

KVALITATIVNA METODOLOGIJA

PARADIGMO lahko razumemo kot sistem oziroma sklop prepričanj, vrednot in stališč, ki oblikujejo posameznikov (raziskovalcev) ali skupinski (skupine raziskovalcev) pogled na neko vprašanje, problem in ki usmerjajo njegovo ali njeno delovanje. Paradigma je vsesplošno priznano znanstveno dognanje, ki skupnosti praktikov nekem obdobju ponuja model razumevanja in reševanja problemov. Temelji paradigme: epistemologija, ontologija, metodologija.

Metodologija je temeljna strategija pri odločanju o sklopu alternativ, ki so dosegljive raziskovalcu. Metodologija je mnogo več kot le izbira metod. Popolnoma vključuje raziskovalca od nezavednega pogleda na svet do uzakonitve tega pogleda na svet skozi raziskovalni proces. Metodološka paradigma vključuje torej raziskovalčev pogled na svet, ki obenem tudi vpliva na izbiro pristopov, metod in tehnik raziskovanja.

KVANTITATIVNA RAZISKAVA V preteklosti se je v vseh družbenih vedah raziskovalo predvsem z opisovanjem, štetjem in analiziranjem dogodkov in dejstev – torej z ugotavljanjem **kaj se dogaja**.

KVALITATIVNA RAZISKAVA V zadnjih desetih letih pa se vse več raziskovalcev sprašuje **zakaj se nekaj dogaja in kako**. Temu načinu raziskovanja pravimo tudi kvalitativen ali fenomenološki pristop. Osredotoča se na človekovo doživljanje nekega dogodka.

parametri	KVALITATIVNA	KVANTITATIVNA
usmerjenost	Kvaliteta (narava, bistvo)	Količina (koliko, kateri)
Filozofska izhodišča	Fenomenologija, simbolni interakcionizem	Pozitivizem, logični empirizem
Izrazi povezani z	Ternsko delo, etnografski, naturalističen	Eksperimentalen, empiričen, statističen
Cilj raziskovanja	Razumevanje, opis, odkrivanje, pomen, generiranje hipotez	Napoved, nadzor, potrditev, tesiranje, hipotez
Značilnosti, oblike	Fleksibilna, razvijajoča se, nastajajoča	V naprej določena, strukturirana
vzorec	Majhen, nenaključen, namenski	Velik, naključen, reprezentativen
Zbiranje podatkov	Raziskovalec kot primarni inštrument, intervjuji, opazovanja, dokumenti	Neživi inštrumenti, testi, lestvice, anketni vprašalniki
Način obdelave	Induktiven – od posamičnega k splošnemu (izhajajoč iz raziskovalca)	Deduktiven (izhajajoč iz statističnih metod)
Zaključki	Vsestranski, celovit, obsežen, bogato opisan	Točen, natančen, številčen

Pri induktivnem načinu raziskovanja (kvalitativnem) teoretična izhodišča raziskave le delno oblikujemo pred zbiranjem podatkov. Končno teorijo raziskave oblikujemo na koncu, po analizi podatkov in pripravi zaključkov.

Kvalitativna raziskava je krovni pojem, ki pokriva več pristopov oz. vrst raziskav, npr. študijo primera, etnografsko raziskavo in akcijsko raziskovanje.

Poglobljen vpogled v problem je namen kvalitativne raziskave. Pri kvalitativni raziskavi se lotimo proučevanja družbenega pojava celovito, brez v naprej določenih trditev in elementov proučevanja ter logične povezanosti med njimi. Obenem pa pri proučevanju upoštevamo mnenja, občutenja in vrednotenja ljudi, vključenih v dogajanje. Naloga raziskovalca naj ne bi bila zgolj zbiranje dejstev in ugotavljanje pogostosti pojavov, pač pa odkrivanje, kako ljudje razumejo neko dejavnost in kakšen pomen ji pripisujejo. Raziskovalec mora poskusiti razumeti in razložiti, zakaj imajo posamezniki različne izkušnje, ne pa iskati

zunanjih vzrokov in temeljnih zakonitosti njihovega obnašanja. Torej fenomenološke študije se osredotočajo na razumevanje družbenih pojavov skozi oči tistih, ki jih opazujemo, to pa zato, da pokažemo: kaj se dogaja in zakaj se nekaj dogaja. (glej primera str. 27).

Akcijsko raziskovanje je nenehno raziskovanje – ciklični proces, zaradi spremembe prakse-analiziramo prakso. Gre za raziskave, katerih temeljni cilj je sprememba, na bolje seveda. Poleg spreminjanja, ki ga raziskava spremlja in vpelje, je zanjo značilno tudi neposredno udejstvovanje raziskovalca. Raziskovalec skupaj z manjšo skupino vpeljuje in spremlja spremembe. Skupini je lasten stalen dialog, v katerem si člani delijo raziskovanje in akcijsko učenje.

Študije primerov je metoda raziskovanja s poizvedovanjem. Poslovni svet je tako raznolik in razvejan, da ga ne moremo obravnavati celovito. Pri raziskovanju poslovnih odločitev, procesov in spreminjanja organizacij je potrebno postaviti jasne meje – od kod do kod izbrati raziskovalno enoto. Enota je lahko organizacija, oddelek, dogodek, vedenje skupine ljudi, proizvod, storitev .. Študije primerov se od poizvedovanja, ki je lahko zastavljeno zelo široko, ločijo, ker so ožje. Lahko bi celo dejali, da so študije primerov najožja oblika poizvedovanja, obenem pa bolj poglobljena. Študije primera ne smemo enačiti s kvalitativnim raziskovanjem niti je ne omejevati kot »vrsto« kvalitativnega raziskovanja, saj so študije primerov lahko tudi »kvantitativne (Slovenija in inflacija primerjava z drugimi državami), **vezano je na način vzorčenja.**

VELJAVNOST KVALITATIVNIH RAZISKAV

Kdaj je raziskava veljavna? Med raziskovalci vseh vrst prepričanj, obstaja nekakšna bojazen, da raziskovanje ne bo vzdržalo zunanjega pregleda. Tehnična govorica za proučevanje tega problema vključuje pojme kot so veljavnost, zanesljivost in posploševanje. Kot sta poudarila Kirk in Miller so govorico veljavnosti in zanesljivosti izvirno razvili za uporabo v kvantitativnih družbenih vedah in mnoge postopke so iznašli za določanje njihovih različnih vidikov. Klasični učbeniki o metodologiji razlikujejo med tremi glavnimi zvrstmi veljavnosti:

- Konstruktna veljavnost - ta se sprašuje ali so inštrumenti natančna merila resničnosti
- Interna veljavnost – ali je raziskovalen pristop zmožen izločiti pristranost in učinek nebistvenih spremenljivk
- Eksterna veljavnost- določanje področij na katerih lahko posplošimo rezultate

Veljavnost v kvalitativnem raziskovanju izražamo kot »credibility« in »trustworthiness« oz. verodostojnost, prepričljivost, zaupanja vredno.

KREDIBILNOST raziskave je pojem, s katerim na splošno označujemo kako zelo celoten postopek raziskovanja ustreza pojavu, ki ga raziskujemo in ciljem, ki smo si jih zastavili. Pod kredibilnostjo razumemo opis, zakaj smo izbrali nek postopek in zakaj je prav ta najprimernejši za obdelavo posameznih hipotez ali vprašanj.

ZANESLJIVOST preverimo z dvema vprašanjema: Ali bi ponovna (enaka) raziskava prinesla enake rezultate (kvantitativna), Ali bodo drugi raziskovalci v drugih okoljih uporabili podobne metode? (kvalitativna)

VELJAVNOST Ali so rezultati res odraz dejanskega stanja? Ali sta dve določeni spremenljivki zares vzorčno povezani? Takšna in podobna vprašanja nam dajejo odgovor, ali je naša študija veljavna, delno veljavna ali neveljavna.

