



روش‌های تحقیق کیفی در رفتار سازمانی: جستاری به تحولات اخیر

فریبرز رحیم نیا^۱

علیرضا قزل^۲

چکیده

مقاله حاضر به بررسی و ارزیابی روش‌های تحقیق کیفی در زمینه رفتار سازمانی می‌پردازد. با توسعه سریع فناوری اطلاعات و تغییرات مستمر در محیط کسب و کار، روش‌های تحقیق نیز تحت تأثیر قرار گرفته‌اند. در این مقاله، به بررسی روش‌های پژوهش کیفی، از جمله تحلیل گفتمان، روش تئوری داده بنیاد (نظریه زمینه) و تحلیل مضمون پرداخته می‌شود. ضمناً، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های این روش‌های تحقیق پرداخته شده و نکاتی برای بهینه‌سازی استفاده از آنها در مطالعات رفتار سازمانی ارائه می‌شود. این مقاله نه تنها به محققان و پژوهشگران این حوزه کمک می‌کند تا با رویکردهای تحقیق کیفی آشنا شوند، بلکه برای افراد مدیریتی نیز ابزارهای به‌روزتری برای درک و مدیریت بهتر رفتارهای سازمانی فراهم می‌کند. چراکه در این مقاله، مواردی چون اهمیت روش‌های کیفی، پیچیدگی‌ها و فرصت‌هایی که این روش‌ها با خود به همراه دارند و چگونگی ادغام آنها با روش‌های کمی بررسی شده‌اند. با بررسی روش تحقیق‌های مذکور مشخص شد این روش‌ها با ارائه‌ی قابلیت‌ها و امکانات جدید، تحقیقات را در موضوعات پیچیده و چندبُعدی به طور چشمگیر تسهیل می‌کنند و همچنین محقق را قادر می‌سازند مبتنی بر دیدگاه‌ها و برداشت‌های متقن نتایج قابل تفسیر و قابل استنادی ارائه دهد.

واژگان کلیدی: تحقیق کیفی، رفتار سازمانی، تحلیل گفتمان، تئوری داده بنیاد، تحلیل مضمون

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱ استاد گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، r-nia@um.ac.ir

^۲ کاندیدای دکتری مدیریت رفتار سازمانی، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، Alireza.ghezel@gmail.com



مقدمه

در دنیای پویا و پیشرفته امروزی، تحقیقات علمی و مطالعات تحقیقاتی نه تنها نشان‌دهنده‌ی پیشرفت‌های علمی و فناوری موجود، بلکه نیز موتور اصلی توسعه و پیشرفت جوامع و سازمان‌ها هستند. پژوهش در علوم اجتماعی فرایندی است که پژوهشگر می‌کوشد بدان وسیله پیچیدگی‌های روابط متقابل بین افراد را بهتر درک کند. بسیاری از تحقیقات، به ویژه در روانشناسی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، علوم سیاسی، مدیریت، اقتصاد و برنامه‌ریزی به روش‌های تحقیق کیفی نیاز دارند (بلیکی، ۱۳۸۴). استراتژی‌ها و شیوه‌های تحقیق کیفی بدان دلیل در علوم اجتماعی مطرح شده‌اند که پژوهشگران را نسبت به مطالعه پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی قادر نمایند (مک‌ناب، ۱۳۹۰). ناکارآمدی شیوه‌های کمی در شناخت انسان و پدیده‌های مرتبط با انسان موجب شده که شیوه‌های تحقیق کیفی برای کمک به پژوهشگر برای درک انسان و بسترهای اجتماعی و فرهنگی که انسانها در آنها زندگی می‌کنند (از جمله سازمان که به عنوان پدیده‌ای اجتماعی متأثر از اعمال و نیت انسان است) شکل گرفتند. آنها بر این قاعده کلی علوم اجتماعی متکی هستند که رفتار مردم بی‌حکمت نیست و باید کوشید حکمت عمل مردم را فهمید نه اینکه آنچه را که نمی‌فهمیم زیر سؤال ببریم (بلیکی، ۱۳۸۴). به همین دلیل، در روش‌های کیفی تحقیق برای دیدگاه‌های افراد مورد پژوهش ارزش قائل می‌شوند و می‌کوشند تا از آنها آگاه شوند، پژوهشگر و افراد مورد تحقیق با یکدیگر رابطه متقابل برقرار می‌کنند، هم به توصیف و هم به تبیین می‌پردازند و سرانجام اینکه برای گردآوری داده‌های اصلی به گفته‌ها و رفتارهای قابل مشاهده افراد تکیه می‌کنند (کر سول، ۲۰۰۷). از نظر جامعه‌شناسان و بعضی روان‌شناسان، مفهوم تحقیق کیفی مشتمل بر چندین رویکرد است که مفهوم عمل را به کمک ترکیبی از مشاهدات، مصاحبه‌ها، گفتگوهای غیر رسمی، روایتها، تاریخچه زندگی و تحلیل متن، مورد بررسی قرار می‌دهند (استارکس و همکاران، ۲۰۰۷). همانند تمامی تلاش‌های پژوهشی، انتخاب مناسب‌ترین روش در راستای پژوهش، برای بدست آوردن نتایج مطلوب، امری حیاتی است. یک انتخاب عاقلانه، روش پژوهش را به سمت اهداف در نظر گرفته شده هدایت می‌کند و کمک می‌کند تا اطمینان حاصل شود که نتایج آن، مفید واقع گردند و به خوبی درک شوند (مک‌ناب، ۱۳۹۰).

