

البحث الإثنوجرافي والفينومينولوجي في الحقل الإداري تحليل نظري وتطبيقي

عبدالله بن عبيد الشهراني

باحث دكتوراه
كلية الاقتصاد والإدارة
جامعة القصيم
المملكة العربية السعودية

الملخص

تعد الإثنوجرافيا والظاهراتية (الفينومينولوجي) طريقتين من طرق البحث النوعي، يتم استخدامهما بشكل متكرر في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية التي منها البحوث الإدارية.

ومن أجل تحديد كيفية استخدام أبحاث العلوم الإدارية وتكييفها مع الأساليب الظاهراتية والإثنوجرافية في سياق الحقل الإداري، بدأ الباحث بتقديم شرحٍ نظريٍ للطريقتين، ثم تقديم جانبٍ تطبيقيٍ لهذين الأسلوبين من أساليب البحث النوعي عبر مراجعة مجموعةٍ من الدراسات التطبيقية في عددٍ من الأوراق العلمية بالحقل الإداري المنشورة بين عامي 2020 و2022 في مكتبة (SAGE Journal) الرقمية، منها: ثلاث دراسات استخدمت المنهج الفينومينولوجي، وخمس أوراقٍ علميةٍ نهجت المنهج الإثنوجرافي.

أما ما يتعلق بالجانب النظري، توضح الدراسة أن الفينومينولوجيا تدرس التجارب المختلفة التي تواجهها من وجهة نظر ذاتية أو وجهة نظر الشخص الأول (وجه نظر المبحوث النابعة من الذات)، أما المنهج الإثنوجرافي فهو يهتم بالكشف عن الشكل المتبادل للتفاعلات الاجتماعية في سياقات معينة التي تخلق نظامًا، وذلك عبر مراقبة وملاحظة وتفسير الإجراءات والممارسات التي يقوم بها أعضاء المجتمع في حياتهم اليومية (وجه نظر المبحوث عن المجتمع أو الموضوع)، لذلك فإن المنهج الإثنوجرافي طريقةٌ لتأطير الملاحظات والاستفسارات في التفاعلات الاجتماعية بطريقةٍ تؤكد كيف يفهم الأفراد عواملهم الخاصة التي يعيشون فيها، كما أنه لا يهتم بالأفراد مثل الظاهراتية، لكنه يهتم بما يسمى بالكفاءات المشاركة كأعضاءٍ في المجموعة.

أما الناحية التطبيقية، فقدّمت المقالة معلوماتٍ عن البحوث المختارة، تتضمن أهداف البحث، وأسباب اختيار الطريقة، وحجم العينات والمجتمع المستهدف، ومدة البحث، والإجراءات المطبقة لجمع البيانات وتحليل البيانات، ومن المُقدر أن تسهم نتائج هذا العمل في فهم كيفية تطبيق أساليب الظاهراتية والإثنوجرافية في البحوث الإدارية.

الكلمات المفتاحية: مناهج البحث النوعي، المنهج الإثنوجرافي، المنهج الفينومينولوجي، طرق البحوث الإدارية.

المقدمة

البحث النوعي نوع من أنواع البحوث العلمية (Lodico, Spaulding & Voegtler, 2010)، يهتم بفهم المعاني التي أوجدها الناس، أي كيف يفهم البشر عوالمهم، وما حدث فيها من تجارب (Merriam, 2009: 13)، كما أنه من خلال البحث النوعي (الكيفي) يمكن تحديد كيف يتشكل السلوك الإنساني وفهمه من خلال المعاني والمفاهيم التي يمتلكها الإنسان حول الوجود الذي يعيش فيه (Henn, Weinstein & Foard, 2006)، ويوضح زيتون (1426: ج) أن الموضوعات التي يجدر دراستها وفق النمط النوعي هي الموضوعات المعقدة والشائكة التي يصعب فيها فصل المتغيرات والقضايا الغامضة ومتغيراتها المتداخلة في سياقها الطبيعي، بما يعكس الطبيعة الواقعية المتسمة بالتشابك والتعقيد للظاهرة الاجتماعية.



* تم استلام البحث في ديسمبر 2022، وقبل للنشر في مارس 2023، وتم نشره في يونيو 2023.

© المنظمة العربية للتنمية الإدارية - جامعة الدول العربية، 2023، ص 19-36، (معرف الوثائق الرقمي): DOI: 10.21608/AJA.2023.182100.1372

لعل أكثر ستة أنواع انتشار خلال الثلاثين سنة الماضية هي: البحث النوعي الأساسي، والفينومينولوجيا، والنظرية المجردة، والإثنوجرافيا، والتحليل السردى، والبحث النوعي النقدي (Merriam, 2009: 22).

تحمل جميع أنواع البحث النوعي عددًا من الخصائص والافتراضات المشتركة، إلا أن هناك اختلافًا في الأساس المعرفي الذي يُستخلص من الدراسة النوعية وفي كيفية تصميمها والغرض منها، لذا من الممكن للدراسة الإثنوجرافية التي تهتم بدراسة الثقافة الإنسانية أن تختلف عن الدراسة الظاهرية بوصفها تدرس جوهر الظاهرة بالخبرة المعاشة. (Merriam, 2009: 2, 24).

لكن متى يتم اللجوء إلى الأسلوب الإثنوجرافي أو الفينومينولوجي؟

وكما تفترض الإثنوجرافيا أن الثقافة موجودة وذات أهمية بالمجتمع، فإن السمة المميزة لدراسة الظاهرية هي افتراضها وجود الظاهرة أو جوهر التجربة المشتركة (Patton, 2015: 116-117)، لذا من أجل تمييز الحالة التي يتم بحثها من قبل الباحث، من حيث اعتبارها ظاهرة فيتم دراستها بالأسلوب الفينومينولوجي، أم أنها تعتبر ثقافةً، وبالتالي يتم استخدام المنهج الإثنوجرافي بالبحوث النوعية، وسيحاول الباحث فك الاشتباك بين الأساس المعرفي (الثقافة/ الظاهرة أو جوهر التجربة المشتركة) عبر محاولة رسم المائز بين الأسلوبين، وكذلك فهم هوية كل أسلوب عبر الانتقال من الجانب التنظيري وسير أغوار الجانب التطبيقي لهذين الأسلوبين عبر مراجعة مجموعة من الدراسات التطبيقية في عددٍ من الأوراق العلمية بالحقل الإداري المنشورة بين عامي 2020 و2022، وذلك من أجل الوقوف على أحدث ما طرّح بالساحة العلمية.

انكأت عملية مراجعة الأدبيات على أهداف البحث، وأسباب اختيار الطريقة، والجمهور المستهدف، والإجراءات المطبقة لجمع البيانات، وكذلك مدة البحث، وحجم العينات، وتحليل البيانات، وقد أخذت هذه المعايير بناءً على الإرشادات التي استخدمتها مول وآخرون (Mol, Silva, Rocha & Ishitani, 2017).

وفي ضوء ذلك وبالنظر إلى أهمية أساليب البحث النوعي للبحث الذي يركز على العامل الإنساني (وخصوصًا في أبحاث مجال الإدارة)، يُمكن أن تسهم نتائج هذا العمل في فهم كيفية تطبيق أساليب الفينومينولوجيا والإثنوجرافيا بالشكل المطلوب.

التحليل النظري

البحث النوعي يضع الباحث في سياق الظاهرة أو الحدث الذي يدرسه، إذ يحول العالم إلى سلسلةٍ من العروض التي تشمل الملاحظات الميدانية والمقابلات والحوارات والصور والتسجيلات ومراجعة الذات، وذلك من خلال ممارساتٍ تفسيرية مادية تجعل العالم مرئيًا، وبذلك فإن البحوث النوعية تنهج نهجًا تفسيريًا وطبيعيًا للعالم. وهذا يعني أن الباحث النوعي يدرس الظاهرة في سياقها الطبيعي، ويحاول إيجاد تفسير وفهم للظاهرة بحيث يسهل على الآخرين استيعابها وفهمها. (Denzin & Lincoln, 2018: 43).

لا يتم الظفر بنتائج البحث النوعي بواسطة الإجراءات الإحصائية أو أي وسائل من الوسائل الكمية (ستراوس وكوربين، 19: 1419)، ولأن الإنسان يفسر عالمة وفق ما يراه ثم يتصرف بناءً على تفسيره، لذا فإن الأساليب المستخدمة لفهم المعرفة المتعلقة بالعلوم الإنسانية والاجتماعية لا يمكن أن تكون هي نفسها تلك المستخدمة في العلوم الطبيعية (Hammersley, 2013: 26).

وعليه سيدرس هذا البحث نوعين فقط من الأساليب النوعية: الإثنوجرافيا والفينومينولوجيا أو الظاهرية، مع محاولة فهم تطبيق الأسلوبين المذكورين في البحوث الإدارية، ومزايا الاستخدام والمجالات لكل أسلوب.

الأسلوبان يحلمان خصائص البحث النوعي وتطبيقاته التي تُستخدم الهياكل التفسيرية والنظرية للسعي لفهم الظواهر أو الحقائق ومعانيها من خلال المبحوثين، وكلاهما يمكن تحليل الأفراد في مجموعة أو بشكل فردي، حيث تتم مراقبة وجمع البيانات من الأفراد أو المجموعات في سياق المكان الذي يعيشون فيه أو يواجهون الحقائق والظواهر، من أجل تحليل تأثير السياق عليهم (Mol, Silva, Rocha & Ishitani, 2017: 110)، وأدوات البحث الأكثر استخدامًا بواسطة هذه الأساليب هي: الملاحظة والمقابلات وتحليل الوثائق باستخدام الاستدلال الاستقرائي والاستنتاجي (الصالح، 2000: 99)، حيث يتم اكتشاف أنماطًا تعبر عن موضوعاتٍ لتحليل المعنى الذي يستخدمه الأفراد لمعالجة المشكلة، لذا فإن المعاني

الفردية ستحقق اكتشافاتٍ جديدةٍ ورؤى متعددةٍ حول الموضوع المبحوث، لذا من غير المألوف الوصول إلى مثل هذه الاكتشافات بالنظر إلى ما هو موجود في الأدبيات فقط (Mol, Silva, Rocha & Ishitani, 2017: 127).

الأسلوب الظاهري أو الفينومينولوجي

يعود الأسلوب الفينومينولوجي في نشأته إلى الفلسفة وعلم النفس (كريسويل وبوث، 2019: 26)، وهو منهج يركز على وصف الظاهرة من وجهة نظر الأفراد الذين يعيشون هذه الظاهرة، لذلك هو منهج يتمثل الدراسة الوصفية لخبرات الأفراد مع الظاهرة، حيث يتم تصميم البحث لدراسة الخبرات البشرية العميقة ولا يستخدم من أجل تكوين أحكام جديدة أو الوصول لنظريات جديدة، حيث يعمل على تلخيص توصيف الخبرة البشرية في موضوعات أساسية بحيث يتولد عنها وصفاً مختصراً لهذه الخبرة. (زيتون، 2006: 198)، ولكن من الممكن أن يساهم في بناء نظريات؛ لأن البيانات التي يوفرها تعتبر بياناتٍ طبيعية وفطرية (Dudovskiy, 2016: 46).

