



10.30497/SMT.2022.243011.3380

*Quarterly Scientific Journal of Strategic Management Thought (Management Thought),
Research Article, Vol. 16, No. 4 (Serial 34) winter 2023*

Introducing the "Vignette Method" as an Effective Tool in Perceptual Research and an Example of its Application in Measuring the Perception of Organizational Justice

Hamid Eizadbakhsh*
Meysam Hajqorbani**
Mohamad Sadiq Torabzadeh Jahromi***

Received: 24/04/2022
Accepted: 23/04/2023

Abstract

Vignette method is one of the data collection tools in quantitative and qualitative research that is used especially in extracting values, beliefs, attitudes and also obtaining sensitive and ethical information of research participants. Common data collection tools such as questionnaires, interviews and observations are subject to challenges that the vignette method tries to reduce as much as possible: Researcher's bias in power asymmetry, the challenge of interpreting the message, lack of trust in the researcher, group thinking, the challenge of the abstractness of the participant's answer are among those challenges.


In this article, an attempt has been made to examine the different aspects of the reflective method and its strengths and weaknesses in the field of social research through the literature review. While referring to the definition, purpose, scope of application and the roots of the desire for this method, the design steps of vignette are also fully described. An example of the application of this method in the matter of measuring the perception of organizational justice is also provided.

Keywords

Vignette Method; Perceptometry; Methodology; Organizational Justice; Perception of Justice.


* Ph.D. candidate of public management, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

h.eizadbakhsh@isu.ac.ir

 0000-0002-8423-4474

** Master's student of public administration, Imam Sadiq University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)

m.hajqorbani@isu.ac.ir

 0000-0002-8858-4359

*** Ph.D. candidate of Public Policy, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

torabzadeh@isu.ac.ir

 0000-0002-4046-0090



فصلنامه علمی اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)، مقاله پژوهشی
سال شانزدهم، شماره چهارم (پیاپی ۳۴)، زمستان ۱۴۰۱، صص. ۷۷-۱۰۲

معرفی روش انعکاسی به‌عنوان ابزاری کارآمد در پژوهش‌های ادراک‌سنجی و نمونه‌ای از کاربرد آن در سنجش ادراک عدالت سازمانی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۰۳
مقاله برای اصلاح به مدت ۱ روز نزد نویسنده (گان) بوده است.

10.30497/SMT.2022.243011.3380

حمید ایزدبخش*
میثم حاجی قربانی**
محمدصادق توابزاده جهرمی***

چکیده

روش انعکاسی یکی از ابزارهای گردآوری داده در پژوهش‌های کمی و کیفی به‌شمار می‌رود که به‌ویژه در استخراج ارزش‌ها، باورها، نگرش‌ها و نیز دستیابی به اطلاعات حساس و اخلاقی مشارکت‌کنندگان پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد. ابزارهای معمول گردآوری داده از قبیل پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده، در معرض چالش‌هایی هستند که انعکاس‌ها تلاش می‌کنند آنها را تا حد ممکن کاهش دهند: سوگیری پژوهشگر در عدم تقارن قدرت، چالش تفسیر پیام، عدم اعتماد به پژوهشگر، گروه‌اندیشی، چالش انتزاعی بودن پاسخ مشارکت‌کننده و... .

در این مقاله، سعی شده است تا از مسیر بررسی ادبیات، ابعاد مختلف روش انعکاسی و نقاط قوت و ضعف آن در فضای پژوهش‌های اجتماعی بررسی گردد. ضمن اشاره به تعریف، خاستگاه، گستره کاربرد و ریشه‌های تمایل به این روش، مراحل طراحی یک انعکاس نیز به‌طور کامل شرح داده شده است. همچنین نمونه‌ای از کاربرد این روش در موضوع سنجش ادراک عدالت سازمانی نیز ارائه می‌شود.

واژگان کلیدی

روش انعکاسی؛ ادراک‌سنجی؛ روش‌شناسی؛ عدالت سازمانی؛ ادراک عدالت.

* دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران.

h.eizadbakhsh@isu.ac.ir

0000-0002-8423-4474

** کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

m.hajqorbani@isu.ac.ir

0000-0002-8858-4359

*** دانش‌آموخته دکتری سیاستگذاری عمومی، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران.

torabzadeh@isu.ac.ir

0000-0002-4046-0090

مقدمه

حجم وسیعی از پژوهش‌های اجتماعی، ناظر به مطالعه باورها، نگرش‌ها، ارزش‌ها و ادراکات است. این مطالعات، خاستگاه بسیاری از چالش‌ها برای کاربری روش‌شناسی‌های پژوهش‌های اجتماعی است که سعی دارند تا حد ممکن واقعیت زندگی مردم را به‌طور کامل استخراج کرده و دریابند (Hughes & Huby, 2004, p. 36). مطالعات تجربی پیرامون عقاید، ارزش‌ها و هنجارها نشان می‌دهد که ما همواره با سؤالات دشوار روش‌شناختی مواجهیم. این چالش‌ها صرفاً فنی نبوده و ابعادی فلسفی و نظری نیز دارند. به‌طور مثال باید پرسید تا چه میزان کنش‌های انسانی می‌توانند بازتاب‌دهنده جهانی‌ها باشند. این سؤالات و ابهامات روش‌شناختی، تأثیر وافر بر روش‌های پیمایشی خواهند داشت (Finch, 1987, p. 105).

فاصله ادراکی پژوهشگر با مشارکت‌کننده، چالش حریم خصوصی وی و توان ابراز رفتار و گفتار خلاف آنچه هست، دخیل شدن تفسیر مشارکت‌کننده در ابراز رفتار و گفتار خود، چند بعدی بودن منشأ یک پاسخ توسط مشارکت‌کننده و... می‌توانند از جمله عواملی باشند که حساسیت انتخاب و استعمال ابزار گردآوری داده را بیش از پیش می‌کند. در عین حال، این توجه وجود دارد که هر روشی، اقتضائات و محدودیت‌های خاص خود را دارد و در به‌کارگیری باید به این اقتضائات و محدودیت‌ها توجه داشت.

در کنار روش‌های رایج مصاحبه، مشاهده، پرسشنامه و گروه کانونی که به ادراک و رفتار مشارکت‌کننده توجه دارد، روش دیگری نیز برای تکمیل برخی از نواقص ابزارها و روش‌های گردآوری داده مطرح شده است. در این مقاله تلاش می‌شود ابتدا روش انعکاسی و انعکاس‌ها تعریف شده و در بیان تمایزات این روش با سایر روش‌های گردآوری داده، علل گرایش به این شیوه جدید را واکاوی نماییم. انواع انعکاس، طراحی و تفسیر آن از جمله محورهای دیگر این نوشتار خواهد بود. در انتها نیز پس از بیان قوت‌ها، چالش‌ها و ضعف‌های روش انعکاسی، مثالی از کاربرد انعکاس در ادراک‌سنجی عدالت سازمانی که توسط نویسندگان به‌عنوان یک ابزار پیمایشی بهره‌گیری شده است، ذکر خواهد شد.

۱. تعریف روش انعکاسی

انعکاس‌ها، داستان‌هایی کوتاه با کاراکترهای فرضی در یک موقعیت خاص هستند که پاسخ‌دهندگان نسبت به این موقعیت مورد سؤال واقع می‌شوند (Finch, 1987, p. 105). به تعبیر ویلکس^۱ (2004) و ویلسون و وایل^۲ (1998)، آنها، شبیه‌سازی‌هایی از رخداد‌های واقعی هستند که در قالب موقعیت‌های فرضی به تصویر کشیده می‌شوند. مشخصه اصلی این شیوه، خواه در پژوهش کمی و یا کیفی، کاوش باور ذهنی مشارکت‌کنندگان است (Renold, 2002, p. 3). به همین دلیل، ابزاری توانمند در استخراج معانی، باورها، قضاوت‌ها و کنش‌های هر موقعیت متفاوت هستند (Barter & Renold, 2000, p. 308; Wilks, 2004, p. 79).

در این روش، شرکت‌کنندگان می‌توانند بر روی شخصیت‌های خیالی ارائه‌شده توسط انعکاس‌ها تمرکز کنند و بر این اساس، می‌توان گفت‌وگوهای اخلاقی را با آنها آغاز کرد (Rizvi, 2019, p. 26). داستان، رفتار شخصیت‌ها را در زمینه و بستری مشخص ترسیم می‌کند و به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا زاویه دید مشارکت‌کنندگان را نسبت به مسائل برآمده از این موقعیت فرضی واکاوی کند. روش‌شناسی انعکاس به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا این مسائل را به صورت نظام‌مند بررسی کند؛ مسائلی که ممکن است مشارکت‌کنندگان نسبت به اظهارنظر پیرامون آنها موضع‌گیری داشته باشند یا از آن زاویه احساس خطر کنند (Hughes, 2012, p. 704).