Npr. vsak anketni vprašalnik mora biti veljaven in zanesljiv. Če vzamemo kot metodo raziskovanja polstrukturiran intervju (6 – 8 vprašanj), katerim dodajamo nova vprašanja, jih je potrebno preverjati po kriterijih veljavnosti in zanesljivosti. Odgovori na vprašanja so pri različnih udeležencih lahko zelo različni.

Veljavnost kvalitativne raziskave se poveča s (načini povečevanja kredibilnosti):

1. triangulacija,
2. »member checks« - udeleženci dajo mnenje o zapisu raziskovalca,
3. dolgotrajna opazovanja,
4. »peer examination« - sodelavci komentirajo spoznanja v procesu nastajanja
5. participativnim načinom raziskave – udeleženci so vključeni v vse faze raziskave od koncipiranja do končnega zapisa,
6. raziskovalčevi »biases« (pristranosti) – razčiščena izhodišča pri raziskovalcu – njegov/njen pogled na svet in teoretična izhodišča izven raziskave

1. TRIANGULACIJA

Večkrat se izbor enega pristopa, metode in tehnike pri raziskovanju izkaže za preozkega, omejujočega. Poleg tega si želimo z rezultati raziskave kar se da približati objektivni stvarnosti in preprečiti t.i. BIAS (pristranska naravnost raziskave zaradi zavestnih ali nezavednih pogledov raziskovalca) ali pristranski vpliv na našo raziskavo. To nam omogoča kombinacija pristopov, metod in tehnik vzorcev, ali t.i. triangulacija.

- 1 skupina udeležencev – 3 perspektive; skupina uporabi tri metode raziskovanja, npr. intervju, metoda kritičnega dogodka, opazovanje. Tako zajamemo čim več pogledov, kar nam daje bolj kredibilne rezultate kot ena sama metoda. Primer: delo s strankami: samo z intervjujem dobimo le določen pogled, če pa zraven vključimo še opazovanje, pa dobimo pogled, ki ga v intervjujih ne moremo zajeti).
- triangulacija po skupinah; 3 skupine udeležencev – 1 metoda raziskovanja; npr. v isti organizaciji raziskujemo v treh različnih oddelkih, naredimo relativno zaokroženo skupino, podatke zbiramo le z eno metodo, izvedemo npr. le intervju. Če nas zanima vzdušje v organizaciji kot celoti, izvedemo raziskavo v treh skupinah: top management, srednji management, proizvodnja. Pravniki lahko raziskujejo isti zakon v treh različnih državah in izvedejo triangulacijo s treh konceptov -> antropološki, managerski,... šolski sistem – 3 vzorci starši, dijaki, učitelji

2. »MEMBER CHECKS« - udeleženci dajo mnenje o zapisu raziskovalca

Idealno je snemanje pogovorov (dobesedni prepis intervjuja). V fazi analize in interpretacije potrebujemo citate in če ne snemamo intervjuja, težko citiramo. Praksa: vsi udeleženci niso pripravljene dovoliti snemanja, intervju lahko še vedno naredimo z zapisovanjem. Obstaja možnost, da na intervju povabimo kolega, ki samo zapisuje pogovor. Tisti, ki intervju izvaja, mora namreč poslušati, kaj udeleženec govori, in spraševati. Na koncu intervjuja uredimo zapiske in jih damo udeležencu v pregled. Tako povečamo kredibilnost, lahko pa vključimo tudi kakšen citat.

3. DOLGOTRAJNA OPAZOVANJA

Opazovanje redko izvajamo samo z eno metodo. Dolgotrajno opazovanje je značilnost etnografske študije – preživeti dalj časa v enem okolju; v organizacijskem kontekstu je čas krajši od enega leta, ker raziskovalec osnove že pozna. Bolj dolgotrajno je opazovanje, večja je kredibilnost raziskave. Lahko pa opazujemo tudi v večih časovnih obdobjih.

4. »PEER EXAMINATION« – SODELAVCI KOMENTIRAJO SPOZNAVANJA V PROCESU NASTAJANJA

Tekstovne podatke uredimo, analiziramo, kodiramo in kategoriziramo. Če imamo danes intervju, isti dan izdelamo analizo in uredimo kategorije. Pri naslednjem intervjuju urejamo kategorizacijo. Sodelavci komentirajo oblikovane kategorije. Mi oblikujemo svoje kategorije, sodelavec pa svoje, na koncu pa se morajo kategorije ujemati. Bolj ko se ujemajo, boljši so zaključki in bolj je intervju kredibilen.

5. PARTICIPATIVNI NAČIN RAZISKAJE – UDELEŽENCI SO VKLJUČENI V VSE FAZE RAZISKAJE OD KONCIPIRANJA DO KONČNEGA ZAPISA,

Ta način uporabimo za bolj občutljiva področja ali manj raziskane teme. Primer mobing; različni pogledi nad izvajanjem mobinga (nekdo drugače gleda na mobing kot drugi, razumevanje, kaj mobing sploh je). Participacija udeležencev je zato bolj kredibilen način raziskovanja. Včasih nastane problem iz razumevanja koncepta.

6. RAZISKOVALČEVA »BIASES« (PRISTRANOST) – RAZČIŠČENA IZHODIŠČA PRI RAZISKOVALCU – NJEGOV/NJEN POGLED NA SVET IN TEORETIČNA IZHODIŠČA IZVEN RAZISKAJE

Pojasnitev našega odnosa do raziskovalnega problema -> to je naša pristranost; do problema imamo neko svoje stališče. Pojasnimo svoj pogled, zakaj smo se za določen problem odločili in zakaj ga raziskujemo. S pojasnjevanjem tega odnosa povečujemo svojo kredibilnost. Ta način pojasnjevanja svojega pogleda je obvezen, izberemo pa še enega od navedenih pogledov za veljavnost kvalitativne raziskave. Pomembno je, da izberemo čim več perspektiv na isti pogled.

Študija primera (definicija!)

Raziskovalec izbere študijo primera zato, da pridobi poglobljeno razumevanje situacije in pomena, ki ga ima, za tiste, ki so vključeni v raziskavo.

Študije primerov so temeljit opis in analiza posamezne enote ali pa zaokroženega sistema, npr. posameznika, programa, dogodka, skupine, posredovanja ali skupnosti.

Študija primera (glede na število proučevanih primerov)

Vrste študij primerov:

- singularna (single case study)
- pluralna (multiple case study)
- primerjalne študije primerov (comparative case studies)

Razlike: pri primerjalni študiji izvajamo eno študijo, znotraj katere je več podjetij, med katerimi izvajamo primerjavo. Pri pluralni pa je več podjetij, pri katerih na osnovi ugotovitev izvedemo primerjavo.

Vrste študij primerov (vsebinske):

- eksploratorna (preiskovalna) študija primera
- eksplanatorna (razlagalna) študija primera
- deskriptivna (opisna) študija primera

Preiskovalna študija je raziskovanje nečesa, kar je še neodkrito ali zelo malo raziskano. Z vidika raziskovalca je to najboljša vrsta študija. Zaradi narave in neodkritosti problema dopušča metodološka odstopanja, ki si jih v nobeni drugi študiji ne moremo privoščiti, čeprav je enako potrebna argumentacija in popis odstopanj. Ta študija daje dobre osnove za merjenje.

Razlagalna študija razloži nek pojav, [ugotavljanje in razlaganje vzročno – posledičnih odnosov med pojavi](#). Zakaj se nekaj dogaja. Razloži nek pojav. Mejenje vpliva ene spremenljivke do druge.