بعبارة بسيطة، يمكن تعريف الظاهراتية على أنها نهج للبحث الذي يسعى إلى وصف جوهر ظاهرة من خلال استكشافها من منظور أولئك الذين اختبروها، والهدف من علم الظواهر هو وصف معنى هذه التجربة من حيث ما تمت تجربته وكيف تمت تجربته (Neubauer & Witkop, 2019: 90-97).

إن التساؤل الرئيسي لدى الفينومينولوجيين يدور حول معنى وبنية وجوهر الخبرات المعيشة لدى فرد معين أو مجموعة من الأفراد عن الظاهرة، حيث يحاولون الوصول إلى عالم الحياة لدى الأفراد. (زيتون، 2006: 198)، علماً بأن الأبحاث الظاهراتية لن تُقدِّم بالضرورة تفسيرات قاطعة، لكنها ترفع الوعي وتزيد البصيرة حول الظواهر (Astalin, 2013).

يذكر كلاً من (Neubauer, Witkop & Varpio, 2019)، أن هناك أنواعاً مختلفة من الفينومينولوجيا، كلٌّ منها ينحدر من طرق مختلفة حسب تصور ماذا وكيف للتجربة البشرية. وبعبارة أخرى، كل نوع من أنواع الفينومينولوجيا يرتبط بجذورٍ مع مدارس فلسفية مختلفة، فليس من المستغرب وجود مجموعةٍ واسعةٍ من التقاليد الظاهراتية المستخدمة.

وفي السياق ذاته تُقدِّم موسوعة علم الظواهر التي نُشرت في 1997، مقالات عن سبعة أنواع مختلفة من الفينومينولوجيا، لكن الأشهر منها هي: أبحاث عالم الحياة، والنوع التجاوزي، والنوع التأويلي أو التفسيري. ولكن متى نقوم بالبحث بالأسلوب الفينومينولوجي؟

يجيب كلٌّ من (Groenewald, 2004) و (Qutoshi, 2018) و (Bliss, 2016) بأنه يتم استخدامها عندما تبحث الدراسة في التجارب الحية للبشر واكتساب نظرة ثاقبة لأفعالهم ودوافعهم، أو عندما تهدف الدراسة إلى توسيع المعرفة حول ظاهرة معينة وخلق وعي حولها، وكذلك من أجل توضيح العلاقات بين التجارب المعيشة والنظريات المستخدمة في شرح تلك التجارب، علماً بأن الأسلوب الفينومينولوجي يمكن أن يساهم في تطوير نظريات جديدة.

وعليه يركز الأسلوب الفينومينولوجي في البحوث الإدارية على التجارب والأحداث والتكرارات مع تجاهل الواقع الخارجي والمادي، حيث يصف هذا الفرع من الفلسفة «النهج الفلسفي الذي يعتبر أن ما يُدرك ويشعر مباشرة أكثر موثوقية من التفسيرات أو التأويلات المنقولة»، إذ يتم تكوين الأفكار في علم الفينومينولوجيا عبر كمياتٍ من البيانات عن طريق الاستقراء والاهتمامات البشرية، وكذلك قد يكون لمنظور أصحاب المصلحة انعكاسهم على الدراسة.

الأسلوب الإثنوجرافي

يعود الأسلوب الإثنوجرافي في نشأته إلى علم الاجتماع والأنثروبولوجيا (كريسويل وبوث، 2019: 26)، ويهدف البحث الإثنوجرافي إلى الوصول لفهمٍ معمقٍ للطريقة التي يتبعها الأفراد المنتمون إلى الثقافات المختلفة والثقافات الفرعية في إدراك معنى واقع حياتهم التي يعيشونها، فالمعنى الحرفي لكلمة الإثنوجرافيا هو «الكتابة عن الثقافة» (بير وليفي، 2018: 388).

وعليه تهدف التصميمات الإثنوجرافية في إجراءات البحث الكيفي إلى وصف النماذج السلوكية المشتركة لمجموعات ذات ثقافة مشتركة وتحليلها وتفسيرها، وتعني الثقافة: كل ماله علاقة بالسلوك والمعتقدات البشرية، وقد تتضمن اللغة والتقاليد والبنى السياسية والاقتصادية ومراحل الحياة والتفاعلات وأنماط التواصل (زيتون، 2006: 124)، كما أن طرق البحث الإثنوجرافية تتيح فهم الواقع الاجتماعي انطلاقاً من وجهات نظر شركاء البحث (المبحوثين)، إذ تظفر بالفرصة لاستكشاف تشكيلة الأنشطة التي ربما تظل غائبة عن وعي هؤلاء المبحوثين، ويطرح الإثنوجرافيون أسئلةً من النوع الآتي:

(بير وليفي، 2018: 396-397)، كيف يرى الأفراد عوالمهم، وما حكايتهم أو رؤيتهم في تطورها، وكيف يفهم أعضاء ثقافة معينة إحدى العادات الاجتماعية السائدة بالمجتمع. ولكن متى نقوم بالبحث بالأسلوب الإثنوجرافي؟

يورد كمال عبد الحميد زيتون (2006) سببين للرد على هذا السؤال، الأول عندما تعمل الدراسة لجماعة ما على توفير فهم لموضوع أكبر، أما الثاني عندما تقوم الدراسة بمحاولة تحديد قواعد السلوك لمجموعة مشتركة الثقافة (مجموعة استمرت معاً لفترة من الوقت وتحت بعض القيم المشتركة والمعتقدات واللغة).

وفي السياق ذاته تشير الأدبيات الإثنوبولوجية التي راجعها كل من جريج أوربان وكيونغ نان كوه (Urban & Koh, 2013) في ورقتهم بعنوان: «البحث الإثنوجرافي في شركات الأعمال الحديثة» إلى أن علماء الإثنوجرافيا قد اقتربوا كثيراً من شركة الأعمال الحديثة التي فُسرَت على أنها تشكيل ثقافي من خلال اتجاهين مختلفين، الاتجاه الأول هي الأعمال الداخلية للشركات التي تمثل مجتمعاتٍ سواءً أكانت صغيرةً أو كبيرة الحجم، حيث يوضح البحث الإثنوجرافي في البحوث الإدارية أن عمل الشركات داخلياً يشبه أنواع المجتمعات التي درسها علماء الإثنوبولوجيا لفترة طويلة؛ حيث تمتلك الشركات أو تطور بمرور الوقت ثقافتها الداخلية المميزة الخاصة بها، حيث تتميز بتداول الأساطير والقصص والممارسات والطقوس والمعتقدات والقيم، أما الاتجاه الثاني: تأثير الشركات على العمال والمجتمعات والمستهلكين والبيئة الأوسع، كما تُظهر الإثنوجرافيا الشركات كجهات فاعلة قوية على الساحة العالمية، وتنتج تأثيراتٍ على الناس والثقافات المحلية وكذلك على البيئة، كما أن الشركات تقوم بتشكيل ممارسات العمل، وتعيد تنظيم العلاقات بين الجنسين وأنماط الأسرة وتثير العديد من الاستجابات الثقافية المختلفة، لذا فهي تؤثر على المجتمعات التي تعمل بها.

علاوةً على ذلك، فإن السلع والخدمات التي تنتجها الشركات هي نفسها تعمل على نشر الثقافة، وغالباً ما تكون على نطاق عالمي، ومع ذلك، فإن الامتصاص لهذه الثقافة يختلف من مكان إلى آخرى.

أوجه التشابه والاختلاف بين الإثنوجرافيا والفينومينولوجيا

يصعب فهم الاختلافات بين التصميمات المتنوعة في البحوث النوعية بالنسبة للباحث المبتدئ؛ وذلك لكون الاختلافات تعد اختلافاتٍ طفيفة إلى حد ما، وهي تعتمد بشكل أساسي على سؤال البحث الرئيسي والأشخاص أو المواقف التي تتم دراستها والطريقة التي يتم بها تحليل البيانات وتفسيرها وتقديمها، حيث إنه من السهل جداً على الباحث النوعي المتمرس فهم الفرق بين الفينومينولوجيا والنظرية المجردة أو بين الإثنوجرافيا ودراسة الحالة؛ لأن الغرض الرئيسي من تصميمات البحث النوعي المختلفة هو توفير المعرفة المناسبة حول المنهجيات النوعية المتعددة وما تعنيه المصطلحات (Tirumalesh, 2019).

1- أوجه التشابه بين الأسلوبين

أما بخصوص أوجه التشابه، فهناك جوانب مشتركة بين المنهجين الإثنوجرافيا والظاهراتية، فكلاهما استكشافي، وكلاهما يستخدمهما الباحث كأداة لجمع البيانات من خلال استخدام الملاحظة والمقابلات، ويُستخدَمَان كذلك مزيجاً من طرق طرح الأسئلة المفتوحة والمنظمة، ويبحث كلاهما عن المعنى في السرد أو النص (Rapport, 2000).

2- أوجه الاختلاف بين الأسلوبين

بينما تركز الإثنوجرافيا على وجهات النظر الفردية أو الآراء والقيم المشتركة لثقافة معينة من أجل وصف المعرفة الثقافية للمشاركين (أي أنها موجه نحو دراسة المعاني والممارسات المشتركة مثل الثقافة)، حيث تحاول الفينومينولوجيا الكشف عن الخبرات والمعتقدات والتصورات الفردية، بحيث يُستخدم النص أو السرد كبديلٍ للتجربة البشرية (Guest, Namey & Mitchell, 2012: 8). إن الإثنوجرافي على عكس الفينومينولوجي ليس مهتماً بتمكينه من خلال الوعي بالمعاني الجديدة في التجربة الحية؛ لأن المعنى في الدراسات الإثنوجرافية هو معنى ثقافي، حيث يهتم الباحث الإثنوجرافي بالأوصاف التي يعطيها الناس لعالمهم الثقافي، مما يتيح لهم الفرصة لوصف تجاربهم بمصطلحاتهم الخاصة (Rapport, 2000).

لذا، فإن الهدف من الإثنوجرافيا هو التعرف على ثقافة لأشخاص الذين يعيشون بالفعل في تلك الثقافة؛ لأن الثقافة ليست فقط مجموعة سكانية عرقية، لكن يمكن أن تكون أيضاً مجتمعاً أو منظمة أعمال أو موقعاً مكانياً، حيث يشكل السياق (الاجتماعي والسياسي والاقتصادي) للثقافة جزءاً مهماً من الدراسة الإثنوجرافية، على عكس النهج الظاهراتي الذي يعمل كمفتاحٍ للكشف عن المعاني لدى المشاركين للعملية المعقدة والديناميكية التي تشكل الظاهرة (Ploeg, 1999).

