

عنوان مقاله:

قوم نگاری: استراتژی برای فهم فرهنگ سازمانی

محل انتشار:

پژوهشهای مدیریت عمومی، دوره 8، شماره 29 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

یوسف رمضانی - دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، عضو هیئت علمی گروه مدیریت موسسه آموزش عالی عطار

فریبرز رحیم نیا - استاد گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

سعید مرتضوی - استاد گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

غلامرضا ملک زاده - استادیار گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

تحقیق قوم نگاری براساس رویکرد کل گرایانه و جامع، نه تنها بر پایه دیدگاه نظری خاصی قرار ندارد، بلکه اساسا به آزمون نظریه نیز توجه چندانی ندارد. نظریات در تحقیقات قوم نگارانه صرفا برای تغذیه فکری محقق برای تعمیق بخشیدن به درک او در دریافت چارچوب های مفهومی مرسوم در علوم انسانی می باشد. بدین لحاظ اظهارات نظری تئوری ها زمانی وارد فرآیند تحقیق می شوند که رابطه آنها با پژوهش موردنظر مشخص شده باشد. این دیدگاه، یک شیوه تحقیق در رویکرد پدیدار شناختی است که بر ماهیت ذهنی و رفتار تاکید دارد. انسان شناسان و قوم نگاران، به تمرکز بر روی داده ها سطحی و یا صرفا جمع آوری از تعداد کمی از مردم علاقه مند نیستند، آنها به مطالعات عمیق درباره مردم و یا فرهنگ می پردازند. در این راستا از نظر تحقیق قوم نگاری، اطلاعاتی سودمند است که از طریق زندگی و یا حضور فعال محقق در جامعه مورد مطالعه او بدست می آید. در این تحقیق با ورود به یک سازمان محلی و استفاده از ابزارهای مشاهده و مصاحبه به شناخت فرهنگ سازمانی آن پرداخته شد و از تحلیل اطلاعات 11 مولفه شامل: 1- احترام به شعائر و ارزشهای مذهبی 2- تبعیت پذیری 3- رفتارهای رسمی 4- هویت سازمانی 5- نمادهای فیزیکی 6- فردگرایی 7- شعار تکریم ارباب رجوع 8- درآمدزایی 9- تاکید بر قوانین سازمانی 10- مقاومت در برابر مدیران بیگانه (خارج از سازمان) 11- زبان، در پنج سطح مصنوعات (زبان) مصنوعات (نمادها) مصنوعات (الگوهای رفتاری)، ارزشها و مفروضات و باورهای اساسی بدست آمد.

کلمات کلیدی:

قوم نگاری، فرهنگ، فرهنگ سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/861791>