Deskriptivna študija je najbolj skromna in ne zadošča za magistrsko, le za diplomsko nalogo, [se giblje na ravni opisovanja pojava, oblikovanja hipotez](#).

Motivi za študije primerov

Stake opredeljuje študije primerov kot:

- intrinistične študije primerov (notranja motivacija, v interesu raziskovalca, niso naročene)
- instrumentalne študije primerov (naročene z nekim namenom naročnika)
- zbrane študije primerov

Študija primera – kriteriji

- veljavnost (validity)
- zanesljivost (reliability)
- posploševanje (generalizability)

Posploševanje (generalizacija)

E, T in L razpravljajo o generalizaciji skozi statistično verjetnost in teoretično abstrakcijo in poudarjajo pomen velikosti in strukture vzorca.

Študija primera posploševanja ne omogoča, ker to z vidika statistične verjetnosti ni mogoče, saj imamo premajhne vzorce in niso naključni. Je pa posploševanje možno z vidika teoretične abstrakcije. To pomeni, da posplošimo na osnovi naših ugotovitev ter na osnovi drugih raziskav na istem področju. Pri posploševanju moramo biti previdni; če izvajamo študijo v majhnem podjetju, lahko v vzorec zajamemo vse zaposlene in lahko ugotovitve posplošimo, v večjem podjetju pa zajamemo le majhen del zaposlenih, zato težko posplošujemo.

Študija primera (koraki)

Sestavine raziskovalnega načrta študije primera:

1. opredelitev primera
2. raziskovalna vprašanja

3. vzorec
4. metode zbiranja podatkov
5. obdelava, analiza in interpretacija podatkov
6. zaključki

Najprej potrebujemo raziskovalni problem.

V kvalitativnem raziskovanju ni hipotez, imamo raziskovalna vprašanja. Na koncu je potrebno na postavljena vprašanja, ki smo jih postavili na začetku, tudi odgovoriti.

Študija primera

HIPOTEZE (kvantitativna) Raziskovalna vprašanja (KVALITATIVNA)

Oblikovanje teorije raziskave, znotraj tega pa hipotez in raziskovalnih vprašanj, je bistveno za potek projekta. Če ne postavimo prave hipoteze ali zastavimo pravega vprašanja, se lahko zgodi, da bo zbiranje podatkov ubralo drugo smer, kot je bil namen raziskave. Teoretično se lahko vsako raziskovanje začne z vprašanjem. Pri kvantitativnem raziskovanju iz vprašanja oblikujemo hipotezo. **HIPOTEZA** je teoretična predpostavka (nekateri ji pravijo kar trditev), iz katero se jasno razvidni odnosi med dejavniki, poimenovanimi variable. Izhaja iz teorije, ki smo jo oblikovali na podlagi teoretičnih dognanj iz literature. Dobro zastavljena hipoteza :

- izraža odnose med variablami
- ima nedvoumen pomen
- je empirično preverljiva v praksi.

Hipoteza ponavadi vsebuje odvisno spremenljivko in neodvisno spremenljivko (variablo), lahko pa tudi več odvisnih. Vzemimo na primer raziskovalno vprašanje: *Kako starost zaposlenih vpliva na produktivnost v nekem podjetju?*

Vprašanje lahko prevedemo v različne hipoteze:

- *Med starostjo zaposlenih in njihovo produktivnostjo obstaja povezava.*
- *Produktivnost se zmanjša z višanjem starosti zaposlenih.*
- *Med starostjo zaposlenih in njihovo produktivnostjo ni povezave*

V vseh treh je starost zaposlenih odvisna spremenljivka, produktivnost pa odvisna. Hipoteze – bolje rečeno odnos med spremenljivkama, nato z metodami zbiranja podatkov preverjamo v praksi.

Pri kvalitativnem raziskovanju ostanemo pri raziskovalnem vprašanju. Naše nadaljnje raziskovanje bo tako ostalo odprto za morebitna presenetljiva odkritja in spremembe. V zvezi s postavljanjem raziskovalnega vprašanja ugotavljajo:

- da se vprašanja ponavadi začnejo s **kaj** ali **kako**
- da se pri njihovem oblikovanju NE uporabljajo besede, kot so vzrok, odnos, povezanost, vpliv ipd, tipične za odnose med variablami
- da so vprašanja odprta, in tako dopuščajo novim uvidom prosto pot *na plan* do teorije.

Tak primer so naslednja raziskovalna vprašanja:

Kako pomagati nezaposlenim v regiji, ki imajo visoko stopnjo nezaposlenosti?

Kako dvigniti ugled na šoli?

Katera znanja potrebuje dober manager dandanes?

Kako pomagati mladostnikom da bodo uspešnejši pri delu v šoli?

Kako, zakaj, kakšen, kateri... (vedno v 3. osebi)

Raziskovalna vprašanja so vodilo v raziskovalnem procesu, zaokroženem znotraj študije primera. 4 do 5 vprašanj, ki vodijo našo raziskavo. Praviloma se raziskovalno vprašanje ne začne z »ali«.

ŠTUDIJE PRIMERA VZOREC: VRSTE:

- priložnostni vzorec (convenience sample)
- namenski vzorec (purposive sample)
- subjektivni vzorec (judgement sample)
- kvotni vzorec (quota sample)

Vzorec je vedno nenaključen; ne omogoča statističnega posploševanja.

Priložnostni vzorec je tisti, ki je priročen. Izberemo npr. tisto organizacijo, ki je blizu nas ali smo celo v njej zaposleni (kar je racionalno).

Namenski vzorec je najbolj značilen za študijo primera; izberemo tiste udeležence, ki o nekem problemu vedo največ, ki bodo o proučevani zadevi dali kar največ podatkov.. Postavimo kriterije že prej; npr. iščemo človeka, ki živi v določenem okolju, ki ima informacije,...

Subjektivni vzorec; gre za presojo, zelo blizu je namenskega vzorca.

Kvotni vzorec; uporabljamo ga, ko ne moremo ugotoviti, zakaj je nekdo, ki ga vključimo v raziskovanje, poseben z vidika dajanja informacij (vzamemo pet ljudi iz top managementa, pet iz srednjega managementa in pet iz proizvodnje). Če ne moremo identificirati tistega, ki smo ga iz neke skupine uporabili, je vzorec kvotni, sicer pa je namenski.

Namenski vzorec je najbolj primeren.

Študija primera Značine metode zbiranja podatkov:

- 1. intervju**
- 2. anketa**
- 3. opazovanje**
- 4. analiza dokumentov**
- 5. metoda kritičnega dogodka**

1. Intervju (111-122)

Kvale (1996) razpravlja o intervjuju kot »inter vju«, torej izmenjavi, soočenju pogledov.

Vrste intervjujev:

- 7. strukturiran**
- 8. polstrukturiran**
- 9. nestrukturiran**

Intervju je soočanje, izmenjava pogledov. Pove, kakšen je položaj udeleženca v raziskavi (intervjuvanec, raziskovanec). Udeleženec je objekt našega raziskovanja. S tem, ko ga postavimo v položaj subjekta, mu damo aktivnost. Poudarek je na aktivni vlogi subjekta, ki soustvarja intervju. Anketa ni značilna metoda zbiranja podatkov.

Nabor vprašanj zaprtega tipa, kjer sprašujemo po kratkem odgovoru. Vprašanja so enaka kot v anketi. Primer vprašanja: povejte asociacijo na besedo »denar«. Podoben ustnemu anketiranju. Ta intervju z zaprtimi vprašanji omogoča kvantitativno obdelavo podatkov.