جدول رقم (1)

مقارنة بين منهجي البحث الفينومينولوجيا والأثنوجرافيا

السمات المائزة بالبحث الإثنوجرافي	السمات المائزة بالبحث الفينومينولوجي
- يُنظر إلى الفينومينولوجيا على أنه مترجم البيانات، ويتم تمكينه - من خلال فهمهم لتجربة المشاركين. - المعنى هو ما يفهمه الباحث. - يركز على التجارب ويدرس الخبرات الفردية. - لا يأخذ الكثيرون وقتًا طويلاً مثل الدراسات الإثنوجرافية. - تعد المقابلات المتعمقة ومجموعات التركيز طرقاً مثالية لجمع البيانات.	- يُنظر إلى عالم الإثنوجرافيا على أنه مراقب المعنى ثقافي. - يركز على التجارب الجماعية بالمجتمع، ويدرس الثقافة والسلوك والمواقف والمعتقدات. - يمكن جمع البيانات من خلال المقابلات وتحليل الوثائق والسجلات والأثار، ولكن تعتبر الملاحظة بالمشاركة هي الطريقة الرئيسية لجمع البيانات. - قد يستغرق وقتاً طويلاً إلى حد كبير مقارنةً بالظاهراتية.
المصدر: (Flick, 2007), (Li, 2008), (Alhazmi & Kaufmann, 2022), (Williams, 2001), (Urban & Koh, 2013), (Ploeg, 1999), (Rapport, 2000), (Merriam, 2009: 23 & P28), (Guest, Namey & Mitchell, 2012)	

وفي السياق ذاته، لدى مايكل باتون (2015) شرحاً يُبرز من خلاله جوهر تمايز البحث الفينومينولوجي عن البحث الإثنوجرافي، حيث يرى أن البحث الفينومينولوجي يبدأ بافتراض أن هناك جوهرًا للتجربة المشتركة، هذه الجواهر هي المعاني الأساسية التي يتم فهمها بشكل متبادل من خلال ظاهرة شائعة، حيث يتم وضع تجارب الأشخاص المختلفين بين قوسين وتحليلها ومقارنتها بهوية جوهر الظاهرة، فعلى سبيل المثال، جوهر الشعور بالوحدة، وجوهر كون المرأة أمًا، وجوهر المشاركة في برنامج معين، كل ذلك يصبح افتراض وجود الجوهر مثل افتراض الإثنوجرافي بأن الثقافة موجودة ومهمة بالمجتمع، وبالتالي تكون الظاهرة أو جوهر التجربة المشتركة هي السمة المميزة لدراسة الظاهراتية (Patton, 2015: 116-117).

الرؤى الفلسفية

الاتجاه التفسيري هو منطلق الافتراضات الفلسفية والأطر التفسيرية للبحث النوعي، هذا الاتجاه يفترض أن الحقيقة تُبنى على أساس التفاعل الاجتماعي، ومن ثمَّ فإن الحقيقة ليست حقيقة واحدة يمكن ملاحظتها، بل هي عبارة عن حقائق أو تفسيرات متعددة للموقف أو الحدث الواحد. وعليه فإن الباحثين وفقاً لهذا المنظور لا يتوصلون إلى الحقيقة أو يعثرون عليها بل يبنونها، ومن هذا المنطلق فإنه غالباً ما يتم استخدام مصطلح البنائية للتعبير عن مصطلح التفسيرية (Creswell, 2013: 24-25)، علاوةً على الفلسفة البنائية الاجتماعية هناك العديد من التوجهات التي تعزز الاتجاه نحو البحث النوعي، وهما الفلسفة الفينومينولوجي والفلسفة التفاعلية الرمزية والبحث النقدي وما بعد الحداثة/ ما بعد البنيوية، ويمكن تلخيص هذه التوجهات الأربعة في الجدول رقم (2)

وعليه فقد قدّم الفلاسفة إدموند هوسرل، وألفريد شوت، الفينومينولوجيا المتسامية (الوصفية) في أوائل

القرن العشرين بوصفها توجهًا رئيسًا في العلوم الاجتماعية، حيث يوضح باتون (2015: 116) أن المقصود بدراسة الظاهرة وفقاً لرؤية هوسرل هو دراسة الظواهر الاجتماعية بناءً على معرفة طريقة أو كيفية وصف الناس للأشياء والخبرات النابعة من وعيهم الذاتي بها، أو بعبارة أخرى، فإن الخبرة ليست مستقلة بذاتها عن تفسيرها بل هي متضمنة لها. ووفقاً لهذا المنظور، فإنه لا توجد خبرة موضوعية تستقل بذاتها عن تفسيرها (ميريام وتيسديل، 1443: 14).

الجدول رقم (2)

تصورات طبيعة المعرفة في التوجهات الفلسفية للبحوث النوعية وتموضعات الفينومينولوجيا والإثنوجرافيا فيها:

التوجه الفلسفي	التوجه التفسيري	الفينومينولوجيا	التوجه النقدي	التوجه ما بعد الحداثي
الهدف	الوصف الفهم التفسير	اكتشاف الجوهر المشترك معرفة ماهية المعرفة	التغيير التحرر التمكين	التقويض والتفكيك التشكيك والتشتت عدم الانسجام
الأنواع	الفينومينولوجيا الإثنوجرافيا النظرية المجردة التفسيرية الطبيعية النوعية	جميع أنواع البحث النوعي	الماركسية الجديدة النسوية البحث الإجمالي التشاركي نظرية العرق الناقد الإثنوجرافيا الناقدة	ما بعد الاستعمار ما بعد البنيوية ما بعد الحداثة نظرية حرية الجنس
النظرة للحقيقة	الحقائق متعددة الحقيقة مرتبطة بالسياق	تعليق جميع الأحكام المتعلقة بما هو حقيقي - "الموقف الطبيعي" - عبر وضعها ضمن قوسين، حتى يتم تأسيسها على أساس أكثر تحديداً	الحقائق متعددة تقع الحقائق في سياقات سياسية واجتماعية وثقافية (توجد حقيقة واحدة في الأصل)	التشكيك في الافتراضات بوجود مكان للحقيقة

المصدر: (ميريام وتيسديل، 1443: 17)، (Creswell, 2013: 77)، (Merriam, 2009: 24)

أما الأصول الفلسفية للفينومينولوجيا التأويلية (التفسيرية) تعود إلى هايدجر وجادامير (Neubauer, Witkop & Varpio, 2019)، حيث وصف هايدجر الفينومينولوجيا على أنها «تفسير للمعرفة» التي «تنتهي إلى الوجود في العالم»، لذا تعتبر أفكار هايدجر عن «Dasein» (الوجود) والذاتية المشتركة، في إشارة إلى الطبيعة الواقعية والعلائقية للوجود وعدم قدرتنا على فصل أنفسنا عن تجاربنا الحية، مركزة في فلسفته الظاهرية، وتساعد في شرح كيف نجعل عواملنا ذات مغزى من خلال التفسير (Smith et al., 2009).

يذكر جريبتش (Grbich, 2013: 8) أن معظم أشكال البحث النوعي تبنت أسلوب ما بعد الحداثة ومنها: الإثنوجرافي، مضيقاً أن أصحاب الاتجاه ما بعد الحداثي يفضلون التفسيرات الوصفية الفردية القصيرة التي توضح المواقف والأحداث المجزئة إلى وحدات صغيرة ضمن سياقات معينة دون ادعاءات النظريات الكبرى أو قدرتها على التعميم، وهذا الاتجاه يقترن بالنظرية النقدية.

حيث لا يؤمن أصحاب فلسفة ما بعد الحداثة/ ما بعد البنيوية بـ «حقيقة» واحدة، بل يرون أن هناك «حقائق» متعددة، لذا هم يؤيدون التعددية بين البشر والأفكار والمؤسسات من منطلق إيمانهم بأنه لا يوجد عنصر أفضل أو أقوى من الآخر، وبالتالي فإن هذا الاتجاه يخالف البحوث النوعية التفسيرية والبحث النقدي؛ لأنه لا يقبل العقلانية مثلهم، ولكونه لا يبالى بالتفسيرات التي تهتم بكيفية حدوث الأشياء في العالم ويعتبرها سرديات كبرى لا يُعتد بها، وبذلك يشك في مسلمات وثوابت العالم الحديث وبالطريقة العلمية (Lather & St. Pierre, 2013).

ويوضح الجدول رقم (3) الفروق في الافتراضات الفلسفية للمنهج الفينومينولوجيا والمنهج الإثنوجرافيا.

جدول رقم (3)

الافتراضات الفلسفية للمنهجين

عناصر المقارنة	الفينومينولوجيا (Neubauer, Witkop & Varpio, 2019)	الإثنوجرافيا (Aldiabat & Navenec, 2011)
	الفينومينولوجيا التأويلية (التفسيرية) - هايدجر	الفينومينولوجيا المتسامية (الوصفية) - هوسرل
الافتراضات الوجودية	التجربة الحية هي عملية تفسيرية تقع في العالم المعاش للفرد.	الواقع للعالم واقع داخلي، أي ما يظهر في وعي الفرد. هناك حقائق متعددة وحقائق بديلة في ثقافة معينة يمكن وصفها من حيث الأشخاص المدروسين أو الباحثين.
الافتراضات المعرفية	المراقب جزء من العالم وليس خالياً من التحيز؛ يفهم الظاهرة بالوسائل التفسيرية.	يجب على المراقب أن يفصل نفسه عن العالم بما في ذلك كيانه الجسدي للوصول إلى حالة المتعالي الأول؛ خالية من التحيز عبر فهم الظواهر بالوسائل الوصفية. الباحث يلتزم بفهم معنى السلوك البشري ضمن السياق الثقافي الذي يحدث فيه، عبر الانغماس في تلك الثقافة.
دور الباحث في جمع البيانات	يفكر في الموضوعات الأساسية لتجربة المشاركين مع الظاهرة، بينما يفكر في نفس الوقت في التجربة الخاصة.	قوس الذاتية للباحث - عدم الانحياز لطرف على حساب الآخر- أثناء جمع البيانات وتحليلها. هناك افتراضان: من وجهة نظر المشاركين (emic): يُعتقد أن المشاركين يعرفون بشكل أفضل حالتهم الداخلية، وأن المعرفة المتعلقة بالواقع لا يمكن تحقيقها إلا عندما يُعبر المشاركون عن تصوراتهم وتفسيراتهم الخاصة حول الواقع. وجهة نظر الباحثين (etic): يعتقد أن علماء الإثنوجرافيا هم الباحثون الأكثر ملاءمة لتفسير وفهم ووصف حقيقة الظاهرة.

1- النقد الفلسفي للفينومينولوجيا

يمكن أن يكون البحث في الظاهرية محيراً بعض الشيء لدى الباحثين؛ لأن الفينومينولوجيا عبارة عن مدرسة فلسفية للفكر تدعم كل البحوث النوعية (Merriam, 2009: 23)، كما يعتبر البحث الفينومينولوجي طريقةً نوعيةً متميزة لاكتشاف البنية الأساسية للجوهر المشتركة لبعض الظواهر الاجتماعية (Merriam, 2009: 26). إن الأفكار الفلسفية الأساسية التي تنطوي عليها الفينومينولوجيا تنعكس على التجارب الذاتية للأفراد عن الظاهرة، وكذلك التجارب الموضوعية للشيء المشترك مع بينهم وبين الأشخاص الآخرين. لذلك، هناك رفض للمنظور (الذاتي/الموضوعي)، ولهذه الأسباب تكمن الفينومينولوجيا في مكان ما في سلسلة متصلة بين البحث النوعي والكمي (Creswell, 2013: 78).

