوعات مرتبط به سؤالات پژوهش است تحلیل می شود. «کدنامه» هر چند وقت در برهه زمانی بازنگری می شود و موضوعات به صورت کیفی نه آماری تفسیر می شود.

ویرایش کردن. مایلر و کراب تری واژه ویرایش کردن را به شرح زیر توصیف می کنند: این سبک ویرایش کردن نامیده می شود زیرا مفسر مانند ویرایش گری که در پی بخش های معنی دار، کم و زیاد کردن کلمات یا جملات، حذف کلمات غیرضروری در متن است، وارد متن می شود (۱۹۹۲).

غور کردن / شفاف سازی. پژوهشگر برای یک دوره زمانی طولانی خود را به جای آزمودنی قرار می دهد و از طریق بازاندیشی تحلیلی و شفاف سازی الهامی معنا، شرحی از یافته هایش شکل می دهد.

روایی و پایایی

پایایی. پژوهشگران کمی مدعی اند که سنجه های مورد استفاده آنها زمانی که به وسیله پژوهشگران مختلف بر روی آزمودنی های مشابه اجرا شود، نتایج یکسانی در پی خواهد داشت.

روایی. در تحقیقات کمی، ابزاری دارای روایی است که به طور واقعی آنچه را که ادعای سنجش آن را دارد، بسنجد. دو پژوهشگر به نام های زیرن و روان برای برخورد با مساله روایی هشت رهنمود ارائه می دهند: ضرورت آگاهی سطح بالای همکاران پژوهشی از طریق شیوه های سیستماتیک بالندگی شخصی و میان شخصی، استفاده از حلقه های بازخور (مراجعه به

مصاحبه شونده‌ها) جستجوی فعالانه تناقضات در داده‌ها؛ و روایی هم گرا از طریق کثرت گرایی شیوه‌ها متفاوت یا مقایسه با یافته‌های مطالعات مشابه.

محاسن و معایب شیوه مصاحبه پژوهش کیفی

محاسن

مصاحبه را به صورت یکی از منعطف‌ترین شیوه‌های موجود جمع‌آوری اطلاعات در آورده است. مصاحبه‌ی پژوهش کیفی به طور ایده‌آل برای بررسی موضوعاتی که از طریق آن‌ها باید سطوح مختلف معنی مورد کنکاش قرار گیرد، بسیار مناسب است. انجام این مهم از طریق شیوه‌های کمی بسیار دشوار است. یکی از حوزه‌هایی که مصاحبه‌های کیفی کاربرد بسیار زیادی در آن دارد، مصاحبه‌ی هویت‌های گروهی و سازمانی در سازمان‌های بزرگ است. مصاحبه‌ی پژوهش کیفی شیوه‌ای است که بیشتر مشارکت‌کنندگان در پژوهش به سادگی آن را می‌پذیرند. علت این امر آشنایی آن‌ها با مصاحبه‌هاست.

معایب

تدوین رهنمود مصاحبه، انجام مصاحبه و تحلیل یافته‌ها برای پژوهشگر بسیار زمان‌بر است. انجام مصاحبه‌های پژوهش کیفی موجب خستگی مصاحبه‌شونده می‌شود. ممکن است در انتخاب و به‌کارگیری مشارکت‌کنندگان در برخی سازمان‌ها، مشکلاتی ایجاد شود. گهگاهی افرادی که به مصاحبه دعوت می‌شوند، حالت دفاعی، خصمانه و بی‌اعتماد نسبت به امر پژوهش گرفته و این امر دشواری‌هایی را برای مصاحبه‌گر ایجاد می‌کند.

نتیجه‌گیری

بی‌تردید یکی از ابزار مهم گردآوری اطلاعات در پژوهش‌های کیفی مصاحبه است. این شیوه ضمن داشتن معایبی چند، از محاسن بیشتری نسبت به سایر شیوه‌های گردآوری اطلاعات داراست.

فصل هشتم

شیوه تحلیل اسناد در مطالعات سازمان و مدیریت

اگرچه تجزیه و تحلیل منابع اداری، روش مورد استفاده تاریخ‌دانان و زبان‌دانان بوده اما پیشگامان علوم اجتماعی در غرب، از جمله مارکس و انگلس، دورکیم و وبر در پژوهش‌های مختلف خود از این اسناد استفاده کرده‌اند. تنها در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ استفاده از این روش تا حد زیادی رو به کاهش گذاشت.

اسناد سازمانی:

منابع غنی‌ای از اطلاعات در مورد تعبیر و تفسیرها یا برداشت‌های کارکنان.
غالباً جامع‌تر از اطلاعات خروجی از مصاحبه و پرسشنامه‌ها است.
به پژوهشگران کمک می‌کند تا نگاهی دقیق به فرایندها و تکامل‌های تاریخی بیفکنند.
اکثر مستندات درون سازمان نگهداری می‌شود و حتی اسنادی که به طور علنی بوسیله روابط عمومی منتشر می‌شود می‌تواند موارد و مطالبی در مورد وجهه و فرهنگ سازمان به پژوهشگران ارائه دهد.
اسناد سازمان در مقوله پارادایم‌های متنی قرار دارند. این اسناد بسیاری از خصوصیات پارادایم توصیفی کون (۱۹۷۸) را در بر دارد.

اشکال متعدد اسناد سازمانی :

گزارش های سالانه
اسنادی که روابط عمومی سازمان را منتشر می کند
صورتحسابهای حسابداری
بیانیه های مأموریت
خط مشی های استراتژی بازاریابی
منشورهای رسمی و اسناد حقوقی
تحرک شغلی و مدیریت مکان یابی مجدد
نامه های غیر رسمی مبادله شده بین دواير
آموزش کاربردی کارکنان

فواید اسناد سازمانی :

نیازمند جمع آوری اطلاعات نیست چون قبلاً جمع آوری شده است.