Značilen za etnografsko študijo, v osnovi podoben pogovoru, ki ima nek cilj. Nima vnaprej oblikovanih vprašanj. Z udeleženci se pogovarjamo, sledimo cilju naše raziskave. Ne snemamo ga, je relativno kratek, zapis nastane po spominu. Da lahko zasledujemo kredibilnost podatkov, ta intervju ponavljamo z večimi osebami, da dobimo dobro osnovo. Intervju je kot enkratni dogodek, kredibilnost takšnega raziskovanja je vprašljiva. Ne uporabimo ga kot edino metodo raziskovanja podatkov.

Strukturiran intervju zaprta vprašanja, sprašujemo po kratkem odgovoru. Zelo podoben ustnemu anketiranju. Omogoča nam kvalitativno obdelavo podatkov.

Polstrukturiran (poglobljen) intervju

Značilnost: nabor šestih do osmih vprašanj, so odprta, postavljamo lahko podvprašanja, s katerimi spodbudimo odziv udeležencev (kako ste to mislili, lahko to pojasnite,...). Traja najmanj pol ure do ure in pol. Zgornja meja je, ko pride do saturacije odgovorov (ko na različna vprašanja udeleženec daje podobne odgovore), ko udeleženec nima več kaj novega povedati.

Nestrukturiran intervju značilen za etnografsko študijo. Za pogovor, ki ima nek cilj. Z udeleženci se pogovarjamo in sledimo ciljem. Ni najbolj kredibilen.

Vrste intervjujev:

Individualni, skupinski 134, fokusni 134

Imamo individualne, skupinske in fokusne intervjuje. Kadar imamo namenski vzorec, je boljši individualni intervju. Vrsta intervjuja je odvisna od teme. Če delamo strateško načrtovanje, je boljši skupinski intervju, če raziskujemo mobing, je boljši individualni. Pri namenskih vzorcih so najboljše individualni intervjuji, seveda je odvisno od teme.

Šest do osem udeležencev. Gre za to, kdaj v neki skupini lahko še poteka dinamika, zaradi katere smo skupinski intervju oblikovali. Udeleženci tu med seboj soočajo mnenja, če je skupina velika, do te razprave ne pride, zlasti če imamo prevladujočega udeleženca, ki prevladuje nad mnenji drugih. Načeloma razprave ne omejujemo. Traja približno uro in pol, nato pride že do saturacije. Vedno je dilema, koliko prekinjamo, posegamo v intervju. Včasih so posegi nujni, neizogibni, niso pa zaželeni.

Raba je različna, veliko jih najdemo na področju tržnih raziskav, predvsem pri oblikovanju izdelkov. V osnovi je skupinski intervju. Edina razlika je, da je skupinski intervju enkratni dogodek, fokusni pa ne. Tu se skupine srečujejo večkrat. Če raziskujemo vzorce nekega vedenja, obnašanja, npr. klošarje: kako funkcionirajo, imamo fokusne skupine večkrat, odpirajo se nove teme. Imamo lahko več paralelno fokusnih skupin. Pri oblikovanju telebajskov so bile fokusne skupine otroci, ki so večkrat prihajali v skupino in sestavljali vzorce, materiale... Skupina obsega šest do sedem ljudi (zaradi obvladljivosti skupine – jih obvlada en raziskovalec).

Intervju - metoda

- beleženje intervjuja
- zvočni zapis intervjuja
- hranjenje prepisov

Beleženje je slaba verzija, ker vsak hitreje govori, kot mi pišemo.

Možnost je pripeljati s seboj nekoga, ki beleži intervju. Boljše je snemanje, ker tako lahko dobimo tudi citate.

Če beležimo, nikoli ne dobimo celega stavka, tudi če smo dobili pomen, vendar ga ne moremo citirati.

Dilema je, ali damo vse prepise intervjuje kot prilogo v nalogi. Če je veliko intervjujev, so prepisi obsežni in so preveliki za prilogo. Lahko damo en prepis, za ostale pa navedemo, da so shranjeni pri nas.

2. ANKETNI VPRAŠALNIK v študiji primera

Zgradba anketnega vprašalnika:

- nagovor
- vsebina (vprašanja)
- vrste vprašanja
- veljavnost in zanesljivost anketnega vprašalnika

Anketiranje

- terensko anketiranje
- anketiranje po pošti
- telefonsko anketiranje
- anketiranje po internetu (elektronska pošta in spletna anketa)

Zgradba anketnega vprašalnika:

Lijak ali narobe obrnjen lijak.

Lijak: Začnemo s splošnimi vprašanji: starost, spol, zaposlitev,...

Če je tema izjemno občutljiva, obrnemo lijak na glavo. Začnemo z ozkimi, specifičnimi vprašanji. Anketiranec se potem že sam odloči, ali bo na ta vprašanja sploh odgovarjal ali ne. Primer: spolna usmerjenost anketiranca: začnemo z vprašanji: kakšna je vaša spolna usmerjenost,...

Najslabša verzija je, ko začnemo v obliki lijaka, s splošnimi podatki, v zadnjem delu pa postavimo še udarna

vprašanja. Dogaja se, da ljudje sicer vrnejo vprašalnik, ker so ga že delno izpolnili, vendar na bistvena vprašanja, ki so na koncu, ne odgovorijo.

Glede na temo in teoretična izhodišča moramo torej anketo ustrezno oblikovati.

Običajne sestavine:

1. sklop: splošni podatki
2. vrednote
3. običaji
4.

Ko se sprašujemo, v kakšnem obsegu naj bo vprašalnik, imamo razpon 20 do 100 vprašanj, kar je že zelo obsežno.

Pogosto se odločamo za lestvice, npr. Likertova lestvica stališč.

Na levi so nanizane trditve, na desni je lestvica po stopnjah (1,2,3,4).

Vprašalnik ne obremenjujmo z vprašanji, kjer sprašujemo po podatkih, ki jih lahko dobimo drugje (npr v kateri panogi deluje vaše podjetje,...). Te podatke poiščemo sami.

Splošni podatki: pravilo: iščemo tiste podatke, ki smo jih določili v naših hipotezah, ne postavljamo preveč vprašanj, ki jih za raziskavo sploh ne potrebujemo.

Vprašanja v anketnem vprašalniku; vprašanja, ki so formulirana kot »ali«, so zelo skromna. Lahko so pomembna (npr. ali ste že kdaj prebrali knjigo. Odgovor: da, ne , vendar potem nadaljujemo z nadaljnjimi vprašanji).

Vprašanja so zaprtega tipa. Vprašamo, nanizamo npr. 6 možnosti. Vprašanj odprtega tipa ne moremo obdelovati statistično.

Testiranje

Testiramo na majhnem, pilotnem vzorcu, ki ima enake značilnosti, kot jih ima naš vzorec, je reprezentativni vzorec.

Različne anketne vprašalnike prevajamo iz tujega jezika za domače potrebe. Ugotovitve primerjamo s podobnimi vprašanji. Ti prevodi zahtevajo več iteracij v prevodu. Anketo iz angleščine prevedemo v slovenski jezik, nato nazaj v angleščino, pa spet v slovenščino.

To zato, ker pri prevajanju nastajajo različni pomeni in različne besede. Angleški jezik ima veliko prisposodob. (npr. zadeva ni ne tič ne miš, kar je v slovenskem pogovornem jeziku znano, težko pa je to prevesti v angleščino, dobredno sploh ne, težko pa je najti tudi podoben izraz). Zato je potrebno večkrat prevesti, da dobimo bolj verodostojne rezultate.

KAKO ANKETIRATI

Terensko anketiranje je ustno, po načinu izvajanja je podobno strukturiranemu intervjuju.

Pisno anketiranje je manj naporno, pošiljamo po pošti, priložimo kuverto, znamko. Za to se odločimo takrat, ko trdimo, da imamo naključni vzorec. Presoja, kako anketirati, je odvisna od nas.