لقد تحولت الفلسفة الحديثة في جزء كبير منها إلى نظرية في المعرفة تركز على العلاقة بين الذات المدركة (المثالية أو التجريبية)، والموضوع المدرك (الواقعية أو العقلانية)، لتأتي الفينومينولوجيا لتتخطى من خلال الوصف الفينومينولوجي للتلازم

الماهوي بين الفعل ومعانيه، ضمن مسألة العبور من الذات إلى الموضوع أو من الموضوع إلى الذات، هذا التوجه الجديد يحاول مخاطبة الأفعال الإدراكية الذاتية بكونها ظواهر يتعين وصفها، أي دراسة الموضوعات كظواهر إدراكية. (خوري، 1984: 38-39). يرى «عبد الوهاب المسيري» أن الفينومينولوجيا هي بمثابة محاولة للوصول إلى تعريف للحقيقة يتجاوز ثنائيات الذات والموضوع، والتجاوز والكمون، والثبات والحركة، والغائية والعدمية عن طريق فكرة الوعي والقصد، حيث لا توجد الذات إلا من خلال الموضوع، ولا يوجد الموضوع إلا من خلال الذات. بمعنى أنه قد يمكننا أن نصل للحقيقة الكلية دون حاجة إلى تجاوز أو ثبات أو غائيات أو ثنائيات، أي أننا قادرون على الوصول للحقيقة الكلية والمعنى الكلي بدون ميتافيزيقا (المسيري، 2002: 283).

2- النقد الفلسفي للإثنوجرافيا

من أقدم فروع المعرفة في علم الأنثروبولوجيا ما قام به الأوروبيون بوصف القبائل والشعوب المحلية في أمريكا وأفريقيا وأستراليا وآسيا، حيث وصفوا أدواتهم وعاداتهم وتقاليدهم وكل ما يتصل بثقافتهم المادية (جوهري & شكري، 2008: 19). لم يتقبل العقل الأوروبي الآخر «المتوحش» ضمن الآدميين ولم ينظر لهم كبشر إلا مع حقبة عصر التنوير خاصة مع ظهور مفهوم المتوحش الطيب الذي يجسد «طفولة الإنسانية» من المنظور الإثنولوجي، لذا فإن فلسفة حقبة التنوير ضمن سعيها عن «الجنة المفقودة» وجدت أن الإنسان البدائي هو نموذجها المثالي من أجل إنقاذ الحضارة الغربية من انحطاط للقيم والمثل الإنسانية، هذه الفلسفة هي التي مهدت لاندماج الإنسان المتوحش أو البدائي في دائرة المجتمعات الإنسانية وزيادة الاهتمام به ككائن بشري وليس ككائن حيواني (لابورت، وجان، وفارنبييه، 2004: 19-20). ومن هنا تولد الأنا الأوروبي ومجتمعات «الآخر» المغاير عن الأوروبي؛ لأن ارتباط الأنثروبولوجيا بدراسة «الآخر» شكّل علم دراسة الاختلاف الذي يعمل من منطلق الأنا الغربي ومرجعياته وأطر تفكيره، وبالتالي تأسست نظرية سمو عرق على عرق آخر التي تأسست عليها الأنثروبولوجيا في بدايتها مع النظرية التطورية أو الداروينية، واستمر هذا المنطلق ل عقود ولم تتخلص منه الأنثروبولوجيا عامة والإثنولوجيا خاصة إلا مع بداية منتصف القرن العشرين؛ بعد مراجعات فلسفية وأيديولوجية وسياسية عرّفها العقل الغربي بسبب بروز الأيديولوجيات العنصرية واشتعال حروب عالمية وإبادة ممنهجة على أساس ديني وثني (بوبريك، 2014: 16-18).

علاقة الإدارة بمناخ الفينومينولوجيا والإثنوجرافيا

يمكن ربط العلاقة بين الإدارة والأسلوب الفينومينولوجي والإثنوجرافي عبر ربط الإدارة بالمصادر التي أنتجت هذه الأساليب البحثية وهي الحقول المعرفية من علم النفس وعلم الاجتماع والعلم الهجين بينهما وهو علم النفس الاجتماعي. ذكر كلٌّ من: ماجد محمد الفراء، يوسف عاشور، فارس أبو معمر، وهم مؤلفو كتاب الإدارة: المفاهيم والممارسات (2003)، أن الإدارة تُصنّف ضمن العلوم الاجتماعية وليست ضمن العلوم الطبيعية، كما ترتبط العلوم الاجتماعية بالإنسان والمجتمع وفي دراسة هذا النوع من العلوم يتم تطبيق المنهج العلمي، لكن نتائجها لا تأخذ نفس درجة تعميم نتائج دراسات العلوم الطبيعية، لذا فإن علم النفس وعلم الاجتماع علمين مُكملين لبعضهما البعض في حاجة الإدارة لمعرفة السلوك البشري وتفسيره والتأثير عليه وتوجيهه بما يخدم تحقيق أهداف المنظمة، ووفقاً لـ (Schneider & Coutts, 2012: 218)، فإن الفرد لديه القدرة على التأثير في مجموعة وحتم نحو موضوع أو هدف معين، ويمكن رؤية هذا في عدة أبعاد، وبذلك فإن منظمات الأعمال تعتبر متغيراً اجتماعياً.

التحليل التطبيقي

المنهجية

أُجريت مراجعة منهجية للأدبيات من أجل تحديد كيفية استخدام البحوث الإدارية وتكييف الأساليب الظاهرية والإثنوجرافية مع سياق الحقل الإداري، وذلك بناءً على الإرشادات التي استخدمتها مول وآخرون (Mol, Silva, Rocha, & Ishitani, 2017)، حيث قام الباحث بالأنشطة التالية: تحديد أسئلة البحث، وضع استراتيجيات البحث، اختيار الدراسات الأولية، تقييم جودة الدراسة واستخراج البيانات ومراقبتها.

أسئلة البحث في الجانب التطبيقي في هذه الدراسة تم تحديد أربعة أسئلة رئيسية:

- السؤال الأول: متى يتم اختيار تطبيق البحث الفينومينولوجي في البحوث الإدارية؟

- السؤال الثاني: متى يتم اختيار تطبيق البحث الإثنوجرافي في البحوث الإدارية؟
- السؤال الثالث: كيف يتم تطبيق علم الفينومينولوجيا على الأبحاث في الحقل الإداري؟
- السؤال الرابع: كيف يتم تطبيق الإثنوجرافيا على الأبحاث في الحقل الإداري؟

حددتُ سبعة أسئلة ثانوية «للسؤالين الثالث والرابع» شملت أهداف البحث ولماذا تم اختيار (الإثنوجرافيا/الظاهراتية) كأسلوب ومنهج، وما طبيعة المشاركين وحجم العينة ومدة البحث، والأدوات المستخدمة في جمع البيانات وإجراءات تحليلها.

جدول رقم (4)

الكلمات المفتاحية المستخدمة في البحث عن الفينومينولوجيا والإثنوجرافيا

العناصر	الفينومينولوجيا	الإثنوجرافيا
سلسلة البحث	Ethnograph* and business	Phenomenolog* and business
الفترة الزمنية	2020-2022	2020-2022
عدد المقالات	29	16
بعد الفرز	5	3
التصنيف	Management & Organization Studies	
إتاحة المصدر	Open Access Content Only	
نوع المستند	Research Article	

استراتيجية البحث

إلى جانب كلمة «Business»، يوضح جدول رقم (4) كيف تم تحديد مفاتيح البحث في محرك بحث المكتبة الرقمية (SAGE Journal) في البحث عن الفينومينولوجيا والإثنوجرافيا في البحوث الإدارية.

اختيار الدراسات الأولية

كانت معايير التضمين أن تكون الورقة باللغة الإنجليزية؛ نظراً لشح الأوراق العلمية في هذا المجال بالمكتبة العلمية العربية، وأن تُذكر الطريقة (الإثنوجرافيا أو الظاهراتية) بشكل صريح على أنها طريقة البحث المعتمدة، وأن يكون عنوان الورقة في إحدى مجالات الأعمال. أما معايير الاستبعاد تتم إذا تم استخدام أكثر من طريقة من طرق البحث، أو إذا لم يكن في إحدى حقول الإدارة، وكذلك إذا كان البحث كميًا أو مختلطًا وليس نوعيًا فقط. واستندت عملية الاختيار على استخدام المرشحات متتالية

بدأت بالبحث عن سلسلة البحث في الأوراق المنشورة بين عامي 2020 و2022، ثم قراءة العنوان وتقييمه، وفي حالة وجود شكوك يتم عرض الورقة على المرشح التالي، وهو قراءة سريعة كاملة للورقة وتقييمها إذا كانت تتناول حقلاً من الحقول الإدارية، أو إذا ذكر المؤلفون صراحةً أنهم طبقوا إحدى طريقتي البحث، ثم قراءة كامل الورقة لاستخراج إجابات الأسئلة الثانوية، علماً أنه تم الاحتفاظ بقائمة من الدراسات المستبعدة لاسترجاعها في المستقبل، إذا لزم الأمر.

تقييم الجودة

رُوجعت جميع الأوراق المختارة؛ لأنها تنتهي إلى مكتبة (SAGE Journal) الرقمية، لهذا فإن معايير الجودة الوحيدة التي قمنا بتضمينها هي أن الورقة يجب أن تجيب على أربعة أسئلة ثانوية على الأقل.

استخراج البيانات

استُخلصت البيانات من الأقسام التالية من الأوراق: الملخص والمقدمة والأقسام التي تناولت أسلوب البحث، حيث قام الباحث باستخراج المعلومات تمامًا كما كتبها المؤلفون، علماً بأن البيانات المستخلصة من كل ورقة هي: سنة النشر، عنوان الورقة، الحقل الإداري، كلمات مفتاحية، مرجع كامل، إجابات لأسئلة البحث.

النتائج

ترنو هذه الورقة إلى رسم خط فاصل بين الأسلوبين الفينومينولوجي والإثنوجرافي في البحوث الإدارية، عبر تسليط الضوء على الجانبين النظري والتجريبي، حيث أوضحتُ الجانب النظري في مقدمة هذه الورقة كما يشير جدول (1) و(2)، أما إيضاح الجزء التطبيقي، فقد توسلتُ بعددٍ من الدراسات، حيث استخرجتُ 45 ورقةً من (SAGE Journal)، تقع في الفترة بين 2020-2022، منهم (16) ورقةً تتناول الظاهراتية و(29) ورقةً تناولت الإثنوجرافيا، وتم اختيار ثلاث دراسات للفينومينولوجيا، وخمس دراسات استخدمت أسلوب الإثنوجرافيا حسب المعايير الواردة في قسم (اختيار الدراسات الأولية)، كما تم إيضاح الحقول الإدارية التي تقع فيها هذه الأوراق وسنة النشر لكل ورقة مع ترميز كل دراسة؛ وذلك لسهولة تحليل نتائج الدراسة في قسم المناقشة، حيث حملت الدراسات الظاهراتية الحرف (ظ) ورمزت بالرموز (ظ1، ظ2، ظ3)، والدراسات الإثنوجرافية حملت الحرف (ث) ورمزت بالرموز (ث1، ث2، ث3، ث4، ث5). في الدراسات الظاهراتية كانت ورقة واحدة في مجال القيادة، وورقتان في مجال التسويق، في حين كانت هناك ثلاث دراسات في مجال القيادة، ودرستان في مجال التسويق بالدراسات الإثنوجرافية.

