

پدیدارشناسی در مطالعات کارآفرینی

سید مهدی الوانی*

حسن بودلایی**

چکیده

اگر در کارآفرینی به عنوان یک حوزه فکری- علمی تناسبی میان موضوع و روش وجود نداشته باشد یا ضعیف باشد (وضعیت کنونی در کارآفرینی به عنوان رشته ای علمی و استراتژی های تحقیق برخاسته از پارادایم کارکردگرایی نظیر: پیمایش، تک روش های توصیفی و...) آن حوزه علمی در آموختن و یادگیری به مخاطبان ناتوان است. شاید همین مسئله، شیوه ای را مطرح می سازد که چرا تعدادی از مباحث عمده و بنیادی در حوزه مطالعات کارآفرینی، حل نشده باقی مانده است. بنابراین در مقاله حاضر هدف، بیان و توصیف اهمیت رو به گسترش نگرستن به قلمرو کارآفرینی از دید پارادایم تفسیری و استراتژی های تحقیق کیفی نظیر پدیدارشناسی به عنوان بخشی از مواد و ارکان لازم جهت فهم کارآفرینی به عنوان یک کل است. به عبارت دیگر، از آنجا که کارآفرینی فرایند یکپارچه ای از تجارب زندگی است و تجارب زندگی جهت مطالعه با دشواری بسیاری همراه هستند و اغلب روش شناسی های پیشین جهت مذاقه این عامل با شکست مواجه گردیده اند؛ راه حل چالش روش شناسی مذکور در این مقاله خروج و فرا رفتن از مرزهای پارادایم کارکردگرایی در حوزه علمی کارآفرینی برای نیل به تبیین و فهم مناسب پدیده های کارآفرینانه و استفاده از پارادایم تفسیری و استراتژی های پژوهشی مناسب نظیر روش پدیدارشناسی پیشنهاد می شود. به همین منظور در بخش اول به معرفی و تشریح مواضع رویکرد پدیدارشناسی به عنوان یک ابزار تحقیق پرداخته و در بخش دوم، ضمن اشاراتی به وضعیت چالش برانگیز حاکم بر روش شناسی رشته علمی کارآفرینی، مطلوبیت و فواید بکارگیری این رویکرد تحقیقی همراه با نمونه هایی در حوزه کارآفرینی ذکر شده اند تا مدخلی جهت انجام مطالعات آتی در حوزه کارآفرینی با استفاده از پدیدارشناسی به مثابه روش تحقیق باشد. مقاله حاضر را می توان به عنوان پاسخی به روند فزاینده نیاز قلمرو پژوهشی کارآفرینی به روشهای کیفی برای تولید پژوهشهای اکتشافی و توصیفی قلمداد نمود.

مفاهیم کلیدی: قلمرو مفهومی کارآفرینی- پارادایم تفسیری- استراتژی تحقیق کیفی پدیدار شناسی.

*استاد مدیریت دولتی دانشگاه علامه طباطبایی

**دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

به طور حتم، کارآفرینی واژه ای آشنا برای همگان می باشد، و مردم کارآفرینان مشهوری را در ذهن خویش به یاد می آورند. به ویژه اینکه کارآفرینی تأثیر انکار ناپذیری در توسعه اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژی کشورها و مناطق مختلف دارد (Low,2009;Parker,2005;Zahra,2005) و این اهمیت و تاثیر حوزه کارآفرینی هم در اجرا و هم در زمینه مطالعه رو به گسترش و تزاید است (murphy,Liao,2006 & Welson). کارآفرینی در اوایل دهه هشتاد میلادی به صورت بالقوه به عنوان یک حوزه ی جستارگری دانشگاهی مطرح شد و در پایان آن دهه، پیشرفت های شگفت انگیزی در کالبد دانش تجربی آن رخ داد و در حال حاضر مدعی یک حوزه ی جستارگری دانشگاهی مشروع و مقبول با گرایش های مطالعاتی و کاربردی متعدد است. حکایت های متقن و شواهد تجربی بسیاری از اهمیت کارآفرینی به عنوان یک حوزه مطالعاتی موجود می باشد. کارآفرینان، توسط خلق فناوری های نوین و خدمات جدید، کیفیت زندگی را ارتقاء داده اند، افزایش بهره وری، فراهم نمودن سرگرمی های بیشتر، بهبود وضعیت بهداشت و سلامتی و نیز ارتقای ارتباطات از آن جمله اند (Zimmerman,2008). پژوهش در حوزه کارآفرینی نامنظم گشته است و اغلب محققان متفق القول هستند که مطالعه کارآفرینی با فقدان تعریف، کانون توجه و یک ساختار مفهومی مواجه است (Shane & Venkataraman,2001). فقدان چنین چارچوب مفهومی که بتواند به توصیف و پیش بینی مجموعه ای از یک پدیده تجربی بینجامد، حاصلش مبدل گشتن تحقیق کارآفرینی به یک حوزه بی نظم و مشوش شده و حتی دچار ابهام موضعی میان پژوهش های اقتصادی، مالی، رفتار سازمانی و روانشناسی و... گشته است. در نتیجه این عدم توافق و اجماع بر سر یک چارچوب مفهومی مشترک برای کارآفرینی، پیشرفت در پژوهش های این رشته مختل شده است (Bygrave&Hofer;1991). به همین دلیل، بسیاری از محققان تا جایی پیشرفته اند که کارآفرینی را یک موضوع مطالعاتی مجزا نمی دانند زیرا منجر به تولید نتایجی غیر هم افزا و بخش بخش شده است (Schildt, Zahra&Silahpaa,2006).

به عبارت دیگر به رغم اهمیت پدیده کارآفرینی حوزه علمی کارآفرینی، با تناقضی در پتانسیل آن برای تعمیق و تنوع و کمبود مطلوبیت کاربردی آن مواجه است. از یک سو، گوناگونی حوزه های مطالعاتی که کارآفرینی لمس می کند غنا و تنوع را ایجاد می کند. اما

فقدان تعریفی مقبول مانعی بر سر راه سازماندهی کاربرد مطلوب و قابلیت پیش بینی تحقیقاتی در این حوزه است و باعث می گردد تلاشهای محققان در این حوزه مطالعاتی، انباشتی از دانش فراهم نسازد. در واقع می توان دلایل عدم دستیابی به اجماع، مشروعیت و مقبولیت رشته علمی کارآفرینی را -علاوه بر ماهیت میان رشته ای این پدیده و اقتباس از سایر علوم- بهره گیری از روش شناسی هایی از سایر قلمروها که جهت مطالعه یک بعد از کارآفرینی مناسب هستند و برای فهم کارآفرینی به عنوان پدیده ای با کلیت چند بعدی (Ireland, Reatzed, Webb, & Texas 2005) و چند مرحله ای^۱ نامناسب بوده است قلمداد نمود. ممکن است بخشی از این کژ کارکردها در مطالعه پدیده کارآفرینی را بتوان به مباحث روش شناسی و شیوه کسب آگاهی و شناخت نسبت به آن و در نتیجه تسلط و حاکمیت مفروضات و مفاهیم بنیادی پارادایم کارکرد گرایمی مرتبط دانست (Howorth, Tempest, & Coupland, 2006). در راستای مساعدت به تئوری مدیریت، کارآفرینی اغلب رهیافتی مرتبط با پارادایم کارکردگرایمی را جهت شکل دهی به توسعه نظریه به کار برده است (Grant & Perren, 2002)، گارتنر^۲ (۲۰۰۱) مطرح نموده که توسعه تئوری در کارآفرینی منوط به تلاش محققانی است که از مفروضات پارادایمی مطالعه خویش، آگاه باشند. پارادایم کارکردگرایمی، عینیت، جهانشمولی، و استمرار وضع کنونی را مفروض گرفته است (بوریل و مورگان، ۱۳۸۶). اما پژوهش های مهم و رو به افزایشی هستند که در پی پاسخ به این پرسش برآمده اند چرا پارادایم کارکردگرایمی حوزه کارآفرینی را تحت تسلط خویش قرار داده است؟ استیونسن و هارملینگ^۳ (۱۹۹۰) نیز بیان کرده اند که رویکردهای یکجانبه (نظیر پارادایم کارکردگرایمی) به مطالعات کارآفرینی در مواجهه با این پدیده که ایده نگارانه، دارای علیت دو جانبه، روابط غیر خطی و تغییرات و پیچیدگی های متوالی ذاتی هستند ناتوان است. شناسایی روش شناخت ویژه و متناسب با پدیده کارآفرینی، رویکردی مناسب برای تعریف این حوزه علمی است. با تأکید بر روش یک شاخه ی علمی، می توانیم شناخت و دانش آن حوزه علمی را از سایر حوزه های علمی متمایز نماییم. اگر در کارآفرینی به عنوان یک حوزه فکری- علمی تناسبی میان موضوع و روش وجود نداشته باشد یا ضعیف باشد (وضعیت کنونی در کارآفرینی به عنوان رشته ای علمی و استراتژی های تحقیق برخاسته از پارادایم کارکردگرایمی نظیر: پیمایش، تک روش های توصیفی و...) آن حوزه علمی در آموختن و یادگیری به مخاطبان ناتوان است. شاید همین مسئله، شیوه ای را مطرح می سازد که چرا تعدادی از مباحث عمده و بنیادی در حوزه مطالعات کارآفرینی، حل

نشده باقی مانده است. این همان انتقاد وارد بر تسلط پارادایم کارکردگرایی بر مطالعه کارآفرینی است. بر مبنای آن روشهای تحقیق اولیه در کارآفرینی بر بکارگیری ابزار سایر حوزه های علمی نظیر پرسشنامه های ساخت یافته و بسته و مصاحبه های هدایت شده پافشاری می کردند. چنین استراتژی های پژوهش امکان ندارد بهترین و مناسبترین ابزار و روش برای مطالعه پدیده ای نظیر کارآفرینی باشد. اکنون کمبود روش شناسی های متداول که بر پایه وضعیتهای با ثبات ابتدا شده باشند، به طور فزاینده ای پدیدار گشته است (Howorth, et al, 2006). کارآفرینی فرایند یکپارچه ای از تجارب زندگی است. تجارب زندگی جهت مطالعه با دشواری بسیاری همراه هستند و اغلب روش شناسی های پیشین جهت مذاقه این عامل با شکست مواجه گردیده اند. بنابراین مدعی آن می شویم که یک راه جهت خروج و فرا رفتن از مرزهای پارادایم کارکردگرایی، در نظر گرفتن، پارادایم های دیگر، با مفروضات متفاوت و متخالف است. در واقع این آگاهی فزاینده در میان محققان کارآفرینی بوجود آمده است که نیاز به فهم پدیده ای داریم که ما را مجبور به خروج از پارادایم کارکردگرایی نماید (Gartner, 2001). بنابراین در حوزه علمی کارآفرینی برای نیل به تبیین و فهم مناسب پدیده های کارآفرینانه باید از پارادایم های فلسفی و استراتژی های پژوهشی مناسب نظیر پارادایم تفسیری و روش پدیدارشناسی استفاده شود. ادامه بحث به معرفی و تشریح پدیدار شناسی در قالب یک رویکرد تحقیقی موثر و مفید جهت موضوع کارآفرینی پرداخته خواهد شد.

