

دکتر حسن بودلایی

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

روش تحقیق پدیدارشناسی



سرشناسه	بودلایی، حسن، ۱۳۶۰ -
عنوان و نام پدیدآور	روش تحقیق پدیدارشناسی / حسن بودلایی.
مشخصات نشر	تهران: اندیشه احسان، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۳۰۲ ص.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۶۰۲۶-۴۹-۹
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
موضوع	پدیده‌شناسی -- تحقیق -- روش‌شناسی
موضوع	Phenomenology -- Research -- Methodology
موضوع	علوم اجتماعی -- تحقیق -- روش‌شناسی
موضوع	Social sciences -- Research -- Methodology
رده بندی کلاس	۸۲۹/۵/ب۸۷،۹ ۱۳۹۵
رده بندی دیویی	۱۴۲/۷
شماره ثبت کتاب	۵۳۸۵۲۶۲



روش تحقیق پدیدارشناسی

مؤلف: دکتر حسن بودلایی

قیمت: ۵۱۰۰۰ تومان

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۸ شمارگان: ۵۰۰

چاپ: هوران

طراح و گرافیک: پرویز بیانی

آماده‌سازی و تولید: انتشارات اندیشه احسان

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن کلاً و جزاً (چاپ، تصویر، صوت، تصویر و انتشار الکترونیکی) بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع است و پیگرد قانونی دارد.

دفتر نشر: تهران، خ انقلاب، روبروی درب اصلی دانشگاه تهران، پاساژ فروزنده، ط ۲، واحد ۵۰۷

تلفن: ۶۶۴۶۶۰۰۲ - تلگرام: ۰۹۱۹۱۵۵۱۸۰۲ - سایت: www.andishehehsan.com

فروشگاه: تهران، خ انقلاب، روبروی درب اصلی دانشگاه تهران، پاساژ فروزنده، طبقه همکف، واحد ۳۰۷



andishe_ehsan



sociologybookstore - ۶۶۴۶۶۰۰۱

فهرست

۹	پیش‌گفتار
۱۳	معرفی کتاب
۲۱	فصل اول: کلیات استراتژی حقیقه پدیدارشناسی
۲۱	مقدمه
۲۳	تاریخچه پدیدارشناسی
۲۵	بررسی مفاهیم اساسی پدیدارشناسی
۳۱	انواع پژوهش پدیدارشناسی
۳۳	مراحل پدیدارشناسی هوسرل
۳۶	مبانی فلسفی و ارکان پدیدارشناسی
۳۸	انسان‌شناسی پدیدارشناسی
۴۳	گام‌های اجرایی روش پدیدارشناسی
۴۶	ساختار عمومی تحقیق پدیدارشناسی
۴۸	تلخیص، نتایج و آثار
۵۱	روایی و پایایی تحقیق پدیدارشناسی
۵۷	کاربرد پدیدارشناسی در مطالعات سازمانی
۵۹	چالش‌ها و محدودیت‌های استراتژی تحقیق پدیدارشناسی
۶۰	خلاصه
۶۴	منابع

فصل دوم: تحلیل تطبیقی روش‌های کیفی تحقیق بررسی وجوه اشتراک و افتراق پدیدارشناسی، تجزیه و تحلیل گفتمان و تئوری داده‌بنیاد..... ۶۷

مقدمه.....	۶۷
معرفی سه رویکرد.....	۷۱
رویکردهای کیفی به مثابه روش تحقیق.....	۷۴
روش‌های تحلیل داده‌ها.....	۷۹
نقش تحلیل گر و کسب اطمینان از قابلیت اعتماد پژوهش.....	۸۲
مخاطب و نتیجه.....	۸۳
اعمال سه رویکرد بر موضوعی یکسان.....	۸۵
تأمیل بر بنای تئوری داده‌بنیاد.....	۹۱
نتایج.....	۹۵
منابع.....	۹۶

فصل سوم: درآمدی بر چارهی و چگونگی طراحی و اجرای فرآیند اپوخه در پدیدارشناسی..... ۹۹

مقدمه.....	۹۹
چالش‌های اپوخه.....	۱۰۱
چهارچوب مفهومی.....	۱۱۹
جمع‌بندی.....	۱۲۶
منابع.....	۱۲۸

فصل چهارم: مصاحبه پدیدارشناسی..... ۱۳۱

مقدمه.....	۱۳۱
ماهیت مصاحبه.....	۱۳۲
مصاحبه پدیدارشناختی.....	۱۳۸
رویکرد سه‌گانه به مصاحبه پدیدارشناسی.....	۱۳۸
خلاصه.....	۱۵۱
منابع.....	۱۵۳