قائمة البحوث بالأسلوب الفينومينولوجيا:

- 1- صديق أم شيطان؟ تحليل ظاهري تفسيري للتوجه الأخلاقي والعلائقي في القيادة الحقيقية (Friend or fiend? An interpretative phenomenological analysis of moral and relational orientation in authentic leadership) بمجال القيادة نشر عام 2021 وتم ترميزها بالرمز [ظ1]
- 2- تجارب العملاء في حالات الأزمات: منظور هيكل الوكالة (Customer experiences in crisis situations: An agency-structure perspective) بمجال التسويق نشر عام 2022 وتم ترميزها بالرمز [ظ2]
- 3- التدفق والاستهلاك: التأثير واللقاءات الأولى (Onflow and consumption: Affect and first encounters) بمجال التسويق نشر عام 2022 وتم ترميزها بالرمز [ظ3]

قائمة البحوث بالأسلوب الإثنوغرافي:

- 1- المكان-الحدود النهائية: استكشاف الامتدادات الخارجية للوكالة التعاونية باستخدام مفهوم Ba الياباني. (Place-The final frontier: Exploring the outer reaches of collaborative agency using the Japanese concept of Ba) بمجال القيادة نشر عام 2022 وتم ترميزها بالرمز [ث1].
- 2- القيادة المشتركة: النضال على المعنى في المواقف اليومية من عدم اليقين (Shared leadership: Struggles over meaning in daily instances of uncertainty) بمجال القيادة نشر عام 2020 وتم ترميزها بالرمز [ث2].
- 3- قيادة الأجداد: القيادة بين الأجيال على أساس المكان (Ancestral leadership: Place-based intergenerational leadership) بمجال القيادة نشر عام 2022 وتم ترميزها بالرمز [ث3].
- 4- الرسو في الأجواء المؤثرة (Landing in affective atmospheres) بمجال التسويق نشر عام 2022 وتم ترميزها [ث4].
- 5- باحث إجرائي لتصميم محفز الابتكار: بناء القدرة على التصميم من الداخل (Action researcher to design innovation catalyst: Building design capability from within) بمجال التسويق نشر عام 2021 وتم ترميزها [ث5].

المناقشة

الكلمات المفتاحية هي إحدى البيانات المستخرجة من الأبحاث المختارة، لذا تعرض الجداول التالية أكثر كلمات رئيسية شيوعاً للمقالات المختارة، والذي يمكن ملاحظته، أن كلمة «خبرة» هي الأكثر شيوعاً في المقالات المختارة لكلا طريقي البحث، في حين كلمة «أثر» هي الأكثر شيوعاً في البحوث الفينومينولوجية، وكلمة «مجموعة» الأكثر شيوعاً في البحوث الإثنوغرافية. وعليه ففي الأقسام الفرعية الآتية أقدم إجابات لأسئلتى البحثية.

أهداف البحث

في أهداف الأبحاث المختارة في الأسلوبين كانت الكلمة ذات التكرارات الأكثر في الأسلوبين (السياق أو السياقات)، في حين كان الفعل (يفهم أو فهم) هي الأكثر استخداماً، أما في البحوث الظاهرية كانت كلمة (ظاهرة، ظواهر) الأكثر، وبالبحوث الإثنوغرافية كانت كلمة (ثقافة، مجتمع أو الحياة الاجتماعية) هي الأكثر تكراراً.

الأسلوب الظاهري (الفينومينولوجيا): حيث عمل هذا الأسلوب على أخذ خبرة المشاركين بالدراسة من لمعرفة وفهم أثر الظاهرة، حيث تؤكد أهداف المقالات المختارة على أهمية الطريقة لفهم تأثير ظاهرة بين الأفراد. فعلى سبيل المثال، في [ظ1]، يهدف الباحث إلى «تقديم دراسة تجريبية لكيفية فهم القادة للأصالة في ممارسة القيادة عبر إعادة تصور القيادة الأصلية كنموذج أخلاقي وعلائقي مكون من عنصرين أقرب إلى مفاهيم هايدجر عن «الصدق» و«الاهتمام». وفي الدراسة [ظ2]، كان هدف الباحثين هو «فهم كيفية تأثير التغييرات السياقية في أوقات الأزمات على تجربة العميل». أما بالدراسة [ظ3]، فقد كان هدف الباحثين «إعطاء شكل لظواهر لا شكل لها في الأساس ومتداولة بشكل مستمر من خلال فهم تجارب المستهلك عبر تفسير كيفية العلاقة التي لا تحظى بالاهتمام والتي تتدفق من خلال تجارب الاستهلاك وحولها».

الأسلوب الإثنوجرافي: عمل هذا الأسلوب على أخذ خبرة المجموعات المشاركة بالدراسة من أجل التعرف على ثقافتهم، حيث يمكن معرفة الهدف المثمر للاهتمام الذي يوضح جيداً استخدام الإثنوجرافيا كما ذكر في الدراسة [ث1]: حيث تم استخدام المفهوم الثقافي الياباني المعروف بـ «Ba»، لفهم ظهور التماسك الطوعي «الوكالة التعاونية» عبر دراسة كيفية اندماج المشاركين ديناميكياً في سياق النشاط العملي لخلق القيادة. فقد تم استخدام «الممارسة والحياة الاجتماعية» في الدراسة [ث2]، حيث

قدمت تحقيقاً تجريبياً في الظهور الفعلي للقيادة المشتركة أثناء ظهورها كممارسة اجتماعية، عبر فهم أكثر دقة لمجال جوهري من الحياة الاجتماعية، حيث تعمل دراسة الباحث على توسيع الفهم للجوانب العادية لـ «ممارسة القيادة» على أنها تعني الإدارة التي يتم بناؤها بشكل تعاوني من قبل مختلف الفاعلين القياديين، بغض النظر عن مناصبهم الهرمية وأدوارهم التنظيمية. أما الدراسة [ث3]، فقد تحدثت عن «السياقات الثقافية»، حيث هدفت دراسة الباحثين إلى إلقاء الضوء على كيفية استمرار إرث أسلاف القيادة في إعلام الأجيال المعاصرة من القيادة وانتقالها عبر الأجيال ضمن أطر علم الأنساب وسياقاتها الثقافية. وقد تحدثت الدراسة [ث4] عن «السياق الاجتماعي والاستجابات العاطفية الجماعية»، حيث كان هدف الباحثين من بحثهم هو إعادة موضوع هبوط الأفراد في الأجواء العاطفية إلى الواجهة مرة أخرى، ولكن بأسلوب أكثر نظيراً ودقة للدراسات التي تدور حول الأجواء المؤثرة والعاطفية التي أخذت اهتماماً متزايداً بالتسويق، لا سيما في إدارة الاستهلاك وأماكن البيع بالتجزئة، من خلال فهم كيفية تقاطع تاريخنا العاطفي الشخصي مع السياق الاجتماعي والسياسي. أما الورقة [ث5]، أشارت إلى الثقافة التنظيمية، حيث يرى الباحثون أن تجربة الباحث الإجمالي بوصفه محفزاً للابتكار في التصميم الذي يحسن حياة عملاء المنظمة وأصحاب المصلحة والموظفين من خلال إنشاء منتجات وخدمات وتجارب قيمة، تتم عبر فهم أعمق لثقافة وعمليات المنظمة.

أسباب اعتماد الطريقة الفينومينولوجيا أو الإثنوجرافيا

من المهم ذكر سبب تبني الأسلوب الظاهراتي أو الإثنوجرافيا في الأوراق العلمية، حيث يساعد المؤلفين الآخرين على تحديد واختيار إحدى الطرق النوعية التي تتبناها بحوثهم العلمية، إذ نورد أسباب تبني إحدى الطريقتين في البحوث المختارة:

1- أسباب تبني طريقة الفينومينولوجيا

- [ظ1]: هي دراسة فينومينولوجية؛ لأنها تهتم بمحتوى التصورات الأيديولوجية للمشاركين لتجاربيهم الحية فيما يتعلق بموضوع الموقف، وتهدف إلى تعريف القيادة الأصلية كظاهرة قائمة على الممارسة، وكيف يفهم القادة أنفسهم «الأصالة» من خلال تجاربهم المعاشة في العمل وكيف ينسبونها بشكل هادف إلى قادتهم خلال حياتهم المهنية.
- [ظ2]: لفهم تجربة العميل كاستجابة شاملة متعددة الأبعاد لمجموعة معقدة من التفاعلات مع مختلف الجهات الفاعلة، يجب على الشركة فهم السياق الذي تظهر فيه التجربة، بما في ذلك الترتيبات المؤسسية، كمجموعة معقدة من التفاعلات بين العملاء والجهات الفاعلة الأخرى والهياكل المدمجة، فإن تجارب العملاء هي بالضرورة ظاهرانية (فينومينولوجيا) ومحددة السياق، وعليه فإن تجربة العميل يجب أن تُفهم على أنها نتيجة لمجموعة معقدة من التفاعلات بين جهات فاعلة متعددة، تتشكل من الهياكل ذات الصلة والطرائق التي تنشأ طوال رحلة العميل.
- [ظ3]: تم استخدام الفينومينولوجيا؛ لأن الورقة تركز على معاني تجارب الاستهلاك في سياقات تجريبية متنوعة، حيث يكشف هذا العمل عن إمكانات تجارب الاستهلاك لدعم التحول الشخصي، وتمكين المستهلكين من المشاركة في أنشطة تحقيق الذات و«التنفس».

2- أسباب تبني طريقة الإثنوجرافيا

- [ث1]: الإثنوجرافية تسمح بالتقاط التعقيد والتفاصيل عبر المجموعة وما حولها والتحقيق منها.
- [ث2]: الإثنوجرافيا التنظيمية تجعل من الممكن مراقبة القيادة من التوجه الداخلي للمشاركين من أجل استكشاف كيفية تطور تفاعل القيادة «لحظة بلحظة»، أو بمعنى آخر، فإنها تتيح تحليل البيانات التي توضح «ما يظهره المشاركون لنا» بدلاً من التركيز على «ما يعرفه الباحث أولاً».
- [ث3]: للوقوف على كيفية التعبير عن القيادة في الوقت الفعلي من قبل القادة والطرق التي تم بها استدعاء إرث الأجداد لتشكيل قيادة اليوم، وكذلك من أجل رصد الجوانب العاطفية لهذه العملية.
- [ث4]: لأنها تساعد على فهم الاستجابات العاطفية للأجواء مثل: (الخوف أو الاشمئزاز) بسبب الاختلافات الاجتماعية والسياسية، ودورها في إعادة تحديد المسافة بين الأجساد، وفرض «تبادل» محتمل بين الأجساد، وبما أن التركيز على كيفية تأثيرنا وتأثرنا بهذه الأجواء، مع الاهتمام الخاص بالطريقة التي نهبط بها في الأجواء العاطفية، حيث يتم إنشاء الحدود بين المتخيل «نحن» و«هم» عندما نشعر أن «الأخر» قد اقترب كثيراً، مما يؤدي إلى تفاعلات عميقة.
- [ث5]: كان أحد التحديات التي واجهها الباحث هو اكتساب فهم أعمق للمنظمة - ثقافة وعمليات ورؤية مطار AAC مع الاحتفاظ بعقلية التصميم، لذا تم استخدام طرق المراقبة الإثنوجرافية والتشاركية للباحث (الذي يقوم

بدور محفز الابتكار؛ لأنها تسمح ببناء منظور أكثر ثراءً لقصة التغيير الذي شهده مطار، حيث تقوم الأساليب الإثنوجرافية بنوع من التغذية الراجعة بين المحفز وموظفي المطار حول مدى تطوير القدرة على التصميم. مما سبق، يظهر أن البحوث القائمة على الفينومينولوجيا تحاول الكشف عن الخبرات والتجارب والتصورات الفردية، في حين كانت البحوث الإثنوجرافية موجهة نحو دراسة المعاني والتفاعلات والممارسات المشتركة لجماعة ما مثل: الثقافة والاختلافات الاجتماعية والاستجابات العاطفية.