Ko delamo anketo v podjetju, je e-komuniciranje vprašljivo, zaradi neomogočene anonimnosti.

TELEFONSKE ANKETE

V raziskovalne namene je to anketiranje možno le takrat, ko nekaj preverite. Uporabimo eno ali dve vprašanji. Namenski vzorec pomeni, da iščemo specifične ljudi, ki nam o nekem problemu lahko kaj povejo.

Če dobimo slabe, ali malo vrnjenih anket, lahko razmišljamo, da je nekaj narobe. Mogoče je nagovor napačen ali slab, nismo izbrali prave metode anketiranja (bi morali ustno, ne pisno,...), nismo izbrali prave populacije, vprašanja so slabo zastavljena... So pa tudi ljudje prenasičeni z anketami, zato jih toliko manj izpolnjujejo. Če pričakujemo slabo odzivnost, že vnaprej povečamo vzorec.

3. METODA OPAZOVANJA

Kaj lahko opazujemo?

- fizično okolje
- ljudi
- dejavnosti
- pogovore, sestanke
- nebesedno komunikacijo
- odnose v skupini

Če opazujemo skupino ljudi, udeležence na sestanku, jih je lahko največ 6 do 8, večjo skupino težko opazujemo. Ko imamo sistematično opazovanje, moramo ta opazovanja beležiti.

Izdelamo opazovalni list; izdelamo indikatorje, kaj opazujemo, izdelamo legendo nekkih znakov, da lahko opazovanje beležimo. Opazovalni list je priloga magistrski nalogi.

Za opazovanje obstaja še težava položaja opazovalca. Popolni opazovalec in popolni udeleženec nista realna.

Idealno je, da snemamo z videokamero, vendar je potrebno dobiti soglasje, kar je težko.

Opazovanje

Položaj opazovalca (raziskovalca):

- popoln udeleženec
- popoln opazovalec
- opazovalec kot udeleženec (imamo več vlog aktiven kot udeleženec in opazovalec, več vlog težko si korekten, ker si aktiven)
- udeleženec kot opazovalec

Dilema: kako in ali je možno biti popoln opazovalec in popoln udeleženec?

4. Analiza dokumentov

- Kaj je dokument?
- Vloga dokumentov
- Primarni in sekundarni dokumenti

Kaj so dokumenti? Dokument v raziskavi je lahko zapisnik, letni načrt, letno poročilo. V raziskavi imajo dokumenti dvojno vlogo. Uporabimo jih lahko zato, da postavimo raziskavo v kontekst. Pri triangulaciji lahko dokumenti predstavljajo eno od metod, s katero povečujemo kredibilnost naše raziskave.

Primarni dokumenti: podatke zbiramo neposredno pri ljudeh za namen raziskave

Sekundarni dokumenti: dokumenti že obstajajo neodvisno od naše raziskave.

5. Metoda kritičnega dogodka ¹²³

Je ena od metod, ki dopolnjuje intervju, tehniko kritičnega dogodka.

Namenjena je zbiranju neposrednih opazovanj človekovega obnašanja in/ali zapisovanju »kritičnih dogodkov« v biografskih zapisih.

Avtorji jo uporabljajo kot dopolnilo intervjuju. Je lahko samostojna metoda, ki je namenjena zapisovanju kritičnih dogodkov. Biografski zapis - primer; ženske v vodenju. Damo navodilo posameznici, da opiše svoje življenjsko obdobje, ko je pričela razmišljati, da prevzame delo vodje in opiše dogodek, ki je vodil osebo v tovrstno odločitev. Zanima nas posameznikovo razmišljanje, dileme, vprašanja – kompleksen opis dogajanja. Damo natančno navodilo, kaj naj posameznik zapiše. Govorimo o relativno bogatem opisu. Zanima nas njihovo razmišljanje, občutki in moment, na osnovi katerega so sprejeli odločitev. Tako lahko dobimo vzorec reagiranja v neki situaciji. Na podlagi tega lahko povemo, kako naj ravnajo v določeni situaciji. Ko spremljamo analize npr. v letalskih nesrečah, lahko opazujemo človeško reagiranje in na podlagi tega lahko damo priporočilo.

Pri tej metodi potrebujemo posameznika, ki napiše svoja opažanja in ki se zna dobro izražati. Varianta je tudi intervju, ki ga snemamo.

Metode dnevnika 145

- dnevniki so lahko kvantitativni ali kvalitativni
- posebej so uporabni pri raziskavah v managementu
- pomembna je vnaprej dana struktura dnevnika in izbira udeležencev, ki se dobro pisno izražajo

Potrebujemo pišoče udeležence. V osnovi jim ne dajemo atributa kvalitativnosti ali kvantitativnosti. Dnevnik je lahko tako kot intervju, nas lahko vodi do podatkov, ki jih kvantificiramo. Lahko beležimo podatke, kolikokrat se je kaj zgodilo, v katerem trenutku. Kvantifikacija pri kvalitativnem raziskovanju pomeni opise, zapise neke situacije.

Dnevniku mora biti dana struktura. Mišljeno je, da pridemo do usmerjenih, fokusiranih zapisov. Lahko ga zapisujemo krajše ali krajše obdobje. Pridobimo veliko količino podatkov, zato tudi po tem presojava čas, koliko časa naj se vodi dnevnik.

Struktura je tabelarična, podani so osnovni podatki, kaj naj se zapisuje.

Analiza »kvalitativnih« podatkov Ločimo:

- metode analize vsebine 147
- utemeljitvena analiza (grounded theory) 153

METODA ANALIZE VSEBINE

Je najenostavnejša metoda. V analizi kvalitativnih podatkov delamo s tekstom. Gremo čez 3 procese:

- kategoriziranje – določimo kategorije
- tematiziranje – določimo teme, podteme
- kodiranje – določimo kode

Analiziramo na osnovi ključnih besed. Vzamemo ključno besedo, čeprav pri tem lahko zgrešimo osnovni pomen. Na osnovi ključnih besed bazirajo računalniški programi.

V samem tekstu določamo kode; označujemo besede, citate – kaj je neka oseba dobesedno rekla.

Primer: Kaj sestavlja kulturo?

Vrednote: to je **kategorija**.

Vrednote so lahko: običaji, pravila; to so **teme**.

Vsak citat, ki ga označimo, lahko uporabimo v naši analizi samo enkrat. Če obstaja neka tema, jo moramo napolniti s citati. Prazna tema ne obstaja, zato preverjamo polnost teme. Logika je v tem, da imamo več tem in kategorij. Vedno preverjamo, ali je tema podprta s citati, ali je v neki kategoriji več tem, ki podpirajo obstoj kategorije.

Lahko se zgodi, da nam nekdo pripoveduje nekaj posebnega, kar sicer ni predmet naše teme. Izpostavljena dodatna tema tudi nima svoje kategorije. To je t.i. »emerging theme«. Tovrstne teme pripomorejo, da pridemo do nečesa novega, kar je cilj našega raziskovanja. Lahko najdemo nekaj, kar je specifično, posebno za naše okolje, zato tovrstnih tem ne izpuščamo. Zato dodatno odpremo »emerging theme« je žlahtna, to je tisto, ki nam daje nekaj novost v naši raziskavi.

Ko smo uredili podatke in jih spravili v tabelo (kategorije), sledi analiza podatkov (Oseba A je povedala...«citat«, oseba B je rekla...«citat«).

Iz analize potegnemo neko ugotovitev: ... »To pomeni, da.....«... pridemo do vsebinskega zaključka in vanj vnesemo neko teoretično perspektivo: ...«Kos (2000) je raziskoval to področje in ugotovil....«,«če pogledamo to temo...lahko ugotovimo...«.

