

مدیریت کیفیت در تحقیق کیفی با تأکید بر گراندتئوری و اتنوگرافی

امان‌الله فصیحی*

چکیده

روش کیفی به منزله یکی از پارادایم‌های اصلی روشی در جامعه‌شناسی است که در برابر پارادایم اثباتی قرار دارد. ویژگی‌های ماهوی این روش ارسویی، و نو بودن این روش در محافل علمی و دانشگاهی ایران از سوی دیگر، سبب شده که هنوز این روش جایگاه شایسته خود را در محافل دانشگاهی و پژوهشی ایران نیابد. سیطره روش اثباتی موجب شده که کارهای انجام گرفته با روش کیفی، فاقد اتقان و استحکام لازم قلمداد شود و چالش‌های گوناگونی در برابر روش کیفی قرار گیرد. از جمله چالش‌های اصلی، چالش مدیریت کیفیت یا به زبان تسامح و تساهل، ملاک سنجش اعتبار در روش تحقیق کیفی است. از همین رو در این نوشتار کوشیده‌ایم تا این بحث را درباره دو روش اتنوگرافی (به مثابه کیفی‌ترین روش کیفی) و گراندتئوری (به مثابه روش قرار گرفته در حالت میانه روش کیفی و اثباتی) پیگیری کنیم. در این نوشتار، اثبات کرده‌ایم که مدیریت کیفیت در اتنوگرافی، محصول درک دقیق معنا از دیدگاه کنشگر و در گراندتئوری محصول پیمودن دقیق مراحل نظریه‌سازی است.

کلیدواژه‌ها: روش، اتنوگرافی، گراندتئوری، فرهنگ، کیفیت، مدیریت.

مقدمه

یکی از مباحث مهم در تحقیق کیفی، مدیریت کیفیت است. برخلاف روش کمی، در روش کیفی نزاعات و جدال‌های گوناگون درباره معیار و نحوه ارزیابی کیفیت و مدیریت تحقیق درمی‌گیرد؛ زیرا روش تحقیق کیفی از حیث هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی، انسان‌شناسی و روش‌شناسی با روش کمی کاملاً متفاوت است. روش کیفی از حیث هستی‌شناسی غالباً برساخت‌گراست. پذیرفته شدن انسان به منزله موجود مختار، معناآفرین و خالق واقعیت‌های اجتماعی، ویژگی‌های اصلی پیش‌فرض انسان‌شناسی پارادایم تفسیری را تشکیل می‌دهند. معرفی توصیف ضخیم به منزله هدف نظریه، جهت‌گیری عملی نسبت به معرفت، پذیرش دانش عامه به منزله منبع معرفت، و پذیرش ارزش‌ها به مثابه بخش جدانشدنی تحقیق، ویژگی‌های اصلی معرفت‌شناسی پارادایم تفسیری را تشکیل می‌دهند. تفهم، درک و تشریح کنش اجتماعی معنادار در محیط، و جست‌وجوی شواهد و مدارک در بستر تعامل‌های اجتماعی سیال و به‌ظاهر عادی، مهم‌ترین ویژگی‌های روش‌شناختی روش کیفی به‌شمار می‌آیند.^۱ با توجه به تفاوت‌های بنیادی پارادایم اثباتی و تفسیری، نمی‌توان کیفیت پژوهش کیفی را براساس ملاک‌های روش کمی ارزیابی کرد.

مطلب دیگری که باید در مقدمه به آن توجه شود، حضور خرده‌ها فرهنگ‌های گوناگون در جوامع امروز است. لازمه استفاده از پارادایم تفسیری و روش کیفی این است که در چنین جامعه‌ای به خرده‌فرهنگ‌های گوناگون توجه، و هر فرهنگی از دیدگاه خود فهم شود و از تحمیل یک دیدگاه فرهنگی به دیگر فرهنگ‌ها پرهیز گردد؛ چون خرده‌فرهنگ‌های مختلف، نظام‌های معنایی گوناگونی را شکل می‌دهند که هرکدام محصول کنش‌های عاملان اجتماعی است و هیچ فرهنگی نسبت به فرهنگ دیگر برتری ندارد. نگاه از بیرون و نادیده انگاشتن ویژگی‌های هر فرهنگ، ما را از فهم درست خرده‌فرهنگ‌ها، محروم می‌سازد. بنابراین باید به ویژگی‌های هر فرهنگ از دیدگاه خود آن توجه شود. با توجه به مطالب مزبور، مسئله این نوشتار به‌خوبی خود را نمایان می‌سازد و آن اینکه چگونه می‌توان مطالعه تنوعات فرهنگی را با مدیریت کیفیت در روش کیفی جمع کرد؟ این پرسش، پرسشی عام و کلی است که در این نوشتار مجال پاسخ دادن به آن نیست؛ لذا در این نوشتار می‌کوشیم که این مسئله را تنها در دو مورد اتنوگرافی و گراندتئوری

بررسی کنیم. برای یافتن پاسخ دقیق، نخست به اجمال به رویکردهای گوناگون درباره مدیریت کیفیت در تحقیق کیفی می‌پردازیم. درباره مدیریت کیفیت در تحقیق کیفی، سه مبنا مطرح است، که برخی ناظر به سنجش نتیجه، برخی دیگر ناظر به سنجش فرایند و برخی تلفیقی از این دو رویکردند.

رویکردهای گوناگون مدیریت تحقیق کیفی

۱. استفاده از معیارهای کلاسیک

یکی از روش‌های ارزیابی کیفیت تحقیق کیفی بر اساس، معیارهای سنتی است. مطابق این مبنا، معیارهای چون «پایایی»، «اعتبار» و «عینیت» ملاک ارزیابی قرار گرفته‌اند؛ البته نه به همان معنایی که در روش کمی به کار می‌روند.

الف) پایایی: در روش کمی پایایی به معانی ثبات، سازگاری، و تکرارپذیری، نتیجه تحقیق است؛^۲ اما در روش کیفی پایایی به معنای اطمینان‌پذیری است نه ثبات و تکرارپذیری.^۳ پایایی در روش تحقیق کیفی، معیار سنجش گاه نتیجه و گاه فرایند تحقیق است. پایایی به منزله معیار سنجش نتیجه به سه معنای آرمانی،^۴ در زمان^۵ و هم‌زمان^۶ به کار رفته است؛ اما در پایایی به مثابه رویه تحقیق، به جای تمرکز بر نتیجه، به استفاده درست از روش در کل فرایند تحقیق تأکید می‌شود. پایایی به این معنا، محصول اعتمادپذیر بودن داده‌ها^۷ و درخور اعتماد بودن روش اجرای تحقیق^۸ است.^۹ مهم‌ترین معیار پایایی، سنجش براساس رویه تحقیق است:

بدین ترتیب معیار پایایی در قالب کنترل قابلیت اعتماد به داده‌ها و روش اجرای تحقیق و با توجه به خاص بودن هریک از روش‌های تحقیق کیفی فرمول‌بندی مجدد شده است. سایر برداشتها از پایایی را، مانند اینکه مجموعه داده‌های تکراری به همان داده‌ها و نتایج منتهی خواهد شد، کنار بگذارید. اگر این برداشت از پایایی به کار گرفته شود، شاید بی‌اعتمادی به داده‌ها به اعتماد به آنها ترجیح داشته باشد.^{۱۰}

ب) اعتبار: یکی از معیارهای سنجش کیفیت بر مبنای نتیجه، معیار «اعتبار» است. در تحقیق کمی، اعتبار به طور متعارف برای ارجاع به «حقیقی بودن»، «درست بودن» و «دقت» به کار می‌رود و به انطباق بین یک سازه ازسویی و نتیجه آن ازسوی دیگر اطلاق می‌شود. درحقیقت اعتبار به معنای «انطباق» یک ایده با واقعیت عملی است.^{۱۱} اعتبار در روش کمی به اعتبار درونی، بیرونی،^{۱۲} اندازه‌گیری، و آماری تقسیم شده است.^{۱۳} معنای اعتبار در