پدیدارشناسی متعالی هوسرل

پدیدارشناسی برای آنکه به توصیف صحیح پدیده توفیق یابد باید در برابر وسوسه فرضیه سازی مقاومت کند، تا توصیف واقعیتها با مفروضات و آنچه باید از آن استنتاج شود، همخوانی داشته باشد. در واقع پدیدارشناسی، چارچوبی نظری ارائه نمی دهد بلکه بیشتر به معاینه و توصیف پدیدارها بدون پیش داوری و نظر قبلی می پردازد (توسلی، ۱۳۸۸). حال با توجه به اینکه پدیدارشناسی هیچ نظریه و تعهد نظری را نمی پذیرد و فقط خود را متعهد به جنبه های عملی کار می داند (یعنی تنها به بررسی و معاینه دقیق پدیده می پردازد و تا هنگامی که به تبیین دقیق و توصیف درست پدیده موفق نشده، خود را با آن آشنا نمی داند و آن را مفهوم نمی انگارد) روش خود را توصیفی و فاقد مفروضات قبلی می داند. بنابر این متعالی بودن یعنی چیزی را از نو و ابتدا درک نمائیم (Bernstein, 1976)؛ آن چنان که

گویی برای بار اول ادراک شده است (Moustakas, 1994) البته موس تاکاس اذعان می دارد که چنین حالتی به ندرت ممکن است به طور کامل حاصل شود. به هر حال محققانی هستند که این ایده را پذیرفته اند و زمانی که شروع به توصیف تجارب خویش در مورد پدیده می نمایند نگرش خویش را، پیش از آنکه تجارب دیگران را ببینند، تعلیق می نمایند. در «پدیدارشناسی تصمیم بر این است که از همه مفروضاتی که مورد معاینه قرار نگرفته اند اجتناب شود و وجود چنین مفروضاتی ضروری محسوب نمی شود. پس هیچ حکمی را بدون بررسی و معاینه نباید درست بدانیم. پدیدارشناسی به هیچ حقیقتی جز قضایایی که مورد بررسی و امتحان قرار گرفته اند، نیاز ندارد. حقیقت تمامی قضایا از طریق معاینه خود پدیده آزمون می شود نه از راه صغرا و کبرا چیدن. بنابراین استدلال در شناخت پدیده ها جای ندارد و باید مستقیم به خود پدیده رجوع کرد» (توسلی، ۱۳۸۸، ص. ۳۴۵). بنابر آنچه گذشت، اصطلاحات «توصیفی»، «پدیدار» و «آگاهی مستقیم» نشان دهنده این واقعیت است که اصطلاح پدیدارشناسی در وسیع ترین معنی به عنوان یک دانش توصیفی ناب، پدیده های قابل مشاهده را مدنظر دارد، لیکن این معنی وسیع اصطلاح، آنچه را که برای پدیدارشناسان مهم ترین زمینه را تشکیل می دهد، یعنی چیزی را که دانش غیر تجربی نامیده می شود، شامل نشده است. باید توجه داشت که مفهوم «تفهم» و بر و «برگشت به اشیاء» هوسرل، ارتباط نظری نزدیکی با یکدیگر دارند، زیرا که خواست پدیدارشناسی نیز فهمیدن است (توسلی، ۱۳۸۸، ص. ۳۶۰). به نظر شوتز «گرایش طبیعی» ذهن آدمی به دنیای خارج و موضوعات مشترک اجتماعی ایجاب می کند که آدمی به طور طبیعی و ساده در زندگی روزمره، اموری را که با آن سروکار دارد تفسیر کند و به آنها معنا بخشد و آنها را مسلم و انکارناپذیر بداند.

وظیفه اصلی پدیدارشناسی اجتماعی این است که به این جنبه مردمی که حاصل شعور عام یا مشترک و گرایش طبیعی آنها است، بپردازد تا روشن شود که چگونه واقعیت های اجتماعی توسط مردم ساخته و پرداخته می شود و این همان جریان «میان ذهنی» در پدیدارشناسی است. از نظر شوتز پدیدارشناسی اجتماعی دو وظیفه دارد: یکی توصیف و تصویر پدیده اجتماعی چنان که مردم در برخورد طبیعی خود آن را حس و تجربه می کنند، دیگر نشان دادن اینکه چگونه این پدیده در جریان فعالیت میان ذهنی در آگاهی مردم پدید می آید. «به طور خلاصه، دیدگاه های متعالی هوسرل در رابطه با یافتن پدیده ها، در جامعه شناسی پدیداری شوتز، شیوه و روش عینی تر و دنیوی تری را دنبال می

کند. «(توسلی، ۱۳۸۸، ص ۳۶۳) «شوتر تأکید می کند که عمده ترین مسئله علم اجتماعی ابداع روشی است که بتواند به صورت عینی معانی ذهنی کنش را معاینه و مطالعه کند و موضوعات نظری علوم اجتماعی، باید با موضوعات ذهنی و شعور مشترک مردم که به طور روزمره ایجاد می شود- و سرانجام با واقعیت اجتماعی- هماهنگ شود و استمرار یابد» (توسلی، ۱۳۸۸، ص ۳۶۸). «اصولاً شوتر علاقمند است شیوه ای را روشن کند که از طریق آن به تجربه باقی مانده دیگران علم پیدا می کنیم» (بوریل و مورگان، ۱۳۸۶، ص ۳۳۵). «به عقیده شوتر، کار اصلی علوم اجتماعی این است که با بکارگیری ساخت بندیها و تبیینهایی که برحسب تفسیر شعور متعارف زندگی روزانه فهم پذیرند، جهان اجتماعی را از نظر کسانی که در آن زندگی می کنند درک کند» (بوریل و مورگان، ۱۳۸۶، ص ۳۳۷).

بررسی مفاهیم اساسی پدیدارشناسی

برنشتاین^۴ (۱۹۷۶) معتقد است که شوتر از سه گونه جستارگری برای فهم پدیدارشناسی جهان اجتماعی سخن می گوید. نخست استخراج مفاهیم اصلی و متداخل در پدیدارشناسی نظیر: معانی ذهنی^۵، کنش^۶ و روابط بین الازدهانی^۷؛ دوم برقراری تمایز و ایجاد دسته بندی جهت فهم مناسب از پویایی و پیچیدگی های زندگی اجتماعی و؛ سوم بکارگیری این تم ها برای بررسی یک پدیده خاص اجتماعی به عنوان مثال کارآفرینی. اما مهمترین مفاهیمی که در پدیدارشناسی ذکر شده اند را می توان چنین بیان نمود:

تعلیق (اپوخه)

خلاصه مرحله تعلیق این است که انسان فقط با آن چیزهایی که مشاهده می کند سروکار دارد و اگر خود را به طور بیهوده مشغول این بحث کند که در پشت چیزی که مشاهده کرده جوهری هست یا نه و در پی اثبات یا رد آن بر آید، عملاً نتیجه ای در بر نخواهد داشت. محقق باید نقطه شروع خود را رها کند، باید قبول کند در این مرحله، شناخت از امرمتعالی ناممکن است و تظاهر به دانستن، پیشداوری صرف است (Bernstein, 1976). در حقیقت پدیدار شناسی وقتی متولد می شود که مسئله مربوط به هستی را - به طور موقت یا دایم- میان پراتنز نهاد و کیفیت ظهور اشیا را به صورت مسئله ای مستقل بررسی کرد (Berglund, 2007).

مفهوم آگاهی یا وجدان

یکی از اساسی ترین مفاهیمی که مورد توجه و عنایت همه پدیدارشناسان قرار گرفته مفهوم آگاهی است. این مفهوم نه فقط ضمیر یا وجدان ما، بلکه ماهیت و سرشت آگاهی ما از خودمان و از جهان زندگی و روابط میان وجدان ها را شامل می شود (Bernstein, 1976). مفهوم آگاهی در پدیدارشناسی هوسرل آگاهی به چیزی است که شامل فرایند آگاه بودن و موضوع آگاهی است. این فرایند به صور گوناگون مانند به خاطر آوردن، درک کردن، فهمیدن و ارزیابی کردن ظاهر می شود. از سوی دیگر پدیدارشناسی آگاهی را پلی میان ذهن و عین می داند که آن دو وجه را به صورت واحدی درمی آورد. این نوع آگاهی سرچشمه و اساس یکپارچگی شناخت است. برای شناخت باید از خود وجدان آغاز کنیم که به تمام معنی از رابطه یک عمل معنی دار با یک شی تشکیل شده است. آگاهی سرچشمه همه هستی ها و موجب ارتباط همه هستی ها باهم است (توسلی، ۱۳۸۸).