با وجود اهمیت بی‌پایان این تحقیقات در زمینه‌های مختلف علمی، زمینه رفتار سازمانی به عنوان یکی از حوزه‌های حیاتی مورد توجه قرار گرفته است. رفتار سازمانی، در واقع تمامی نهادها، سازمان‌ها و فعالیت‌هایی است که در یک موسسه یا سازمان خاص در جریان است و تأثیر آن بر کارایی و عملکرد کلان سازمانی بسیار چشمگیر است.

برای آگاهی بیشتر و کسب درک عمیق‌تر از رفتار سازمانی، روش‌های تحقیقی متنوعی وجود دارد که هر کدام با ویژگی‌ها و مزایای خاص خود به تحقیقات علمی می‌پردازند. در این میان، روش‌های تحقیق کیفی به دلیل قابلیت ارائه‌ی توصیفات عمیق و جامع از رفتارها، نگرش‌ها و تجربیات انسانی، در مطالعات رفتار سازمانی جای خود را می‌یابند. اما با پیشرفت روزافزون علم و فناوری، روش‌های تحقیقی نوینی نیز در حال ظهور هستند که توانمندی‌ها و مزایای جدیدی را در اختیار پژوهشگران قرار می‌دهند.



در این مقاله، به بررسی تحولات اخیر در روش‌های تحقیق نوین کیفی در زمینه رفتار سازمانی پرداخته و سعی می‌شود تا نقش و اهمیت این روش‌های جدید در پیشبرد تحقیقات علمی در این حوزه را تعریف و مورد بررسی قرار دهیم.

ظهور اهمیت پارادایم‌های کیفی

در سال‌های اخیر، علاقه‌ی بسیاری به تکنیک‌های تحقیق کیفی رو به افزایش بوده است. شماره دسامبر ۱۹۷۹ فصلنامه "Administrative Science Quarterly" به طور کامل به روش‌شناسی کیفی اختصاص داده شده بود. به نظر می‌رسد که تحقیق کیفی به تدریج قابل توجه‌تر می‌شود. چه چیزی می‌تواند به توجه در حال ظهور به تحقیق کیفی دلیل دهد؟

۱. به نظر می‌رسد که بین مشاهده‌گران سازمانی به یافته‌های حاصل از مطالعاتی که از ابزارهای سنتی مانند نظرسنجی کاغذ و مداد و آزمایشگاه استفاده می‌کنند، بی‌اعتمادی و تردید افزایش یافته است. به‌ویژه، استفاده مکرر از تحقیقات نظرسنجی باعث شده تعدادی از افراد سوال کنند که آیا متغیرهای استفاده شده در تحقیقات سازمانی واقعاً کیفیت و خصوصیتی دارند یا خیر. بارها و بارها بیان شده است که حتی تغییرات کوچک در طراحی نظرسنجی می‌تواند نرخ پاسخ‌دهی و الگوهای پاسخ را تحت تأثیر قرار دهد. حتی در یک مصاحبه خوب طراحی شده، اثرات مصاحبه‌گر به نظر می‌رسد می‌تواند نسبت به تغییرات وابسته به متغیرها به نسبت بزرگی باشد. به این موارد، مسائل معنایی و مشکلات مصاحبه‌گیران ناخواسته‌ای که در هنگام مصاحبه با آنها مواجه می‌شوند اضافه می‌شود. تعدادی از نویسندگان در گذشته به مضعیت، واکنش‌پذیری و عدم قابلیت تعمیم یافتن یافته‌ها حاصل از آزمایش‌های آزمایشگاهی اشاره کرده‌اند. با توجه به این یافته‌ها، به نظر می‌رسد که دلیل قوی‌ای برای تمرکز زیاد به یک ابزار تحقیق وجود ندارد. این نارضایتی رو به افزایش با ابزارهای تحقیق سنتی، برخی از پژوهش‌گران را به روش‌های غیرمعمول و کیفی هدایت کرده است.

۲. امروزه، علاقه‌ی بیشتری به دیدگاه جامع‌تری در مورد رفتار سازمانی وجود دارد. بسیاری از پژوهش‌گران سازمانی امروزی تمایل دارند به درک ژستالت یا کلیت رفتار واحد مورد مطالعه شوند. رویکرد کلان‌شناسی فرض می‌کند که کل برتری بر مجموع جزئیات خود دارد و به همین دلیل هر گونه بحرانی از یک پدیده می‌تواند فقط در صورتی صورت گیرد که زمینه‌های آن (به وقوع پیوستن) با دقت توصیف و مورد مطالعه قرار گیرد. بنابراین، معتقدیم که یک پدیده (مانند رهبری) نمی‌تواند با تمرکز فقط بر چند متغیر مانند ساختار کار، شخصیت رهبر و اهداف زیردستان به خوبی فهمیده شود، بلکه باید به عنوان یک پدیده پیچیده و موقعیتی که تحت تأثیر این متغیرها و دیگر متغیرهاست، فهمیده شود.