تحقیق کیفی سنتی، «حقیقت داشتن» است.^{۱۴} برای افزایش اعتبار از روش‌های «تحلیل موقعیت مصاحبه»^{۱۵} و «ارزیابی اعتبار به روش ارتباطی»^{۱۶} استفاده شده است؛ منتها روش نخست از ارزیابی محتوا و روش دوم، از سنجش مسائلی فراتر از آگاهی عاجز است.^{۱۷} اعتبار به مثابه «برساخت اجتماعی دانش»،^{۱۸} به جای ارائه معیار مشخص برای حل مشکل کیفیت، گزاره‌های پرسشی مطرح کرده است. از این‌رو، جامع‌ترین و کامل‌ترین معیار سنجش اعتبار، «اعتبار به مثابه رویه تحقیق» است که در آن اعتبار محصول، استفاده درست از روش در کل فرایند تحقیق است. برخی این معیار را به «توضیح همراه با تأمل و بازاندیشی» صورت‌بندی کرده‌اند.^{۱۹}

ج) **عینیت**: سومین معیار کلاسیک، «عینیت» است که به‌ندرت در بحث مربوط به ارزیابی تحقیق کیفی مطرح می‌شود. اثبات‌گرایان «عینیت» را به‌معنای توصیف جهان آن‌گونه که هست و یا استفاده از روش غیرذهنی و قراردادی برای توصیف جهان تعریف کرده‌اند. عینیت در معنای اول با معانی «صادق» و «حقیقی» مرادف است. در معنای دوم، عینیت حالتی از شناخت است که در آن مقولات و برداشت‌های پیشینی، تمنیات، عواطف، داوری‌های ارزشی و دیگر عایق‌های دستیابی به دانش عینی در آن وجود نداشته باشند.^{۲۰} در پارادایم تفسیری، شناخت امری است اجتماعی و راه دستیابی به «عینیت»، درک درست نظام‌های معنایی از دیدگاه خالقان آنهاست. از این‌رو «عینیت» به معنای «توافق بین ذهنی»، «انتقادپذیری دانش»^{۲۱} و «جست‌وجوی هدفمند دریافت حقیقت ویژگی‌های اشیا» به‌کار رفته است.^{۲۲}

۲. معیارهای جایگزین

رویکرد دیگر در برابر سنجش کیفیت، معیارهای جدیدی را مطرح ساخته است. نخستین معیار در این رویکرد باورپذیری، به‌معنای باور داشتن به یافته‌های تحقیق از سوی سازندگان واقعیت است. به بیان دیگر باورپذیری عبارت است از استدلال‌ها و فرایندهای ضرور برای اعتماد به نتایج تحقیق.^{۲۳} دومین معیار اطمینان‌پذیری به‌معنای گردآوری اطلاعات درخور اعتماد است که از طریق حسابرسی دایم حاصل می‌شود.^{۲۴} تأییدپذیری به‌منزله سومین معیار به این معناست که یافته‌های تحقیق عملاً و واقعاً مبتنی بر داده‌ها هستند. انتقال‌پذیری به مثابه چهارمین معیار به کاربردپذیری یافته‌های پژوهش یا تعمیم استنباط‌ها از یک بستر فرستنده ویژه به بستر گیرنده ویژه اطلاق می‌شود.^{۲۵}

جدول انواع معیارهای اعتماد پذیری در تحقیق کیفی و معادل‌های آنها در تحقیق کمی^{۳۶}

معیار	تعریف	معادل کمی
باورپذیری	پذیرفتنی بودن برساخته‌های تحقیق برای سازندگان واقعیت	اعتبار درونی
انتقال‌پذیری	انتقال استنباطها از یک بستر فرستنده ویژه به یک بستر گیرنده ویژه	اعتبار بیرونی
اطمینان‌پذیری	میزان توانایی ابزار انسانی برای کسب نتایج سازگار و منطقی	روایی
تأیید‌پذیری	میزان همسویی نظریه با شواهد تجربی	عینیت

۳. مدیریت کیفیت براساس ملاک‌های ورای معیار

در سومین رویکرد، تلاش بر آن است که کیفیت براساس ملاک‌های ورای معیار مدیریت شود. برخلاف ویژگی تقلیل‌گرایانه دو رویکرد پیشین، در این رویکرد، مدیریت کیفیت در سطح کل طرح تحقیق، آن هم به صورت فرایندی کانون توجه است.^{۳۷} استفاده مناسب از روش کیفی، نخستین راهکار ورای معیار است. مهم‌ترین ملاک‌های انتخاب یک روش کارآمدی، تناسب روش با موضوع و فرایند تحقیق است.^{۳۸} چندبعدی‌سازی، راهکار دیگری ورای معیار است که در قالب چندبعدی‌سازی در روش، نظریه، داده و پژوهشگر محقق می‌شود. راهکار دیگر ارزیابی کیفیت، استقرای تحلیلی است که براساس آن، رویدادها به صورت نظام‌مند تحلیل و تفسیر می‌شوند. نقطه‌محوری استقرای تحلیلی، بررسی موارد استثنایی یا ناهمخوان با فرضیه است. از همین رو برخی مفهوم «تحلیل موارد منفی» را نیز به کار برده‌اند.^{۳۹} مقایسه دایمی و برابر هم قرار دادن تیپ‌های ساخته‌شده روش‌های دیگری هستند که برای ارزیابی کیفیت در تحقق کیفی استفاده می‌شوند. اگرچه فلیک تعمیم‌پذیری را نیز به منزله راهکاری مستقل مطرح ساخته،^{۳۰} این درحقیقت نه معیاری مستقل نیست، بلکه نتیجه استفاده از معیارهای دیگر است.

بررسی مدیریت کیفیت در گراندتئوری و اثنوگرافی

پس از بررسی رویکردهای گوناگون درباره نحوه ارزیابی کیفیت در روش کیفی، اینک نحوه مدیریت کیفیت را در گراندتئوری و اثنوگرافی (در مطالعه فرهنگ‌های متنوع) تحلیل می‌کنیم.

نحوه مدیریت کیفیت در گراندتئوری

الف. تعریف گراندتئوری

پیش از ورود به اصل مطلب، بایسته است که به‌اجمال گراندتئوری را به‌منزله یکی از روش‌های مندرج در پارادایم تفسیری - برساختی تعریف کنیم. بنابر تعریف استراس و

کوربین، گراندتئوری «نظریه‌ای است که به‌طور استقرایی از مطالعه پدیده به دست آید و نمایانگر آن پدیده باشد».^{۳۱} اگرچه نظریه مبنایی اصولاً برای ساخت نظریه‌های بنیادی و داده‌محور کاربرد دارد، می‌توان از آن برای نقد، بسط و آزمون نظریه‌های صوری نیز استفاده کرد. با توجه به دو رهیافت برساخت‌گرا و عینی‌گرا، گراندتئوری نیز از دیدگاهی به اثباتی و تفسیری تقسیم می‌شود که در اینجا مقصود، نوع دوم است. بنابر دیدگاه برخی، در گراندتئوری از راهکارهای قیاسی، استقرایی و استفهامی هم‌زمان استفاده می‌شود. در نتیجه چارچوب مفهومی این نظریه بیشتر به برساخت‌های کنشگران وابسته است تا به مطالعات پیشین.^{۳۲}

گراندتئوری مدام برای کشف دیدگاه کنشگران اجتماعی از روش‌های مختلف گردآوری اطلاعات در مراحل گوناگون تحقیق استفاده می‌کند. به دلیل وجود رابطه دوسویه میان محقق و کنشگر، گراندتئوری همواره پذیرای اصلاح، تعدیل و بازسازی است؛ زیرا داده‌ها از میدان تحقیق به دست می‌آیند و محقق به آنها اعتماد دارد. گزارش زمینه‌ای به دست آمده، ماهیت اندیشه‌نگارانه، بسترمند و موقعیتی دارد و از تعمیم تحلیلی برخوردار است، نه تعمیم آماری. گراندتئوری دارای سه بعد شرایط، تعامل‌ها و پیامدهاست که حول مقوله‌ای هسته‌ای ترسیم می‌شود. در گراندتئوری محصول پیوند، نه مجموعه‌ای از یافته‌ها یا چند مقوله به هم مرتبط تنها، بلکه یک صورت‌بندی نظری و منسجم درباره بسترها، فرایندها، و پیامدهای وجود یک پدیده یا رویداد است.^{۳۳}