Na koncu kategorije sledi interpretacija. Analiza in interpretacija sta povezan proces.

KATEGORIJE: vrednote

osebe	Teme: (običaji) x	Tema: (pravila) y
A	AX ₁ »...« AX ₂ »...«	Ay ₁ »...« Ay ₂ »...«
B	Bx ₁ »...« Bx ₂ »...«	By ₁ »...« By ₂ »...«
C		
	Interpretiramo vsako kategorijo posebej	

Analiza in interpretacija

Oseba daje izjavo govori posredno ali neposredno (običaj)

Vsako izjavo, ki jo označimo lahko uporabimo v naši raziskavi samo enkrat. Daljši stavek ene osebe lahko govori o dveh stvareh, zato lahko citat razdelimo na dva dela.

Analiza vsebine je metoda, s katero formalno na uveljavljen način, strukturiramo kvalitativne podatke. Pri tej metodi najprej raziskovalec oblikuje t.i. kode, s katerimi označi bistvene sestavine podatkov. Koda je lahko beseda, značilnost, tema ali zadeva. Ko podatke kodiramo, jih začnemo združevati v skupine oz. kategorije. Kategorije so ponavljajoči se vzorci, ekstremni pojavi, procesi ipd. Po združevanju podatkov vsake toliko napišemo povzetke (analizo) ugotovitev iz vsake kategorije. Povzetke prebiramo, razmišljamo o ugotovitvah in kaj popravimo, če je treba. Povzetke uporabimo za oblikovanje splošnih trditev, ki jih nato primerjamo s teorijo in cilji svoje raziskave.

Faza interpretacije, ki sledi na koncu je pri analizi kvalitativnih podatkov najpomembnejša. Kakovost celotne raziskave je odvisna od tega, kako poglobljeno in razmišljajoče bomo povzeli ugotovitve analize.

Etika v kvalitativnem raziskovanju

Raziskovalec mora spoštovati osnovna etična načela in principe in zagotoviti udeležencem v raziskavi anonimnost. Samo zagotavljanje anonimnosti je lahko problem pri kvalitativni raziskavi, v manjšem kraju – ožjem okolju. Kljub spremenjenim imenom je šola lahko prepoznavna po nekih drugih karakteristikah – prostorski opremljenosti, kadru, preteklih dogodkih, ki so bili odmevni v širokih javnostih.

Pred začetkom raziskave je potrebno pridobiti:

- soglasje direktorja (vodje enote)
- soglasje udeležencev (odraslih), če so udeleženi otroci, pa soglasje staršev v skladu z veljavno zakonodajo.

V postopku pridobivanja soglasja je potrebno vse potencialne udeležence (ali njihove zakonite zastopnike) pisno in ustno seznaniti z:

- vsebino,
- ciljem, namenom raziskave,
- potekom raziskave,
- načinom zbiranja in obdelovanja podatkov,
- načinom poročanja o rezultatih,
- načinom in trajanjem hranjenja podatkov.

VAJE

INTERVJU – UČINKOVITOST VODENJA SESTANKOV

Vprašanja za intervju:

1. Opišite način sklicevanja sestankov

Pomeni, da povem: pošljem vabila,

2. Kako določite dnevni red sestanka in pogostost upoštevanja

Pomeni, dnevni red določim npr. da vprašam kolege kaj je trenutno aktualna problematika, dodam svoje točke,...

3. kako rešujete konfliktno situacijo na sestanku in kako obdržite rdečo nit

Pomeni, npr. konfliktnih situacij ni, če pa pride do problema, se dogovorim za osebni sestanek. Rdečo nit nam daje dnevni red

4. opišite nadzor nad udeležanjem sklepov

Odgovor: preverim udeležanje po elektronski pošti,...

Komentar: Formulacija za kvalitativno raziskavo so pravilne, vprašalnice so pravilne (kako, opišite), vendar same po sebi ne zadoščajo. Če se ukvarjam z učinkovitostjo vodenja sestanka, moram najprej vedeti, kaj je za nas učinkovit sestanek. Prvo vprašanje je potrebno postaviti: kaj je za vas učinkovit sestanek, kakšen pomen imajo za vas sestanki, kaj se dogaja na vaših sestankih, kakšno vlogo vidite kot vodja sestanka, ...Dobimo opis nečesa, kar je pravilno. Pomembno je znanje o sestankih, tako lahko prepoznavamo opise, jih katalogiziramo,...

Vprašanje: Kaj je za vas konfliktna situacija in kako jih na sestankih rešujete. To je pravilno, da intervjuvanec najprej pove svoj pogled, svoje razumevanje npr. kaj njemu pomeni konfliktna situacija – eden konfliktno situacijo razume drugače kot drug.

ANKETA – VODENJE SESTANKA

Raziskovalni problem: zadovoljstvo udeležence z vodenjem sestanka

Metoda: anketa

Vprašanja:

- | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---------------|---------------|
| 1. Časovna ustreznost (trditve) | Zelo neustrezno | neopredeljeno | zelo ustrezno |
|---------------------------------|-----------------|---------------|---------------|

- dolžina sestanka
- pravočasnost obveščanja
- pravočasnost dostavljanja gradiva
- pravočasnost obravnave
- posamezne točke agende

2. Sledenje tematiki

3. Koordinacija razprave

4. Sposobnost povezovanja razprave in oblikovanje zaključkov

Uporabljena je Likertova lestvica.

Komentar:

Obvezno je dodati besedilo: Na lestvici od 1 do 5 označite stopnjo strinjanja, pri čemer pomeni 1 zelo neustrezno, 5 pa zelo ustrezno...

Lahko bi govorili o stopnji zadovoljstva, stopnja ustreznosti je bolj neprimeren izraz. Izraz neopredeljeno pomeni niti-niti.

2. sledenje tematiki: relativno dolgočasen vprašalnik, dobro ga je narediti dinamičnega z različnimi vrstami vprašanj. Likertova lestvica je zelo dolgočasen vprašalnik.

Dober vprašalnik mora imeti dobra navodila.

OPAZOVANJE - VODENJE SESTANKOV

Opazovalni list

1. Položaj opazovalca: popolni opazovalec
2. Kaj opazujemo:
 - neverbalno komunikacijo
 - a) izražanje nezainteresiranosti (zehane, spanje, križem rok)
 - b) zamujanje
 - verbalna komunikacija
 - c) aktivno sodelovanje (daje pobude, sodeluje, zastavlja vprašanja)
 - d) nepripravljenost na sestanek (jasno izrazi, da ne pozna tematike).

Tabela

a	1	2	3	4	5
b	x				
c		x		x	
d					

Komentar:

V tej vrsti označevanja se lahko izgubiš, tabela je nepregledna, bolje je da opazuješ posameznika in ga označuješ z znaki. Opazovanje mora biti vedno ozko specifično.

Zamujanje ne gre v to opažanje

Zehanje, spanje, križem rok, - so indikatorji; Npr zehanje dobi znak ☹, spanje drugi znak. Označujemo po sedežnem redu, tako da naredimo kroge, in spodaj dodajamo znake za posamezno točko. Če ena oseba zazeha npr. petkrat, tudi naredimo petkrat znak.

Ko opazujemo sestanek, je pomembno da beležimo, ne samo kolikokrat se kdo oglasi, kako pomemben je prispevek udeleženca, ki se je oglašil.

Pri opazovanju se moramo osredotočiti na manj stvari in to opazujemo, zgoraj je preveč opazovalnih dejavnikov.

Pri opazovanju fokusiramo npr. pri informativnem dnevu:

- odziv skupine okoli mene na ravnateljev govor (verbalno)
- poudarki pri ravnateljevem govoru
- splošni tok organiziranosti (na prostem, v skupnih prostorih,...)