فصل پنجم: گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌های پدیدارشناسی..... ۱۵۵

مقدمه.....	۱۵۵
مروری بر سؤالات پژوهش.....	۱۵۷
محدودیت‌های گردآوری و تحلیل داده‌ها.....	۱۵۸
مشارکت‌کنندگان.....	۱۵۹
مقدمات مصاحبه.....	۱۶۰
تقلیل پدیدارشناختی.....	۱۶۴
خلاصه فصل.....	۱۸۹
پیوسته.....	۱۹۱

فصل ششم: در باره معنای کارآفرینی: مطالعه پدیدارشناختی کارآفرینی در

ایران.....	۱۹۷
مقدمه.....	۱۹۷
مروری بر مبانی نظری.....	۱۹۹
روش‌شناسی پژوهش.....	۲۰۲
یافته‌های پژوهش.....	۲۱۴
ترکیب متن و سازه کارآفرینان مردمی.....	۲۲۵
نتیجه‌گیری.....	۲۲۷
منابع.....	۲۳۵

فصل هفتم: مطالعه پدیدارشناختی جوهر کارآفرینی مردمی..... ۲۳۹

مقدمه.....	۲۳۹
مرور مبانی نظری.....	۲۴۱
روش تحقیق.....	۲۴۳
نمونه تحقیق.....	۲۴۷
تحلیل داده‌ها.....	۲۴۹
نتیجه‌گیری.....	۲۶۵
منابع.....	۲۶۷

فصل هشتم: مطالعه پدیدارشناسی شایستگی های کارآفرینان اجتماعی... ۲۷۱

۲۷۱	مقدمه
۲۷۵	مرور مبانی نظری
۲۷۶	شایستگی های کارآفرینان
۲۸۲	گردآوری داده ها
۲۸۵	تجزیه و تحلیل داده ها
۲۸۶	یافته ها
۲۹۶	نتیجه گیری
۲۹۷	منابع

پیش‌گفتار

ناکارآمدی‌های فرهنگی کمی در شناخت انسان و پدیده‌های مرتبط با انسان، موجب شد 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 نیات انسان است) گزینه مناسب‌تری به نظر رسند. بنابراین، برای استفاده صحیح از چنین روش‌های تحقیق کیفی ضروری است تا شناخت مطلوبی از این روش‌ها به عمل آید. یکی از این روش‌های تحقیق کیفی که کم‌تر مورد توجه قرار گرفته، روش تحقیق پدیدارشناسی است.

در واقع، دیدگاه پدیدارشناسی در قلمرو فلسفی 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 روش‌شناسی چشم‌گیر 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 روش 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 به مهم‌ترین موضوعات در خصوص روش تحقیق پدیدارشناسی به‌گونه‌ای 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 به‌عنوان نوعی روش یا استراتژی تحقیق چیست؟ هدف فصل اول، ارائه کتاب پدیدارشناسی در قالب یک استراتژی تحقیق و در اصل به‌عنوان نوعی ابزار پژوهشی می‌باشد؛ فصل دوم تلاشی است در جهت تبیین ماهیت مسائل پژوهش پدیدارشناسی از سایر روش‌های پژوهش کیفی. هدف این فصل، مقایسه استراتژی تحقیق پژوهش کیفی است که می‌توانند در مطالعات علمی از آن 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 پراکت کردن و هم‌چنین به‌منظور ارتقای مهارت در اجرای اصلی‌ترین مفهوم پدیدارشناسی یعنی «اپوخه» در فرآیند پژوهش، پیشنهاد می‌شود؛ فصل چهارم طراحی چهارچوبی منسجم براساس مبانی فلسفه پدیدارشناسی جهت انجام مصاحبه‌های عمیق پدیدارشناسی است؛ فصل پنجم نیز براساس الگویی نظام‌مند به شیوه تحلیل داده‌های پدیدارشناختی می‌پردازد.

در سه فصل شش، هفت و هشت به ارائه نمونه‌هایی از به‌کارگیری روش تحقیق پدیدارشناسی پرداخته می‌شود؛ در فصل ششم، 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 تجارب زیسته سه کارآفرین مردمی پرداخته تا از این طریق به توصیف پدیدارشناختی جوهره کارآفرینی مردمی دست یابد؛ در نهایت در فصل هشتم نوعی پژوهش پدیدارشناسی پدید آمده از تجارب زیسته شش کارآفرین مشارکت‌کننده را با هدف کشف و توصیف شایستگی‌های آنها مورد بررسی قرار می‌دهد.

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