ب) روش‌های مدیریت کیفیت در گراندتئوری

با توجه به مطالب پیش گفته، پرسش این است که تنوع فرهنگی در گراندتئوری چگونه مدیریت می‌شود؟ چگونه می‌توان در عین توجه به گوناگونی‌های فرهنگی، نظریه‌ای تولید کرد که واجد معیارهای علم خوب باشد؟ معناداری، سازگاری مشاهده با نظریه، تعمیم‌پذیری نظری و تحلیلی، بازتولیدپذیری، دقت و تأیید، مهم‌ترین صفات نظریه مطلوب‌اند.^{۳۴} با توجه به مباحث پیشین، اصل اساسی در گراندتئوری استفاده از منطق درست برای «ساختن نظریه» است. لذا استفاده از فنون منظم گردآوری داده‌ها و رویه‌های تحلیلی و ارائه تفسیر درست از داده‌ها، بسیار مهم است. البته در گراندتئوری روش تحلیل و تفسیر داده‌ها بر روش گردآوری آن اولویت دارد و مدیریت کیفیت در گراندتئوری با نمونه‌گیری درست، کدگذاری صحیح و تدوین نظریه پیوند می‌خورد.^{۳۵} بنابراین مدیریت

گراندتئوری در سه مرحله نمونه‌گیری یا گردآوری داده‌ها، تحلیل داده‌ها و تدوین نظریه بررسی می‌شود.

۱. مدیریت کیفیت براساس معیارهای سنتی

ارزیابی کیفیت براساس معیارهای سنتی، نخست در سه مرحله تحلیل می‌شود. در مرحله اول، مهم نحوه انتخاب نمونه به مثابه معبر دستیابی به اطلاعاتی است که گراندتئوری با آنها به آنها ساخته می‌شود. بنابراین پیش از همه نمونه‌های انتخاب‌شده باید باورپذیر یا پایا باشد. براساس «پایایی رویه‌ای» زمانی گراندتئوری باورپذیر است که اولاً نمونه‌های آن، اعتمادپذیر باشند؛ ثانیاً محقق واجد قابلیت نمونه‌گیری باشد. در گراندتئوری نمونه وقتی درخور اعتماد است که به‌جای استفاده از نمونه‌گیری تصادفی، از نمونه‌گیری هدفمند و نظری استفاده شود. نمونه‌گیری هدفمند مشخص می‌کند که با چه کسی یا چه کسانی باید گفت‌وگو کرد. از این‌رو تصمیم‌های مربوط به نمونه‌گیری، آن دسته از اطلاعاتی را هدف قرار می‌دهند که در پرتو اطلاعاتی که پیش‌تر مورد استفاده قرار گرفته و دانشی که از آنها استخراج شده است، ظاهراً بیشترین آگاهی‌بخشی را به همراه دارند. نمونه‌گیری نظری می‌آموزاند که محقق برای تکمیل اطلاعات و رفع موارد مفقودشده از چه معیارهایی برای نمونه‌گیری باید استفاده کند. از آنجاکه به لحاظ نظری بی‌نهایت امکان برای انتخاب نمونه شدن وجود دارد، ضرور است که معیاری برای محدود کردن نمونه‌گیری به شکل موجه، تعریف شود. معیار نمونه‌گیری نظری نمایا بودن نمونه از طریق تصادفی بودن یا سهمیه‌بندی نمونه تضمین نمی‌شود؛ بلکه معیار انتخاب نمونه، میزان اثرگذاری آن بر نظریه است؛ نظریه‌ای که از دل داده‌های تجربی در حال شکل‌گیری است. به همین خاطر محتوا مهم است.^{۳۶} نمونه‌گیری در گراندتئوری زمانی متوقف می‌شود که اشباع نظری حاصل شود. اشباع نظری زمانی روی می‌دهد که محقق از تبیین نظری تحقیق اطمینان یابد. در گراندتئوری از روش‌های نمونه‌گیری باز، نسبی، متنوع و گزینشی استفاده می‌شود.^{۳۷}

در گراندتئوری اعتمادپذیر بودن نمونه به‌تنهایی بسنده نیست؛ بلکه محقق نیز باید معتمد باشد. محقق گراندتئوری باید با منطق نمونه‌گیری و انواع آن در گراندتئوری آشنا باشد تا بتواند مبنای نمونه اصلی، و دلیل انتخاب نمونه نظری را به‌خوبی بیان کند.^{۳۸} در صورت رعایت شدن این نکات، می‌توان از گراندتئوری پایا یا اطمینان‌پذیر سخن گفت.

معیار دیگر سنجش کیفیت، سنجش اعتبار درونی و بیرونی گرانددتئوری یا باورپذیری و انتقال‌پذیری آن است. اعتبار در روش کیفی از چند لحاظ کنترل‌پذیر است. اعتبار براساس کنترل کنشگران، زمانی حاصل می‌شود که محقق پس از نمونه‌گیری در گردآوری اطلاعات بعد صوری، روش گردآوری اطلاعات را رعایت کند. برای نمونه در صورتی که اطلاعات از طریق مصاحبه گردآوری شوند، محقق باید مطمئن باشد که شرایط صوری نوع مصاحبه استفاده‌شده به‌خوبی رعایت شده است تا به درجه‌ای از وثوق و اطمینان دست‌یابد. مقتضای اعتبار ارتباطی در روش گردآوری گرانددتئوری این است که محقق به‌خوبی با مصاحبه‌شونده ارتباط برقرار کند تا اطمینان یابد که نظریات او را به‌خوبی فهمیده و درک کرده است. وی باید در صورت امکان اطلاعات را در اختیار مصاحبه‌شونده قرار بدهد تا موافقت او را جلب کند. مقتضای سخن میسر هم این است که ما هنگام مصاحبه باید به این نکته توجه کنیم که واقعیت، امر از قبل تعیین‌شده‌ای نیست؛ بلکه واقعیت همان است که در هنگام مصاحبه تولید می‌شود. مهم‌تر از همه، سنجش اعتبار براساس رویه تحقیق است. از این معیار در گرانددتئوری می‌توان به برخوردار بودن محقق از حساسیت نظری نیز تعبیر کرد؛ یعنی برخورداری محقق از توانایی تشخیص اینکه چه چیزی در ساختن نظریه مهم است و قدرت معنا دادن بدان را دارد. حساسیت نظری کمک می‌کند تا نظریه‌ای را تنظیم کنیم که پایا، معتبر و عینی باشد. چنان‌که بیان شد، مهم‌ترین ویژگی اعتبار براساس رویه تحقیق، خصلت بازاندیشی آن است. این امر مهم در حساسیت نظری به‌خوبی نمایان است؛ زیرا محقق در رفت‌وآمدی مستمر، همواره نمونه‌ها و مقوله‌بندی‌های خود را بازسازی، و با افزایش اطلاعات جدید آنها را کامل‌تر می‌کند. آگاهی از متون تخصصی و تجربه‌های شخصی و حرفه‌ای، منابع اصلی حساسیت نظری را تشکیل می‌دهند.^{۳۹}

مرحله دوم، مرحله تحلیل داده‌هاست. محقق می‌تواند در نمونه‌گیری و گردآوری داده‌ها موفق باشد، اما واجد قدرت تحلیل درست نباشد. تحلیلی در گرانددتئوری پذیرفته است که در آن طبقه‌بندی و کدگذاری به‌درستی انجام شده باشد. کارکرد کدگذاری باز به‌منزله نخستین سطح تحلیل بیان داده‌ها و پدیده‌ها در قالب مفاهیم است. در این مرحله، عبارات‌ها و داده‌ها به‌منظور کدبندی به واحدهای معنایی تجزیه و دسته‌بندی می‌شوند. در کدگذاری محوری، به مثابه دومین مرحله کدبندی، با استفاده از منطق پارادایمی، پدیده