- ✓ پژوهشگر به فعالیت زیاد نمی پردازد.
- ✓ در زمان پژوهش صرفه جوئی می شود زیرا اطلاعات تفصیلی در خصوص ساختار ، سیستم برنامه ریزی، خط مشی ها و ... در دسترس است.
- ✓ به کیفیت انواع پرسشهایی که در دیگر طرحها مطرح می شود بهبود دهد.
- ✓ این اسناد معنی دیگری از کثرت گرایی اطلاعاتی فراهم می کنند که لغزش های دیگر روشها را خنثی می کند.
- ✓ افزایش دهنده نقاط قوت توصیه های مشاوره ای پژوهشگر به سازمان.
- ✓ دلایلی که می بایست اطلاعات با احتیاط استفاده شود:
- ✓ می توانند مانند شیوه موردکاوی فهم ها و تفسیرهای مختلف گروههای فرعی را برجسته کند.
- ✓ مستندات سازمان ممکن است پراکنده و ذهنی باشد.
- ✓ ممکن است استفاده این اطلاعات در همه سازمانها دشوار باشد.
- ✓ ممکن است بازنمای واقعی زندگی در یک سازمان خاص نباشند.
- ✓ مستلزم بازبینی و تفسیر دقیق جهت پی بردن به روایی آنها است.
- ✓ دسترسی و تجزیه و تحلیل همه اطلاعات می تواند زمان بر باشد.

روش هرمونتیک

این روش نوعی روش شناسی میدانی است.

به مطالعه متون تاریخی، خصوصاً متون مقدس بوسیله "مارپیچ درک هرمونتیک" می پرداخته است. یعنی تجزیه و تحلیل معنایی متون به صورت انفرادی، ارتباط آنها به کلیت جهان واقعی و تفسیر مجدد متون مجزا.

این روش فرایند شکل گیری درک استقرایی از مجموعه های اسناد شرکت گرفته تا درک قیاسی از کل اسناد را توصیف می کند.

فرایند هرمونتیک

۱. درک و فهم معانی متون به صورت مجزا
۲. تعیین موضوعات فرعی
۳. شناسایی دسته ها یا مجموعه های موضوعی
۴. بررسی داده های اطلاعاتی اسنادی از طرق دیگر
۵. بررسی پایایی و روایی
۶. متن سازی مجدد داده های اسنادی
۷. استفاده از مواد برگزیده موردی معرف (نماینده)

مراحل روش هرمونتیک در عمل (مراحل دسترسی و تجزیه و تحلیل اسناد سازمان)

- ۱- دسترسی به داده های اطلاعاتی
- ۲- بازبینی اعتبار داده های اطلاعاتی
- ۳- درک و فهم اسناد
- ۴- تجزیه و تحلیل داده های اطلاعاتی
- ۵- بهره برداری از داده های اطلاعاتی

در مرحله نخست که متضمن یک فرایند عقب و جلو است، کانون توجه، بسط فهم از موضوعات فرعی و واحدهای معانی شامل: فرهنگ، مدیریت افراد، روابط قدرت و ارتباطات است.

مشکلی که در مرحله چهارم (تجزیه و تحلیل) بروز می کند این است که؛ اگرچه بخشی از متن ممکن است در جایگاه خاص خود تجزیه و تحلیل شود ولی معنی واقعی این بخش فقط با مراجعه به متون دیگر می تواند ارزیابی شود.

راه حل :

نخست، بررسی، شکل نوعی مورد کاری تفصیلی به خود بگیرد. نتیجه این امر، تأیید این نکته است که این داده های اطلاعاتی ممکن است به بهترین وجه در توصیه های مشاوره ای یا در ارائه بازخورد مورد استفاده قرار گیرد.

دوم، بررسی روایی و پایایی است. یعنی آموزش پژوهشگران دیگر در روش هرمونتیک به منظور تأیید یافته هاست.

فصل نهم

شیوه تحلیل ذینفع در مطالعات سازمان و مدیریت

تجزیه و تحلیل ذینفع را می توان نوعی رویکرد پژوهشی توصیف کرد که مدعی است هر پدیده ی مورد بررسی در مطالعات سازمانی ذینفعانی دارد که بر آن تاثیر گذاشته و یا تحت تاثیر آن قرار می گیرند. تجزیه و تحلیل ذینفعان با شناسایی برخی یا تعدادی از این ذینفع ها آغاز و آنگاه به جمع آوری اطلاعات در مورد فعالیت ها، برداشت ها، رفتارها و تفکرات آنها در رابطه با پدیده می پردازد. این امر می تواند در یک برهه از زمان یا در گذر زمان انجام شود و ماتریس داده های اطلاعاتی چند بعدی به عنوان مواد تجزیه و تحلیل فراهم کند که به طرق مختلف استقرایی، قیاسی یا تطبیقی مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد.

تنوع معانی مفهوم شیوه، دو بعد اساسی دارد که تجزیه و تحلیل ذینفع می تواند بر آن استوار گردد:

۱. چگونه ادعا می کند که بعد فنی پژوهش (ابزار خاص) و بعد استراتژیک (فلسفه پژوهش) را ترکیب می کند.

۲. چگونه مبتنی بر تئوری خاص است یا عاری از آن است.

تجزیه و تحلیل ذینفع در "دامنه میانی" این دو بعد قرار دارد. از بعد تئوریک، تفسیر ذینفعان فی نفسه، نوعی قضیه نظری است که دارای حالتی بینابینی یا متوسط است، اما درون آن مبانی نظری دقیق تری می تواند تدوین و جا داده شود.