Opazuješ različne skupine ljudi, narediš shemo in opazuješ.

DNEVNIK

Tema:

Sklicatelj:

Čas trajanja:

Udeleženci:

Datum in lokacija sestanka:

Podajte svoje videnje sestanka:

Proces - priprava, vodenje in usmerjanje sestanka

Odnosi - med udeleženci in do vsebine sestanka

Rezultati - razmerje glede pričakovanj/realizacije

Komentar: zelo dobro postavljen dnevnik. Koncept je odličen.

METODA KRITIČNEGA DOGODKA – VODENJE SESTANKA

Prosim, zabeležite, kaj bi pri vodenju sestanka spremenili. Opišite vaše razumevanje sestanka.

Komentar:

Prvo vprašanje je zelo managersko – kaj bi spremenili.

Drugo vprašanje je dobro. Prej bi morali imeti eno zgodbo. Npr. ljudje odhajajo s sestankov nezadovoljni, na sestanku nehajo sodelovati in se umaknejo v določenem trenutku. Torej: opišemo kritični moment, opišemo zgodbo, nato postavimo vprašanje, kjer iščemo odgovor na to, zakaj prihaja do kritičnega momenta in iščemo odgovor na to, kako odpravimo vzroke.

Oblikovanje metode: od raziskovalca je potrebno dobiti navodila, kaj je potrebno narediti, da dobimo zgodbo, ki nas zanima. Z metodo hočemo doseči tisto, kar z drugo obliko raziskovanja ne moremo dobiti. Če lahko kaj dobimo iz anket ali dokumentov, za to ne obremenjujemo ljudi.

Navodilo - primer: prosim, da natančno napišete vaše razumevanje in doživljanje sestanka in analizirajte tisti ključni moment, v katerem ste spremenili ravnanje in skušajte pojasniti zakaj.

VAJE – KODIRANJE

Kategorija je predmet našega raziskovanja

Citati: dobeseden izveček enega dela vsebine

Urejenost podatkov. Nastavljena analiza. Nastavljena interpretacija.

Lastnost teme mora biti dovolj široka. Ko delamo kvalitativno študijo primera, gre za bolj celovit pogled na dogajanje, situacijo, procese. Naša želja ni, da dobimo drobljene spremenljivke.

KATEGORIJA: Potrebe po reformi
TEMA: Eksterno preverjanje znanja
NASLOV: Proti političnemu manipuliranju

KATEGORIJA: Kultura podjetja
TEMA: Prihod na delo

Komentar: Pri kvantitativnem raziskovanju bi bila tema »prihod na delo« dobra spremenljivka, za kvalitativno pa je tema preozka.

OSEBE: A, B, C
AX1 Zjutraj ob 8. uri, ko se prične delavnik
AX2.....

ANALIZA:
Oseba A je komentirala prihode na delo: Zjutraj ob 8. uri
Oseba B je o prihodih dejala: Mi zjutraj pridemo, ko pridemo.

To pomeni, da ima prvo podjetje urejen delovnik, ki ga zaposleni spoštujejo. Drugo podjetje pa ima sicer fleksibilen delovni čas, ki ga zaposleni ne upoštevajo, kaj šele vodstvo.

Komentar: Pri tej analizi ne dobimo poglobljen vpogled v delovanje podjetja, temveč je zelo ozek, zato za kvalitativno raziskovanje ni primeren. Sklepanja, ki ga poznamo v statistiki, tukaj ni. To je le v kvantitativni metodi.

INTERPRETACIJA: Dr. Bogdan Lipičnik je opredelil prihod na delo kot pomemben dejavnik kulture podjetja, kar pa si zaposleni pri posameznem podjetju različno razlagajo.

Komentar: zapis interpretacije je tehnično sicer pravilen, vendar bi moralo biti razloženo, kaj so raziskave v podjetju pokazale. Ljudje delovni čas različno razumejo. Poanta interpretacije je naša ugotovitev.

TEMA: MEDSEBOJNO SODELOVANJE
AX1 ... seveda dokaj bučno, kajti nismo ravno tihi
Bx2 ... no, ob 12. uri, ko je čas malice, gremo skupaj na kosilo
AY3.....enkrat tedensko igramo košarko...
.....na temo branja časopisov smo se vsak dan skregali....

Komentar: Tema je dobra. Previdni moramo biti, da pogledamo kaj smo izbrali kot izjave, ki to temo podpirajo. Izjave podpirajo neke obrede, običaje, rituale. Kategorija bi bila boljše Medsebojno sodelovanje, tema bi bili »običaji«, tukaj bi bile te izjave dobre.

KATEGORIJA: ORGANIZACIJSKA KULTURA
TEMA:
ZADOVOLJSTVO NA DELOVNEM MESTU
ORGANIZACIJA DELA
MEDSEBOJNI ODNOSI

Komentar: Izjava mora vsebinsko podpirati temo.

IZJAVA: moja služba je meni pisana na kožo.

ANALIZA PODATKOV: ZADOVOLJSTVO NA DELOVNEM MESTU
Oseba A : moja služba je meni pisana na kožo
Oseba B: šponamo, ko je treba...nihče ne teži
Oseba C: ...je, ker mi ni problem delat...

ZAKLJUČEK: zadovoljni, ker so zaposleni v dinamičnem okolju

INTERPRETACIJA: zadovoljstvo na delovnem mestu je eden od glavnih motivatorjev....

Komentar: Za to količino teksta je tudi ena sama tema sprejemljiva. Gradnja teorije se kaže na drobnih pomenskih razlikah.

KATEGORIJA: DELOVNI DAN
TEME:
PRIHOD V SLUŽBO IN RITUALI
MALICA
ZADOVOLJSTVO

ANALIZA.
X fleksibilen delovni čas
Y: skupna, daljša malica
Z: zadovoljstvo prisotno, vzroki različni

INTERPRETACIJA: Zaposlenim omogočena svoboda razporeditve delovnika

Komentar: Tema »Prihod v službo in ritual«: prihod v službo damo ven, ostanejo rituali

Tema »malica« je ritual in ne tema

Analiza: izjave oseb soočamo med seboj. Je napačna.

Pri ritualih je analiza. Osebe opisujejo pitje kave, športne dejavnosti.

KATEGORIJA: DELOVNI DAN

TEMA: PRIHOD NA DELO
VSEBINA DELA
ZADOVOLJSTVO NA DELOVNEM MESTU

ANALIZA: Oseba A je rekla...
Oseba B je rekla...

ZAKLJUČEK: Prihod na delovno mesto je fleksibilen, za začetek delovnega dne zaposlenih je značilno....Kljub včasih obremenjujočemu delovniku, so zaposleni s svojim delom zadovoljni.

Komentar: Zaključek kot besede ne pišemo. To je analiza.

Ugotovitev: prihod na delovno mesto je fleksibilna, je napačna. Ne poznamo uradnega delovnega časa. Delovnega časa pri podjetju 2. V podjetju A je delovni čas določen.

Analiza je polemiziranje, ki se izkazuje v naši ugotovitvi. Nato ta del interpretiramo.

KATEGORIJA: DOŽIVLJANJE SLUŽBE

Komentar: Boljša kategorija bi bila »Moja služba, doživljanje službe«

TEMA:
NAVADE IN POTEK DELA
ODNOSI MED ZAPOSLENIMI
POSAMEZNIKOV ODNOS DO DELA – ZADOVOLJSTVO

ANALIZA: Iz pripovedi vseh treh oseb lahko sklepamo, da so vse osebe svojim delom zadovoljne,

Komentar: Tema, ki bi ustrezala: razlika v kulturi: mednarodno in navadno podjetje. Lahko primerjamo kulture v podjetjih. Te razlike lahko pripeljemo v emerging temo. To ni cilj naše raziskave, se pa pojavi kot nekaj, kar lahko razloži določeno kulturo v podjetju. Če pa bi jo poskušali kodirati, pa ne bi bilo dobro, ker govori samo ena oseba o tem, in zato ne moremo napolniti teme.