مرکزی شناسایی، شرایط علی کشف و ساختاری جدید ظاهر می‌شود.^{۴۰} سپس محقق با نگارش خط داستان به منزله متصل‌کننده مقوله‌ها، فرضیات و پیش‌بینی‌های خود را بیان می‌کند. این همان کدگذاری انتخابی است. پس از این مرحله است که نظریه ساخته می‌شود. از نظر استراس و کوربین، تحلیل داده‌ها در صورتی به‌خوبی مدیریت شده است که مقولات اصلی، شاخص‌های حاکی از مقولات اصلی و مبنای انتخاب مقولات مشخص باشند. علاوه بر آن، فرضیه‌های حاکی از روابط مفهومی و مبنایی ساخته شدن فرضیه‌ها و میزان پایداری فرضیه‌ها در مقابل داده‌ها هم باید تعیین شوند. مطلبی که درباره ملاک کدگذاری به آن توجه شود «اشباع» کدهاست؛^{۴۱} یعنی پر شدن فضای یک مفهوم یا مقوله و عدم ظهور داده‌های جدید.

سومین مرحله ارزیابی کیفیت، مربوط به تدوین نظریه است؛ یعنی پاسخ به این پرسش که آیا نظریه بر داده‌های تجربی تحقیق استوار است تا تأییدپذیر و انتقال‌پذیر باشد یا نه؟ استراس و کوربین هفت معیار سنجش پیشنهاد کرده‌اند. تولید مفاهیم براساس داده‌ها، نظام‌مندی مفاهیم با همدیگر، گستره ارتباط مفاهیم، میزان تنوع تعبیه‌شده در درون نظریه، توجه به روند، و میزان معناداری یافته‌های نظری، مهم‌ترین معیارهای ارزیابی همسویی نظریه با داده‌های تجربی‌اند.^{۴۲} علاوه بر آن، برخی دیگر مانند هم‌رسانی، معیارهای دیگری را نیز معرفی کرده‌اند: میزان تدوین‌شدگی نظریه نوعی / صوری، درجه تکمیل‌شده‌گی نظریه، بدیع بودن مدعیات مطرح‌شده، سازگاری مدعیات با مشاهدات تجربی، باورپذیری تفسیرها برای مخاطبان، میزان انتقال‌پذیری یافته‌ها و قابل تأمل و بازاندیشی بودن در تفسیرهای ارائه‌شده، مهم‌ترین معیارهای سنجش همسویی نظریه با شواهد تجربی‌اند.^{۴۳}

۲. مدیریت کیفیت براساس ملاک‌های جایگزین

از میان معیارهای گوناگون ملاک‌های جای‌گزین، در گراندتئوری اطمینان‌پذیری بر پایه رویه تحقیق یا حسابرسی، بیشترین کاربرد را دارد. براساس این معیار، اقدامات و تحولات فرایند تحقیق، آشکار و ارزیابی می‌شود. براساس این معیار، مسائلی چون پیوند یافته‌ها با داده‌های تحقیق، شیوه وزن‌بخشی به داده‌ها، منطقی بودن استنباط‌ها و توجه به تحلیل‌های بدیل، ساختار مقولات، ارتباط روش نمونه‌گیری با فرضیه‌های مطرح‌شده، میزان سوگیری محقق، و استفاده از استراتژی‌های باورپذیر بررسی می‌شوند.^{۴۴} باید توجه کرد که این سخن

به معنای نفی استفاده از معیارهای دیگر که در رویکرد جای‌گزین مطرح شده‌اند، نیست؛ بلکه مقصود این است که این معیار بیشترین مناسبت را با گراندتئوری دارد.

۳. مدیریت کیفیت براساس ملاک‌های ورای معیار

مهم‌ترین روش‌های مدیریت کیفیت گراندتئوری به صورت فرایندی عبارت‌اند از:

۱. تناسب: نخستین معیار ارزیابی کیفیت گراندتئوری این است که آیا اساساً این موضوع ویژه را می‌توان با گراندتئوری مطالعه کرد یا نه؟ ممکن است بین موضوع تحقیق و روش برگزیده شده هیچ مناسبتی نباشد. بنابراین چنین مطالعه‌ای سودمند نخواهد بود و نمی‌توان در فضای تنوع فرهنگی از آن بهره جست؛

۲. چندبعدی‌سازی: دومین راهکار مدیریت گراندتئوری در مطالعه تنوعات فرهنگی، استفاده از منطقی چندبعدی‌سازی است. چنان‌که بیان شد، چندبعدی‌سازی گاه نظری، گاه روشی، گاه داده‌ای و گاه پژوهشگری است. چندبعدی‌سازی نظری در نمونه‌گیری به این صورت محقق می‌شود که همزمان از دیدگاه‌های مختلف، زمان و مکان مختلف، افراد و گروه‌های مختلف نمونه‌گیری شود. مقتضای چندبعدی‌سازی روشی در یک سطح استفاده از روش‌های مختلف نمونه‌گیری، کدبندی و مقوله‌بندی در فرایند مختلف تحقیق است؛ در سطح دیگر مقتضای زاویه‌بندی روشی استفاده از روش‌های مختلف گردآوری اطلاعات و تفسیر و تحلیل اطلاعات است. صورت دیگر چندبعدی‌سازی گراندتئوری استفاده از داده‌های مختلف، چون داده‌های شفاهی و چندکانونی است. هرچه داده‌های تحقیق براساس روش‌های مختلف گردآوری شده باشند، کیفیت تحقیق افزایش می‌یابد. صورت چهارم چندبعدی‌سازی در گراندتئوری استفاده از محققان پرشمار است؛ یعنی برای نمونه‌گیری، کدبندی، تفسیر و تحلیل اطلاعات از چندین محقق استفاده شود. نظریه‌ای که از این طریق ساخته می‌شود، مدیریت شده‌تر از نظریه‌ای است که به وسیله یک محقق ساخته می‌شود. چنان‌که در ضمن مطالب بیان شد، چندبعدی‌سازی اختصاص به مرحله نمونه‌گیری ندارد؛ بلکه همه مراحل نظریه‌سازی را دربرمی‌گیرد؛

۳. استقرای تحلیلی: راهکار سومی که برای مدیریت گراندتئوری استفاده می‌شود، استقرای تحلیلی است. بر پایه این راهکار، محقق پس از تحلیل نظام‌مند داده‌ها و پرداخت نظریه به گونه منسجم، موارد ناهمخوان با نظریه را جست‌وجو می‌کند. عدم دستیابی به

چنین مواردی، بیانگر مطلوب بودن کیفیت نظریه و برخورداری آن از قابلیت انتقال و عینیت است. این راهکار، بیشترین کاربرد را در گراندتئوری دارد؛ زیرا این راهکار بیشتر به دنبال سنجش صحت و سقم نظریه تولیدشده از راه یافتن شواهد نقض کننده است؛ چنان که از عبارت بولکر این مطلب قابل استنباط است:

استقراء تحلیلی روشی است برای تفسیر سیستماتیک رویدادها، که شامل فرایند فرضیه سازی و نیز آزمون آنها می شود. حربه اصلی این استراتژی عبارت است از تحلیل موارد استثنایی ای که با فرضیه همخوانی ندارد.^{۴۵}

جست و جوی موارد خلاف، پس از تدوین اولیه گراندتئوری انجام می گیرد. در استقراء تحلیلی از طریق تحلیل یا تلفیق موارد منفی، گراندتئوری آزموده می شود؛^{۴۶}