نیت دار بودن یا جنبه ارادی آگاهی انسان

ساده ترین تعریف قصدمندی آن است که بگوییم هیچ آگاهی وجود ندارد مگر آنکه به سوی شیئی هدایت شود، به عبارت دیگر آگاهی از چیزی مطرح است، نه آگاهی به طور مطلق (فکر کردن درباره چیزی، عشق به چیزی، شک کردن در چیزی و غیره) آنچه را که آگاهی ما درک می کند فهمیدن یا قصد داشتن نسبت به آن چیزی است که قرار است بدان آگاهی داشته باشیم، یعنی وجه ذهنی با وجه عینی (پدیده) ملازم و همبسته است. خودآگاهی اساساً با قصدمندی همراه است و همواره آگاهی نسبت به چیزی است اعم از آنکه آن چیز واقعی، یا تصویری، یا مبتنی بر تخیل باشد. قصد یا نیت یک طرح اساسی ضمیر آگاه و مقدم بر عمل دقت است. به طور کلی مفهوم قصدمندی به مکانیزم عمل آگاهانه ای نظر دارد که یک عمل ارادی و معنی بخش است (توسلی، ۱۳۸۸).

نگرش طبیعی

در واقع وجه نظر و گرایش ذهن آدمی به تفسیر طبیعی و ساده زندگی روزمره که با آن سروکار داریم و استفاده از شعور عام و زمینه مشترک اجتماعی، یک بنیان پدیدارشناختی دارد. انسان در طی این تفسیر و برداشت های خود به پدیده های پیرامونش معنا می بخشد و آنها را اموری تردیدناپذیر و قطعی و بدیهی می پندارد. به اعتقاد هوسرل انسان به دلیل زندگی در عالم طبیعت و تصرف در آن برای رفع نیازهایش، عادتاً گرفتار وضع طبیعی و

فطرت بسیط وهمی و یا بساطت فطری غیر عقلی است. به این ترتیب پدیدارشناسی اجتماعی دو وظیفه عمده بر عهده دارد: یکی توصیف پدیدار اجتماعی چنان که مردم به طور طبیعی آن را تجربه می کنند و دوم روشن ساختن این امر که چگونه این پدیدار در جریان فعالیت میان ذهنی در آگاهی مردم پدید آمده است (توسلی، ۱۳۸۸).

مفهوم جهان زندگی

جهان زندگی، حیات عادی و روزمره ما در این جهان است که در خلال آن خود را در هر لحظه زندگی خویشتن می یابیم، واقعیاتی که در این جهان با آن روبرو هستیم دارای معانی بشری اند، در این جهان هر چیز همان گونه که هست به چشم می آید و تجربیات ادراکی ما در سطح ما قبل به همان گونه که جهان خود را به ما نشان می دهد، در ذهن ما انعکاس پیدا می کند. از نظر هوسرل جهان به صورتی که آگاهی معنا بخش، مستقیماً به آن معطوف شود جهان زندگی خوانده می شود (توسلی، ۱۳۸۸).

از دیدگاه هوسرل سه خصوصیت یا ویژگی دارد:

الف) جهان تجربیات روزانه به این دلیل که در فضا و زمان استمرار دارد یک قالب ادراکی را برای ما به وجود می آورد.

ب) ما در جهان زندگی با مشابهت های دنباله دار و نظم و قانون مندی ها مواجهیم و رفتارمان را براساس این مشابهت های تکراری و منظم تنظیم می کنیم.

ج) اشیا در جهان زندگی همانطور که حضور دارند به ذهن منتقل می شوند، بدین معنی که گرچه اشیا مشابه در سیمای متفاوت و متنوعی برای افراد ظاهر می شوند، لیکن در (جهان زندگی) این تنوع به وحدت می گراید و برحسب نظر شوتز به انطباق و یگانگی می رسد، یعنی وجوه اختلاف ادراک افراد حذف می شود و وجوه اشتراک آنها در جهان زندگی به عنوان درک مشترک و عام آنها باقی می ماند (Bernstein, 1976).

ذهن مشترک یا بین الاذهانی

نظام ارتباط دو جانبه ذهن من و دیگری آن طور که در جهان زندگی و روزمره وجود دارد «میان ذهنیت» نامیده شده است. آلفرد شوتز با طرح این مفهوم که نزد هوسرل تا حدی مبهم و گنگ باقی مانده، می خواهد ارتباط دیدگاه پدیدارشناسی را با جامعه شناسی روشن کند، به عبارت دیگر در مبحث «میان ذهنیت» و «تقابل مناظر» در نظر شوتز روشن کننده بده بستانهای زندگی اجتماعی است و مبتنی بر دو ویژگی زیر است:

اولاً، چون هر یک از ما در یک بدهستان شرکت می‌کنیم، به طور طبیعی می‌توانیم دیدگاه‌های خود را تغییر دهیم، چه به نظر شوتر تفاوت دیدگاه ناشی از تفاوت جایگاه ناظر است. حال اگر در این معادله، افراد جای خود را عوض می‌کنند، در ادراکشان تغییری نسبت به موضوع پدید می‌آید. ثانیاً، همبستگی نظام ارتباطی «موجب می‌شود که من و دیگری علی‌رغم وضعیت مشترک زندگی واحدمان تصور کنیم که سیستم ارتباطی ما به خاطر مقاصد فوری تفاوت‌هایی با هم دارند لیکن به طور کلی من و او که یک جمع را به وجود می‌آوریم، واقعیت‌ها و عینیت‌های بالقوه و بالفعل را در یک «انطباق تجربی» تفسیر می‌کنیم و ذهنیت مشترکی پیدا می‌کنیم». به طور خلاصه روابط بین‌الذهانی، مبنای عمل اجتماعی است و در واقع وجه اشتراک خود پدیده‌ها در ذهنیت جامعه و در جهان زندگی است (توسلی، ۱۳۸۸).

جهان فرهنگی

در دیدگاه هوسرل، فرهنگ، ترکیب ذهنیت‌های متعالی است از تجربیاتی که همه افراد بشر فهمیده‌اند. در علوم فرهنگی ما با واقعیت پدیده‌های طبیعی سروکار نداریم، زیرا علوم فرهنگی ماهوی هستند و موضوع آنها پدیده‌های درون‌ذهنی در گرایش‌های روزمره طبیعی است. بنابراین ذهن من چون «مفاد» یا جوهر فردی، در ارتباط با اذهان دیگر از طریق جهان زندگی، میان ذهنیتی را بوجود می‌آورد که از طریق آن جهان فرهنگی یعنی جهان ویژه هستی بشری شکل می‌گیرد. برحسب آنچه گذشت روش پدیدارشناسی روش ارجاع یا تحویل وضع طبیعی است که از راه شهود به ماهیت یا ذات پدیده رهنمون می‌شود. در واقع هوسرل معتقد است که ماهیت یا ذات پدیده که هسته مرکزی لازم برای پدیده است ثابت و پایدار می‌باشد و پدیده‌ها تا زمان شکل‌گیری اساسی این هسته مرکزی یا ماهیت در حال تغییر و دگرگونی‌اند. از مجموع بحث چنین برمی‌آید که هوسرل در جستجوی ایجاد یک علم ماهوی است و برای تأسیس چنین علمی از مفاهیم اساسی پدیدارشناسی نظیر ماهیت، خود، خود دیگری، نگرش طبیعی، جهان زندگی، میان ذهنیت و تعلیق و یا ارجاع پدیدارشناسانه بهره می‌جوید. شوتر نیز معتقد است که هوسرل در صدد بود پدیدارشناسی، علمی ایدتیک باشد و به جوهر بپردازد و نه به وجود (شوتر، ۱۳۷۱).

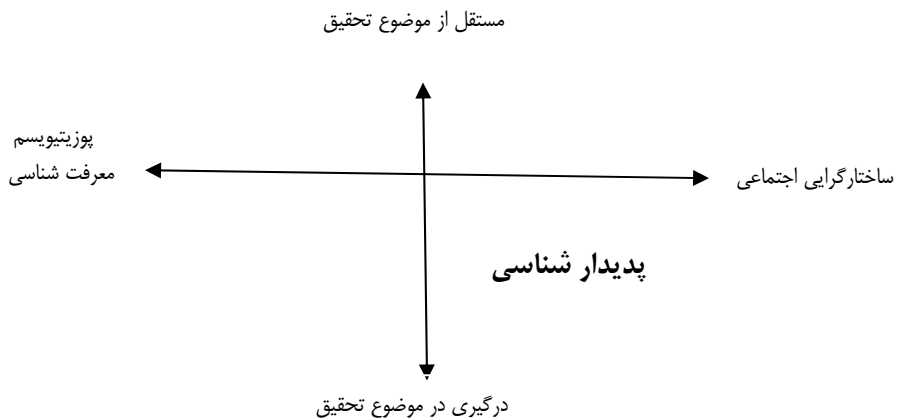
استراتژی تحقیق پدیدارشناسی

پدیدارشناسی، هم به عنوان شیوه جمع آوری اطلاعات (انواع مشاهده) (Creswell, 2007)، هم به عنوان یک روش تحقیق (مجموعه نگرش کیفی و تحلیلی نسبت به یک موضوع تحقیق خاص) (Moustakas, 1994; van Manen, 1990) و هم به عنوان یک نظریه (مجموعه نظام خاصی که یک موضوع را در چهارچوب آن بتوان تحقیق کرد) (Rapport & Wainwright, 2006) مطرح است. هدف پژوهش پدیدارشناسی، توضیح صریح و شناسایی پدیده‌ها است آن گونه که در موقعیتی خاص توسط افراد ادراک می‌شوند (van Manen, 1990). در واقع پدیدارشناسی به توصیف معانی یک مفهوم یا پدیده از دیدگاه عده‌ای از مردم و برحسب تجارب زیسته^۸ آنان در آن مورد می‌پردازد. بنابراین در پی فهم تجارب مشترک عده‌ای از مردم می‌باشد (yanowa & Schwartz-shea, 2006). پریست (۲۰۰۵) نیز معتقد است که کسانی که بطور واقعی در حال بسر بردن زندگی خویش در همجواری با پدیده مورد مطالعه هستند، تنها منبع مشروع داده‌هایی هستند که محقق می‌تواند با اتکا به آن به حقیقت پدیده دست یابد. همچنین پدیدارشناسی به کسب فهم عمیق تری از ماهیت و معانی تجارب روزانه کمک می‌کند. پدیدارشناس می‌پرسد: "این تجربه چیست و به چه می‌ماند؟" (de Marrais & Tisdale, 2002) علت انتخاب و رجحان روش تحقیق کیفی پدیدارشناسی موس تاکاس^۹ (مبتنی بر پدیدارشناسی متعالی هوسرلی) نسبت به سایر روش‌شناسی‌های پدیدارشناختی نظیر: ون مانن^{۱۰} (بر پایه پدیدارشناسی هرمنوتیکی هایدگر)، جهت هدف این نوشتار، آنچنان که گفته شد، مطابق با نظر محققان (Creswell, 2007; Moerer & Creswell, 2004) وجود رویه سیستماتیک، گام به گام و سامانمند در تحلیل داده‌ها نزد الگوی ابداعی موس تاکاس می‌باشد.

