

روش تحقیق پدیدارشناسی

حسن بودلایی

www.ketab.ir



جامعه شناسان

سرشناسه: بودلایی، حسن، ۱۳۶۰-
عنوان و نام پدیدآور: روش تحقیق پدیدارشناسی
حسن بودلایی

مشخصات نشر: جامعه‌شناسان
مشخصات ظاهری: ۲۴۰ ص
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۲۳-۲۹۹-۱

وضعیت فهرست‌نویسی: فپای مختصر
پادداشت: کتابنامه

موضوع: پدیدارشناسی -- تحقیق -- روش‌شناسی
موضوع: علوم اجتماعی -- تحقیق -- روش‌شناسی

رده‌بندی کنگره: ۱۳۶۰/۵/۸۲۹/۵
رده‌بندی دیوید: ۴۲۷
شماره کتابشناسی: ۳۹۱۵۲۴۷



جامعه‌شناسان

روش تحقیق پدیدارشناسی
حسن بودلایی

چاپ اول: ۱۳۹۵ تهران/ تعداد ۲۰۰ نسخه
قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان/ چاپ دیجیتال: نگین
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۲۳-۲۹۹-۱
همه حقوق چاپ نشر برای ناشر محفوظ است.

حروفچینی، نمونه‌خوانی و صفحه‌آرایی: جامعه‌شناسان
ویراستاری: گروه ویراستاری انتشارات جامعه‌شناسان

فروشگاه و نمایشگاه مرکزی:
تهران، خیابان انقلاب، روبروی درب اصلی
دانشگاه تهران، پاساژ فروزنده، پلاک ۲۱۷
فروشگاه جامعه‌شناسان- تلفن ۶۶۰۰۰۰۵۱
تلفن دفتر نشر: ۶۶۹۶۹۶۲۰

این اثر، مشمول قانون حمایت مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب
۱۳۴۸ است، هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مولف
(ناشر) نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

WWW.JAMEESHENASAN.COM
Email: Sociologists15@gmail.com

فهرست مطالب

۱۵	فصل اول.....	کلیات استراتژی تحقیق پدیدارشناسی
۵۱	فصل دوم.....	تحلیل تطبیقی روش‌های کیفی تحقیق بررسی وجوه اشتراک و افتراق پدیدارشناسی، تجزیه و تحلیل گفتمان و تئوری داده‌بنیاد
۷۷	فصل سوم.....	درآمدی بر هستی، چرایی و چگونگی طراحی و اجرای فرآیند اپوخه در پدیدارشناسی
۱۰۳	فصل چهارم.....	مصاحبه پدیدارشناسی
۱۲۱	فصل پنجم.....	گردآوری و تجزیه تحلیل داده‌های پدیدارشناسی
۱۵۵	فصل ششم.....	در باب معنای کارآفرینی: مطالعه پدیدارشناختی کارآفرینی در ایران
۱۸۹	فصل هفتم.....	مطالعه پدیدارشناختی جوهر کارآفرینی مردمی
۲۱۷	فصل هشتم.....	مطالعه پدیدارشناسی شایستگی‌های کارآفرینان اجتماعی

پیش‌گفتار

ناکارآمدی شیوه‌های کمی در شناخت انسان و پدیده‌های مرتبط با انسان، موجب شده تا شیوه‌های تحقیق کیفی در کمک به پژوهش‌گران 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) گزینه مناسب‌تری به نظر برسند. بنابراین برای استفاده صحیح از چنین روش‌های تحقیق کیفی، ضروری است تا شناخت مطلوبی از این روش‌ها به عمل بیان یک روش‌های تحقیق کیفی که کمتر مورد توجه قرار گرفته، روش تحقیق پدیدارشناسی است.