۳. با نزدیک‌تر شدن به موارد فوق، تمایل به مطالعات طبیعت‌گرا رو به افزایش است. پس از دهه‌ی ۶۰ و بیشتر از دهه‌های گذشته، پراکنده‌سازی‌های زیادی از نظرسنجی‌ها و آزمایش‌های آزمایشگاهی در چند موضوع مختلف در حوزه رفتار سازمانی را شاهد بودیم (بعرضی از موضوعات محبوب‌تر شامل انگیزش، رهبری، رفتار گروهی و تصمیم‌گیری است). امروزه تعداد زیادی از پژوهش‌گران در این زمینه معتقدند که به دلیل طبیعت خود موضوع، رفتار سازمانی نمی‌تواند به



خوبی در قسمت‌های منظم و در محیط‌های مصنوعی مورد مطالعه قرار گیرد. همانطور که مینتزرگ یادداشت کرده است:

'اندازه‌گیری با ترم‌های واقعی سازمانی اولین معنا دار این است که وارد میدان و سازمان‌های واقعی شویم. غالباً پرسشنامه‌ها کاربردی نخواهند بود. و همچنین شبیه‌سازی‌های آزمایشگاهی... چه فایده‌ای دارد از توصیف یک واقعیت که مصنوعی است؟ شواهد تحقیقات ما - از وقعه‌ها و داده‌های نرم و افزونگی اطلاعات - نشان می‌دهد که هنوز به اندازه کافی در مورد سازمان‌ها فهمیده‌ایم تا عملکرد آن‌ها را در آزمایشگاه مدل سازی کنیم. پیچیدگی و طبیعت پویای آن‌ها ویژگی‌های پدیده‌هایی مانند سیاست‌گذاری را تعریف می‌کند. ساده سازی چیزی را که باید تحقیق کنیم فشرده می‌کند. از سوی دیگر، طراحی‌های تحقیق کیفی به پژوهشگر اجازه می‌دهد که به داده‌ها نزدیک شود، تمام افراد مرتبط را به خوبی بشناسد و آنچه را که می‌کنند و می‌گویند را مشاهده و ثبت کند. بحرانی است که مطالعه رفتار انسان در محیط‌های سازمان یافته نیازمند بیشتر از کاربرد قوانین روش علمی توسط پژوهشگران است، بلکه یک 'فهم متقابل و فراوانی از داده‌هایشان' است. در بالاتر از همه، اندازه‌گیری‌ها باید با ترم‌های سازمانی واقعی باشد که به معنی اندازه‌گیری چیزهایی است که واقعاً در سازمان‌ها رخ می‌دهد، به عنوان آن‌ها آن را تجربه می‌کنند' است و نه نادیده گرفتن سازمان با وادار کردن آن به 'دسته‌بندی‌های انتزاعی که هیچ ربطی به چگونگی عملکرد آن ندارد'.

۴. در طول زمان، پیچیدگی چارچوب‌های نظری استفاده شده در تحقیقات رفتار سازمانی به نرخ هندسی افزایش یافته است. منابع سنتی اطلاعات در مورد سازمان‌ها (مانند نظرسنجی‌ها، آزمایش‌های یک‌بار) نشان‌دهنده کیفیت در مدیریت این چارچوب‌ها و درک پیچیدگی رفتار انسان نبوده‌اند. طراحی‌های تحقیق طولانی‌مدت، عمیق و بدون محدودیت تقریباً به یک ضرورت تبدیل شده‌اند تا الگوهای رفتاری پیچیده و چند بُعدی در سازمان‌ها را ثبت کنند. این موضوع منجر به تماشای چندین پژوهشگر به سوی فنون تحقیق کمی خارج از معمول شده است، برای ثبت ابعادی از پدیده (که تحت نظر است) که به سادگی به ابزارهای کمی حساس نیست.

۵. م. شاهدات کیفی ممکن است پدیده‌های غیرمنتظره‌ای را تولید کند (و در بسیاری از موارد این گونه بوده است) که پایه فرضیات جدیدی را می‌سازد و کشف 'نظریه‌های بنیادی' را ممکن می‌کند. نتایج کمی غیرمنتظره از آزمایش معروف 'سیم کشی بانک' در مطالعه هاوتورن بدون استفاده از داده‌های کیفی (مانند نرم‌های گروهی غیر رسمی) نمی‌توانست توضیح داده شود. به همین ترتیب، در مطالعه خود در مورد چگونگی پاسخ افراد با تعصب به کارتونهایی که تعصب را رسم می‌کند، کندال و ولف (۱۹۴۹) پاسخ غیرمنتظره‌ای یافتند: برخی از پاسخ‌دهندگان نه به خاطر تعصبات خود شرمسار شدند و نه توهین شدند؛ آنها به سادگی معنی کارتونهایی را نفهمیدند. وقتی این پاسخ به طور دقیق مورد بررسی قرار گرفت، پدیده 'سوءفهم محرک شده' و 'مکانیزم خرابی' بیشتر توضیح داده شد. چرا که پژوهشگر در مطالعات کیفی احتمالاً بیشتر از جنبه‌های مختلف موضوع مورد مطالعه آگاه است، ممکن است برای او آسان‌تر باشد تا توضیحات جایگزینی برای شواهد تضادی ارائه دهد که می‌تواند پایه مطالعات بیشتری را تشکیل دهد.