ماهیت تحقیق پدیدارشناسی

هر گونه تحقیق در حوزه مسائل مربوط به علوم اجتماعی، نیازمند تحلیلی استوار بر پیش فرضهای هستی‌شناسانه و معرفت‌شناسانه در خصوص پارادایمی که تحقیق در آن صورت می‌گیرد، می‌باشد. به عبارت دیگر، بخش عمده تحقیق باید درون طیف نسبتاً محدودی از احتمالات نظری که مبین آن پارادایم یگانه است قرار گیرد و در نتیجه، محقق باید نسبت به

پیش فرضهایی که تحقیق بر آن بنا می شود، آگاهی کامل داشته باشد. بر اساس طبقه بندی بوریل و مورگان پدیدار شناسی در قالب پارادایم تفسیری محقق می شود (بوریل و مورگان، ۱۳۸۶). جهت تبیین ماهیت استراتژی تحقیق پدیدارشناسی، از ابزار تحلیلی متعلق به بوریل و مورگان (۱۳۸۶) استفاده می گردد. مطابق با طرح تحلیلی بوریل و مورگان، پیشفرضهای مربوط به ماهیت علوم را می توان بر حسب بعد ذهنی-عینی و پیشفرضهای مربوط به ماهیت جامعه را بر حسب بعد نظم دهی - تغییر بنیادی در نظر گرفت. با در نظر گرفتن این دو بعد اصلی، چهار پارادایم جامعه شناختی متمایز، به دست می آید و تحقیق پدیدارشناسی در قالب پارادایم تفسیری صورت می پذیرد. بر اساس بعد ذهنی-عینی طرح بوریل و مورگان، استراتژی تحقیق پدیدارشناسی دیدگاه خویش در مورد واقعیت اجتماعی را مبتنی رهیافت نام انگاری^{۱۱}، در مورد موضوع معرفت شناسی (غیراثبات گرا)^{۱۲} به لحاظ طبیعت انسانی (اختیارگرا) و در روش شناسی، از شیوه های (ایده نگارانه)^{۱۳} به منزله بنیادی برای تحلیل اجتماعی، استوار گردانیده است. تحلیل مواضع تحقیق پدیدار شناسی بر اساس فلسفه علم (معرفت شناسی) و فلسفه عالم (انسان شناسی) و جایگاه آن در شکل ۱ مشخص گردیده است.



شکل ۱- جانمایی پدیدارشناسی بر روی ماتریس فلسفه های تحقیق

از منظر ارکان و اجزای تحقیق نیز، پدیدار شناسی را می توان بر اساس سه عنصر توجه به نوع پرسش، زمان مد نظر تحقیق، امکان کنترل رفتار (ین، ۱۳۸۱) و همچنین نوع تحقیق از

حیث هدف تحقیق، توجه به نقش محقق، روش گرد آوری داده ها و نحوه تحلیل داده ها تحلیل و بررسی نمود. در مورد نوع پرسش، در تحقیق پدیدار شناسی در واقع از مشارکت کنندگان دو سؤال گسترده و عمومی پرسیده می شود: در مورد پدیده مورد نظر چه تجربه ای دارید؟ چه زمینه یا وضعیتی نوعاً بر تجربه شما از پدیده مورد نظر تأثیرگذار است؟ که شامل پرسشهای چه و چگونه می شود. در واقع اصلی ترین سوال هر پدیدار شناس عبارتست از: شیوه تجربه نمودن یک پدیده چیست؟ به عنوان مثال پرسشهای "چه" در تحقیق پدیدار شناسی عبارتست از جوهره و ماهیت پدیده مورد نظر چیست؟ چه احساسی راجع به آن پدیده دارید؟ تفکر شما در ارتباط با آن چیست؟ چه معنایی در خصوص احساس شما نسبت به پدیده شکل گرفته است؟ همچنین در تحقیق پدیدار شناسی، محقق کنترلی بر جامعه مورد تحقیق اعمال نمی نماید. زیرا به دنبال آن است تا بدون ایجاد هرگونه حساسیت در جامعه که منجر به مصنوعی شدن رفتار اعضا می شود به ثبت رفتار بپردازد. اما زمان مورد بررسی در تحقیق پدیدار شناسی بنا بر نظر ون مانن (۱۹۹۰) شامل گذشته می شود زیرا تجربه باید اتفاق افتاده باشد و سپس مورد بررسی قرا گیرد. و مطابق نظر موس تاکاس (۱۹۹۴) می تواند شامل زمان حال نیز بگردد، مجموعاً زمان معاصر را می توان در نظر گرفت. تحقیق پدیدار شناسی از حیث هدف تحقیق عموماً برای اهداف اکتشاف و توصیف مناسب بنظر می رسد. اهداف اکتشافی استراتژی تحقیق پدیدار شناسی می تواند شامل آشنایی با حقایق و شرایط و مفاهیم بنیادی، ارائه تصویری ذهنی کلی از شرایط پدیده، تدوین سوالات و فرضیه هایی برای هدایت پژوهشهای آتی و اهداف توصیفی آن می تواند شامل ارائه تصویری مشروح و بسیار دقیق از پدیده، ارائه داده های جدیدی که ممکن است با حقایق و داده های پیشین در تناقض باشد، ارائه دسته ای از طبقه بندیها و نوع شناسی ها، ارائه توالی گامها یا مراحل پژوهش و گزارش پیشینه و یا بستر یک موقعیت شود. نقش محقق در پدیدار شناسی هم عبارتست از: مشاهده گر همدل^{۱۴} که می خواهد به نوعی عینیت دست یابد اما بر این نکته پافشاری می کند که برای پژوهشگر ضروری است که بتواند خود را به جای کنشگر اجتماعی بگذارد. فقط با درک معناهای ذهنی مورد استفاده کنشگران اجتماعی است که می توان معنای کنش های آنها را می توان فهمید (بلیکی، ۱۳۸۴). در واقع نقش و هدف محقق ورود به تجربه مشارکت کنندگان و دیدن آن تجربه به شیوه یکسان با خود آنان است، در این معنا محقق و مشارکت کنندگان در تحقیق همکار هستند. ابزار گرد آوری داده ها در پدیدار شناسی عموماً مصاحبه های نیمه ساخت مند است که البته می توان از سایر انواع

فنون گرد آوری داده ها نظیر بررسی اسناد نیز بهره گرفت. تحلیل داده های پدیدار شناسی نیز از طریق تقلیل گزاره های معنی دار به درون تم ها و سپس نگارش توصیفاتی متنی و ساختاری صورت می پذیرد. بطور خلاصه در جدول زیر مواضع فلسفی و ارکان تحقیق پدیدار شناسی ترسیم شده است.

جدول ۱- مواضع فلسفی و ارکان تحقیق پدیدار شناسی. منبع: نگارندگان

نوع تحقیق	پدیدار شناسی
هستی شناسی	ذهنی گرایی
معرفت شناسی	غیر اثباتی
انسان شناسی	انتخاب گرایی
روش شناسی	غایب استقرایی
نوع پرسش	چهارچگونه
کسور بر رفتار	خبر
زمان مورد بررسی	حال گذشته
اهداف اکتشافی	آشنایی با حقایق و شرایط و مفاهیم بنیادی، ارائه تصویری ذهنی کلی از شرایط پدیده، تبیین سوالات و فرضیه هایی برای هدایت پژوهشهای آتی
اهداف توصیفی	ارائه تصویری مشروح و بسیار دقیق از پدیده، ارائه داده های جدیدی که ممکن است با حقایق و داده های پیشین در تناقض باشد، ارائه دسته ای از طبقه بندیها و نوع شناسی ها، ارائه توانی گامها با مراحل پژوهش و گزارش پیشینه و یا بستریک موفقیت
نقش محقق	مشاهده گر هممل
فنون گرد آوری داده ها	عموما مصاحبه های نیمه ساخت یافته
فنون تحلیل داده ها	تقلیل داده ها، با توصیفات متنی و ساختاری

جدول ۲- ویژگیهای روش تحقیق کیفی پدیدارشناسی

(Creswell, 2007)

- | | |
|---|----------------------------|
| فهم ماهیت و جوهر یک تجربه | • نقطه تمرکز |
| مسائلی که نیاز به توصیف ماهیت یک پدیده زنده دارند | • مسائل مناسب جهت بررسی |
| فلسفه، روان شناسی و آموزش عالی | • مقومات (رشته های سازنده) |
| مطالعه عده ای از مردم که صاحب تجربه مشترکی هستند | • واحد تحلیل |
| انجام مصاحبه با افراد حتی استفاده از مستندات، مشاهدات و یا هنر | • شکل گردآوری داده ها |
| تحلیل داده ها برای گزاره های مهم، واحدهای معنی، توصیفات ساختاری و متنی (زمینه ای)، توصیف جوهر پدیده | • استراتژی تحلیل داده ها |
| توصیف جوهر و ماهیت یک تجربه | • گزارش مکتوب |

گامهای اجرایی رویکرد پدیدارشناسی

فرایند اجرای پدیدارشناسی روان شناختی در برخی نوشته ها نشان داده شده است به عنوان مثال داکس، گیورگی، پولکینگهورن و اخیراً و مهمتر از همه موستاکاس (۱۹۹۴). کرسول به تشریح رویکرد پدیدارشناسی روانشناسی موستاکاس می پردازد و علت آن را گامهای سیستماتیک در فرایند تحلیل داده ها و رهنمودهایی برای تلفیق توصیفات ساختاری و متنی می داند. موس تاکاس (۱۹۹۴) پس از مروری بر چند رویکرد، اصلاح روش کولایزی (Colaizzi- keen) را به عنوان کاربردی ترین روش ارائه می دهد. این رویکرد کولایزی که توسط موس تاکاس ارائه شده و کرسول (۲۰۰۷) نیز بدان اشاره نموده عبارتست از (Moustakas, 1994).