انعکاس‌ها به مقایسه انگیزاننده‌هایی می‌پردازند که به صورت انتخابی و فعال، عناصری از واقعیت را در معرض پاسخ مشارکت‌کنندگان در پژوهش می‌گذارند (Renold, 2008, p. 918). زمانی که سناریوی انعکاس، واقعی و قابل پذیرش به نظر برسد، انعکاس‌ها بهره‌وری بیشتری خواهند داشت (Renold, 2002, p. 4). به عبارت دیگر اینکه ادراک مشارکت‌کنندگان چه می‌باشد و ایشان به موضوع مورد مطالعه چگونه می‌نگرند، نکته کلیدی در انعکاس‌ها است (Hughes, 2008, p. 918).

از حیث قالب، انعکاس‌ها، سناریوها یا داستان‌هایی در شکل نوشتاری یا تصویری می‌باشند که مشارکت‌کنندگان قادرند نظرات خود را در مورد آنها بیان کنند (Renold, 2004; Hughes & Huby, 2002, p. 3). معمولاً پژوهشگران از قالب‌های متنی برای

انعکاس‌ها استفاده می‌کنند (Wilson & While, 1998, p. 79; Wilks, 2004, p. 79). با این حال، اشکال دیگری مانند تصاویر ثابت و متحرک (فیلم)، محتوای ویدئویی و انیمیشن و سایر قالب‌های ارائه نیز در این روش به کار گرفته شده است (Erfanian & Roudsari, 2020, p. 2134).

به‌عنوان نمونه، یکی از انعکاس‌های متنی به کار گرفته شده در پژوهش کونو^۳ (2003, p. 1197) را مشاهده می‌کنید:

مالک یک فروشگاه کوچک مواد غذایی، دو کارمند دارد: مایک و بیل. بهره‌وری و سخت‌کوشی هر دو یکسان بوده و الآن هر یک، ۷ دلار به ازای هر ساعت دریافت می‌کنند. مالک تصمیم به انتقال فروشگاه به مکانی جدید نزدیک به جایی می‌گیرد که می‌داند در آنجا، کسب و کار بهتر خواهد شد. به کارکنان خود اطلاع می‌دهد که اگر بخواهند در مکان جدید، به کار خود ادامه دهند، او قادر به افزایش دستمزد آنها خواهد بود. مالک توضیح می‌دهد که آنها مسئولیت مشابهی را دنبال خواهند کرد اما یکی از کارکنان ۸ دلار و دیگری ۱۲ دلار به ازای هر ساعت، دریافت خواهند کرد. او همچنین تشریح می‌کند اینکه چه کسی دستمزد بیشتری دریافت کند، بعداً توسط یک سکه مشخص خواهد شد. کارکنان می‌توانند انتخاب کنند که با مالک فروشگاه و تحت این شرایط، به مکان جدید رفته یا اینکه کار مشابهی را در جایی دیگر با همین ۷ دلار در هر ساعت بیاورند. هر دو می‌پذیرند که با مالک فروشگاه باشند. لطفاً شرایط مالک فروشگاه برای دستمزدهای جدید را با دو معیار عادلانه یا ناعادلانه ارزیابی کنید.

نتیجه پرسش از جامعه ۱۴۲ نفری: عادلانه ۱۴٪ ناعادلانه ۸۶٪

۲. خاستگاه انعکاس؛ چالش‌های ابزارهای گردآوری داده

مصاحبه، پرسشنامه و مشاهده‌ی افراد و پدیده‌ها، سه شیوه عمده گردآوری داده‌ها در پژوهش‌های پیمایشی هستند (دانایی‌فرد، الوانی و آذر، ۱۳۹۶، ص. ۲۶۶). اما باید توجه داشت که برای شناسایی و کشف ارزش‌ها، روش‌های پژوهش مستقیم، با محدودیت‌هایی مواجه‌اند (Wilks, 2004, p. 78). در نگاه اول، مصاحبه یک واژه بی‌طرفانه به نظر می‌رسد؛ اما با دقت بیشتر اینگونه فهم می‌شود که مصاحبه یک رابطه نامتقارن قدرت را در خود دارد؛ به این معنا که مصاحبه یک مکالمه روزمره بین دو فرد هم‌جایگاه با موقعیت هستی‌شناختی برابر نیست. غالباً این تصور وجود دارد که مصاحبه‌گر از شایستگی علمی برخوردار است، وی موقعیت مصاحبه را تعریف کرده، تصمیم می‌گیرد که کدام پاسخ‌ها دنبال شوند و به فرآیند مصاحبه جهت می‌دهد. بنابراین مصاحبه برای محقق ابزاری است