تجزیه و تحلیل ذینفعان چارچوبی متشکل برای پژوهش است که از طریق آن، استفاده از شیوه های پژوهشی فنی (تر) نظیر، پرسشنامه، مشاهده مستقیم رفتار)، در صورت نیاز، میسر است.

تجزیه و تحلیل ذینفع ممکن است اشتراکاتی با مورد کاوی مطالعات ردیابی (هورن بای و سیمون ۱۹۹۲) داشته باشد، اما راه کارهای جایگزین هم نیستند: تجزیه و تحلیل ذینفع می تواند متعلق به خانواده وسیعی از رویکردهای نظری محسوب شود که از دیدگاه ساخت گرای (به جای رئالیسم) تکثر گرایی (وحدت) واقعیت جانبداری می کند (برگرولاکن من ۱۹۹۶؛ دفت و ویک ۱۹۸۴؛ دنزن ۱۹۸۹؛ لینکلن و گوبا ۱۹۸۵). به علاوه، مفهوم ذینفع در برخی از قواعد نظری خاص، نظیر مفهوم "مجموعه نقش" در تئوری نقش (بیدل ۱۹۷۹) شکل های مختلفی به خود می گیرد.

طرح کردن تحلیل ذینفع به عنوان رویکردی نسبت به پژوهش کیفی مفاهیم ضمنی جانبی را در بر دارد. موضوع قابل بحث کیفی و کمی می تواند، حداقل در سطوح استراتژیک و عملیاتی مطرح شود.

در سطح عملیاتی، موضوع قابل بحث این است که چنین شیوه ای کیفی محسوب می شود که نقطه مقابل جنبه های کمی واقعیت است (هامیلتون ۱۹۷۷). در این سطح، تحلیل ذینفع در عمل درگیر حجم عظیمی از داده های توصیفی کیفی در مورد علائق، تجارب، تفکرات و احساسات ذینفع ها است، اما این امر از ضرورت هر اصلی ظهور نمی کند.

در عین حال در سطح استراتژیک، تحلیل ذینفع با پیش فرض های کلیدی زیر همراستا می شود که به دیدگاه کیفی مرتبط می شود:

۱. ماهیت ذهنی واقعیت (واقعیات) - بدین ترتیب ذینفع های مختلف، پدیده های مشابه را ظاهراً متفاوت تجربه می کنند و این امر نقص و ایراد نیست (برگرولاکمن ۱۹۶۶).

۲. وضعیت ها (موقعیت ها) ضرورتاً تجلیات یا مظاهر اهداف و برنامه های واحد نیستند، بلکه ممکن است از طریق تعامل اهداف و محور های مختلف مورد بحث و تاکید برای تحقق آنها ایجاد شوند (دری فس ۱۹۷۸).

۳. دیدگاه فراساختار گرایی به جای دیدگاه ساختارگرایی خلق رفتار؛ یعنی همه یا بخشی از رفتار تجلی نرم افزار فرهنگی است که بازیگران آنها را نهادینه کرده اند نه تجلی سخت افزار ساختار بنیادی شخصیت انسان که به عنوان یک واقعیت ثابت بین افراد و در گذر زمان شکل گرفته است. (استروک ۱۹۷۹).

منبع پیدایش شیوه تحلیل ذینفع

این که آیا تحلیل ذینفع به عنوان یک مفهوم و شیوه، از یک منبع یا چند منبع نشأت گرفته است، روشن نیست.

اصطلاح "تحلیل ذینفع" و مفهوم اساسی آن از این واژه متداول روزمره اقتباس و به طرق مختلفی از جهت نظری و روش شناسی در علوم رفتاری و اجتماعی به کار برده شده است.

تأملی در مفهوم و چارچوب های بنیادی برای اجرای شیوه ی تحلیل ذینفع:

برای تأمل در مفهوم ذینفع باید موضوعات قابل بحث سه گانه ذیل مورد بررسی قرار داده شود:

۱. ماهیت ذینفع ها

۲. چه داده هایی ممکن است، داده محسوب شود. و در چه مقوله هایی؛

۳. مراحل تجزیه و تحلیل ذینفع چیست و درون آن مراحل

الف) شیوه هایی که از آن طریق موقعیت های پژوهشی بروز می کنند و کاربردهای آن برای این رویکرد کدامند؛

ب) دستاوردهای عملی و نظری و تحلیلی مورد نظر کدامند.

ماهیت ذینفع ها

ذینفع ها عبارت از بازیگران یا نقش آفرینان، عاملان، طرفهای ذینفع، منافع و گروه های ذینفع هستند. از دیدگاه نظری، ذینفع ها، افراد دیمدخل در منافع هستند زیرا نیازها، خواسته، آمال، برداشت ها و مفهوم سازی های آنها متفاوتند. منشا این تفاوت ها، یک مساله بنیادی است. در این زمینه دو دیدگاه وجود دارد: تفسیر ساختارگرایی در قالب انگیزه فردی انسان یا دیدگاه فرا ساختارگرایی از ظهور ایدئولوژیهای فرهنگی تجلی یافته بین افراد.

مشخص کردن ذینفع ها در یک وضعیت خاص می تواند فرآیندی تجربی باشد و متضمن دو پرسش ذیل است: چه کسانی و در چه سطحی (از نظر تعداد) باید مد نظر قرار گیرند. در خصوص بخش اول یا پرسش اول باید گفت ذینفع کسی است که بر پدیده مورد بررسی تاثیر گذاشته و تاثیر می پذیرد. و در مورد پرسش دوم باید گفت که ذینفع نوعی گروه بندی است که دارای تجزیه و دیدگاه نسبتاً قاطعی هستند.

تحلیل ذینفع به عنوان روش کیفی، شاید بیشتر شبیه کار کارآگاهی آشکار باشد تا اجرای یک طرح تجربی از قبل ساختار داده شده.