عمده ترین گامهای رویه در تحلیل عبارتند از:

- کشف یک موضوع و پرسشی که ریشه در معانی و ارزشهای فردی یا اجتماعی دارند. در این گام، محقق به تعیین این موضوع می پردازد که مسئله تحقیق با بکارگیری رویکرد پدیدارشناسی، بهتر بررسی می شود. بهترین نوع مسائلی که برای این شکل از تحقیق مناسب است، مسائلی هستند که مستلزم فهم مشترک یا تجربه مشترک عده ای در باب یک پدیده باشند. حائز اهمیت خواهد بود که درک از این تجارب مشترک جهت توسعه حقایق یا خط مشی ها و یا توسعه درکی عمیق تر در مورد ویژگی های یک پدیده بدست آید.

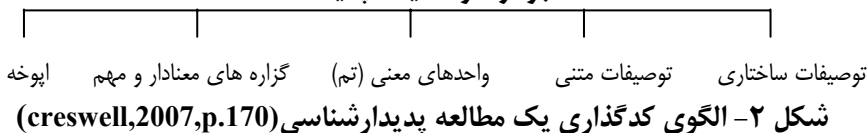
- پدیده مورد بررسی مثلاً برآشفتگی، برای گروه‌های متفاوت از مردم چه معنایی دارد. موس تاکاس (۱۹۹۴) طیفی از پدیده‌های زیادی را که به این شیوه می‌توان مطالعه نمود فراهم کرده است.
- محقق به تشخیص و تعیین مفروضات فلسفی گسترده‌ای پیرامون پدیدارشناسی می‌پردازد. مثلاً یک نفر می‌تواند در مورد ترکیب عینیت‌گرایی واقعی و تجارب فردی بنویسد. این تجارب زیسته بنابراین آگاهانه‌اند و به سمت یک عینیت‌سوق داده شده‌اند. جهت توصیف کامل چگونگی نگرش مشارکت‌کنندگان به پدیده مورد بررسی، محققان باید تا جایی که امکان دارد تجارب خویش را درون پرائنتز (تعلیق) قرار دهند.
- داده‌ها از افرادی گردآوری می‌شوند که تجاربی در خصوص پدیده موردنظر دارند. اغلب گردآوری داده‌ها در مطالعه‌های پدیدارشناختی، شامل مصاحبه‌های عمیق و مصاحبه‌های چندگانه با مشارکت‌کنندگان می‌شود. پل کینگ هورن ذکر کرده که محققان با ۵ تا ۲۵ نفر که تمام تجربه مربوط به پدیده را شامل شود، انجام می‌دهند. سایر اشکال داده نیز که ممکن است گردآوری شود شامل استفاده از مشاهده، مجلات، هنر، شعر، موسیقی و سایر اشکال هنر، می‌باشد. ون مانن (۱۹۹۰) نیز ذکر کرده است که مکالمه‌های آهسته، مکتوب نمودن رسمی پاسخ‌ها، فیلم‌ها و شعر و رمان نیز می‌تواند در زمره داده‌های گردآوری شده پدیدارشناس قرار گیرند.
- از مشارکت‌کنندگان دو سؤال گسترده و عمومی (موس تاکاس، ۱۹۹۴) پرسیده می‌شود: در مورد پدیده مورد نظر چه تجربه‌ای دارید؟ چه زمینه یا وضعیتی نوعاً بر تجربه شما از پدیده موردنظر تأثیرگذار است؟ سؤالات با پایان باز دیگری نیز، ممکن است پرسیده شود. اما این دو سؤال، بطور ویژه متمرکز بر گردآوری داده‌هایی است که منجر به توصیفی متنی و توصیفی ساختاری از تجارب می‌گردد، و نهایتاً درکی از تجارب مشترک مشارکت‌کنندگان فراهم می‌نماید.
- گام‌های تحلیل داده‌های پدیدارشناختی عموماً در تمام پدیدارشناسان روان‌شناختی که در باب روش بحث نموده‌اند مشابه است (موس تاکاس، ۱۹۸۹). بر پایه داده‌های حاصل از سؤالات اول و دوم تحقیق، تحلیل‌گران به بررسی داده‌ها (نظیر رونوشت مصاحبه‌ها) می‌پردازند و به برجسته نمودن گزاره‌های مهم، جملات و عبارت فراهم‌کننده چگونگی شکل‌گیری تجربه مشارکت‌کنندگان در خصوص پدیده می‌پردازند. موس تاکاس این گام را افقی سازی^{۱۵} (هر گزاره ای دارای ارزش برابر می‌باشد) می‌نامد. سپس محقق به توسعه

دسته ها و خوشه هایی از معانی از درون گزاره های مهم و با معنی به شکل تم می پردازد. تعیین حدود افق ها به عنوان کیفیت های لایتغیر و ثابت و دسته های غیر تکراری و غیر هم پوشان سازنده تم ها حائز اهمیت می باشد.

• این گزاره های بامعنی و مهم و تم ها سپس جهت نگارش توصیفی از تجارب مشارکت کنندگان (توصیف متنی) مورد استفاده قرار می گیرد. سپس ایجاد انسجام میان توصیفات متنی فردی در درون یک توصیف متنی عام صورت می گیرد. تحلیل گران همچنین به نگارش توصیفی از متن و محتوای موثر بر چگونگی شکل گیری تجربه مشارکت کنندگان از پدیده می پردازند که متغیر تصویری پرانگاشتی^{۱۶} یا توصیف ساختاری نامیده می شود. لحاظ نمودن آزادانه کیفیت های ساختاری و پویایی آن مهم می باشد. خوشه بندی کیفیت های ساختاری به درون تم ها به معنای توسعه تم های ساختاری است. موس تاکاس (۱۹۹۴) گامی اضافی را بیان می کند: محقق همچنین باید در مورد تجربه خویش و زمینه و موقعیتی که بر تجربه اش اثر گذاشته است بنویسد.

• از طریق ادغام و یک پارچه نمودن توصیفات متنی و ساختاری، محقق به نگارش، توصیفی جامع (مرکب از تم های متنی و ساختاری) که جوهره^{۱۷} پدیده را عیان می سازد؛ می پردازد که ساختار الزامی، یا لایتغیر یا جوهر نامیده می شود. به عبارت دیگر، انسجام شهودی - بازتابی از توصیفات ساختاری مرکب و توصیفات متنی مرکب جهت ایجاد امتزاجی از معانی و جوهره های یک پدیده یا تجربه صورت می گیرد.

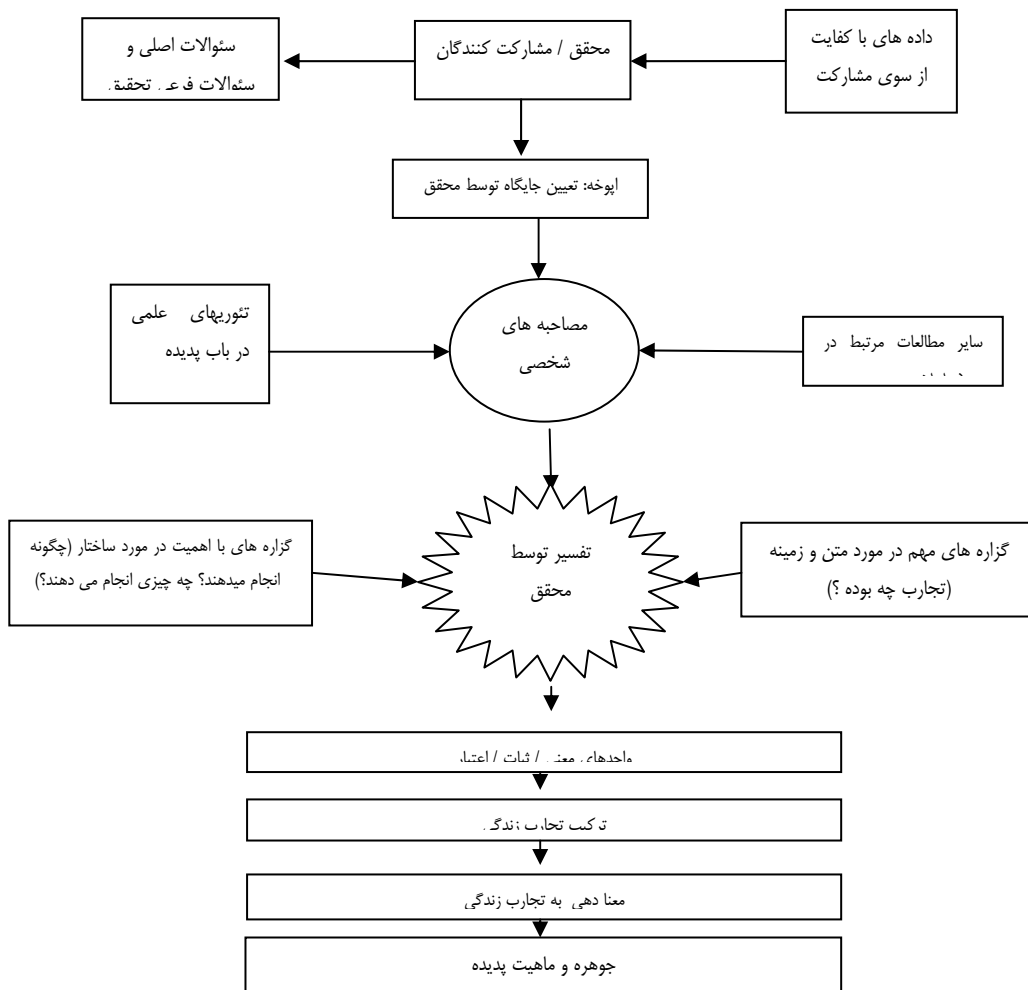
جوهره و ماهیت پدیده



ساختار عمومی تحقیق پدیدارشناسی

بطور خلاصه کاربرد اصلاحی موس تاکاس از روش ون کام^{۱۸} یا کولایزی در تحلیل داده ها به شکلی که گویای فرایند ابتدا تا انتهای یک پژوهش باشد مشتمل بر شش گام می باشد:

۱-مقدمه (بیان مسئله و سؤالات) ۲- فرایند و رویه تحقیق (مفروضات فلسفی و پدیدارشناختی، گردآوری داده ها، تحلیل، نتایج) ۳- احصا گزاره های معنی دار و مهم ۴- معانی گزاره ها ۵- تم های مستخرج از گزاره ها ۶- توصیف کامل پدیده (creswell,2007,adopted from moustakas, 1994).