۴. مقایسه دایمی: چنان که بیان شد مقایسه دایمی اساساً برای تفسیر متن به منظور افزایش کیفیت، اغلب در گراندتئوری استفاده می شود. مقوله بندی رویدادها، تلفیق مقولات و ویژگی های آنها، تحدید و نگارش نظریه مراحل اصلی مقایسه دایمی را تشکیل می دهند. بر پایه این راهکار، باید مفسران همت خود را صرف مقایسه دایم کدگذاری های خودشان با کدگذاری ها و طبقه بندی هایی کنند که پیش تر طراحی شده اند. کار مفسر با داده هایی که پیش تر کدگذاری یا طبقه بندی شده اند، پایان نمی یابد؛ بلکه آنها پیوسته در فرایند مقایسه وارد می شوند.^{۴۷} بحث ساختن نمونه آرمانی وبر و پیروان وی در امتداد همین بحث مطرح می شود؛ زیرا هدف از مقایسه دایمی و ساختن نمونه آرمانی، بسط قابلیت انتقال پذیری یا تعمیم در گراندتئوری است؛ زیرا تعمیم در گراندتئوری عبارت است از انتقال تدریجی یافته ها از مطالعه مورد و بستر آن به سطح انتزاعی و عام تر؛ مانند یک تیپولوژی. بدین ترتیب این پرسش که آیا تحقیق به آن سطح از تعمیم که قصد داشته رسیده است یا خیر، معیار دیگری برای ارزیابی نتایج گراندتئوری و فرایند رسیدن به آن است. از همین رو برای دستیابی به تعمیم باید از همان آغاز میزان تعمیم دهی، تلفیق محتاطانه مورد و بسترهای مورد مطالعه، نحوه نمونه گیری نظری و مقایسه نظام مند داده ها مشخص شوند.^{۴۸}

نحوه مدیریت کیفیت در اتنوگرافی

الف) تعریف اتنوگرافی

اتنوگرافی معاصر منتج از مکتب انسان شناسی اجتماعی بریتانیا و مکتب جامعه شناسی شیکاگو، یکی از روش های اصلی تحقیق کیفی است. با توجه به تعاریف اتنوگرافی، برخی

آن را «کار توصیف فرهنگ»، برخی دیگر آن را به «مطالعه مردم در محیط‌های طبیعی با ابزار متناسب با آن» و برخی به «توصیف معانی درون یک پدیده با ابتنا به عقل سلیم» تعریف کرده‌اند.^{۴۹} براساس مبانی فلسفی، اثنوگرافی به اثنوگرافی کلاسیک، منظم، تفسیری و انتقادی^{۵۰} و از دیدگاهی دیگر به اثنوگرافی وسیع و محدود تقسیم شده است.^{۵۱} بنیان‌های اصلی فلسفی اثنوگرافی را می‌توان در مکاتب فلسفی‌ای چون پدیدارشناسی، کنش متقابل نمادین، مکتب تفهم، رفتارشناسی، طبیعی‌گرایی، رویکرد انتقادی، رویکرد فمینیسم، پست‌مدرن و پراگماتیسم جست‌وجو کرد. در این نوشتار، مقصود اثنوگرافی معاصر یا تفسیری است. محوریت دیدگاه کنشگران اجتماعی در فهم واقعیت‌ها، توصیف فرجه، تمرکز بر فرایندهای اجتماعی، پذیرش رهیافت انعطاف‌پذیر، پروراندن مفاهیم و نظریه مهم‌ترین ویژگی‌های روش اثنوگرافی معاصرند. هرمنوتیک مضاعف ویژگی‌ای است که دیدگاه اثنوگرافی معاصر را از نظریه وبر تا حدی متمایز می‌سازد؛ زیرا بنابر روش‌شناسی وبر محققان اجتماعی با نمونه‌های آرمانی به مثابه برساخته‌های عالمان اجتماعی از واقعیت‌های سروکار دارند، نه معانی‌ای که کنش‌گران اجتماعی در رفتارهای روزمره خود تولید می‌کنند.

ب) روش مدیریت کیفیت در اثنوگرافی

براساس مطالب پیش‌گفته می‌توان به‌خوبی نحوه مدیریت تنوعات فرهنگی را از دیدگاه اثنوگرافی بررسی کرد. مطالعه تنوعات فرهنگی براساس روش اثنوگرافی، زمانی مدیریت شده است که چارچوب‌های معنابخش، معانی ذهنی (سطحی)، و معانی پایه‌ای و عمیق حاکم بر رفتار به‌خوبی درک شوند. به بیان موجز، مدیریت تنوعات فرهنگی از دیدگاه اثنوگرافی معادل فهم دقیق معنای عمیق رفتارهای فرهنگی از دیدگاه خود عواملان اجتماعی است. *برایان فی تصریح می‌کند که نیاز به تأویل و تفسیر و درک بنیان‌های رفتار، بیش از هر جای دیگر در اثنوگرافی خود را می‌نمایاند. این امر نه‌تنها در مطالعه خرده‌فرهنگ‌های دیگر، حتی در مطالعه فرهنگ خودی نیز ضرورت می‌یابد.*^{۵۲} به تعبیر لیتل، هدف اثنوگرافی، روشن ساختن معنای عمل در چارچوب فرهنگی حاکم بر آن است.^{۵۳} منتها پرسش اساسی این است که اثنوگراف از چه روشی برای فهم معانی عمیق یا عینی^{۵۴} فرهنگ‌ها استفاده می‌کند؟ از جهت روش‌شناختی، اثنوگراف وقتی به فهم درست

دست می‌یابد که از «توصیف مجمل»^{۵۵} به «توصیف فربه» گذر کرده باشد؛ توصیفی که محقق از طریق حضور همراه با مشارکت در میدان تحقیق، و نگریستن از عینک خود عواملان اجتماعی به ادلهٔ نهفته در پشت هر عملی به آن دست می‌یابد. به بیانی دیگر «توصیف فربه» زمانی محقق می‌شود که اتنوگراف معنای عمیق داده‌های تجربی را آشکار سازد. این کار هنگامی انجام می‌گیرد که در گام نخست، توصیف مجمل از تجربهٔ زیسته به خوبی صورت گرفته باشد. باید توجه کرد که توصیف عمیق، نه روش گردآوری اطلاعات، بلکه فرایند پالایش تأملات است.^{۵۶} مهم‌ترین نمونهٔ چنین روشی، مطالعهٔ گیرتر از جنگ خروسان در قوم بالی است. توصیف عمیق به منزلهٔ راه رسیدن به معنا در اتنوگرافی یک عنوان عام است و به همین خاطر به صورت جزئی تکنیک‌ها و معیارهای دستیابی به توصیف عمیق براساس دو سنخ معیار بررسی می‌شود.

۱. مدیریت کیفیت براساس معیارهای سنتی

براساس معیارهای سنتی، مدیریت تنوعات فرهنگی براساس روش اتنوگرافی، هنگامی تحقق می‌یابد که محقق به برخی نکات روش‌شناختی توجه کند:

۱. رعایت بی‌طرفی: در اتنوگرافی محقق باید پیش‌فرض‌ها و علایق خود را کنار بگذارد و به دنبال فهم واقعیت‌های اجتماعی از دیدگاه خودکنشگران اجتماعی باشد. نتیجهٔ این امر، لزوم در پیش گرفتن رویکرد امیک در میدان مطالعه است. اتنوگراف نه فقط یک فن مطالعه، بلکه شیوه‌ای از هستی محقق در جهان خاص است. محقق هرگز نمی‌تواند به طور کامل امیک باشد؛ اما تنها راه امیک شدن نسبی، استفاده از مصاحبه، مشاهده و گردآوری آثار فرهنگی در خلال کار اتنوگرافی است؛

۲. حضور در میدان: همهٔ تحقیقات اتنوگرافیک در میدان تحقیق انجام می‌شوند. به همین دلیل، آن را تحقیق میدانی نامیده‌اند. به بیان دیگر در اتنوگرافی پدیده‌ها در بستر طبیعی خود لحاظ و مطالعه می‌شوند و در غیر این صورت، تحقیق اتنوگرافیک فاقد معیارهای لازم کیفیت خواهد بود؛