دو موضوع کلی وجود دارد که به خاطر داشته باشید. نخست اینکه ذینفع های دارای قدرت و نفوذ بر پدیده مورد بررسی نسبت به ذینفع هایی که از پدیده مورد بررسی تاثیرپذیرند و تاثیر کمتری روی پدیده دارند، ساده تر قابل شناسایی هستند. برای مثال فرزندان در یک اختلاف زناشویی، از نمونه ذینفع های کم قدرند. دوم آنکه پژوهشگران ممکن است با تمرکز عمدی بر یک یا تعداد بیشتری از ذینفع ها کار را آغاز کنند و در حقیقت خود به یک ذینفع تبدیل شوند.

برای مثال، روانشناسان حرفه ای و سازمانی ممکن است تا حدی میل به همراه شدن با منافع بخش مدیریت منابع انسانی در سازمان ها داشته باشند.

داده های اطلاعاتی

شیوه تحلیل ذینفع به عنوان نوعی روش پژوهش بینابینی (دامنه متوسط) محسوب می شود که در آن دامنه ی وسیعی از فنون جمع آوری داده ها می تواند مورد استفاده قرار گیرد. در نظر گرفتن داده ها در قالب مقوله های ذیل و کدگذاری آنها بر اساس این طبقه بندی در جمع آوری مجموعه داده های تجزیه و تحلیل ذینفع، ممکن است مفید باشد.

۱. داده هایی که شخصی/ذهنی اند: عقاید، برداشت ها، تجزیه ها، نقطه نظرات، نظریه شخصی از یک فرد؛

۲. داده هایی که میان فردی/بین الاذهانی هستند، یعنی عقاید یا دیدگاه هایی که با اندکی شباهت یا بیشتر، توسط مجموعه از افراد مطرح می شود؛

۳. داده هایی که ذهنی یا بین الاذهانی هستند ولی ریشه در برخی مدارک و شواهد دارند.

۴. داده هایی که عملی، عینی، واقعی و غیر متناقض اند.

رویه ها، نقاط آغازین و تجزیه و تحلیل ذینفع

بطور کلی و به عنوان یک مدل آرمانی، مراحل پژوهش تجزیه و تحلیل ذینفع به شرح زیر است:

۱. تعیین پدیده ی مورد بررسی، پرسش پژوهش نظری و یا عملی/کاربردی و رویکرد کلی پژوهش (استقرایی، قیاسی، تطبیقی)

۲. استخراج مجموعه ی اولیه از ذینفع ها، جمع آوری داده های اطلاعاتی اولیه، تعیین دیگر ذینفع ها؛

۳. جمع آوری داده های اطلاعات کامل تر، شکل دهی پایگاه اطلاعاتی چند بعدی، و تکمیل آن برای تجزیه و تحلیل مورد نظر؛

۴. تحلیل داده های اطلاعاتی برای مشخص کردن پرسش (های) پژوهش؛

۵. نوشتن، ارائه، انتشار و ترویج نتایج، فرآیندی که نشان می دهد چرا و چگونه ذینفع شناسایی و تعیین می شوند.

یکی دیگر از نقاط آغازین عملی و خاص ممکن است از یک مدیر پرسنلی آغاز شود که در حال اجرای نوعی سیستم پرداخت جدید بر مبنای برخی از تئوری های عملی و وضعیت خاص سازمان است، اما می خواهد به موازات اجرا، سیستم را بازبینی و در صورت نیاز اصلاح کند. در اینجا رویکرد آغاز پژوهش می تواند با ایجاد نقشه ای ساختگی از ذینفع ها، آنچه برای آنها اتفاق می افتد و آنچه در قالب چشم انداز آتی خود انجام می دهند شروع شود.

پرسش های برنامه ریزی پژوهش به شرح زیرند:

۱. در پی پاسخ به چه پرسش پژوهشی هستیم؟ (چه پرسش پژوهشی را می خواهیم جواب دهیم).

۲. چه تحلیلی، پاسخ مفیدی برای پرسش فراهم خواهد کرد.

۳. برای انجام این تحلیل به چه داده هایی نیاز داریم و از چه کسانی باید جمع آوری کنیم؟

۴. برای به دست آوردن این داده ها و ثبت آنها چه مراحل عملی باید طی کرد؟

این پرسش ها در همه تحقیق ها حائز اهمیت هستند ولی بطور خاص در تحلیل ذینفع از اهمیت زیادی برخوردارند.

در اینجا موضوع قابل بحث " دوره ای بودن اطلاعات " یا مربوط بودن اطلاعات به زمان حال " بروز خواهد کرد.

سه حالت ممکن وجود دارد:

۱. داده های اطلاعاتی مربوط به برهه ی خاصی از زمان: چنین داده هایی در مورد وضعیت جاری امور، است.

۲. داده های اطلاعاتی دوره ای: جمع آوری داده ها در یک دوره محدود و معین صورت می گیرد اما تلاش می شود از طریق دسترسی به اسناد و حافظه سازمان، در مورد رویدادهای یک دوره زمانی قبل، داده ها جمع آوری شود.

۳. پژوهش دوره ای در زمان واقعی: که از طریق نوعی توالی رویدادها و درگیری و تجربه آنها توسط ذینفع ها به موازات وقوع آنها صورت می گیرد.

پژوهشگران باید زمانی که به جمع آوری داده ها می پردازند نکات زیر را مد نظر قرار دهند:

۱. تعادل پرسش های خاص مشتق از تعریف پرسش تحقیق، پرسش های باز برای انتخاب داده های اطلاعاتی مناسب دیگر و پرسش ها دیگری که بر شناسایی ذینفع های دیگر جهت داده می شوند.