شکل ۳- نمودار مفهومی استراتژی تحقیق پدیدار شناسی
(Source : racine,2009,338)

کارآفرینی در بستر پارادایم تفسیری

کارآفرینی براساس این پژوهش، دربردارنده مفروضات هستی شناسانه ای است که واقعیت کارآفرینی را همچون بر ساخته اجتماعی کارآفرینان تلقی می کند. این واقعیت آفریده آنهاست و مستقل از فعالیت های کارآفرینانه آنها وجود ندارد. واقعیت اجتماعی به منزله محصول نهایی فرایندهایی در نظر گرفته می شود که از طریق آنها کارآفرینان همراه با یکدیگر به مذاکره و توافق درباره معناهای کنش ها و وضعیت ها نائل می شوند، واقعیت کارآفرینی، مجموعه در هم پیچیده ای از معرفت دو سویه ای است که به صورت اجتماعی بر ساخته می شود - معناها، نمادهای فرهنگی و نهادهای اجتماعی. این معانی و تفسیرها، روابط اجتماعی را هم تسهیل می کنند و هم ساخت می دهند. واقعیت اجتماعی، جهان نمادین معانی و تفسیرهاست. واقعیت اجتماعی یک «شیئی» نیست که ممکن است به طرق متعدد تفسیر شود، بلکه واقعیت کارآفرینی چیزی جز همین تفسیرها نیست. پس برخلاف واقعیت فیزیکی، که باید توسط دانشمند تفسیر شود، واقعیت کارآفرینی پیش - تفسیر شده است؛ این واقعیت پیش از آن که دانشمندان کارآفرینی کار تفسیر خود را آغاز کنند مورد تفسیر قرار گرفته است. این مفروضات هستی شناختی را می توان «نسبی گرا» قلمداد کرد تا «مطلق گرا».

مفروضات معرفت شناختی کارآفرینی، معرفت کارآفرینی را ماخوذ از معانی و مفاهیم روزمره و معرفت دو جانبه بر ساخته شده اجتماعی قلمداد می کند. پژوهشگر کارآفرینی وارد دنیای اجتماعی روزمره می شود تا این معانی بر ساخته شده کارآفرینانه را درک کند. در یک سطح، تعبیرهایی که توسط دانشمندان کارآفرینی به عمل می آید باز توصیف هایی هستند از تعبیر روزمره کارآفرینان به زبان علم اجتماعی در سطحی دیگر این بازتوصیف ها می توانند به صورت نظریه هایی پرورانه شوند که فراتر از معرفت روزمره می روند تا شرایطی را نیز لحاظ کنند که ممکن است کارآفرینان اطلاعی از آنها نداشته باشند.

منطق بکارگیری تحقیق کیفی در مطالعات کارآفرینی

عده ای از اندیشمندان، معتقدند که به خاطر ماهیت میان رشته ای و ورود محققان سایر رشته ها به حوزه کارآفرینی (Acs&audretsch,2003;low,2001) می توان از تنوع روش شناسی های کمی و کیفی سایر رشته ها بهره برد. اما به رغم این غنای روش شناسی

، کارآفرینی کماکان به عنوان رشته ای با کمبود تنوع روش شناختی مواجه است (low,2001). بسیاری از محققان روشهای تحقیق کیفی را برای مطالعه کارآفرینی مناسب تر می دانند (Acs&Audretsch,2005,Brgrave,1989; Gartner,2001; Shane& venkataraman, 2000;hindle,2004)

آیا کارآفرینی باتمام پیچیدگی ها و پویایی هایش ابزار پژوهشی و روش شناختی خاصی را نمی طلبد؟ (neegrad,ulhoi,2007,1). تحقیق کارآفرینی درون عرصه ای قرار دارد که ماهیتا توصیفی و تجربی است. رشد تقاضا برای توسعه مجموعه ای از طرحهای پژوهشی، تکنیکهای تحلیلی و رویکردهای تفاسیری جهت فهم پدیده کارآفرینی (Aldrich,1992; davidsson&wiklund,2001) نیازمند فتح بایی به روشهای کیفی می باشد؛ زیرا تحقیقات کیفی در کارآفرینی کمتر از حد انتظار رشد نموده اند (hindle,2004,577). زمان آن فرا رسیده است که به فکر شیوه ای به منظور اجتناب از عمیق تر شدن دام راست گرایی افراطی روش شناختی^{۱۹} باشیم. بایگریو هم آینده پارادایم کارآفرینی را با وجود تسلط روش های کمی خوشبینانه نمی داند (bygrave,2007,24). وی معتقد است که به علت ماهیت غیر خطی، ناپیوسته، منحصربه فرد و غیرتابع، کارآفرینی نمی تواند روشهای متداول و سنتی را بکار بگیرد. نیازمند روش شناسی هایی هستیم که به کشف و افشای کل یک پدیده بینجامد. مفروضات تحت چنین روشی، چنین است که هر پدیده تحت پژوهش، نخست باید کشف گردد، پیش از آنکه بتواند مورد مطالعه قرار گیرد؛ و اینکه این دو فرایند/فعالیت-کشف و مطالعه نیازمند دو روش جستاری کاملا متفاوت است (Philips,1976). کشف ممکن است به عنوان عمل نگریستن به پدیده بطور کامل تصور شود؛ و یا آگاهی کامل در مورد وجود آن؛ فهم کامل در خصوص ویژگیهای پدیده که موجب متمایز شدن آن از سایر پدیده ها می گردد. ازسوی دیگر، مطالعه متمرکز بر پویایی های درونی/کارکردهای پدیده؛ شرایط ظهور؛ تاثیر و تاثیر بر محیط است. اما مطالعه هدفش کنترل و قابلیت پیش بینی پدیده است. فیلیپس (1991,21) پیشنهاد می کند که جستار علمی شامل دو حالت باشد. کشف نیازمند حالتی هنری در جستار علمی است؛ حالتی که غیر منطقی، غیر خطی، ترکیبی و کل نگر(در مقابل حالت منطقی، خطی، و تحلیلی) است. اکتشاف شامل آشنایی فزاینده با پدیده ای نو و ناشناخته است. بنابراین زبان و واژه شناسی موجود در پارادایم های فعلی جهت توصیف پدیده ناکافی خواهند بود. جهت خلق توصیفات مناسب از کارآفرینی نیازمند استراتژی تحقیقی ابداعی نیز می باشیم. مثلا تلفیق توصیفات

متنی یا زمینه ای مطالعه پدیدارشناسی با تحلیل گفتمان یا حکایت یا هرمنوتیک؛ و نیز تلفیق توصیفات ساختاری با تئوری داده بنیاد^{۲۰}. علت این امر را می توان (Philips, 1991, 24):

۱- علم توصیفی نیازمند روش شناسی ای است که به کشف، افشای یک پدیده نایل گردد؛ مثل روشهای کیفی

۲- اجازه دادن به تکنیکهای غیر معمول گردآوری داده ها نظیر بهره گیری از خویش به عنوان ابزار پژوهش دانست.

دیویدسون (2004, 56) نیز دلایل نیاز به انجام پژوهش کیفی در مطالعات کارآفرینی را

- جوان بودن این رشته مطالعاتی و نیاز به فهم عمیق پدیده ؛
- عدم تجانس پدیده کارآفرینی؛
- کمیاب، غیر قابل پیش بینی بودن و خارق العاده بودن اشکال نوآورانه کارآفرینی که باعث می شود با رهیافتهای متداول کمی قابل بررسی همه جانبه نباشد؛ و
- ویژگی فرایندی بودن پدیده کارآفرینی می داند.

به لحاظ معرفت شناختی، گزارش های پژوهش کیفی سازگاری بیشتری با تجارب خوانندگان دارد. زیرا مملو از جزئیات و بینش هایی در خصوص تجارب مشارکت کنندگان از جهان اطراف شان است. پژوهش کیفی خصیصه ای تفسیری دارد و هدف آن کشف رخدادهای مهمی است که افراد آنها را تجربه کرده و پژوهشگران در پی تفسیر معانی آن هستند.