۳. تمرکز بر معنا: ویژگی بی‌مانند اتنوگرافی، تمرکز بر معنای اعمال کنشگران اجتماعی است. این روش، تنها روشی است که هدف آن درک شیوه‌های زیست افراد یک فرهنگ یا گروه از طریق عضویت‌های گروهی است؛

۴. همسویی فرهنگی: همسویی فرهنگی مستلزم ورود به عمق و دامنه میدان و زندگی محققان با افراد جامعه مورد مطالعه است؛^{۵۷}

۵. بازانديشی: بازانديشی به تضاد بين محقق بودن و عضو شدن يا نیاز به مکالمه و مشارکت امیک ازسویی، و در پیش گرفتن موضع اتیک ازسوی دیگر گفته می شود. همچنین واژه مزبور به فرایند تأمل و تفکر در کل فرایند تحقیق نیز اشاره دارد.^{۵۸} به دلیل اهمیت مطالب مزبور، برخی در تعریف اثنوگرافی به این مطلب اشاره کرده اند. فلیک در این باره می نویسد:

روش اثنوگرافی در شاخص ترین شکل خود، شامل مشارکت طولانی مدت، پنهان یا آشکار اثنوگراف در زندگی روزمره است که طی آن محقق، آنچه را که رخ می دهد و آنچه را که گفته می شود، شاهد است و پرسش هایی مطرح می کند - درحقیقت شاهد گردآوری هر نوع داده ای است که حاصل می شود تا از این طریق بر مسئله ای که کانون تحقیق است پرتوی بیفکند.^{۵۹}

در جای دیگر نیز فلیک تصریح می کند که هدف اثنوگراف، نه درک رویدادها یا فرایندهای اجتماعی از طریق گزارش آنها، بلکه درک آنها از دورن و از طریق مشارکت در جریان رویدادهاست. مشارکت طولانی مدت و استفاده همراه با انعطاف از روش های گوناگون، از ویژگی های این نوع تحقیق اند. از همین رو در اثنوگرافی از سنت مفهوم سازی هرمنوتیکی و راهکار پژوهشی استفهامی استفاده می شود.

علاوه بر نحوه حضور محقق در میدان تحقیق، در گام بعدی ضبط و ثبت دقیق اطلاعات مهم است. اگر این کار به خوبی انجام نشود، باز هم کیفیت اثنوگرافی به خوبی مدیریت نخواهد شد؛ چنان که فلیک می گوید: «براساس معیارهای سنتی، معیار ارزیابی پایایی در اثنوگرافی نحوه ضبط و مستندسازی داده ها و نتیجه حاصل از آن است».^{۶۰}

همان گونه که بیان شد، باورپذیری و انتقال پذیری نیز در اثنوگرافی به چند صورت حاصل می شود. روش اول این است که مصاحبه های اثنوگرافانه از لحاظ صوری باید واجد شرایط لازم برای مصاحبه باشند تا بتوان به کمترین درجه وثوق و اطمینان دست یافت. از این طریق است که اعتبار از راه کنترل موقعیت مصاحبه در میدان حاصل می شود. البته دستیابی به اعتبار از راه کنترل موقعیت، به مصاحبه اختصاص ندارد. مقتضای روش مزبور این است که محقق شرایط صوری نحوه گردآوری اطلاعات خود را فراهم آورد؛ اگر ابزار

گردآوری مشاهده است، شرایط صوری مشاهده، و اگر مصاحبه است، شرایط صوری مصاحبه را فراهم کند. اگر محقق این کار را انجام دهد، به نتیجه مطلوب دست خواهد یافت. مقتضای اعتبار ارتباطی در روش گردآوری اتنوگرافی این است که محقق به خوبی با کنشگران اجتماعی ارتباط برقرار کند تا مطمئن شود که نظریات او را به خوبی فهم و درک کرده‌اند. به همین خاطر وی باید یافته‌های خود را با این کنشگران در میان بگذارد. مقتضای سخن میشلر هم این است که اتنوگراف باید به این نکته توجه کند که واقعیت، چیز از قبل تعیین شده‌ای نیست؛ بلکه همانی است که کنشگران اجتماعی در تعاملات روزمره خود تولید می‌کنند. بنابراین محقق نباید به دنبال معنای از قبل تعیین شده یا تحمیل معانی ذهنی خود باشد. وی باید همه تلاش خود را مصروف این کند که به معنای تولیدشده در موقعیت‌های مختلف اجتماعی از دیدگاه خود عاملان اجتماعی دست یابد.

چنان‌که بیان شد، مهم‌ترین روش دستیابی به اعتبار در اتنوگرافی، استفاده از اعتبار به مثابه رویه تحقیق است. استفاده از ابزار سمعی به جای گفتار، ثبت دقیق، کامل و جامع اطلاعات، دنبال کردن بازخورد نوشته‌ها در میدان تحقیق یا در میان همکاران، و دقت در نگارش، از مهم‌ترین روش‌های دستیابی به اعتبار درونی و بیرونی بر پایه رویه تحقیق به‌شمار می‌آیند. بر پایه معیار مزبور، اعتبار اتنوگرافی محصول تحقیق همراه با حساسیت و دقت در میدان تحقیق، و مهم‌تر از همه موکول کردن مسئله اعتبار تحقیق به مرحله نگارش است. از همین رو ویژگی‌هایی چون مشارکت گسترده در میدان تحقیق، استفاده از راهکارهای تحقیقی انعطاف‌پذیر، بهره‌گیری از همه روش‌ها و تمرکز بر نگارش و گزارش تجربیات محقق در میدان تحقیق از ویژگی‌های اصلی روش اتنوگرافی به‌شمار آمده‌اند.^{۶۱} رعایت این ملاک، رابطه‌ای میان محقق، موضوع تحقیق و فرایند درک و فهم برقرار می‌سازد و اعتبار براساس فرایند تحقیق و روابط میان محتوا، مشاهده‌گر، تفسیر، مخاطب و سبک بررسی می‌شود.^{۶۲}

۲. مدیریت کیفیت براساس ملاک‌های جایگزین

فلیک از میان پنج معیار جای‌گزین، باورپذیری و اعتمادپذیری را مهم‌ترین ملاک‌های مدیریت کیفیت در اتنوگرافی برشمرده است. وی برای ارتقای این دو ملاک پنج راهکار را معرفی کرده است: ۱. حضور طولانی‌مدت در میدان تحقیق، مشاهده مداوم آن و

چندبعدی سازی؛ ۲. گفت‌وگو با همالان؛ ۳. تحلیل موارد منفی در قالب استقرای تحلیلی؛ ۴. تفسیر درست داده‌ها و ارزیابی آن‌ها بر مبنای درست؛ ۵. کنترل توسط اعضا یا ارزیابی اعتبار به روش ارتباطی.

پنج راهکار اصلی ارتقای اعتمادپذیری و باورپذیری‌اند. دقت در راهکارهای افزایش اعتبار و باورپذیری، نشان می‌دهد که بسیاری از روش‌های ارتقای باورپذیری و اعتمادپذیری در اثنوگرافی لحاظ شده‌اند. ملاک دیگری که در اثنوگرافی استفاده می‌شود، اطمینان‌پذیری بر پایه رویه تحقیق یا حسابرسی است. به منظور افزایش کیفیت، روش گردآوری اطلاعات و داده‌های گردآوری شده در مراحل مختلف تحقیق مدام حسابرسی می‌شود.^{۶۳}

۳. مدیریت کیفیت براساس ملاک‌های ورای معیار

تاکنون نحوه مدیریت اثنوگرافی براساس معیارهای سنتی و جای‌گزین بررسی شدند. در این بخش نحوه مدیریت کیفیت را براساس مهم‌ترین راهکاری ورای معیار بررسی می‌کنیم.