۲. توجه به اینکه چه داده هایی باید جمع آوری شوند، و جایگاه آنها، در قالب موضوعات ذهنی، بین الذهانی قطعی و عینی، آن طور که قبلا مورد بحث قرار داده شد.

۳. بر اساس مفهوم معین ذینفع به عنوان تاثیرگذار و تاثیر پذیر، مجموعه ای کلی از پرسش هایی که بر اساس مسئله شکل خاص به خود خواهند گرفت به شرح زیرند:

الف) در رابطه با پدیده مورد بررسی، نفع، نگرانی، قصد، امید و ترس شما چیست؟

ب) برنامه های شما برای برخورد با آن چیست و یا انتظار شما از نحوه ی عمل آن در ارتباط با منافع شما چیست؟

ج) در ارتباط با آن چه عملی در پیش می گیرید، در پیش گرفته اید، در پیش خواهید گرفت؟

د) چه تجربیات خاصی از تاثیر آن بر خود دارید، داشته اید، خواهید داشت؟

ه) چه نتایج یا پیامدهایی کلی از این پدیده انتظار دارید:

۱. هویت ذینفع؛

۲. تنظیم داده ها بر حسب نیت / امید، عمل / تجربه، پیامد/ تاثیر؛

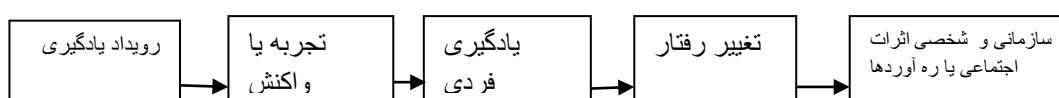
۳. تنظیم داده ها بر حسب جایگاه آنها (ذهنی، قطعی و ...)

۴. تنظیم داده ها بر اساس یک یا چند بعد از موضوع در ارتباط با موضوع تحقیق.

مثال کاربردی:

ارزیابی تحصیلات، آموزش و توسعه، نمونه ی خوبی از آنچه تحلیل ذینفع باید برای روانشناسی سازمانی و پژوهش علوم اجتماعی ارائه دهد، میباشد.

بخش اعظم تئوری و عمل "پژوهش ارزیابی" بر نوعی مدل زنجیره ی علت-معلولی استوار است.



زنجیره ی پیامد های یک رویداد یادگیری به عنوان نوعی آزمون اجرا شده بر افراد اضافه می شود تا از طریق معیار های پیش – آزمون در یک یا چند سطح مختلف در زنجیره علت ها (در مقابل گروه کنترل) مورد ارزیابی قرار گیرند (کمبل و استانلی ۱۹۶۶؛ گلاس ۱۹۶۲).

اگرچه این رویکرد بطور وسیعی مورد حمایت قرار گرفته است ولی نمونه های کاربردی معدودی در این زمینه وجود دارد. دلایل این امر، دلایل عملی، نظری و فلسفی اند. دشواری های عملی مربوط به انجام یک طرح تجربی (دشواری در برپایی یک آزمایشگاه) در یک بستر پژوهش میدانی می شود. در سطح نظری، مشکل، تاثیر گذاری سایر عوامل غیر از عامل آموزش و توسعه بر پیامدها است، متغیرهایی که از هر لحاظ، کنترل آن در میدان عملی غیر ممکن است. از لحاظ فلسفی مشکل آن است که این پیش فرض وجود دارد که آموزش دیدگان و تعلیم دهندگان، عناصری مستقل و جبری در سیستم هستند که رفتار آنها از طریق تعامل آزمون اجرا شده بر آنها یا شرایط پیشین حالت جبری بخود می گیرد.

در مقابل این مطلب، عقیده بر آن است که واکنش ها و پیامدهای تحصیلات، آموزش و توسعه حتی زمانی که آزمون اجرا شده مشابه است بطور وسیعی متغیر است و همینطور تعلیم دهندگان در نحوه بکارگیری و مدیریت آزمونها در موقعیت های یادگیری، استراتژی های شخصی بسیار متفاوتی در پیش می گیرند. در رویکرد سنتی فرض می شود رویدادهای یادگیری در جای خود هدف های معینی دارند و ارزیابی میزان تحقق آن ها وظیفه پژوهش ارزیابی است. در دیدگاه تحلیل ذینفع، رویدادها، خود اهدافی ندارند، بلکه افراد یا ذینفع ها برای آنها اهداف و آرزوهایی متصورند. از این دیدگاه ویژگی ارزیابی رویداد یادگیری این است که بر یک پدیده محوری، یک رویداد در یک زمان معین استوار است. این مثال بعنوان بخشی از پژوهش کاربردی در تحلیل ذینفع نشان می دهد که چگونه از یک موضوع نظری نتیجه گیری های سودمندی می تواند ناشی شود.

فصل ۱۰

شیوه آنتروپی شانون در مطالعات سازمان و مدیریت

هر محقق در صدد پاسخ به مجموعه ای از سئوالهای پژوهشی و یا بررسی صحت یا سقم یک یا چند فرضیه ی پژوهشی است. تحلیل محتوا روشی است که به کمک آن سعی می شود از مصاحبه ها ، مشاوره ها ، انواع آزمونها ، سخن گفتن ، حرکات حسی - حرکتی و عاطفی و یا هر عنصر دیگری که راهگشای فهم و درک فرد باشد ، به اطلاعاتی دست یافت که مبنای کشف پاسخ سئوالات پژوهش و بررسی فرضیه ها قرار گیرد .