کارآفرینی فرایند یکپارچه ای از تجارب زندگی است. تجارب زندگی جهت مطالعه با دشواری بسیاری همراه هستند و اغلب روش شناسی های پیشین جهت مذاقه این عامل با شکست مواجه گردیده اند. بنابراین مدعی آن می شویم که یک راه جهت خروج و فرا رفتن از مرزهای پارادایم کارکردگرای، در نظر گرفتن، پارادایم های دیگر، با مفروضات متفاوت و متخالف است. از میان انواع پارادایم ها، پارادایم تفسیری و از بین روش شناسی های کیفی، پدیدارشناسی، بدلیل آنکه حالتی توصیفی، بازتابی، تفسیری و متعهدانه در درجستاری که به دنبال توصیف الزامات یک تجربه است را فراهم می نماید مناسب تشخیص داده شده است (vanmanen, 1995) موس تاکاس (۱۹۹۴) استراتژی تحقیق پدیدارشناسی را به عنوان شیوه ای در جستجوی فهم تجارب زندگی انسانی در ارتباط با پدیده مورد نظر تعریف نموده است و همچنین، آموختن مستقیم محقق از مشارکت کنندگان در یک تحقیق جهت فهم الگوها و روابط میان معانی، در بخش مربوط به روش شناسی، مشخص ساختیم که چطور

تحلیل تجارب مبتنی بر استراتژی تحقیق پدیدارشناسی برای مطالعات کارآفرینی، می تواند مؤثر واقع شده و مورد بهره برداری قرار بگیرد. روند رو به گسترش بکارگیری استراتژی های تحقیق آنگونه که در جدول ۳ ملاحظه می شود، همینطور روند فزاینده بهره مندی از پدیدارشناسی به عنوان روش شناسی در رساله های دکتری که در قسمت کاربرد پدیدارشناسی در مطالعات کارآفرینی تحقیق تشریح خواهند شد گواه این مدعی است. پدیدارشناسی به عنوان استراتژی تحقیق کیفی، جهت انجام تحقیق در کارآفرینی مناسب است، زیرا که هدف این پژوهش ها، تحلیل تجارب زیسته و بینش های کارآفرینان جهت تعیین جوهره و ماهیت آن به منظور دستیابی به جوهره و ماهیت پدیده مورد نظر است. محققان علم الاجتماع کیفی از روشها و نتایج خود در مقابل حمله دانشمندان علم الاجتماع تجربی و کمی با ادعای داشتن یک پارادایم جدا و قیاس ناپذیر از خود دفاع می کنند. این مدافعان علم الاجتماع کیفی به حمله متقابل مبادرت می کنند و چنین استدلال می کنند که پارادایم کمی و تجربی ناتوان از پرداختن با تفسیر و معانی انسانی است و اینکه اینها ابعاد اساسی هستند که در کنار آنها باید عمل انسانی، احساس و ارزش را فهمید (روزنبرگ، ۱۳۸۴، ۳۰۶). اگر بپذیریم که کارآفرینی پدیده ای اجتماعی است آنگاه (دانش و علم کارآفرینی) دانش (علوم فرهنگی) است که کار اصلی آنها تفسیر و تأویل پدیده های اجتماعی و انسانی است نه تبیین و کشف قانون. این پارادایم بر تفاوت های میان پدیده های طبیعی و پدیده های انسانی و اجتماعی تأکید می کند و کار پژوهشگران این عرصه را بیشتر تحلیل و شناخت (دلایل) و نه (علل) رفتارها و پدیده های انسانی و اجتماعی می شناسد.

توانمندی دانش کارآفرینی بیش از هر چیز در میزان کارآمدی آن در پاسخگویی و تحلیل و شناخت مسائل اجتماعی جامعه ای است که به آن تعلق دارند و به هیچ وجه نوعی نگرش محلی و تنگ نظرانه به این دانش کارآفرینی نیست زیرا اگر نظریه، ایده و دانشی بتواند یک مسئله انسانی و اجتماعی در یک جامعه و محل معین را به درستی بشناساند به حل مشکلی کمک نماید و در مسیر بهبود شرایط زیست انسان ها و تحقق ایده آل ها و خواسته های آنها کمک کند این دانش دارای اعتبار بین المللی نیز هست.

مروری بر پژوهشهای پدیدارشناسی در مطالعات کارآفرینی

با توجه به نظر علمای رشته کارآفرینی (bygrave, 1989, davidsson, 2004) کارآفرینی رشته ای جوان است و نیاز مبرمی به

انجام پژوهش‌های کیفی اکتشافی دارد. زیرا حقیقت آنست که هنوز جنبه‌ها و ابعاد بسیاری از کارآفرینی کشف نگردیده است. ضمن آنکه فیلیپس (۱۹۹۱) نیز با تفکیک مقام اکتشاف از - مطالعه معتقد است اکتشافات زیادی باید در این حوزه صورت پذیرد. نگارندگان معتقدند که روش‌شناسی مناسب جهت کشف ابعاد گوناگون و ناشناخته و تسخیر توصیفات فربه از موضوع کارآفرینی استراتژی تحقیق پدیدارشناسی می‌باشد. این مطلبی است که در طول سالیان اخیر مورد توجه بسیاری از علاقمندان و محققان حوزه علمی کارآفرینی قرار گرفته است. همانطور که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود تعداد ۱۳ رساله معرفی شده‌اند که تماماً با بکارگیری استراتژی تحقیق پدیدارشناسی به انجام رسیده‌اند و روند افزایشی در استفاده از پدیدارشناسی در مطالعات کارآفرینی را در طول سالیان اخیر می‌توان مشاهده نمود. این امر بی‌ارتباط با پیش‌بینی‌ها از آینده دانش کارآفرینی نیست. زهرا (۲۰۰۵) معتقد است که کارآفرینی در ادامه حیات علمی خویش بر ماهیت انسان در بروز و ظهور کارآفرینی متمرکز تر خواهد بود. لذا بهره‌گیری از روش‌شناسی‌های حوزه انسان‌شناسی نظیر پدیدارشناسی، قوم‌نگاری، تحلیل‌گفتمان و هرمنوتیک و روایت (neergaard, & ulhoi, 2007) نیز به تبع آن سهم و حضور پررنگ‌تری در مطالعات کارآفرینی خواهند داشت. قابل توجه است که تمامی این رساله‌ها و بدون استثنا در بخش اهداف تحقیق، دارای اهداف اکتشافی و توصیفی می‌باشند. به عنوان مثال می‌توان به هدف کشف موضوعاتی نظیر تئوری عمومی برای کارآفرینی (Zimmerman, 2008) ویژگی‌های شخصی - صفتی کارآفرینان (stevenson, 2010) موفقیت‌های کارآفرینان (reaves, 2008) فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان (vaughn, 2009) تجارب موفق کارآفرینان و ارزش‌ها و باورهای آنان (bann, 2007) اشاره نمود. مجموع پرسش‌های تحقیقی رساله‌های مورد بررسی مشتمل بر ۵۲ سؤال است که در این بین ۳۳ پرسش از "چیستی" و ۱۹ پرسش در باب پرسش "چگونگی" طرح شده است. تعداد زیاد پرسش‌های چیستی که مستلزم ارائه توصیفات گسترده حاصل از اکتشافات تحقیق است به دلیل نابالغ بودن رشته علمی کارآفرینی مورد نیاز است، ضمن اینکه مجال را برای ارائه سهم‌تئوریک هر تحقیق فراهم می‌نماید. بنابراین واضح است که با توجه به چرخه حیات کارآفرینی که در دوران جوانی خویش به سر می‌برد، اهداف اکتشافی و توصیفی و پرسش‌های چیستی و چگونگی سازنده ارکان نظری کارآفرینی در ادامه مسیر توسعه علمی آن است. کاربرد گسترده و روند رو به رشد بهره‌گیری از استراتژی تحقیق پدیدارشناسی که با اهداف توصیف و اکتشاف و پرسش‌های چه و چگونه

همخوانی دارد قطعا نقش و سهم این روش شناسی را در مطالعات کارآفرینی ارزنده تر و آشکارتر می سازد.

جدول ۳- رساله های پژوهشی پدیدارشناسی در مطالعات کارآفرینی

شماره	نویسنده	عنوان
۱	Jayaram madireddy(2010)	چالش های مدیریت و رهبری در دستیابی به موفقیت در راه اندازی فناوری: پژوهش پدیدارشناختی
۲	susan j.stevenson (2010)	ویژگیهای شخصیتی کارآفرینانه: مطالعه پدیدارشناختی ویژگیهای ادراک شده ای است که بر زنان در بروز کارآفرینی تاثیر گذار است.
۳	Christine H.Janssen- selvadurai(2010)	در باب شدن: تجارب زیسته یادگیری زنان کارآفرینان
۴	lani fraizer (2009)	تغییر دهندگان جامعه قرن ۲۱ و نسل جدید کارآفرینان اجتماعی
۵	Felicia Vaughn(2009)	مطالعه پدیدارشناختی تصمیم های کارآفرینانه آمریکایی های آفریقایی تبار
۶	William racine (2009)	مطالعه ای کیفی بر انگیزه ها و تجارب زیسته: ایجاد کسب و کارهای مخاطره آمیز توسط کارآفرینان محیطی در اوهایو
۷	wendy A.Finlay (2008)	تعادل کار و زندگی در کارآفرینان زن: مطالعه ای پدیدارشناختی
۸	Jack Zimmerman(2008)	پالایش و باز تعریف کارآفرینی
۹	Beth,b.Reaves(2008)	موفقیت کارآفرینانه: مطالعه پدیدارشناختی ویژگی های کارآفرینان زن موفق
۱۰	Frauke schorr(2008)	موفقیت کارآفرینانه (مطالعه پدیدارشناختی زنان کارآفرین)
۱۱	chrril. Bann(2007)	زیسته های کارآفرینانه: مطالعه ای پدیدارشناسانه ی تجارب زیسته کارآفرینان، شامل تاثیر ارزشها، باورها، نگرش ها و رهبری در فرایند کارآفرینی
۱۲	Jini lander(1999)	تجارب زیسته پرستارانی که به کارآفرینی نقل مکان کردند.
۱۳	Philips, Beatrice(1991)	کارآفرینی- تفسیر اتوبیوگرافی ها