SLOVAR POJMOV

Metodologija je temeljna strategija pri odločanju o sklopu alternativ ali možnosti, ki so dosegljive raziskovalcu. Metodologija je mnogo več kot le izbira metod. Popolnoma vključuje raziskovalca – od nezavednega pogleda na svet do uzakonitve tega pogleda na svet skozi raziskovalni proces.

Metodologija: kombinacija tehnik uporabljenih pri raziskovanju specifične situacije

Ontologija: predpostavke, ki jih imamo o naravi resničnosti

Epistemologija: splošen niz predpostavk o najboljši obliki proučevanja narave sveta.

Paradigma: vsesplošno priznana znanstveno dognanje, ki skupnosti praktikov v nekem obdobju ponuja model razumevanja in reševanja problemov. Je sistem, oziroma sklop prepričanj, vrednot in stališč, ki oblikujejo posameznikov (raziskovalcev) ali skupinski (skupine raziskovalcev) pogled na neko vprašanje, problem in ki usmerjajo njegovo ali njeno delovanje.

Metodološka paradigma vključuje torej raziskovalčev pogled na svet, ki obnem tudi vpliva na izbiro pristopov, metod in tehnik raziskovanja.

Pozitivistična paradigma: kvantitativna, objektivistična, znanstvena, eksperimentalna, tradicionalna, deduktivna
Fenomenološka paradigma: kvalitativna, subjektivistična, humanistična interperetativna, nepozitivistična, induktivna

Pozitivizem (kvantitativno raziskovanje): znanstveno je vse, kar je moč opazovati in meriti. Je prepričanje, da je moč opazovati človeško vedenje na enak način kot dogajanja v naravoslovju – logično, natančno, objektivno, z razdalje. Opazovana družbena stvarnost je neodvisna od opazovalca, raziskovanje samo pa nima vpliva na to stvarnost.

Fenomeologija (kvalitativno raziskovanje): pri proučevanju upoštevamo mnenja, občutenja in vrednotenja ljudi, vključenih v dogajanje. Naloga raziskovalca naj ne bi bila zgolj zbiranje dejstev in ugotavljanje pogostosti pojavov, pač pa odkrivanje, kako ljudje razumejo neko dejavnost in kakšen pomen ji pripisujejo. Raziskovalec mora poskusiti razumeti in razložiti, zakaj imajo posamezniki različne izkušnje, ne pa iskati zunanjih vzrokov in temeljnih zakonitosti njihovega obnašanja.

Hipoteza: vnaprejšen (nepreverjen) odgovor na raziskovalno vprašanje, ki služi za usmerjanje k pravi poti, pove možne rešitve problema, usmeri nas k določenim dejavnikom, k morebitnim vzrokom

Etnografska študija primera: zanj je značilno opazovanje z udeležbo, podprto z intervjujem; raziskovalec aktivno sodeluje v raziskovani situaciji.

Evalvacijska študija primera: Tu ni značilno opazovanje z udeležbo, saj prevladuje intervju.

Konstrukti: »sposobnosti«, ki jih posameznik uporablja, da bi opisal elemente in razločeval med njimi. To so očala, s katerimi vidi zunanji svet.

Empiričen - izkušen; empirizem - nazor, ki mu je izkušnja edini vir spoznanja in ne ceni logične analize in teoretičnih posplošenj

1. POGlavJE: UVOD V RAZISKOVANJE V MANAGEMENTU

Tipi raziskav: temeljna raziskava, akcijska raziskava, aplikativna raziskava 25-28

2. SESTAVINE USPEŠNE RAZISKAVE

3. FILOZOFIJA RAZISKOVALNEGA NAČRTOVANJA

Pozitivizem in socialni konstrukcionizem 46-49

	Pozitivizem	Socialni konstrukcionizem
Opazovalec	Mora biti neodvisen	Je del opazovanega
Človeški interesi	Ne bi smeli biti pomembni	So glavni pogon znanosti
Razlage	Morajo dokazati vzročnost	Hočejo povečati splošno
Raziskava napreduje	S hipotezami in dedukcijami	Z zbiranjem dragocenih podatkov, iz katerih dobimo ideje
Koncepti	Morajo biti operacionalizirani, tako da jih lahko merimo	Bi morali vsebovati perspektive interesentov
Enote analize	Bi morale biti reducirane na najpreprostejše pojem	Vsebujejo lahko kompleksnost »celotnih« situacij
Posploševanje preko	Statistične verjetnosti	S teoretično abstrakcijo
Vzorčenje zahteva	Veliko naključno izbrano količino	Maloštevine primere, izbrane za posebne namene

Pozitivizem:

Družbeni svet obstaja zunaj človeka, njegove lastnosti bi morali meriti z objektivnimi metodami, namesto da bi o njem subjektivno sklepali na temelju vtisov, razmišljanj ali intuicije. Resničnost je zunanja in objektivna (ontologija), pomembno je edino tisto znanje, ki temelji na opazovanju te zunanje resničnosti (epistemologija).

Socialni konstrukcionizem:

Resničnost določajo ljudje, ne pa objektivni in zunanji dejavniki. Zato naloga družboslovca ne bi smela biti zbiranje dejstev in merjenje pogostosti pojavljanja določenih vzorcev, pač pa ocena različnih konstrukcij in pomenov, ki jih ljudje pripišejo svojim lastnim izkušnjam. Poudarek bi moral biti na tem, kaj ljudje, individualno in kolektivno, mislijo in čutijo, in pozorni bi morali biti na to, kako se med seboj sporazumevajo. Morali bi razumeti in razložiti, zakaj imajo ljudje različne izkušnje, ne pa iskati zunanjih vzrokov in temeljnih zakonov, da bi zadostili njihovo vedenje.

Veljavnost, zanesljivost, posploševanje 74-76

Konstruktna, eksterna, interna veljavnost

Paradigme (Tratnik,24)

POZITIVISTIČNA PARADIGMA	FENOMENOLOŠKA PARADIGMA
Kvantitativna	Kvalitativna
Objektivistična	Subjektivistična
Znanstvena	Humanistična
Eksperimentalna	Interpretativna
Tradicionalna	Nepozitivistična
Deduktivna	induktivna

Glavne značilnosti	Pozitivistična paradigma	Fenomenološka paradigma
	Svet obstaja zunaj nas in je	Svet je družbeno konstruiran in

Temeljna prepričanja	objektivna danost. Opazovalec je neodvisen. Znanost je vrednotno čista.	subjektivno pogojen. Opazovalec je del tistega, kar opazuje. Znanost je pogojena s človekovimi interesi
Raziskovalec naj:	<ul style="list-style-type: none"> - se osredotoči na dejstva, - išče vzročne povezave in splošno veljavne zakonitosti, - razstavi pojav na enostavne elemente, - oblikuje hipoteze ter jih testira. 	<ul style="list-style-type: none"> - se osredotoči na pomen, - skuša razumeti, kaj se dogaja - pogleda na zadevo celovito, - oblikuje ideje iz podatkov induktivno
Izbrane metode vsebujejo:	<ul style="list-style-type: none"> - operacionalizacijo konceptov tako, da se jih lahko meri, - uporabo velikih vzorcev 	<ul style="list-style-type: none"> - več vrst metod, ki zagotovijo različne poglede na pojav, - manjše vzorce, pri katerih fre proučevanje v globino ali pa traja dalj časa.