تعریف تحلیل محتوا

تحلیل محتوا به عنوان فنی برای بیان سازمان یافته ذهنی توأم با توصیف کمی در جهت آشکار کردن محتوا پیام در ارتباطات به شمار آمده است . در تعریفی فراگیرتر ، تحلیل محتوا را مرحله ای از فرایند اطلاعاتی دانسته اند که به وسیله آن محتوای ارتباطات با استفاده از بکارگیری مجموعه ای از قواعد طبقه بندی شده و نظامدار ، تغییر و تبدیل می یابد و به صورت داده های خلاصه شده و قابل مقایسه در می آید . به هر حال ، همانطور که از نام تحلیل محتوا بر می آید ، این فن در جستجوی دریافت جنبه های ادراکی و احساسی پیامها و یا ادراکات ضمنی قابل استخراج از بیانات است.

موضوع کمیت و کیفیت در تحلیل محتوا

همه مواد قابل کمی کردن هستند . ما حتی می توانیم ابیاتی از شعر حافظ را دست کم بر حسب رجحانهای شخصی خود رتبه بندی کنیم . برای نمره گذاری جامعه یا چیزهایی که تحلیل محتوا می شوند سه روش یا بیشتر وجود دارد . نخستین و متداولترین آنها اندازه گیری اسمی است : پس از قرار دادن هر پدیده در طبقه بندی مناسب خود ، تعداد پدیده های هر طبقه را بشمارید . دوم کمی کردن به رتبه بندی یا اندازه گیری با مقیاس رتبه ای است . اگر تعداد پدیده های مورد مطالعه خیلی زیاد نباشد - مثلاً کمتر از ۳۰ - میتوان از بر اساس نظر خبرگان و یک ملاک مشخص رتبه بندی کنند . سومین شکل کمی کردن درجه بندی است .

برای مراحل تحلیل محتوا میتوان سه مرحله عمده زیر را ذکر کرد :

۱- مرحله قبل از تحلیل (آماده سازی و سازماندهی)

۲- بررسی مواد (پیام)

۳- پردازش نتایج

در این فصل به پردازش نتایج (مرحله سوم تحلیل محتوا) با استفاده از روش آنتروپی شانون پرداخته می شود.

توسعه روش آنتروپی شانون برای سنجش اطلاعات پیام در تحلیل محتوا

در روش آنتروپی شانون لازم می آید که ابتدا پیام بر حسب مقوله ها به تناسب هر پاسخگو در قالب فراوانی شمارش شود. نتیجه جدول کلی فراوانیها خواهد شد که شکل کلی آن در جدول شماره ی ۱-۱۰ آمده است.

جدول شماره ۱-۱۰- فراوانی مقوله ها بر حسب پاسخگو

مقوله پاسخگو	X1	X2	...	X _n
1	F ₁₁	F ₁₂	...	F _{1n}
2	F ₂₁	F ₂₂	...	F _{2n}
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
m	F _{m1}	F _{m2}	...	F _{mn}

مراحل الگوریتم آنتروپی شانون :

مرحله ۱) ماتریس فراوانیهای جدول ۱-۱۰ را بهنجار کنید . بدین منظور از رابطه ۱ استفاده می شود.

$$p_{ij} = \frac{F_{ij}}{\sum_{i=1}^m F_{ij}} \quad i = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n$$

مرحله ۲) بار اطلاعاتی مقوله j را محاسبه کنید . بدین منظور از رابطه ۲ استفاده می شود :

$$E_j = -k \sum_{i=1}^m [p_{ij} \ln p_{ij}] \quad j = 1, 2, \dots, n ; \quad k = \frac{1}{\ln m} \quad \text{رابطه ۲}$$

مرحله ۳ : با استفاده از بار اطلاعاتی مقوله ها ضریب اهمیت هر یک از مقوله ها را محاسبه می کنیم. هر مقوله ای که دارای بار اطلاعاتی بیشتری است باید از درجه ی اهمیت (W_j) بیشتری برخوردار باشد . محاسبه ضریب اهمیت مقوله j ام طبق رابطه ۳ محاسبه می شود.

$$W_j = \frac{E_j}{\sum_{j=1}^n E_j} \quad j = 1, 2, \dots, n$$

می توان با توجه به بردار W ، مقوله های حاصل از پیام را رتبه بندی کرد.

به عنوان مثال می توان ، محتوای یک پیام را بر اساس سه مقوله (X₁، X₂، X₃) طبقه بندی کرد . فراوانی هر یک از مقوله ها را برای ۱۰ نفر پاسخگو در یک جدول مانند جدول صفحه قبل جمع آوری کرد و ضریب اهمیت هر یک از مقوله ها را به کمک روش آنتروپی شانون بدست آورد.

کاربرد علمی تکنیک آنتروپی شانون (مطالعه ای موردی):

در این پژوهش از مدیران میانی سازمان که ۴۲ نفر بوده اند ، خواسته شده است که نظر خود را در خصوص عوامل موفقیت یک مدیر ایده آل برای سازمان خود بنویسد . سپس هر یک از مفاهیم و عبارات نوشته ی او بر اساس چهار انگیزه ی موفقیت (که شامل انگیزه برتری جویی، توفیق در ارتباط با مجموعه ای از معیارها، تلاش برای رسیدن به موفقیت می باشد)، قدرت (شامل میل به تاثیر گذاشتن، متنفذ بودن و در اختیار داشتن دیگران)، تعلق اجتماعی (بیانگر آرزوی روابط دوستانه و نزدیک اجتماعی داشتن است.) و انگیزه مادی (پول) طبقه بندی شد. رمز گذاری هریک از انگیزه ها بر اساس فراوانی به عمل آمد ، سپس با استفاده از روش جاری (سنتی) که مبنی بر مقایسه صرف فراوانیها است و همچنین شیوه ی پیشنهادی

(آنتروپی شانون) به سنجش ضرایب اهمیت انگیزه های شغلی که از متن پیام حاصل شده است ، پرداخته شده است، پرداخته شد . نتایج هر دو روش در جدول زیر آمده است :