المشاركون في الدراسة وحجم العينة ومدة البحث

كما هو معمول بالبحوث النوعية، فإن المشاركين يتم اختيارهم بشكل قصدي مع كل الدراسات عدا الدراسة [ظ2]، حيث تم اللجوء إلى أسلوب تحليل الوثائق وإجراء تحليل مقارن بينها.

1- المشاركون بالدراسات الفينومينولوجية

- [ظ1]: تم اختيار المشاركين بشكل مقصود؛ لتحسين اتساع نطاق تجارب العلاقات مع القادة، تتراوح أعمارهم بين 36 و55 عامًا، وبناءً على مجموعة متنوعة من السمات، بما في ذلك خبرة تزيد على 10 سنوات في مسؤوليات إدارة الأفراد وقطاع الصناعة؛ وكذلك وظيفة الدور ومستوى الدور الحالي كانت (8 مستويات، مجلس الإدارة 17 مستوى «رئيساً» وظيفياً). لم يتم اختيار أكثر من قائد واحد في كل مستوى (كبير / متوسط) من نفس المنظمة. تم تقسيم العينة أيضًا عن قصد حسب الجنس: (4 ذكور / 4 إناث من كبار القادة) و(9 ذكور / 8 إناث من الإدارة المتوسطة)، وكانت حجم العينة 25 قائداً، ولم تذكر مدة البحث.
- [ظ2]: التحليل المقارن النوعي (QCA) - من أساليب ما بعد النظرية- ولم تذكر مدة البحث.
- [ظ3]: مجتمع الأزياء بمدرسة الفنون والتصميم في جامعة (نوتنغهام ترنت) ومعهد ماننستر للأزياء، وشملت 25 مشاركاً، وقد استغرقت الدراسة لفترة طويلة على مقاييس البحوث الظاهرية حيث امتدت إلى ثلاث سنوات.

2- المشاركون بالدراسات الإثنوجرافية

- [ث1]: مجموعة من كبار القادة الوظيفيين، عدد 4 رجال، 4 نساء (المقر الأمريكي 2، المقر البريطاني 6)، من ضمنهم رجل ملون واحد، علماً أن الدراسة استغرقت ستة أشهر.
 - [ث2]: المشاركون في هذه الاجتماعات مثيرون للاهتمام بشكل خاص؛ لأنهم يمثلون مزيجاً فريداً من الاستراتيجيين والمديرين المتوسطين وأصحاب المصلحة الآخرين في المشروع، حيث يتألف فريق المشروع من مجموعة أساسية من خدمة العملاء الذين كان عليهم حضور كل اجتماع، وأعضاء آخرين يمثلون مجموعة غير متجانسة من أصحاب المصلحة في المشروع عبر الجامعة، وحضر بعض أصحاب المصلحة هؤلاء الاجتماعات فقط عندما كانت لديهم خبرة محددة تتعلق بجدول أعمال الاجتماع، وحضر آخرون الاجتماعات عندما يمكنهم إضافة قيمة إلى العمل الذي تتم مناقشته. لذلك تباين عدد المشاركين من اجتماع إلى آخر، ولم تذكر الدراسة عدد المشاركين، علماً أن الدراسة استغرقت عام كامل للإنجاز.
 - [ث3]: زعماء قبليون محليون، حيث تم إجراء مقابلات شبه منظمة مع عدد 9 زعماء، منهم ثمانية من النساء، وقد أجريت على مدار عشرة أشهر.
 - [ث4]: تم إجراء عددٍ من المقابلات مع المستهلكين المحليين، ، ولم تذكر الدراسة عدد المشاركين، علماً أنها كانت الأطول حيث بلغت ثلاثة أعوام.
 - [ث5]: موظفو مطار (AAC) - عبر الإدارة العليا والإدارة الوسطى والمستويات التشغيلية من جميع الإدارات التسع في ثلاث دورات بحث في ثلاثة مشاريع، ولم تذكر الدراسة حجم العينة، وقد احتاجت إلى عام ونصف لإنجازها.
- دورة البحث في المشروع الأول تناولت مشروع صرف العملات، وأصحاب المصلحة المشاركون هم: القسم التجاري، شريك التجزئة، فريق تطوير الأعمال المشروع. وفي دورة البحث في المشروع الثاني حول ترقية تطبيقات الجوال، وأصحاب المصلحة المشاركون: فريق تطوير الأعمال المشروع، قسم تقنية الأعمال، قسم مواقف السيارات، قسم علاقات الشركات، قسم الأصول، قسم العمليات، القسم التجاري، قسم المالية. وتعاملت دورة البحث في المشروع الثالث مع الانتقال السلس، وأصحاب المصلحة المشاركون وفريق تطوير الأعمال المشروع، إدارة علاقات الشركات، قسم الأصول، قسم العمليات، القسم القانوني للإدارة المالية.

إجراءات جمع البيانات

تم استخدام المقابلات الفردية غير المهيكلية في الأبحاث [ظ1] و[ظ3]، في حين استُخدمت المقابلات الفردية والجماعية ومشاهدة مقاطع فيديو في الورقة [ث1]، أما البحوث [ث2] و[ث3] فقد تم الاعتماد على الملاحظات خلال حضورهم عددًا من الاجتماعات والمناسبات الثقافية، بينما الدّراسات [ث4] و[ث5] فقد جمعت بين المقابلات والملاحظات الميدانية ومقاطع الفيديو عبر المشاركة في العديد من الاجتماعات والمناسبات الثقافية، على النحو التالي:

1- إجراءات جمع البيانات في البحوث الفونمينولوجيا

- [ظ1]: مقابلات نوعية شبه منظمة عبر مرحلتين: أنتجت المرحلة الأولى مجموعة من الأحداث التجريبية التي تم من خلالها تطوير الصفات المتصورة لكل قائد، أما المرحلة الثانية فقد استكشاف ما إذا كانت الأصالة مصطلحًا يستخدم بشكل شخصي لتقييم قدرات القادة، وكيف يعرفون الأصالة فيما يتعلق بشخص آخر وقائد آخر.
- [ظ2]: عبر تحليل الدراسات السابقة ومقارنتها لإيجاد إجابات عن كيفية ظهور تجارب العملاء في سياق الأزمات المضطربة وتأثيرها على طريقة تفكير العملاء (المخطط التفسيري) عن طريق تغيير المكان/ الإطار الزمني المدرك (عدم الاستمرارية) وكيف يسترجع العملاء الموارد (المنشأة) ويستخدمونها نتيجة لانخفاض إمكانية الوصول، وكيف يتعامل العملاء مع الترتيبات المؤسسية المجزأة، من أجل تحديد السياق من حيث التفاعل الواقع في الحيز الزمني الذي يربط الهياكل والبيئة ومشاركة الجهات الفاعلة.

- [ظ3]: المقابلات الفردية غير المهيكلية على جولتين

2- إجراءات جمع البيانات في البحوث الإثنوغرافية

- [ث1]: تم تسجيل 40 ساعة من الإثنوجرافيا بالفيديو والمقابلات (مقابلات جماعية، المقابلات فردية) مع مجموعة من كبار القادة الوظيفيين مدى اجتماعين لمدة يومين.
- [ث2]: البيانات جمعت من خلال الملاحظات بالمشاركة من خلال اجتماعات فريق مشروع حملات إدارة علاقات العملاء لتوظيف الطلاب على مدار 10 اجتماعات خلال 12 شهر.
- [ث3]: استخدم المؤلف طرق المراقبة وأخذ الملاحظات بالمشاركة وتسجيل مقاطع فيديو في: جلسات الاستماع، حضور الاجتماعات، المهرجانات، الموروث الثقافي من رقص وأغاني وولائم.
- [ث4]: مقابلات، ملاحظات ميدانية، مقاطع فيديو، مشاركة في خدمات وطقوس دينية عبر مختلف الأديان.
- [ث5]: من أجل فهم أعمق للمنظمة من خلال ثقافتها وعملياتها ورؤيتها عبر مقابلات شبه منظمة ومناقشات مجموعة التركيز وملاحظات ميدانية، حيث شارك الباحث في الأنشطة اليومية مثل حضور اجتماعات ووجبات غداء وأنشطة موظفين غير رسمية. وانضم لفريق كرة القدم AAC من أجل مقابلة مجموعة متنوعة من الموظفين.

تحليل جمع البيانات

كل البحوث تم تحليلها بالأسلوب الاستقرائي كما هو معمول به بالبحوث النوعية، فيما توسلت الدّراسة [ث4] بالقصائد الشعرية كوسيلة لضغط البيانات وصياغة مجازية قابلة للتعميم.

1- تحليل جمع البيانات في البحوث الفونمينولوجيا

- [ظ1]: أولاً تم تحديد مستوى قيادة المشاركين، ثم ترميز النصوص بشكل فردي واستكشافها باستخدام حزمة CAQDAS NVivo والموضوعات التي تم تطويرها باستخدام الخطوات الست في التحليل الظاهراتي للظواهر التفسيرية، تم تصميم النهج التحليلي لتحقيق «الفهم التأويلي، بدلاً من إيجاد تفسير سبي»، لذا استكشفت الدراسة بشكل استقرائي عميق معاني ونتائج العمل، وتصورات المبحوثين ونتائجهم التجريبية للقيادة بشكل أصيل وغير أصيل خلال حياتهم المهنية.
- [ظ2]: التحليل المقارن النوعي (QCA) لالتقاط التعقيد في مجال التسويق التي تعد كمجموعات معقدة، لذا يمكن لهذا التحليل أن يوفر الاستجابات والنتائج والتفسيرات متعددة الأسباب لتجربة العملاء ورحلات العملاء في سياقات الأزمات بدلاً من الاعتماد على نقاط الاتصال وحدها، حيث يسعى الإطار المفاهيمي الذي تم تطويره في هذه الدراسة إلى شرح كيفية تغير تجربة العملاء في سياقات الأزمات. باعتماد نهج هيكلي، لذا فإن التركيز على الأساليب يتجاوز الأوصاف التقليدية لتشكيل تجربة العميل التي تأخذ في الاعتبار القليل أو لا تأخذ في الاعتبار

التغيير الجذري الناجم عن العوامل السياقية، لذا تعتبر الدراسة ضمن مجموعة محدودة من أبحاث التسويق التي تعتمد على الهيكلية والواقعية النقدية لاستكشاف حالات الأزمات.