در واقع دیدگاه پدیدارشناسی در علم و فلسفه محدود نمانده و در طی نیم قرن اخیر به دلیل مبانی نظری خاص خود، علوم انسانی از جمله جامعه‌شناسی را تحت تأثیر قرار داده است. این تأثیر در بُعد روش‌شناسی به سیر بوده و در موضع مقابله با پوزیتیسم قرار گرفته است. روش تحقیق پدیدارشناسی تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در پژوهش را با هدف دستیابی به جوهره آن موضوع، مورد بررسی قرار می‌دهد. اما پدیدارشناسی در وجه روش چالش‌برانگیز است. در واقع در کشور ما بررسی تحقیق پدیدارشناسی برای بسیاری از علاقه‌مندان به روش‌های کیفی، کمتر شناخته شده است. انگیزه اصلی از نگارش کتاب پیش رو، ایجاد و ترویج شرایط به‌کارگیری روش تحقیق پدیدارشناسی در انجام پژوهش‌های حوزه علوم رفتاری و سازمانی است. برای این منظور، مهم‌ترین موضوعات در خصوص روش تحقیق پدیدارشناسی به گونه‌ای پرداخته خواهد شد که پژوهش‌گران علاقه‌مند بتوانند با درصد اطمینان بالایی از ابزار پدیدارشناسی در جریان یک پژوهش استفاده نمایند.

ساختار این کتاب از فصل‌های مستقلی تشکیل شده است که هر کدام به بخشی از چالش‌ها و مسائل پیش روی پژوهش‌گران، در به‌کارگیری پدیدارشناسی در وجه روش تحقیق پاسخ می‌دهد. فصل اول با عنوان کلیات روش تحقیق پدیدارشناسی، به این موضوع می‌پردازد که پدیدارشناسی به عنوان نوعی روش یا استراتژی تحقیق چیست؟

هدف فصل اول، ارائه کلیات پدیدارشناسی در قالب یک استراتژی تحقیق و در اصل به عنوان نوعی ابزار پژوهشی می‌باشد؛ فصل دوم تلاشی است در جهت تبیین ماهیت مستقل پژوهش پدیدارشناسی از سایر روش‌های پژوهش کیفی. هدف این فصل، مقایسه سه استراتژی تحقیق پژوهش کیفی است که می‌توانند در مطالعات علوم انسانی مورد استفاده قرار گیرند که عبارت‌اند از: پدیدارشناسی، تجزیه و تحلیل گفتمان و تئوری داده‌بنیاد؛ فصل سوم به قلب پژوهش پدیدارشناسی و بنیادی‌ترین اصل آن می‌پردازد. در این فصل چهارچوبی مفهومی برای افزایش توجه در زمینه برکت کردن و هم چنین به منظور ارتقای مهارت در اجرای اصلی‌ترین مفهوم پدیدارشناسی یعنی «اپوخه» در فرایند پژوهش، پیشنهاد می‌شود؛ هدف فصل چهارم طراحی چهارچوبی منسجم بر اساس مبانی فلسفه پدیدارشناسی جهت ساماندهی ساحت‌های عمیق پدیدارشناسی است؛ فصل پنجم نیز بر اساس الگویی نظرمند شیوه تحلیل داده‌های پدیدارشناختی می‌پردازد.

سه فصل شش، هفت و هشت به ارائه نمونه‌هایی از به‌کارگیری روش تحقیق پدیدارشناسی می‌پردازد؛ در فصل نهم نوعی پژوهش پدیدارشناختی معرفی می‌شود، که به جست‌وجوی اکتشاف و توصیف تجارب زیسته کارآفرینان پرداخته است تا از این طریق به ترسیم تعریف و موضوع پژوهشی کارآفرینی نائل گردد؛ در فصل هفتم پژوهشی معرفی می‌شود که به اکتشاف و توصیف تجرب زیسته ۳ کارآفرین مردمی پرداخته تا از این طریق به توصیف پدیدارشناختی جوهره کارآفرینی مردمی نائل گردد؛ در نهایت در فصل هشتم نوعی پژوهش پدیدارشناسی پدید آمده از تجارب زیسته ۶ کارآفرین مشارکت‌کننده را با هدف کشف و توصیف شایستگی‌های آنها مورد بررسی قرار می‌دهد.

کتاب «روش تحقیق پدیدارشناسی» تلاشی برای شناخت این روش تحقیق پیچیده اما مفید در کشور ما است. بنابراین ناگزیر همانند هر اثر دیگری خالص و کاستی نیست. مؤلفان امیدوار هستند تا علاقه‌مندان ضمن بهره‌مندی از مطالب این اثر، در جهت افزودن به ارزش محتوای این اثر، نویسندگان را از نظرات ارشادیه خویش بهره‌مند سازند.