۶. احتمالاً ممکن است که برخی از پدیده‌های سازمانی به هیچ وجه به طور معتبر بدون استفاده از تکنیک‌های کیفی اندازه‌گیری نشوند. همانطور که نیکوسیا و روزنبرگ هشدار دادند: 'تحقیقات کور برای قوانین قابل اندازه‌گیری... می‌تواند به نادانی در مورد جنبه‌های انسان - مهم‌ترین آنها - که بطور ذاتی غیرقابل اندازه‌گیری هستند، منجر شود'. پژوهشگر 'هدفمند' احتمالاً 'فرآیند تفسیر را با حدس‌های خود پر کند به جای گرفتن فرآیند در حال وقوع راهبرد عملکردی که آن را استفاده می‌کند' و در این فرآیند ریسک زیادی از زیاده‌خواهی مواجه می‌شود. ابزارهای کیفی ممکن است درک تعاملات اجتماعی پیچیده متداول در تمام سازمان‌های بزرگ کمک کند زیرا یک فرصت برای ادغام دانش ناشی از رشته‌های مختلف و ترکیب مفهومی است.

موارد فوق برخی از نگرانی‌های مشترک موجود در زمینه را به نمایش می‌گذارد. همانطور که ون مانن یادداشت کرده است، 'در علوم اجتماعی و برخی از رشته‌های کاربردی، یک بازسازی به آرامی در حال انجام است' (Das, 1983). بخش بعدی به بررسی برخی از روش‌های کیفی محبوب در رشته امروزه می‌پردازد.

دسته‌بندی روش‌های تحقیق کیفی

به طور کلی، روش‌های تحلیل کیفی را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: یک دسته، روش‌هایی هستند که بیشتر از جایگاه نظری یا معرفت‌شناسی خاصی نشئت می‌گیرند. برای نمونه تحلیل روایت و روش پدیدارشناسی که به کارگیری آنها تنوع نسبتاً محدودی دارد. برخی از این روش‌ها نیز، مانند نظریه داده‌بنیاد از چارچوب نظری کلانی بهره می‌برد.

دسته دوم، روش‌هایی است که اساساً مستقل از جایگاه نظری یا معرفت‌شناسی خاصی هستند. این روش‌ها در طیف گسترده‌ای از روش‌های نظری و معرفت‌شناسی می‌توان از آنها استفاده کرد. تحلیل مضمون در این دسته جای می‌گیرد. از این رو، تحلیل مضمون ابزاری سازگار و سازنده است که برای تحلیل حجم زیادی از داده‌های پیچیده و مفصل، می‌توان از آن استفاده کرد.

در یک رویکرد دیگر می‌توان روش‌های کیفی را براساس منابع داده به دو دسته تقسیم کرد: اگر منابع داده شامل مطالعات کتابخانه‌ای و اسناد و مدارک باشد در این صورت از روش‌هایی مانند فراترکیب و فراتحلیل استفاده می‌شود. همچنین استفاده از مرور سیستماتیک و اخیراً فرابگزینش نیز در همین دسته قرار می‌گیرند. به‌طور کلی باید گفت ریشه همه این روش‌ها در هرمنوتیک (زندشناسی) است که با مطالعه متون مذهبی شروع شد.

چنانچه ادبیات پژوهشی از غنای کافی برخوردار نباشد و پیشینه پژوهش کافی نباشد پژوهشگران از مصاحبه استفاده می‌کنند. برای تحلیل متن مصاحبه‌های تخصصی از روش‌هایی مانند تحلیل مضمون و تحلیل محتوا استفاده می‌شود. گاهی نیز مصاحبه‌های ژرفی براساس تجربه زیسته افراد انجام می‌شود که ناگذیر باید از پدیدارشناسی بهره برد.



مطالعات کیفی در تحقیقات سازمانی

بسیاری از تکنیک‌های تحقیق کیفی که در حال حاضر در تحقیقات سازمانی استفاده می‌شوند، ریشه‌های خود را در روان‌شناسی دارند. در ادامه به تاریخچه، تعاریف، ویژگی‌ها و کاربرد هر یک در رفتار سازمانی می‌پردازیم.

تجزیه و تحلیل گفتمان

در مورد تحلیل گفتمان تعاریف گوناگونی وجود دارد. تحلیل گفتمان تجزیه و تحلیل زبان در کاربرد است، در این صورت نمی‌تواند منحصر به توصیف صورت‌های زبانی مستقل از اهداف و کارکردهایی باشد که این صورت‌ها برای پرداختن به آنها در امور انسانی به وجود آمده‌اند (فرکلاف، ۱۳۷۹). مک میلان در مقاله‌ای با عنوان الفبای تحلیل گفتمان می‌گوید: تحلیل گفتمان یک اصطلاح برای مطالعه قسمت اعظم زبان است. به‌طور کلی شامل تنوع رویکردها و دیدگاه‌های مختلف با روش‌های گوناگون زیادی است و در جایی دیگر اضافه می‌کند تحلیل گفتمان مجموعه‌ای از روش‌ها و تئوری‌ها برای بررسی زبان و کاربرد زبان در زمینه‌های اجتماعی است (مک میلان، ۲۰۰۶).

شیفرین نیز با تکیه بر گستره متنی، تحلیل گفتمان را چنین تعریف می‌کند: تحلیل گفتمان می‌کوشد تا نظام و آرایش متنی عناصر زبانی را مطالعه کند. بنابراین، واحدهای زبانی نظیر مکالمات یا متون نوشتاری را بررسی می‌کند. بر این اساس تحلیل گفتمان با کاربرد زبان در زمینه‌های اجتماعی به ویژه با تعاملات یا مکالمات میان گویندگان سرو کار دارد (فرکلاف، ۱۳۷۹).