- [ظ3]: روايات تم تجميعها خلال ثلاث سنوات أخذت شكل قصص مشابهة للسيرة الذاتية، مما سمح بقدر أكبر من الوصول لوجهات النظر الفردية والتعبير عنها من خلال تأطير التجربة الحية المشبعة عاطفياً. كل الروايات والتلميحات إلى الصور والتجارب كانت بالضبط كما رُويت واستُذكرت من الذاكرة، في البداية وبعد عدة جولات من المقابلات ونوبات تحليل غير مثمرة، بدأت جولة جديدة من التحقيق السريدي بـ «أخبرني عن المرة الأولى» و«أخبرني عن تلك التجربة». تم دمج روايات المبحوثين وتقسيمها لإنتاج ثلاثة فئات من اللقاءات الأولى، ثم الانتقال من البيانات للسرد المركب حيث تضمنت قفزة إبداعية تعتمد على تحليل بيانات المقابلة وخبرات الباحث في هذا المجال والخبرة الجماعية. تتبع عملية التحليل في نهجها الاستقرائي لبناء السرد، يتم تجميع بيانات المستجيبين معاً وترتيب العلاقات بينهم؛ لإنتاج عددٍ من التفسيرات حول الأبعاد المهمة لتجارب المشاركين، بعد تقليل محاولات تحديد المعنى للحد الأدنى.

2- تحليل جمع البيانات في البحوث الإثنوغرافية

- [ث1]: عقد الاجتماعات الجماعية من أجل استنباط الخبرة المعاشة، ثم العمل على ترميز وتحليل البيانات وإعادة مناقشتها عبر مناقشات متكررة مع المجموعة حول النتائج.
- [ث2]: جمع الملاحظات الإثنوجرافية مع التسجيل الصوتي، اجتماع مع (المجموعة الاستراتيجية، مجموعة المشاريع، خدمات العملاء). ومناقشة أعضاء فريق المشروع وملاحظات المشاركين مع تسجيل الفيديو. ثم تحليل الوثائق (تقرير المشروع، محاضر الاجتماعات، جدول الأعمال ورسائل البريد الإلكتروني، وخطط المشروع).
- [ث3]: أجراء المقابلات وتفرغها، استخدام تحليل موضوعي لنصوص البيانات الأولية جنباً إلى جنب مع الإشارات المرئية من الفيديو. ثم وضع خرائط الفكر المرئي الموضوعات الثمانية الأولية التي ظهرت من البيانات مع روابط للاقتباسات المكتوبة التوضيحية. تتألف هذه الخرائط بشكل عام من المكان الذي أخذ فيه المشاركون نقاشهم حول القيادة، والمشاركين الرئيسيين في رواياتهم، والمكان الذي ربطوا فيه أفكاراً معينة معاً. والقيام بعملية الترميز، نشأ سؤال، «كيف يمكن للمرء أن يرمز للرؤى الروحية؟» التي دفعت إلى العودة إلى فلسفة الماوري حول خلق المعرفة. وقد أنتج التكرار للتحليل ثلاثة موضوعات رئيسية للدراسة.
- [ث4]: استخدام القصائد الشعرية كوسيلة لضغط البيانات، وصياغة «قابلية التعميم المجازي»، حيث يفسح الشعر نفسه جيداً لوجهات النظر، ويلتقط «الانطباعات العاطفية» للفعل الاجتماعي. تم ترميز البيانات أولاً وفرضاها قبل إدخالها في الشعر. وتم تحليل الروايات التي لم يتم التقاطها في مساعي الباحثين الشعرية. والعمل على غرلة البيانات لفرز الكلمات والعبارات والجمل من كل من المقابلات والملاحظات وإعادة صياغتها لاستحضار المشاعر بوعي من خلال الأجهزة الأدبية مثل الإيقاعات والصور وما إلى ذلك. ثم دمج نهج الشاهد الشعري مع الاهتمام المنهجي بالتناغم العاطفي لفهم أفضل لكيفية هبوطنا في الأجواء العاطفية أو ما يمكن أن يكون «التناغم العاطفي الشعري». قدّم الدور الأدائي لما تقدمه هذه التمثيلات النصية مستوى إضافياً من التحليل كجزء من عملية صنع المعنى في كتابة هذه الورقة.
- [ث5]: تسجيل كل البيانات التي جمعت من المقابلات ومجموعات التركيز وملاحظات الباحث، وعبر ثلاث دورات بحث ومن خلال تغذية عكسية تم غرس أساليب الابتكار الذي يقوده التصميم لدى أعضاء فريق التصميم. لذا يعتبر الباحث أن حصول المطار على عددٍ من الشهادات المحلية والدولية، وكذلك حصول مدير التخطيط الاستراتيجي والتطوير على وظيفة بمطار من مطارات الخليج بمثابة دليل دولي على نجاح أسلوب الابتكار الذي يقوده التصميم الذي تم تطبيقه.

مما سبق، يلاحظ أن إجراءات جمع وتحليل البيانات المستخدمة في الدراسات المختارة، في كلا الأسلوبين اعتمدت على المنهج الاستقرائي بشكل رئيس والاستنباط بشكل أقل، ولكن جمع البيانات في الإثنوجرافيا غلب عليها الملاحظة والملاحظة بالمشاركة، في حين أن الفينومينولوجيا غلب عليها إجراء المقابلات، فيما تقارب الأسلوبان في عمليات التحليل النوعي للبيانات.

نتائج البحث

في هذه المقالة تم استعراض أسلوبين من أساليب البحث النوعي وهما: الظاهرية (الفينومينولوجي) والإثنوجرافي، كان هذا الاستعراض في جانب نظري وضح أوجه الشبه والاختلاف بين الأسلوبين، وجانب تطبيقي شمل مراجعة ثمان أوراق علمية بالحقل الإداري.

وفق تلك الرؤية يساهم هذا العمل في جانبه النظري على فهم معمق لطبيعة كل أسلوب من الأسلوبين، وكأنها تعرفنا على الحمض النووي لكل أسلوب، فكما أن الطريقة الظاهرية خرجت من رحم علم النفس، نجد أن هذا الأسلوب يركز على تعبير المبحوث عن الظاهرة المبحوثة الصادرة من ذاته هو وليست كما يراها المجتمع، وبما أن الأسلوب الإثنوجرافي خرج من تحت عباءة علم الاجتماع الإثنوبولوجيا، نجد أن هذه الطريقة تعبر عن الثقافة والمجتمع أو ما نستطيع أن نعبّر عنه أنه الموضوع وليس الذات، هذا الأسلوب يعمل على رصد رأي المبحوث عن الظاهرة محل البحث وفق ما يراها المجتمع أو الثقافة المهيمنة وليس حسب منظورة الخاص، فهو هنا مجرد ناقل للظواهر المعاشة من قبله هو وأفراد مجتمعه، لذا تحققت في البحث الإثنوجرافي فرضيتان لا يتم العمل بها في الظاهرية، الفرضية الأولى أو ما يُعرف بـ (emic) وهو أن وجهة نظر المشاركين تعبر عن تصوراتهم وتفسيراتهم الخاصة حول الواقع أو الموضوع المراد فهمه، أما الفرضية الثانية المعروفة بـ (etic) يعتقد فيها علماء الإثنوجرافيا أنهم الأكثر ملاءمةً لتفسير وفهم ووصف حقيقة الظاهرة (الموضوع) بناءً على ما يصل لهم من بيانات من المبحوثين عبر الملاحظة بالمشاركة.

أما ما يتعلق بالجانب التطبيقي، فإن هذا العمل يساهم بالمعلومات المتعلقة بعدد المشاركين وطبيعتهم ومدة الدراسة وجمع البيانات وطرق التحليل التي يمكن إجراؤها، حيث يمكن أن تساعد هذه المعلومات الباحثين في مجال العلوم الإدارية في التخطيط المنهجي لبحوثهم في الحقل الإداري، لتحسين موثوقية نتائج عملهم، وقد يجدون أيضاً اقتراحات تفيدهم في تحديد أدوات جمع البيانات.

وفي ضوء ذلك، وبعد قراءة المقالات المختارة، كانت الكلمة ذات التكرارات الأكثر (السياق أو السياقات)، في حين كان الفعل (يفهم أو فهم) هو الأكثر استخداماً في الأسلوبين، أما في البحوث الظاهرية كانت كلمة (ظاهرة، ظواهر) هي الأكثر، أما بالبحوث الإثنوجرافية كانت كلمة (ثقافة، مجتمع أو الحياة الاجتماعية) هي الأكثر تكراراً، كما يمكن أن يختلف حجم العينة وفترة الدراسات أيضاً. وقد يكون أحد أسباب ذلك مرتبطاً بتنوع أساليب جمع البيانات بين الأسلوبين، حيث يلاحظ تركيز الفينومينولوجيا على المقابلات الفردية في حين أن الدراسات الإثنوجرافية تتنوع فيها الأساليب من مقابلات فردية وجماعية وملاحظات الباحث ومشاركاته في اجتماعات الأعمال وكذلك في المناسبات الاجتماعية والثقافية والدينية للمجتمع الذي يتم بحثه أو ما يعرف بالملاحظة بالمشاركة.

في هذه الدراسة يوجد بها قيدين في الجانب التطبيقي، وهي أن الباحث نظر في المقالات المنشورة بين عامي 2020 و2022 في مكتبة (SAGE Journal) الرقمية فقط، كما أن الدراسة نظرت للدراسات المنشورة باللغة الإنجليزية فقط؛ لاعتقاد الباحث أن البحوث العربية المتخصصة قاصرة في هذا المجال، كما أن اختيار الفترة يرجع لما يراه الباحث أنه وقوف على أحدث ما طرّح علمياً، لذلك بالنسبة للعمل المستقبلي، أقترح إجراء الدراسات التي تتغلب على هذه القيود.

التوصيات

توصي الدراسة بإجراء مزيد من الأبحاث لاستكشاف مدى نجاعة استخدام الأسلوب المختلط بين الفينومينولوجي والإثنوجرافي في البحوث النوعية في الحقل الإداري، بما يضمن الاستفادة من المنهج الفينومينولوجي، مع تجنب عيوبه الجوهرية، وبالذات ما يتعلق بالمكونات والمفاهيم الفلسفية التي يلفها الغموض والإبهام، فضلاً عن تضمينها لجوانب لا يمكن قبولها ضمن إطارنا الديني الثقافي، ومن ذلك مثلاً ما يتعلق بقضية التعليق، أي وضع العالم أو الوجود بين قوسين، في إشارة للشك في كل المتعقدات والمسلمات والأفكار، مما يجعله شكاً مطلقاً أو ما يقاربه، وهو ما نرفضه (البريدي، 2022).