تا توصیف‌ها، روایت‌ها، متون و گزارش‌های برحسب علاقه‌ی شخصی و تحقیقی خود را تولید کند. همچنین مصاحبه‌گر، امتیاز تفسیر محتوای مصاحبه را در اختیار دارد که این نیز عامل دیگری در راستای تأیید عدم تقارن ذاتی قدرت در هستی‌شناسی روش مصاحبه است (محمدپور، ۱۳۹۰، ص. ۱۴۶). علاوه بر اینکه پژوهشگر ممکن است داده‌ها را دست‌کاری کرده و دچار سوگیری شود، پایایی و روایی مصاحبه‌ها نیز مورد تردید است. گفتنی است تکرارپذیری مصاحبه دشوار بوده و نیاز به زمان طولانی و تعامل بین مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده دارد (دانایی‌فرد، الوانی و آذر، ۱۳۹۶، ص. ۲۶۹). همچنین گهگاهی افرادی که به مصاحبه دعوت می‌شوند، حالت دفاعی، خصمانه و بی‌اعتماد نسبت به امر پژوهش گرفته و این امر، دشواری‌هایی را برای مصاحبه‌گر ایجاد می‌کند (دانایی‌فرد، الوانی و آذر، ۱۳۸۶، ص. ۱۷۸). نقد دیگری که می‌توان بر طرح مصاحبه وارد دانست، این است که اگر مصاحبه‌شونده بین خود و مصاحبه‌کننده فاصله اجتماعی احساس کند، تمایل کمتری برای دادن پاسخ‌های درست دارد؛ خصوصاً اگر خود را از طبقه پایین‌تر جامعه و مصاحبه‌کننده را از طبقات بالاتر جامعه بداند (دلاور، ۱۳۸۹، ص. ۱۱۴).

گاهی پژوهشگر برای گردآوری داده‌های موردنیاز خود از روش مشاهده استفاده می‌کند. مشاهده روشی است که داده‌های دست اول با مشاهده افراد و یا مکان‌ها و یا موردها در محل موردنظر برای پژوهش گردآوری می‌شود. این روش بیشتر در پژوهش‌های کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد (دانایی‌فرد، حسینی و میرزایی، ۱۳۹۲، ص. ۱۳۶). علاوه بر مزیت‌های منحصر به فردی که دارد، معایبی نیز دارد که قابل توجه است. در روش مشاهده، پژوهشگر حتماً باید در محیط پژوهش باشد تا پدیده را در حالت طبیعی مطالعه کند. بنابراین ممکن است که افراد موردمشاهده در طول دوران انجام پژوهش به شیوه‌ای متفاوت عمل کنند و این سبب می‌شود تا آسیب سوگیری پاسخ‌دهنده ایجاد شده و روایی نتایج مشاهده را تهدید کند. پس از آن پژوهشگر اقدام به استنباط‌هایی از مشاهدات خود می‌کند که در اینجا نیز آسیب سوگیری مشاهده‌گر جدی است (دانایی‌فرد، الوانی و آذر، ۱۳۹۶، ص. ۲۹۷).

همچنین اگر بنا باشد تا از روش‌هایی نظیر گروه کانونی و زیرمجموعه‌های آن به عنوان ابزاری برای نگرش‌سنجی استفاده شود آنها نیز خالی از اشکال نخواهند بود. در بسترهای

گروهی، افراد علاقه‌ی کمتری به افشای اطلاعات حساس دارند، زیرا حداقل تأمین اطمینان یا گمنامی وجود دارد. از همین‌رو مشارکت‌کننده‌ها بحث گروهی را به خوبی ادامه نمی‌دهند. روش گروه کانونی، تأثیرها و پیامدهای منفی بر موضوع‌ها می‌گذارد. مخصوصاً زمانی که اعضای گروه در بسترهای اجتماعی دیگری پیوند داشته باشند (محمدپور، ۱۳۹۰، ص. ۱۸۰). علاوه بر این، دیدگاه‌های مختلف در گروه کانونی را به سختی می‌توان با هم آشتی داد و ایجاد تفاهم بین طرفین زمان‌بر است و بدون تفاهم، پاسخ‌ها چندان کامل نخواهد بود (دانایی‌فرد، الوانی و آذر، ۱۳۹۶، ص. ۲۶۹). همچنین ممکن است که گروه کانونی تحت تسلط برخی از افراد قدرتمند درون گروه قرار گیرد و تنوع دیدگاه‌های جامعه به خوبی منعکس نشود (دانایی‌فرد، الوانی و آذر، ۱۳۹۶، ص. ۲۹۸).