موفقیت	تعلق اجتماعی	قدرت	مادی	انگیزه شغلی
۰/۳۵۱	۰/۳۰۷	۰/۲۰۱	۰/۱۴۱	روش سنتی
۰/۱۴۴	۰/۲۱۱	۰/۳۰۸	۰/۳۳۷	روش آنتروپی شانون

نتیجه گیری :

حال این سؤال مطرح است که نتایج کدامیک از روشها از اعتبار برخوردار است . بدین منظور لازم است از دو جنبه به نتایج بدست آمده نگریست :

الف) اعتبار ریاضی : دو دسته ی عمده از روشهای مختلف در پردازش اطلاعات موجود از یک مساله تحلیل محتوا مطرح شده است : (۱) یک دسته از روشها منشعب از مدل غیر جبرانی و (۲) دسته دیگر منشعب از مدل جبرانی می باشد.

مدل غیر جبرانی یعنی برای مثال نقطه ضعف موجود در یک مقوله توسط مزیت موجود از مقوله دیگر جبران نمی شود . بنابر این هر مقوله در این روشها به تنهایی مطرح بوده و مقایسه بر اساس مقوله به مقوله انجام می پذیرد . روش سنتی تحلیل محتوا از نوع غیر جبرانی است .

مدل جبرانی یعنی برای مثال تغییری کوچک در یک مقوله می تواند توسط تغییری مخالف در مقوله دیگر جبران شود . یعنی هم به پاسخ دهنده و هم به مقوله ها در تحلیل و پردازش اطلاعات بدست آمده توجه دارد . روش آنتروپی شانون، همچنان که دیده شده از نوع جبرانی است . روشهای جبرانی با توجه به ماهیت تعاملی خود بخوبی می توانند، اطلاعات بیشتری را در تفسیر پیام ارائه دهند. بنابر این استفاده از روشهای جبرانی در تحلیل اطلاعات حاصل از پیام مفید تر و از دقت های ریاضی برخوردار است.

ب) اعتبار سازه ای : اعتبار سازه ای یک ابزار اندازه گیری نمایانگر آن است که روش اندازه گیری و تحلیل تا چه اندازه یک سازه یا مقوله ای را که مبنای نظری دارد می سنجد . نظریه سلسله مراتبی آبراهام مازلو مشهورترین نظریه انگیزش است که در بیشتر متون مدیریت مورد استفاده قرار می گیرد. طبق این نظریه در وجود هر انسانی پنج نیاز به صورت سلسله مراتبی به شرح زیر وجود دارد :

- ۱- فیزیولوژیکی - شامل : گرسنگی ، تشنگی،پناهگاه و دیگر نیازهای جسمانی .
- ۲- امنیت - شامل: ایمنی و حفاظت از اکیب فیزیکی و عاطفی .
- ۳- تعلق اجتماعی- شامل : ملاطفت،پذیرش و دوستی.
- ۴- احترام- شامل : احترام به نفس ،خودمختاری و موفقیت در کارها
- ۵- خود شکوفایی- شامل: رشد ،فعلیت بخشیدن به استعدادهای بالقوه شخصی،ایثار،انفاق.

مقوله های چهارگانه استخراج شده بر اساس روش آنتروپی شانون در این پژوهش بخوبی قابلیت تطبیق با سلسله مراتب ۱ الی ۴ مازلو را دارد. واضح است که نیازهای فیزیولوژیک همان نیازهای مادی افراد در سازمان می باشند.

فصل یازدهم

معیارهای ارزیابی پژوهش های کیفی در پارادایم رئالیسم

دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ شاهد رشد روزافزون کاربرد شیوه های کیفی در حوزه های مختلف علمی بوده است. از این رو پارادایم های تفسیری بیشتر مورد توجه قرار گرفته است و در این میان حوزه مدیریت توجه زیادی به کاربرد تحقیقات کیفی معطوف کرده است. بنظر میرسد یکی از پارادایم های علمی مناسب برای تحقیقات مدیریتی خصوصا تحقیقات بازاریابی و بررسی رفتار مصرف کننده پارادایم رئالیسم باشد.

پارادایم های علمی پژوهش چارچوب های مفهومی اند که پژوهشگران در آنها به پژوهش می پردازند. یعنی یک پارادایم نوعی جهان بینی یا مجموعه ای از مفروضات مرتبط بهم در مورد جهان است که بوسیله جامعه اندیشمندان جهان مورد قبول واقع شده است.

نگاهی به انواع پارادایم ها:

چهار پارادایم اصلی غالب در حوزه علوم انسانی عبارتند از:

۱. اثبات گرایی

۲. رئالیسم (فرا اثبات گرایی)

۳. تئوری انتقادی

۴. ساخت گرایی

هر کدام از پارادایم های فوق سه رکن زیر را دارند:

۱. هستی شناسی

۲. شناخت شناسی

۳. روش شناسی

هستی شناسی اشاره به واقعیتی دارد که پژوهشگر آن را بررسی میکند

شناخت شناسی تئوری دانش است یا فرایند تصمیم گیری ویژه یا خاص برای مشروعیت بخشی به واقعیت در یک مجموعه خاص است. روش شناسی نحوه تصمیم گیری مادر مورد اینکه چه چیزی واقعیت است و بستگی به فرایندی دارد که از طریق آن کسب دانش میکنیم. اثبات گرایان مدعی اند که علم به صورت کمی، واقعیات مستقل در مورد یک پدیده را مورد سنجش قرار میدهند و داده ها تغییر نمیکنند چون قابل مشاهده نیستند تئوری انتقادی مدعی است که بین کوشش های ما و محدودیت