۱. تناسب: نخستین راهکار در مدیریت کیفیت اثنوگرافی، این است که آیا شرایط استفاده از اثنوگرافی فراهم است یا نه؟ در صورت فراهم نبودن شرایط و استفاده از اثنوگرافی، نتیجه قطعاً پذیرفته نیست. یکی از این شرایط، قادر بودن محقق به استفاده از اثنوگرافی است. هر محقق نمی‌تواند از این روش استفاده کند. شرط دیگر فراهم بودن زمینه، از ناحیه موضوع تحقیق است. برای نمونه نمی‌توان سازمان پیچیده‌ای را که محقق مجوز ورود به آن را ندارد، با روش اثنوگرافی مطالعه کرد. همچنین است شرایط فرهنگی‌ای که محقق در آن اساساً پذیرفته نمی‌شود و یا توان دسترس حضوری به آن را ندارد؛

۲. چندبعدی سازی: مهم‌ترین راهکار سودمند در اثنوگرافی، استفاده از صور مختلف چندبعدی سازی است. اثنوگراف به منظور مدیریت بهتر کیفیت، از روش‌های گوناگون گردآوری اطلاعات مانند مشاهده همراه با مشارکت، مصاحبه قوم‌نگارانه، تحلیل اسناد و مدارک استفاده می‌کند؛ چنان‌که /تکینسن و همکارانش می‌نویسند:

مشخصه تحقیق اثنوگرافی معاصر چندپارگی و تنوع آن است. بدون تردید کثرت و وفور کارناوال گونه‌ای از روش‌ها، دیدگاه‌ها و ترجیحات نظری برای مطالعه اثنوگرافی وجود دارد. روش‌های متعددی از تحقیق، تحلیل و بازنمایی وجود دارند.^{۶۴}

۳. **استقرای تحلیلی:** یکی از راهکارهای مشترک میان گراندتئوری و اتنوگرافی، استفاده از استقرای تحلیلی است. در اتنوگرافی نیز می‌توان از این معیار برای تأیید معنای درک‌شده بهره جست. اتنوگراف با ارجاع به موارد منفرد و نادر، کیفیت یافته‌های خود را افزایش می‌دهد. با توجه به این مطالب، می‌توان نحوه مدیریت کیفیت در اتنوگرافی را به این صورت نشان داد:

راهبردهای ارتقای شاخص‌های کیفیت‌سنجی در اتنوگرافی^{۶۵}

تکنیک‌های افزایش	معیار
درگیری طولانی‌مدت مشاهده مصراانه تکنیک‌های چندبعدی‌سازی داورخانی استقرای تحلیلی کفایت استنباطی کنترل عضو	باورپذیری
توصیف ضخیم	انتقال پذیری
داوری اطمینان‌پذیری	اطمینان‌پذیری
داوری تأییدپذیری	تأییدپذیری
مجله بازنگری، که برای باورپذیری، انتقال‌پذیری، اطمینان‌پذیری و تأییدپذیری مناسب است.	

نکته‌ای که در پایان باید به آن توجه شود، نحوه ارزیابی عینیت یا تأییدپذیری متن تولیدشده در اتنوگرافی است. استفاده از نمونه‌گیری نظری و چندبعدی‌سازی، تحلیل موقعیت مصاحبه، ارزیابی اعتبار به روش ارتباطی، استقرای تحلیلی، رودرو کردن موارد متضاد و مقایسه دایمی، مهم‌ترین راهکارهایی‌اند که با آنها می‌توان همسویی متن را با فرایند تحقیق ارزیابی کرد.^{۶۶}

نتیجه‌گیری

آنچه در این نوشتار بررسی و تحلیل شده است، مقایسه گراندتئوری و اتنوگرافی در ارتباط با نحوه مدیریت کیفیت در مطالعه فرهنگ‌های متنوع است. نتیجه حاصل از این نوشتار را می‌توان در چند جمله به صورت موجز بیان کرد. در گراندتئوری ارزیابی کیفیت با نمونه‌گیری نظری، کدگذاری نظری و تدوین نظریه پیوند می‌یابد. برای رسیدن به مقصود از دو سنخ معیار ارزیابی یا مدیریت کیفیت استفاده می‌کنیم. مهم‌ترین معیار سنتی، استفاده از پایایی رویه‌ای است که هرکدام در مراحل مختلف گراندتئوری قابل استفاده است.

مهم‌ترین معیار جای‌گزین، استفاده از راهکار حسابرسی است؛ اما از میان راهکارهای ورای معیار تناسب، چندبعدی‌سازی، مقایسهٔ دایمی و استقرای تحلیلی بیشترین کاربرد را دارند. درمقابل، در اثنوگرافی در صورتی تحقیق به‌خوبی مدیریت شده است که محقق به معانی پایه‌ای حاکم بر عواملان فرهنگ‌های مختلف از دیدگاه خود آنها دست یابد. این امر در صورتی حاصل می‌شود که محقق به‌خوبی علاوه بر توصیف مجمل، روش توصیف فربه را اجرا کرده باشد. از همین رو در اثنوگرافی روش گردآوری اطلاعات مهم است تا محقق بتواند از طریق آنها به جهان‌های معنایی افراد مورد مطالعه نفوذ کند. در اثنوگرافی نیز از تکنیک‌هایی چون پایایی و اعتبار رویه‌ای و راهکارهای اعتمادپذیری و باورپذیری، بیشتر از دیگر معیارها استفاده می‌شود. از میان راهکارهای ورای معیار تناسب، چندبعدی‌سازی و استقرای تحلیلی بیشترین کاربرد را دارند. نتیجهٔ مهم دیگر اینکه گراندتئوری بیشتر با روش وبر و اثنوگرافی با دیدگاه شوتس و امثال وی مطابقت دارد؛ زیرا در گراندتئوری، معانی برساخته‌شدهٔ دوم و در اثنوگرافی، معانی برساخته‌شدهٔ اول کانون توجه و تحلیل‌اند.

پی‌نوشت‌ها

۱. برای آشنایی بیشتر ر.ک: احمد محمدپور، روش تحقیق کیفی ضدروش، ج ۱، ص ۴۸-۵۶.
۲. احمد محمدپور، همان، ج ۲، ص ۱۷۳.
۳. همان، ص ۱۸۳.
۴. تلاشی است برای تعیین اینکه یک روش خاص تا چه حد می‌تواند به‌طور پیوسته به همان اندازه‌گیری‌ها یا نتایج منجر شود.
۵. ثبات اندازه‌گیری یا مشاهده در طول روند زمان بررسی.
۶. پایایی هم‌زمانی عبارت است از: یک‌نواختی یا هم‌سازی نتایجی که در یک زمان واحد با ابزارهای مختلف به‌دست آمده‌اند.
۷. تحقیق باید به‌گونه‌ای انجام شود که در آن داده‌ها از گفته‌های محقق به‌خوبی تفکیک شود.
۸. این امر با افزایش توانایی محقق در اجرای تحقیق محقق می‌شود.
۹. اووه فلیک، *درآمدی بر روش تحقیق کیفی*، ص ۴۱۱-۴۱۳.
۱۰. همان، ص ۴۱۳-۴۱۴.
۱۱. احمد محمدپور، همان، ص ۱۶۹.
۱۲. مهم‌ترین نوع اعتبار بیرونی اعتبار سازه‌ای است. اعتباری که در آن ارتباط متغیرها و وسیله اندازه‌گیری با چارچوب نظری تحقیق مورد توجه است (همان، ص ۱۷۲).
۱۳. همان، ص ۱۷۰.
۱۴. در سال‌های اخیر دو رهیافت «مذاکره‌ای» و «دگرگون‌ساز» جایگزین رهیافت سنتی اعتبار شده است (همان، ص ۱۸۳).
۱۵. یا کنترل شرایط صوری به‌منظور دستیابی به درجه از وثوق و اطمینان است (اووه فلیک، همان، ص ۴۱۴).
۱۶. مطابق این معیار، میزان اعتبار تحقیق کیفی تابع میزان دخالت دادن کنش‌گران در فرایند تحقیق است.
۱۷. اووه فلیک، همان، ص ۴۱۵ و ۴۱۸.
۱۸. اعتبار به این معنا از صورت‌بندی شده و به صورت فرایندی حاصل می‌شود. در این تلقی اعتبار کنایی، اعتبار پیرامنتقی، اعتبار ریزوماتیک و اعتبار حسی یا اعتبار در موقعیت مطرح شده است (اووه فلیک، همان، ص ۴۱۶).
۱۹. همان، ص ۴۱۸-۴۱۹.
۲۰. بریان فی، *فلسفه امروزی علوم اجتماعی*، ترجمه خشایار دیهیمی، ص ۳۴۹-۳۵۴.
۲۱. طبق این معنا علم امری اجتماعی است و هر علمی که بتواند خود را در برابر انتقادات بیشتر بازسازی کند عینی‌تر است. به بیان دیگر، دانشی عینی است که در اجتماع اهل علم پذیرفته شود.
۲۲. نورمن بلیکی، *استراتژی‌های پژوهش علوم اجتماعی*، ترجمه هاشم آقابلیگی پوری، ص ۶۶-۷۱. در مورد اصل عینیت و امکان نیل به دانش عینی در علوم اجتماعی جدال‌های مختلف صورت گرفته است. برخی طرفدار دانش عینی و برخی منکر آن است. برخی نیز مانند بریان فی تلاش کرده است که میان رویکردهای مختلف جمع کند.