وان دایک چهار جزء متمایز رویکرد به گفتمان را این‌گونه برمی‌شمارد: اول، تحلیل گفتمان یک پیام رسانه‌ای را به عنوان یک گفتمان تمام عیار مستقل بررسی می‌کند. دوم اینکه، هدف تحلیل گفتمان عمدتاً تشریح داده‌های کیفی است و نه داده‌های کمی. البته معیارهای کمی را می‌توان به خوبی بر تحلیلی، آشکار از نوع عمدتاً کیفی بنیان نهاد. سوم اینکه، تحلیل گفتمان مبتنی بر روشن کردن ساختارهای سطحی برحسب گرامر نوین است که هم به ساختارهای معنا شناختی شالوده‌ای توجه دارد و هم فرض‌ها، ارتباط‌ها، دلالت‌ها و راهبردها را روشن می‌سازد. این‌ها معمولاً در گفتمان در حالت پوشیده باقی می‌مانند. تحلیل گفتمان در قالب نظریه‌های تجربی، تلاش می‌کند قوانین یا اصول شالوده‌ای این ساختارها، تولید و درک پیام رسانه‌ای را بیابد (وان دایک، ۱۳۸۲).

تحلیل گفتمان در علم رفتار سازمانی

تحلیل گفتمان یکی از روش‌های کیفی تحقیق است که در علوم اجتماعی، جامعه‌شناسی، و حتی علم رفتار سازمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این روش به بررسی نحوه شکل‌گیری و تعبیر گفتمان‌ها، نمادها، و زبان‌هایی می‌پردازد که مردم برای توصیف و تفسیر دنیای اطراف خود استفاده می‌کنند.

مثال: تحلیل گفتمان در یک سازمان فناوری اطلاعات



تصور کنید یک شرکت فناوری اطلاعات را داریم که به تازگی با مشکلاتی مرتبط با فرهنگ سازمانی و ارتباطات داخلی مواجه شده است. یک تحلیل گفتمان می‌تواند به ما کمک کند تا چگونگی ایجاد، تفسیر، و پایداری یک گفتمان یا زبان در این سازمان را مورد بررسی قرار دهیم.

- شناسایی گفتمان‌های حاکم: با صاحب‌کارکنان و بررسی مستندات داخلی، می‌توانیم گفتمان‌های مهم و حاکم در سازمان را شناسایی کنیم، مانند اهمیت همکاری، نوآوری، یا تمرکز بر سودآوری.
- تفسیر و تحلیل گفتمان‌ها: با بررسی عبارات، واژگان، و نمادهای استفاده شده در سازمان، می‌توانیم تفسیرات مختلف از یک موضوع را کشف کنیم. به عنوان مثال، واژه "تعهد" ممکن است برای برخی از کارکنان به معنای انجام تسک‌ها با دقت باشد، در حالی که برای دیگران ممکن است به معنای حضور در ساعات اضافی باشد.
- اثرات گفتمان بر رفتار سازمانی: با در نظر گرفتن تأثیرات مختلف گفتمان‌ها بر تصمیم‌گیری، همکاری، و ارتباطات داخلی، می‌توانیم روابط علت و معلولی بین گفتمان‌ها و رفتارهای سازمانی را مشخص کنیم.

با توجه به تحلیل گفتمان، سازمان‌ها می‌توانند به بهبود فرهنگ سازمانی، ارتباطات داخلی، و هماهنگی در تصمیم‌گیری‌ها دست یابند. این روش می‌تواند به ما کمک کند تا دید بهتری از تفاوت‌ها و تنش‌های موجود در سازمان به دست آوریم و به راه‌حل‌های موثرتری دست یابیم.

تئوری داده بنیاد

اولین بار، گلیرز و اشتراوس (۱۹۶۷) روش تئوری داده بنیاد را توسعه دادند. آنها در کتاب کشف تئوری داده بنیاد، تئوری داده بنیاد را یک روش تحقیق معرفی کردند. ریشه‌های تئوری داده بنیاد به مکتب کنش متقابل نمادین می‌رسد. تئوری داده بنیاد ریشه در مکتب تفسیری تعامل‌گرایی سمبولیک دارد. داده‌های این روش، باید از محیط طبیعی و واقعی و از روش‌های متفاوت جمع‌آوری گردد. هدف تئوری داده بنیاد کشف این نمادها، الگوها، فرایندها و چگونگی تعامل بین آنهاست (کات کلیف، ۲۰۰۰).

اشتراوس و کوربین تئوری داده بنیاد را چنین معرفی می‌کنند: تئوری داده بنیاد که منشأ استقرایی دارد، از مطالعه‌ی پدیده‌ی روزمره‌ی زندگی ناشی می‌شود. روش تئوری داده بنیاد، از مجموعه‌ی منظمی از شیوه‌ها برای توسعه دادن نظریه در مورد یک پدیده استفاده می‌کند و بر مبنای یافته‌های تحقیق فرمولی نظری از واقعیت را می‌سازد (اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۰). در این روش، نظریه به دنبال کنش بین داده‌ها و تحلیل به وجود می‌آید (گلیرز و اشتراوس، ۱۹۶۷؛ اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۰).