جمع بندی

کارآفرینی عنصری حیاتی در رشد اقتصادی و سلامت اجتماعی می باشد. به عنوان یک قلمرو پژوهشی، ماهیت میان رشته ای کارآفرینی، عدم توافق و اجماع بر سر یک تعریف مقبول و نیز این نکته که اغلب تحقیقات علمی و دانشگاهی با تکیه بر فنون تجربی که مانع از حصول به درک جامع از پدیده کارآفرینی می شود، نهایتاً منجر به عجز محققان کارآفرینی در دستیابی به یک تعریف منسجم برای کارآفرینی می شود و شاید عدم تناسب استراتژی های تحقیق برخاسته از پارادایم کارکردگرایی در تشدید این مسئله، نقش آفرین اصلی باشند. پدیدارشناسی اگر درست فهمیده شود می تواند در مطالعات مهم علمای کارآفرینی سهم خود را ایفا نماید بدین منظور و برای اینکه خود را از درگیری با این مسئله که پدیدارشناسی کارآفرینی چیست برهانیم، لازم است یک بررسی جامع و منظم و اصولی در مورد پدیدارشناسی هوسرلی و انواع آن (پدیدارشناسی متعالی، روان شناختی، تأویلی، وجودی....) به عمل آوریم؛ گرچه این به تنهایی کافی نیست. برای هرگونه کمک به علم کارآفرینی، پدیدارشناسی می تواند پیش فرضهایی بسازد و فهم روشنی از اینکه کارآفرینی چیست و چه باید باشد را به آن منوط گرداند. بر همین اساس رشته علمی کارآفرینی را می توان با مراجعه به صاحبان تجارب زیسته یعنی کارآفرینان تعریف نمود و به تعیین قلمرو مطالعات آن بر اساس همین تعاریف پرداخت. پژوهش پدیدارشناسانه با پیشنهاد بکارگیری مفروضات بنیادی پارادایم تفسیری و با بهره گیری از مصاحبه های نیمه ساخت یافته با کارآفرینان در جستجوی اکتشاف و توصیفات غنی از وضعیت رشته کارآفرینی می باشد؛ که در آن توصیفات زمینی ای و ساختاری جهت دستیابی به جوهره و ذات پدیده کارآفرینی مورد استفاده قرار می گیرد. یافته های اینگونه از تحقیقات، ممکن است که بینش جدیدی و بومی را بر مجموعه پژوهشها و یا ادبیات نظری قلمرو کارآفرینی بیفزاید. بواسطه اهمیت این موضوع، بینش و اطلاعاتی از تجارب زندگی کارآفرینان فراهم می شود و این باعث می گردد تا سایرین نیز بتوانند از تجارب آنان بیاموزند.

پی نوشت ها

1. Multistage
2. Gartner
3. Stevenson & Harmeling
4. Bernstein

5. Subjective meaning
6. action
7. Inter subjectivity
8. Lived experience
9. Moustakas
10. Vanmanen
11. Nominalism
12. Antipositivism
13. Ideographic
14. Empathic observer
15. Horizontalization
16. Imaginative variation
17. Essence
18. Van kaam
19. Methodological orthodoxy
20. Grounded theory

منابع

بلیکی، نورمن. *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*، ترجمه حسن چاوشیان (تهران، نشر نی، چاپ اول، ۱۳۸۴).

بوریل، گیبسون و گرت مورگان. *نظریه های کلان جامعه شناختی و تجزیه و تحلیل سازمان*، ترجمه محمد تقی نوروزی (تهران، انتشارات سمت، چاپ دوم، ۱۳۸۶).
توسلی، غلامعباس. *نظریه های جامعه شناسی*، (تهران انتشارات سمت چاپ پانزدهم ۱۳۸۸).

روزنبرگ، الکس. *فلسفه علم*، ترجمه مهدی دشت بزرگی و فاضل اسدی مجد (تهران، انتشارات کتاب طه، چاپ اول، ۱۳۸۴).

شوتز، آلفرد. *چند مفهوم اصلی پدیدارشناسی*، ترجمه یوسف اباذری، مجله فرهنگ، (۱۳۷۱، کتاب یازدهم).

ین، رابرت. *تحقیق موردی*، ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی، چاپ دوم، (تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۱).

Acs, z. & Audretsch, D. (2003), 'Handbook of Entrepreneurship research: An Interdisciplinary survey and Introduction', kluwer, Dordrecht.

- ACS, Z.J.& Audretsch, (Eds)(2005), '*Hand book of Entrepreneurship research An Interdisciplinary survey and introduction*', Ny: springer science tbusiness media.
- Aldrich, H.(1992). '*Organizations evolving*' Thousand OAKS,CA: Sage Publications.
- Bann, cheryll, (2007), '*entrepreneurial lives: A phenomenological study of the lives Experience of the Entrepreneur, including; the influence of values, Beliefs, Attitudes, And leadership In the Entrepreneurial Journey*', A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- Berglund, Henrik. "*Researching Entrepreneurship as a lived Experience*", in : Neergaard Helle and Parm ulhoi, (2007), '*Hand Book of Qualitative Research methods in Entrepreneurship*', Edward Elgar Publishing. Inc.
- Bernstein, I, Richard., (1976), "*the restructuring of social and political theory*", n.y.: harcuant brace jauanaiuch.
- Bourne, a, kristina(2006), '*in and out of Balance: women Entrepreneurs and the Gendred work of work- family*', A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- Bygrave, W.D.& Hofer, c.w.(1991). '*Theorizing about entrepreneurship*' *Entrepreneurship theory and practice*, 16(2),13-22.
- Bygrave, William, *the Entrepreneurship Paradigm (I) Revisited*. In: Neergaard Helle and Parm ulhoi, (2007), '*Hand Book of Qualitative Research methodsin Entrepreneurship*', Edward Eigar Publishing. Inc.
- Creswell, w. John, (2007), "*Qualitative Inquiry and research design; choosing Among Five approaches*", (second Edition).thousands oaks, ca, Sage Publications.
- De marrais , k., & tisdale , k. (2002), "what happens when researchers inquire into difficult emotions? reflection on women anger through qualitative interview" *journal of educational psychologist*,32(2).115-123.
- Finaly,a wendy (2008), '*work- life Balance In women Entrepreneurs: A Phenomenological study*', A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- fraizer, Lani, (2009), '*21st century social change makers and next Generation social Entrepreneurs*', A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- Gartner, W.B. (2001), "Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 25 No. 4, pp. 27-39.

- Grant, P. and Perren, L. (2002), "Small business and entrepreneurial research: meta-theories, paradigms and prejudices", *International Small Business Journal*, Vol. 20 No. 2, pp. 185-211.
- Hindle, k. (2004), 'choosing Qualitative methods for entrepreneurial research: A canonical development approach'. *Entrepreneurship theory and practice*, 575-607.
- Howorth, carole, And tempest, sue, and coupland, Christine, (2006) , 'Rethinking Entrepreneurship methodology and definitions of the Entrepreneurs', *Journal of small Business and Enterprise Development*, vol.12,No,1. PP: 24-40.
- Ireland,R.D , Reutzed, C.R,Webb,J.W.&Texas,cs. (2005). 'Entrepreneurship research in AMJ: what has been Published, what might the future hold', *Academy of management Journal*, vd.48.no.4:558-564.
- Janssen- selvadurai ,Christine H., (2010), '*on Becoming: the lived learning experience of female Entrepreneurs*', A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- Lander, jini, (1999), '*the lived experience of nurses who transition Into Entrepreneurship*', A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- Low, M.B. (2001), "The adolescence of entrepreneurship research: specification of purpose", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 25 No. 4, pp. 17-25.
- Low, sarah, (2009), '*Defining and measuring entrepreneurship for regional research: A new approach*' Ph.D., University of Illinois at Urbana-Champaign.
- madireddy, Jayaram (2010), '*management and leadership challenges In Achieving success By Technology start- ups: A phenomenological study*', A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- Miller ,l.robert., brewer .d.john.,(2003),"*the A-Z of social research*" a dictionary of key social science research concepts.
- Moerer,tammy, & creswell,john,(2004),"*using transcendental phenomenology to explore the "ripple effect" in a leadership mentoring program*, *international journal of qualitative methods*,3(2),june,2004
- Moustakas, C. E. (1994). *Phenomenological research methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Murphy, J.Patrick, liao , Jianwen, & welsch, P.Harold, (2006), 'A conceptual history of entrepreneurial thought', *Journal of management history*. Vol. 12 , No. 1. PP. 12-35.
- Neergaard Helle and Parm ulhoi, (2007), '*Hand Book of Qualitative Research methods in Entrepreneurship*', Edward Eigar Publishing. Inc.
- Parker, c.s.,(2005), 'the economics of entrepreneurship ',now publishers inc.
- Phillips, Beatrices, (1991), '*Entrepreneurship- Interpretation of Autobiographies*', A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning
- Racine,p, William (2009), '*A Qualitative study of motivations and lived Experiences: New venture creation of Environmental Entrepreneurs in ohio*' , A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- Priest , h, (2002), "an approach to the phenomenological analysis of data", *news researchers*,10(2),50-63
- Rapport, f, & wainwright , p, (2006), "phenomenology as a paradigm of movement" ,*nursing inquiry* ,13(3), 228-236.
- reaves,b Beth (2008), '*Entrepreneurial success: A phenomenological study of the characteristics of successful female Entrepreneurs*', A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- Schildt,H.A.,Zahra, S.A,& Sillahpaa,A.(2006).' Scholarly communities in entrepreneurship research: A co- citation analysis'. *Entrepreneurship theory and practice*, 399-415.
- Schorr, Frauke,(2008), '*entrepreneurial success full: phenomenological study of women entrepreneurs*', A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- shane,s.& Venkataraman, s.(2001), 'entrepreneurship as a field of research': A response to Zahra & Dess, singh, and Erikson, *Academy of management Review*, 26,13-16.
- Stevenson, H. and Harmeling, S. (1990), "Entrepreneurship's need for a more chaotic theory", *Journal of Business Venturing*, Vol. 5 No. 1, pp. 1-14.
- Stevenson,s,j,(2010), '*entrepreneurial characteristics: the phenomenological study of the perceived characteristics that influence women to pursue entrepreneurship*' A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.

- Van Manen , m. (1990), “*researching lived experience :human science for an action sensitive pedagogy*. London , Ontario , Canada: the university of western Ontario.
- vaughn,h. Felicia (2009), ‘*A phenomenological study of the Entrepreneurial Decision for African American Entrepreneurs*’, A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.
- Yanowa,dvora. & Schwartz-shea , peregrine., (2006),”*interpretation and method ;empirical research methods and the interpretive turn*”. By M.E,SHARPE London inc.
- zahra, shaker, ‘*Entrepreneurship and Disciplinary scholarships: Return to the fountainhead*’, in : Alvarez, sharon A,Agrawal, Rajshree;Sorenson, olav; (2005), ‘*Hand Book of Entrepreneurship research; Disciplinary Perspectives*’, Boston, MA:Springer.
- Zimmerman, Jack, (2008), ‘*Refining the definition of Entrepreneurship*’, A Dissertation for the degree Doctor of philosophy. Pro Quest Information and learning company.