برایان فی بدین باور است که عینیت‌باوری و نسبی‌گرایی اضداد واقعی نیستند، بلکه دو سر یک طیف هستند. هر دو فرضشان این است که عینیت مستلزم دسترسی بی‌میانجی به جهان است، و تنها تفاوتشان در این است که عینیت‌باوران معتقدند که چنین چیزی دست‌یافتنی است، حال آنکه نسبی‌گرایان منکر دست‌یابی به آن است (بریان فی، همان، ص ۳۸۱).

۲۳. احمد محمدپور، همان، ج ۲، ص ۱۸۴.

۲۴. اووه فلیک، همان، ص ۴۱۶.

۲۵. احمد محمدپور، همان، ص ۱۸۶.

۲۶. گوبا و لینکن به نقل از: احمد محمدپور، همان، ص ۱۸۷.

۲۷. اووه فلیک، همان، ص ۴۴۰.

۲۸. همان، ص ۳۰۹-۳۱۱ و ۴۳۳-۴۳۹.

۲۹. همان، ص ۴۳۵-۴۳۷.

۳۰. همان، ص ۴۳۷-۴۳۹.

۳۱. آنسلم استراس و جولیت کوربین، اصول روش تحقیق کیفی، ترجمه بیوک محمدی، ص ۲۲.

۳۲. احمد محمدپور، همان، ج ۱، ص ۳۱۶.

همان، ۳۳.

۳۴. آنسلم استراس و جولیت کوربین، همان، ص ۲۲.

۳۵. اووه فلیک، همان، ص ۱۰۹.

۳۶. اووه فلیک، همان، ص ۱۳۸؛ محمد تقی ایمان، مبانی پارادایمی روش‌های کمی و کیفی تحقیق در علوم انسانی،

ص ۳۴۹.

۳۷. آنسلم استراس و جولیت کوربین، همان، ص ۱۷۵.

۳۸. همان، ص ۲۵۱.

۳۹. همان، ص ۴۴.

۴۰. محمدتقی ایمان، همان، ص ۳۵۱.

۴۱. اووه فلیک، همان، ص ۲۵۲-۲۵۵.

همان، ۴۲.

۴۳. همان، ص ۴۲۴.

۴۴. همان، ص ۴۲۰-۴۲۱.

۴۵. همان، ص ۴۳۶.

۴۶. همان، ص ۴۳۷.

۴۷. همان، ص ۴۳۸.

۴۸. همان، ص ۴۳۹.

۴۹. احمد محمدپور، همان، ج ۱، ص ۲۱۱-۲۱۲.
۵۰. اتنوگرافی کلاسیک به توصیف رفتار، اتنوگرافی منظم به تشریح ساختار فرهنگ و اتنوگرافی تفسیری به کشف معانی و تعامل‌های اجتماعی مشاهده‌شده مبادرت می‌ورزد. مردم‌نگاری انتقادی به وجود فرهنگی مستقل از ذهن انسان اعتقاد دارد. محققان این رویکرد به بررسی عمیق و تاریخی «موقعیت‌های تاریخی، اجتماعی و اقتصادی می‌پردازند» (احمد محمدپور، همان، ص ۲۱۳).
۵۱. همان، ص ۲۱۳-۲۱۴.
۵۲. برایان فی به صورت مبسوط این بحث را در پاسخ به این پرسش: آیا فهم ما از دیگران طبق ضوابط و ملاک‌های خود آنها باشد؟ مطرح نموده است (ر.ک: برایان فی، همان، ص ۱۹۹ و ۲۰۶).
۵۳. دانیل لیتل، *تیین در علوم اجتماعی*، ترجمه عبدالکریم سروش، ص ۱۱۶.
۵۴. برخی دو سنخ معنا برای رفتار انسانی قائل‌اند که عبارت‌اند از: معانی ذهنی و معانی عینی. معانی ذهنی به معانی مقصود و معانی عینی به معانی مشترک و حاکم بر یک فرهنگ دلالت دارد (نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی، ترجمه حمیدرضا جلایی پور و دیگران، ص ۱۴۲ به بعد).
۵۵. مقصود از توصیف مجمل مشاهده تجربی و ثبت داده‌های حاصل از این مشاهده است.
۵۶. ایون شرت، *فلسفه علوم اجتماعی قاره‌ای*، ترجمه هادی جلیلی، ص ۱۵۹-۱۶۰.
۵۷. در مورد اینکه محقق در میدان تحقیق چه نقشی را باید انتخاب کند، رویکردهای مختلف و مباحث مختلفی وجود دارد که مجال پرداختن آن در اینجا نیست. برای آشنایی با این مباحث، ر.ک: بلیکی نورمن، *طراحی پژوهش در علوم اجتماعی*، ترجمه حسن چاوشیان، ص ۷۶.
۵۸. احمد محمدپور، همان، ج ۱، ص ۲۱۷.
۵۹. اووه فلیک، همان، ص ۲۵۳.
۶۰. همان، ص ۴۱۲.
۶۱. همان، ص ۲۵۵ و ۴۱۷.
۶۲. همان، ص ۴۱۸.
۶۳. ر.ک: همان، ص ۴۲۰-۴۲۱.
۶۴. همان، ص ۲۵۴.
۶۵. احمد محمدپور، همان، ج ۲، ص ۲۲۶.
۶۶. همان، ص ۴۵۳.

منابع

- استراس، آنسلم و جولیت کوربین، *اصول روش تحقیق کیفی*، ترجمه بیوک محمدی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۸۵.
- ایمان، محمدتقی، *مبانی پارادایمی روش های کمی و کیفی تحقیق در علوم انسانی*، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۸.
- بلیکی، نورمن، *استراتژی های پژوهش اجتماعی*، ترجمه هاشم آقابیگی پوری، تهران، جامعه شناسان، ۱۳۸۹.
- ، *طراحی پژوهش در علوم اجتماعی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نی، ۱۳۸۷.
- شرت، ایون، *فلسفه علوم اجتماعی قاره های*، ترجمه هادی جلیلی، تهران، نی، ۱۳۸۷.
- فلیک، اووه، *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران، نی، ۱۳۸۷.
- فی، برایان، *فلسفه علوم اجتماعی*، ترجمه خشایار دیهیمی، تهران، طرح نو، ۱۳۸۱.
- لیتل، دانیل، *تیین در علوم اجتماعی*، ترجمه عبدالکریم سروش، تهران، مؤسسه فرهنگی صراط، ۱۳۸۱.
- محمدپور، احمد، *روش تحقیق کیفی ضدروش*، تهران، جامعه شناسان، ج ۱، ۱۳۸۹ و ج ۲، ۱۳۹۰.
- نظریه های متأخر جامعه شناسی*، ترجمه حمیدرضا جلابی پور و جمال محمدی، تهران، نی، ۱۳۸۷.