به طور خاص، پژوهش پدیدارشناسی دارای شباهت بسیاری با روش تئوری داده بنیاد (گلاسر و اشتراوس، ۱۹۶۷، لاک، ۲۰۰۱، اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۴)، است. هر دو روش در پی کسب معنای پدیده مورد مطالعه آن هم با ایجاد فرضیه برای سنجش داده‌ها و در راستای خلق نظریه هستند. رنی (۲۰۰۰) تا آنجا پیش می‌رود که استدلال می‌کند که رویکرد



تئوری داده بنیاد که برای اولین بار توسط گلیزر و استراوس (۱۹۶۷) معرفی شد به طور ضمنی شامل تکنیک پدیدارشناختی نظیر براکتینگ می شود.

اما وجه تمایز پژوهش پدیدارشناختی اساس فلسفی صریح و منسجم آن در مورد تعلیق باورهای نظری پیشین در مورد شیوه آمادگی پژوهشگران، برای مواجهه، اجرا و تجزیه و تحلیل و تعامل خود در این زمینه است.

نکته مهم این است که رویکرد پدیدارشناختی در پژوهش می تواند (اغلب نیز بدین گونه است که) در درون سایر اشکال پژوهش کیفی گنجانیده شود (کرسول، ۱۳۹۱). آنگونه که اشتراوس و کوربین (۱۹۹۴)، خاطر نشان می سازند، پژوهشگران در زمینه های کاربردی (نظیر مدیریت و روان شناسی) به طور فزاینده ای از تئوری داده بنیاد در زمینه روش شناسی پدیدارشناختی بهره برده اند (کوپ، ۲۰۰۵).

تئوری داده بنیاد در علم رفتار سازمانی

تحقیق تئوری داده بنیاد (Grounded Theory) یکی از روش های کیفی تحقیق است که اجازه می دهد تا تئوری ها و مدل های جدید از داده ها و رویدادهای مشاهده شده در طول تحقیق ایجاد شوند، بدون اینکه تحقیقات از یک فرضیه اولیه شروع شود.

مثال: تحقیق تئوری داده بنیاد در یک شرکت تولیدی

فرض کنید که یک محقق قصد دارد تا رفتارهای نوآورانه کارکنان در یک شرکت تولیدی را مورد بررسی قرار دهد.

۱. **مصاحبه ها و مشاهده ها:** محقق با کارکنان و مدیران شرکت مصاحبه می کند و رفتارها، ایده ها، و تجربیات آنها را مشاهده می کند.

۲. **تحلیل اولیه:** با جمع و تحلیل داده ها، الگوهایی از رفتارهای نوآورانه شناسایی می شود، مانند تشویق به اشتراک گذاری ایده ها، تشویق به آزمون ها، یا ارتقاء یادگیری و توسعه.

۳. **ساخت تئوری:** با مقایسه داده ها و تشخیص الگوهای مشترک، محقق یک تئوری داده بنیادی ایجاد می کند که توصیف می کند چگونه نوآوری در این شرکت شکل می گیرد، چه چیزهایی تشویق می شوند، و چگونه فرهنگ سازمانی باعث ترویج یا مهار نوآوری می شود.

۴. **توصیه ها و پیشنهادات:** بر اساس تئوری داده بنیادی، محقق می تواند توصیه ها و راه حل هایی برای افزایش نوآوری در سازمان ارائه دهد، مانند ایجاد یک فضای امن برای اشتراک گذاری ایده ها یا ترویج آموزش های مرتبط با نوآوری.

در کل، تحقیق تئوری داده بنیاد به محقق اجازه می دهد تا با توجه به داده های واقعی و مشاهده های میدانی، یک تئوری جدید و مطمئن از یک موضوع خاص را ایجاد کند. این روش، اطمینان از ارتباط میان تئوری و واقعیت های عملیاتی سازمانی را بالا می برد و راهنمایی موثری برای اصلاحات و تغییرات در سازمان ها فراهم می کند.



تحلیل مضمون

جرالد هالتون، فیلسوف علم در دهه ۱۹۷۰ در کتابی با عنوان "مضمون" (Thema)، تحلیل مضمون را به دنیای علم معرفی کرد. البته این اصطلاح قبل از اون نیز مطرح بوده است؛ موسیقی دانان در دهه ۱۹۳۰ تحلیل نوت های موسیقی را به عنوان تحلیل مضمون تشریح می کردند. جامعه شناسان در دهه ۱۹۴۰ از این اصطلاح برای توصیف روشی برای تحلیل اعتراض های عمومی استفاده نموده اند. روانشناسان در دهه ۱۹۵۰ از آن به عنوان تکنیک هایی برای تحلیل نتایج نتایج آزمون های تصویری بهره گرفته اند (شیخ زاده، ۱۳۹۹).