تحمیلی از طرف شرایط اجتماعی بر ما تضاد خاصی وجود دارد ساخت گرایان معتقدند که واقعیت عبارت از نوعی نظام باور خاص درون بستر ی خاص است که در ذهن مشارکت کننده وجود دارد رئالیسم معتقد است که بی تردید یک جهان واقعی از پدیده ها وجود دارد که می توان آن را کشف کرد و شناخت حتی اگر بصورت ناقص قابل درک باشد

جدول ۱: مقایسه عناصر سه گانه پارادایم های چهار گانه

ارکان پارادایم	اثبات گرایی	تئوری انتقادی	ساخت گرایی	رئالیسم
هستی شناسی	واقعیت قابل مشاهده	واقعیت در درون ارزشهای اقتصادی. سیاسی. فرهنگی و اخلاقی قرار دارد	واقعیت ساخت یافته	واقعیتی وجود دارد اما بطور احتمالی قابل درک است
شناخت شناسی	یافته های عینی	یافته های کاملاً ذهنی ارزش مدار	یافته های ذهنی تعدیل شده	یافته های عینی تعدیل شده
روش شناسی	آزمایش. پیمایش. آزمون. فرضیه. شیوه های کمی	گفتمان	مشاهده های مشارکتی	کثرت گرایی. تفسیر به وسیله شیوه های کمی و کیفی

به هر حال پژوهش کیفی درون سه پارادایم رئالیسم. ساخت گرایی و انتقادی انجام میگیرند. ولی در این میان پارادایم رئالیسم برای تحقیقات مدیریتی حائز اهمیت بیشتری است. در نتیجه رئالیسم پارادایم مناسبی برای بسیاری از تحقیقات کیفی در مدیریت از جمله تحقیقات بازاریابی است اما باید دید چگونه چنین پژوهشی در پارادایم رئالیسم مورد ارزیابی قرار می گیرند. معیارهای شش گانه ارزیابی کیفیت پژوهش های مبتنی بر پارادایم رئالیسم با توجه به تنوع پارادایم در پژوهش سازمانی هر کدام از آنها برای ارزیابی تحقیقات خود معیارهایی تدوین کرده اند. معیارهای روایی درونی روایی سازه. روایی بیرونی و پایایی از جمله معیار های پژوهشگران اثبات گرا در ارزیابی کیفیت تحقیق های خود است ساخت گرایان نیز برای ارزیابی کیفیت پژوهش در قلمرو ساخت گرایی از قابلیت اعتبار یا تائید پذیری. ثبات یا اتکا پذیری و قابلیت کاربرد یا انتقال پذیری استفاده می کنند ،

اولین معیار ارزیابی کیفیت مناسب بودن هستی شناسی است. یعنی آیا جهان بررسی شده واقعا جهان سوم است. دومین معیار ارزیابی پژوهش روایی مشروط است یعنی روایی در مورد سازو کارهای زاینده و محیطهایی که آنها را مشروط میسازد سومین معیار شناخت شناسی می باشد. شناخت شناسی تحقیقات کیفی از قدرت و قوت بیشتری برای شناخت واقعیت برخوردار است. چهارمین معیار روش شناسی می باشد که عناصر اصلی آن قابلیت اعتماد روششناسی. تعمیم تحلیلی و روایی سازه است. پنجمین معیار تعمیم پذیری تحلیلی یعنی تئوری سازی است. ششمین معیار روایی سازه است و اشاره به این نکته دارد که چگونه اطلاعات خوب در مورد مفاهیم در پژوهش مورد سنجش قرار می گیرند

جدول ۲ معیارهای ششگانه و مقاسیه آنها بامعیارهای سایر پارادایم ها

معیارهای ششگانه	توصیف معیارها	فنون مطالعه موردی در پارادایم رئالیسم	معیارهای ارزیابی موردی	معیارهای ارزیابی محقق ساخت گرایی یا طبیعی	معیارهای ارزیابی پژوهش کیفی	معیارهای ارزیابی تحقیق پارادایم اثبات گرایی
۱- هستی شناسی	پژوهشگر با پدیده اجتماعی انسان سرو کار دارد که می اندیشد	انتخاب مسئله تحقیق. چگونگی و علت مسئله	-	-	-	-
روایی مشروط	سیستم فازی و در عین حال مشخص. که به جای توجه به رابطه علت و معلولی به سازوکارهای زاینده توجه دارد	تکرار پذیری نظری. پرسشهای عمیق. تاکید بر علت موضوعات توصیف بستر موردها	روایی درونی	اعتبار پذیری	روایی درونی	روایی درونی
شناخت شناسی	پژوهشگر نه ارزش مدارا ست و نه عاری ارزش. ولی از ارزشها آگاهی دارد	مصاحبه های چند گانه. مدارک تجربی. پرسشهای کلی قبل از بازنگری. کثرت گرایی. خود توصیفی	-	بیطرفی یا تایید پذیری	عضویت یا تایید پذیری	عاری از ارزش. کوتاه بینی
روش شناسی	اطمینان یابی پژوهش میتواند مورد ارزیابی قرار گیرد	پایگاه داده مطالعه موردی. استفاده از نقل قولها و ماتریسها. توصیف رویه در انتخاب مورد	پایایی	ثبات یا اتکا پذیری	پایایی یا اتکا پذیری	پایایی
تعمیم پذیری	توجه به تعمیم پذیری تحلیلی به جای تعمیم پذیری آماری	تعیین موضوع پژوهش قبل از جمع آوری داده ها. تدوین پروتکل مصاحبه	پایایی	ثبات یا اتکا پذیری	پایایی یا اتکا پذیری	پایایی
روایی سازه	-	استفاده از تئوری پیشین. پایگاه داده مطالعه موردی. کثرت گرایی	روایی سازی			روایی سازی

(پایان)