المراجع

أولاً - مراجع باللغة العربية:

- البريدي، عبدالله. (2022). كينونة ناقصة: أحد عشر سؤالاً في قراءة الفلسفة. الظهران: مركز الملك عبد العزيز الثقافي العالمي (إثراء).
- الصالح، مصلح. (2000). كتاب النظرية الاجتماعية أصولها التاريخية: بناؤها، وظائفها، خصائصها وملامحها. الرياض: دار الفصيل الثقافية.
- الفراء، ماجد محمد؛ وعاشور، يوسف؛ وأبو معمر، فارس. (2003). كتاب الإدارة: المفاهيم والممارسات. غزة، فلسطين: آفاق للطباعة والنشر والتوزيع.
- المسيري، عبد الوهاب. (2002). العلمانية الجزئية والعلمانية الشاملة. م1. القاهرة: دار الشروق.
- بوبريك، رحال. (2014). مدخل إلى الأنثروبولوجيا. الرباط: دار أبي رقراق للطباعة والنشر.
- بير، شارلين هس؛ وليفي، باتريشيا. (2018). البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية. ترجمة/ هناء الجوهري. القاهرة: المركز القومي للترجمة. (العمل الأصلي نشر في 2011).
- جوهري، محمد؛ وشكري، علياء. (2008). مقدمة في دراسة الأنثروبولوجيا. القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.
- خوري، أنطوان. (1984). مدخل إلى الفلسفة الظاهرية. بيروت: دار التنوير للطباعة والنشر.
- زيتون، كمال عبد الحميد. (2006). كتاب تصميم البحوث الكيفية ومعالجة بياناتها إلكترونياً. القاهرة: عالم الكتب.
- ستراوس، أ؛ وكوربين، ج. (1999). أساسيات البحث الكيفي: أساليب وإجراءات النظرية المجردة. ترجمة/ عبدالله بن حسين الخليفة. الرياض: معهد الإدارة العامة. (العمل الأصلي نشر في 1990).
- فرانكفورت، شافا؛ وناشمياز، دافيد. (2004). طرائق البحث في العلوم الاجتماعية. ترجمة/ ليلى الطويل. دمشق: بتر للنشر والتوزيع.
- كريستول، جون؛ وبوث، شيريل. (2019). تصميم البحث النوعي دراسة معمقة في خمسة أساليب. ترجمة/ أحمد محمود الثوابية. عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون (العمل الأصلي نشر في 2018).
- لابورت، فيليب؛ وجان، تولرا؛ وفارنييه، بيار. (2004). أنثولوجيا أنثروبولوجيا. ترجمة/ مصباح الصمد. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع (العمل الأصلي نشر في 2003).
- ميريام، شاران؛ وتيسدسل، إليزابيت. (1443). البحث النوعي دليل التصميم والتطبيق. ترجمة/ سلطان المحميد، وسعيد المنوفي. بريدة: النشر العلمي والترجمة جامعة القصيم (العمل الأصلي نشر في 2015).
- هوسرل، أدmond. (2007). فكرة الفينومينولوجيا. ترجمة/ فتحي إنقزو. بيروت: المنظمة العربية للترجمة (العمل الأصلي نشر في 1907).

ثانياً - مراجع باللغة الإنجليزية:

- Abolhasani, M.; Oakes, S. & Oakes, H. (2017). "Music in Advertising and Consumer Identity: The Search for Heideggerian Authenticity", *Marketing Theory*, 17 (4), 473-490. <https://doi.org/10.1177/1470593117692021>
- Aldiabat, K. & Navenec, C. L. (2011). "Clarification of the Blurred Boundaries between Grounded Theory and Ethnography: Differences and Similarities", *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 2 (3), 1-13. <https://dergipark.org.tr/en/pub/tojq/issue/21392/229351?publisher=tojq>
- Alhazmi, Ahmed Ali & Kaufmann Angelica. (2022). "Phenomenological Qualitative Methods Applied to the Analysis of Cross-cultural Experience in Novel Educational Social Contexts", *Frontiers in Psychology*, 13 (785134). <https://doi: 10.3389/fpsyg.2022.785134>

- Astalin, P. K. (2013). "Qualitative Research Designs: A Conceptual Framework", *International Journal of Social Science & Interdisciplinary Research*, 2 (1), <http://indianresearchjournals.com/pdf/ijssir/2013/january/13.pdf>
- Bliss, L. (2016). "Phenomenological Research: Inquiry to Understand the Meaning of People's Experiences", *International Journal of Adult Vocational Education and Technology*, 7 (3). 14-26. <https://doi.org/10.4018/IJAVET.2016070102>
- Bradley-Cole, K. (2021). "Friend or Fiend?: An Interpretative Phenomenological Analysis of Moral and Relational Orientation in Authentic Leadership", *Leadership*, 17 (4), 401-420. <https://doi.org/10.1177/17427150211016163>
- Clayman, S. E. (2001). "Ethnomethodology: General", In: N. J. Smelser & P. B. Baltes (eds.), *International Encyclopedia of The Social & Behavioral Sciences*. Oxford: Pergamon.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design*. (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Researchers*. (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dudovskiy, J. (2016). The Ultimate Guide to Writing a Dissertation in Business Studies: A Step By Step Assistance (Ebook). *Business Research Methodology*. <http://research-methodology.net/about-us/ebook/>
- Flick, U. (2007). *Designing Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Gadelshina, G. (2020). "Shared Leadership: Struggles Over Meaning in Daily Instances of Uncertainty", *Leadership*, 16 (5), 522-545. <https://doi.org/10.1177/1742715020935748>
- Grbich, C. (2013). *Qualitative Data Analysis*. 2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Groenewald, T. (2004). "A Phenomenological Research Design Illustrated", *International Journal of Qualitative Methods*, 3 (1). 42-55. <https://doi.org/10.1177/160940690400300104>
- Guest, Greg; Namey, Emily & Mitchell, Marilyn. (2012). *Collecting Qualitative Data: A Field Manual for Applied Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hammersley, Martyn. (2013). *What Is Qualitative Research? What Is? Research Methods*. London: Continuum/Bloomsbury. <https://doi.org/10.1097/00012272-198604000-00005>.
- Henn, M.; Weinstein, M. & N. Foard. (2006). *A Short Introduction to Social Research*. London: Sage Publications.
- Jacobs, H. (2015). *Consciousness, Phenomenology of Routledge Encyclopedia of Philosophy*. <https://doi.org/10.4324/9780415249126-dd102-1>
- Li, J. (2008). "Ethical Challenges in Participant Observation: A Reflection on Ethnographic Field-work", *The Qualitative Report*, 13 (1), 100-115. <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR13-1/li.pdf>
- Lodico, M. G.; Spaulding D. T. & Voegtler, K. H. (2010). *Methods in Educational Research: From Theory to Practice*. (2nd ed.). California: Jossey-Bass.
- Lonergan, P.; Patterson, M. & Lichrou, M. (2022). "Onflow And Consumption: Affect and First Encounters", *Marketing Theory*. <https://doi.org/10.1177/14705931221116406>
- Merriam, S. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. (3rd ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Mol, A. M.; Silva, R. S.; Rocha, Á. A. & Ishitani, L. (2017). "Ethnography and Phenomenology Applied to Game Research: A Systematic Literature Review", *Revista De Sistemas E Computação, Salvador*, 7(2), 110-127. https://www.researchgate.net/profile/Lucila-Ishitani/publication/326066063_Ethnography_and_Phenomenology_applied_to_game_research_a_systematic_literature_review/

- Neubauer, B. E.; Witkop & Varpio, L. (2019). "How Phenomenology Can Help Us Learn from the Experiences of Others", *Perspect Med Educ*, 8 (1): 90–97. <https://doi.org/10.1007/s40037-019-0509-2>
- Neubauer, Brian. & Witkop, Catherine. & Varpio, Lara. (2019). "How Phenomenology Can Help Us Learn from The Experiences of Others", *Perspectives on Medical Education*. 8 (18), 90-97. <https://doi.org/10.1007/s40037-019-0509-2>.
- Nickerson, C. (2021). *Using Ethnomethodology to Understand Social Order*. Simply Psychology. www.simplypsychology.org/what-is-ethnomethodology.html
- Nitsche, M. (2020). The Invisible and the Hidden Within the Phenomenological Situation of Appearing. *Open Theology*, 6 (1), 547-556. <https://doi.org/10.1515/opth-2020-0128>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Evaluation Methods*. (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ploeg, J. (1999). "Identifying the Best Research Design to Fit the Question. Part 2: Qualitative Designs", *Evidence-Based Nursing*, 2 (2), 36-37. <http://dx.doi.org/10.1136/ebn.2.2.36>
- Preece, C.; Rodner, V. & Rojas-Gaviria, P. (2022). "Landing in Affective Atmospheres", *Marketing Theory*, 22 (3), 359-380. <https://doi.org/10.1177/14705931221076561>
- Price, R.; Wrigley, C. & Matthews, J. (2021). "Action Researcher to Design Innovation Catalyst: Building Design Capability from Within", *Action Research*, 19 (2), 318-337. <https://doi.org/10.1177/1476750318781221>
- Qutoshi, S. (2108). "Phenomenology: A Philosophy and Method of Inquiry", *Journal of Education and Educational Developmemt*, 5 (1), 215-222. <https://doi.org/10.22555/joeeed.v5i1.2154>
- Rapport, Frances. (2000). "Combining Methodological Approaches in Research: Ethnography and Interpretive Phenomenology", *Journal of Advanced Nursing*. 31. 219-225. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2648.2000.01243.x>.
- Robinson, J. L. & Renshaw, P. S. J. (2022). "Place-The Final Frontier: Exploring the Outer Reaches of Collaborative Agency Using the Japanese Concept of Ba", *Leadership*, 18 (1), 13-39. <https://doi.org/10.1177/17427150211020850>
- Schneider, F.; Gruman, J. & Coutts, L. (2012) *Applied Social Psychology: Understanding and Addressing Social and Practical Problems*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.32327/IJMESS/10.2-3.2021.7>
- Smith, D. W. (2013). *Husserl*. 2nd Revised Edition. London & New York: Routledge. (1st Edition, 2007).
- Ten Have, P. (2016). "Ethnomethodology", *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. <https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect010>
- Tirumalesh, M. (2019). "Conceptual Framework on Qualitative Research Design", *The International Journal of Indian Psychology*, 7 (2), 621-625. <https://doi.org/10.25215/0702.075>
- Tronvoll, B. & Edvardsson, B. (2022). "Customer Experiences in Crisis Situations: An Agency-Structure Perspective", *Marketing Theory*. <https://doi.org/10.1177/14705931221104520>
- Urban, G. & Koh, K. (2013). "Ethnographic Research on Modern Business Corporations", *The Annual Review of Anthropology*, 42 (1), 139-158. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-092412-155506>
- Williams, J. (2001). "Phenomenology in Sociology", In: N. J. Smelser & P. B. Baltes (eds.), *International Encyclopedia of The Social & Behavioral Sciences*. Oxford: Pergamon.

Ethnographic and Phenomenological Research in the Business Field: Theoretical and Applied Analysis

Abdullah Obaid Alshahrani

PhD Researcher

College of Business & Economics

Al Qussaim University

Saudi Arabia

aors2013@gmail.com

ABSTRACT

In order to determine how business studies can be used and adapted to phenomenological and ethnographic methods in the context of the business field; The researcher providing in this paper a theoretical explanation and applied aspect of the two methods of qualitative research by reviewing a group of empirical studies in a number of scientific papers in the business field published between 2020 and 2022 in the SAGE journal digital library, including: Three studies that used Phenomenology method, and five with ethnographic approach.

Regarding to the theoretical aspect, the study shows that phenomenology studies the different experiences it encounters from a subjective or first-person point of view (the subjective point of view).

In ethnographic approach is concerned with revealing the mutual form of social interactions in certain contexts that create order, this is done by observing, observing, and interpreting the procedures and practices that members of society perform in their daily lives (the point of view of the respondent about the community or the subject). Therefore, the ethnographic approach is a way to frame observations and inquiries in social interactions in a way that confirms how individuals understand their own worlds in which they live, and it does not concern about individuals like phenomenology, but it is concerned with the so-called participating competencies as group members.

In practical terms, the article provided information on the selected research, including research objectives, reasons for selecting the method, sample size, target population, research duration, and applied procedures for data collection and data analysis.

The results of this work can contribute to understanding how to apply phenomenological and ethnographic methods in business research.

Keywords: *Qualitative Research Methods, Ethnography, Phenomenology, Business Research Methods.*