«براون و کلارک» معتقدند «مضمون بیانگر اطلاعات مهمی درباره داده‌ها و پرسش های پژوهش است و تا حدی، معنی و مفهوم الگوی موجود در مجموعه ای از داده ها را نشان می دهد» (Braun and Clarke, 20۰۰). مضمون الگویی است که در داده ها یافت می شود و حداقل به توصیف و سازماندهی مشاهدات و حداقل به تفسیر جنبه های از پدیده می پردازد (Boyatzis, 1998). شناخت مضمون یکی از مهمترین و اساس ترین مراحل در پژوهش کیفی است و به عبارتی، قلب تحلیل مضمون است. فهم متعارف، ارزش های پژوهشگر، جهت گیری ها و سوالات پژوهش و تجربه پژوهش درباره موضوع، بر نحوه شناخت مضامین تاثیر می گذارد. تحلیل مضمون، نخستین روش تحلیل کیفی است که پژوهشگران باید فرا بگیرند زیرا این روش، مهارت اصلی که برای اجرای بسیاری از روش های دیگر تحلیل کیفی لازم است را فراهم می آورد (Braun and Clarke, 2006). تحلیل مضمون را می توان در اکثر روش های کیفی به کار گرفت. این روش در حقیقت یک راهبرد تقلیل و تحلیل داده ها است که توسط آن داده های کیفی تقسیم بندی، طبقه بندی، تلخیص و بازسازی می گردند. تحلیل مضمون اصولاً یک راهبرد توصیفی است که یافتن الگوها و مفاهیم مهم را از درون مجموعه داده های کیفی تسهیل می نماید (گیون، ۲۰۰۸). به طور کلی تحلیل مضمون روشی است برای:

- دیدن متن
- برداشت و درک مناسب از اطلاعات ظاهراً نامرتب
- تحلیل اطلاعات کیفی
- مشاهده نظام مند شخص، تعامل، گروه، موقعیت، سازمان و یا فرهنگ
- تبدیل داده های کیفی به داده های کمی (Boyatzis, 1998).

در این روش، پژوهشگر به دنبال یافتن الگوهای تکراری معنادار است. تکرار یعنی حداقل در دو مورد از متن، بتوان موضوعی را دریافت کرد. بنابراین مواردی که یکبار بکار رفته اند مضمون به حساب نمی آیند. این روش برای یک رویه مشخص و در سه سطح، مضامین پایه^۳ (کدها و نکات کلیدی موجود در متن)، سازمان دهنده^۴ (مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر^۵ (مضامین عالی در برگیرنده اصول حاکم بر متن به عنوان یک کل)

^۳ Basic

^۴ Organizing

^۵ Global



را نظام مند می کند و نقشه ای از کل مضامین ارائه می دهد که مضامین با توجه به رابطه اعم و اخص با یکدیگر در آن شبکه جای گذاری شده اند (AttrideStirling, 2001). سطوح و انواع مختلف دیگری از مضامین نیز توسط پژوهشگران معرفی شده است. مثلاً براون و کلارک در دو دسته مضامین مشهود (قابل مشاهده مستقیم در متن داده ها) و مکنون (غیرقابل مشاهده مستقیم در متن داده ها) و مضامین متن محور (بر اساس داده های تحقیق شناخته می شوند و نظریه محور (بر اساس نظریه ها شناخته می شوند) را معرفی کرده اند (Braun and Clarke, 2006).

تحلیل مضمون در علم رفتار سازمانی

تحلیل مضمون یکی از روش‌های کیفی تحقیق است که به بررسی محتوای متنی و تفسیر آن برای شناخت الگوها، موضوعات، و معانی پنهان در داده‌ها می‌پردازد.

مثال: تحلیل مضمون در مورد استرس کاری در یک شرکت بزرگ

۱. **انتخاب متن:** محقق از سردبیران و دفتر کاری‌های روزنامه‌ها و مجلات داخلی شرکت، متون مرتبط با تجربیات کارکنان در مورد استرس کاری را جمع‌آوری می‌کند.
 ۲. **تقسیم و تفسیر مضامین:** محقق متون را به بخش‌های کوچک‌تر (یا مضامین) تقسیم می‌کند و سپس هر بخش را بررسی و تفسیر می‌کند. به عنوان مثال، یکی از مضامین ممکن است "احساسات ناامیدی از فشارهای کاری" باشد.
 ۳. **گذرانی:** برای هر موضوع یا مضمون مشخص، یک کد (یا برچسب) اختصاص داده می‌شود. در مثال بالا، مضمون "احساسات ناامیدی از فشارهای کاری" ممکن است به کد "ناامیدی_فشار_کاری" مجهز شود.
 ۴. **تحلیل و ارتباطات:** با توجه به مضامین و کدها، محقق می‌تواند الگوها، روابط، و تفاوت‌هایی که در تجربیات کارکنان وجود دارد را شناسایی کند. مثلاً می‌تواند ببیند که آیا کارکنان با سابقه کار بلندمدت بیشتر از جوان‌ها در مورد فشارهای کاری ناامید هستند یا خیر.
 ۵. **نتایج و توصیه‌ها:** بر اساس تحلیل مضمون، محقق می‌تواند توصیه‌ها و راهکارهایی برای کاهش استرس کاری و افزایش رضایت کارکنان ارائه دهد.
- به طور کلی، تحلیل مضمون به محقق اجازه می‌دهد تا از داده‌های نظریاتی و متنی به صورت مستقیم استفاده کند و با دقت و دقت به شناسایی و توصیف الگوها و مفاهیم مختلف در آنها بپردازد. این روش می‌تواند برای شناسایی و فهم بهتر تجربیات و دیدگاه‌های کارکنان در مورد موضوعات مختلف سازمانی بسیار مفید واقع شود.



جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در مقاله حاضر با موضوع "روش‌های تحقیق کیفی در رفتار سازمانی: جستاری به تحولات اخیر" به بررسی و مقایسه‌ی روش‌های کیفی جدید در زمینه رفتار سازمانی پرداخته‌ایم. نتایج به دست آمده نشان‌دهنده این است که با پیشرفت فناوری و تغییر در نظریه‌ها، روش‌های کیفی نیز در این زمینه دچار تحولاتی شده‌اند که نسبت به روش‌های قدیمی‌تر، به دقت و صحت بیشتری در تحقیقات منجر می‌شوند. از این طریق، مواردی چون اهمیت تازه‌یافته‌ی روش‌های کیفی، پیچیدگی‌ها و فرصت‌هایی که این روش‌ها با خود به همراه دارند و چگونگی ادغام آنها با روش‌های کمی بررسی شده‌اند.

۱. **توجه به نوآوری‌ها:** روش‌های کیفی نوین، با ارائه‌ی قابلیت‌ها و امکانات جدید، تحقیقات را در موضوعات پیچیده و چندبُعدی چشمگیراً تسهیل می‌کنند.

۲. **پردازش داده‌ها و تفسیر:** نکته‌ی قابل توجه دیگر، اهمیت فرآیند پردازش و تفسیر داده‌ها است. این فرآیند، مبتنی بر دیدگاه‌ها و تفسیرات فردی محقق است و باعث می‌شود که نتایج قابل تفسیر و قابل استنادی حاصل شود.

۳. **چالش‌ها و مسائل مرتبط:** همچنین، در مقاله به چالش‌ها و مشکلاتی که در استفاده از روش‌های کیفی ممکن است پیش آید، پرداخته شده و راهکارهایی برای مواجهه با این چالش‌ها مطرح شده است. در نهایت، مطمئناً مقالات و تحقیقات آتی نیز با پیشرفت‌های جدید و تغییراتی در روش‌های تحقیق کیفی مواجه خواهند شد. امیدواریم که این مقاله، پژوهشگران را برای بررسی‌های بیشتر و استفاده از روش‌های کیفی نوین الهام بخشیده باشد.

پیشنهادات

۱. **استفاده از ترکیب روش‌ها:** پژوهشگران می‌توانند برای به دست آوردن نتایج کامل‌تر، از ترکیب روش‌های کیفی با کمک روش‌های کمی استفاده کنند.

۲. **آموزش و پژوهش‌های بیشتر:** با توجه به پیچیدگی‌های موجود در روش‌های کیفی نوین، ضرورت آموزش پژوهشگران در این زمینه و انجام پژوهش‌های بیشتر و تخصصی روش‌های کیفی احساس می‌شود.

۳. **اعتبار سنجی و تأیید بیشتر:** برای اطمینان از دقت و قابل اعتماد بودن نتایج حاصل از روش‌های کیفی نوین، اعتبارسنجی و تأیید بیشتر از طریق روش‌های مختلف توصیه می‌شود.

به طور کلی، با توجه به تحولات اخیر در روش‌های تحقیق کیفی در زمینه رفتار سازمانی، مسیر پژوهش‌ها باید به سمت استفاده بهینه و ترکیبی از این روش‌ها هدایت شود تا نتایج دقیق‌تر و قابل اعتمادتری به دست آید.



منابع

- بلیکی، نورمن، (۱۳۸۴)، طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه حسن چاوشیان (تهران، نشر نی، چاپ اول
- بودلایی، حسن و قزل، علیرضا، ۱۳۹۴، تجزیه و تحلیل تطبیقی روش‌شناسی‌های کیفی تحقیق، ششمین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت و علوم مهندسی، <https://civilica.com/doc/480645>
- شیخ زاده، محمد، ۱۳۹۹، تحلیل مضمون: رویکردی نوین در پژوهش‌های کیفی مدیریت و مطالعات میان‌رشته‌ای، نخستین همایش ملی رویکرد‌های نوین مدیریت در مطالعات میان‌رشته‌ای، گنبد کاووس، <https://civilica.com/doc/1149651>
- مک‌ناب، دیوید، (۱۳۹۰)، روش‌های تحقیق کمی و کیفی: مدیریت دولتی و سازمان‌های غیرانتفاعی، ترجمه: واعظی، رضا و آرمندیان، محمدصادق، انتشارات صفار، جلد اول، تهران.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل گفتمان انتقادی، ترجمه گروه مترجمان، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- کرسول، جان، (۱۳۹۱)، طرح پژوهش، رویکردهای کمی، کیفی، ترکیبی، ترجمه کیامنش، علیرضا و دانای طوس، مریم. انتشارات جهاد دانشگاهی دانشگاه علامه طباطبایی.
- وان دایک، تئون (۱۳۸۲). مطالعاتی در تحلیل گفتمان: از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی، گروه مترجمان، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، تهران
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative research*, 1(3), 385-405.
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. Sage Publications, Inc.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Cope, J. & Watts, G. (2000). Learning by doing—an exploration of experience, critical incidents and reflection in entrepreneurial learning. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(3), 104-119.
- Das T. Hari (1983), *QUALITATIVE RESEARCH IN ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR*, *Journal of Management Studies*, Volume 20, Issue 3.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory; Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine.
- Macmillan, Katie. (2006). "Discourse Analysis—A Primer": [Online: <http://www.ischool.utexas.edu/~palmquis/courses/discourse.htm>]
- Sokolowski, R. (2000). *Introduction to phenomenology*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.



- Starks, h., Trinidad, t. h., (2007), Choose Your Method: A Comparison of Phenomenology, Discourse Analysis, and Grounded Theory, Qualitative Health Research, Vol, ۱۷ □□. ۱۰.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