روش انعکاسی در پاسخ به چنین اشکالاتی ظاهر شده و تلاش دارد تا بر این چالش‌ها فائق آید: چالش سوگیری پژوهشگر در عدم تقارن قدرت، چالش تفسیر پیام، عدم اعتماد به پژوهشگر، تغییر درونی مشارکت‌کننده در طی زمان، فشار گروه‌اندیشی، چالش انتزاعی بودن پاسخ مشارکت‌کننده و... چنانکه در ادامه خواهد آمد، مزایای روش انعکاسی موجب شد که این روش بتواند به‌عنوان جایگزینی عملیاتی برای سایر ابزارهای جمع‌آوری داده، مانند مصاحبه یا گروه کانونی استفاده شود (Rizvi, 2019, p. 10). برخی همچون مایلز^۴ (۱۹۹۰) انعکاس‌ها را به‌عنوان روشی جدید در گردآوری و تحلیل داده‌های کیفی طرح کرد و برخی آنها را در کنار پرسشنامه و مصاحبه و آزمایش و... ترسیم کرده‌اند و برخی آن را بازطراحی جدیدی در پرسشنامه، پیمایش و مصاحبه می‌دانند (O'Dell, 2012, p. 704).

پژوهشگران علوم اجتماعی که درگیر در امر پیمایش هستند، اغلب با این مشکل مواجه‌اند که مفاهیم مدنظرشان را نمی‌توانند به‌صورت عینی اندازه‌گیری کنند. این دشواری ریشه در این دارد که مفهوم به‌راحتی قابل اندازه‌گیری نیست؛ بلکه نوعی خودارزیابی ذهنی را باید جایگزین کرد. باین‌وجود در نبود مقیاس‌های عینی، ممکن است هر پاسخ‌دهنده‌ای، مقیاس را به نحوی تفسیر کند (Chevalier & Fielding, 2011, p. 569). روش انعکاسی سعی دارد تا با طرح زمینه، مقیاس‌های ذهنی را هر چه بیشتر

متحد کند. انعکاس‌ها، توصیفاتی کوتاه از فرد یا موقعیتی اجتماعی هستند که دربردارنده ترجیحات مشخص نسبت عوامل مهم در فرایند تصمیم‌گیری و قضاوت پاسخ‌دهندگان هستند. بنابراین، به جای آن‌که خواسته شود یا لازم باشد پاسخ‌دهندگان، اطلاعاتی را از خود در مواجهه با سؤالاتی ساده، انتزاعی و مستقیم ارائه کنند، بیشتر توسط پژوهشگر است که اطلاعات تفصیلی عرضه می‌شود و از این مسیر، پاسخ‌ها استاندارد می‌شوند (Alexander & Becker, 1987, p. 94). به همین دلیل، نوعی شبیه‌سازی در حال وقوع است.

گفته می‌شود که پرسشنامه‌ها و مصاحبه‌ها چندان برای مطالعه نگرش‌ها و رفتار افراد مناسب نیستند؛ چراکه خوداظهاری‌های تورش‌دار و غیرقابل اعتمادی را منعکس می‌کنند. یکی از علل این امر، انتزاعی بودن پاسخ‌هاست. به همین دلیل، هر پاسخ‌دهنده بر اساس تصویر ذهنی شخصی نسبت به وظیفه خود پاسخ می‌دهد. راه حل روشن آن است که انگیزاننده‌های ارائه‌شده به پاسخ‌دهنده کاملاً مشخص و تا حد ممکن تفصیلی باشد تا پاسخ‌دهنده خود را در شرایط واقعی تصمیم‌گیری ببیند و انتزاعی پاسخ ندهد. از همین رو، روش انعکاسی برای استخراج ارزش‌های فرهنگی برآمده از نگرش و باور پاسخ‌دهندگان نسبت به موقعیتی خاص، به شدت قابل استفاده است تا چارچوب‌های اخلاقی مشارکت‌کنندگان را برجسته سازد (Renold, 2000, p. 310). این روش، تلاش دارد تا به لایه‌های زیرین باور و نگرش نفوذ کند و به نوعی وجدان پاسخ‌دهنده را به میدان آورد. از نگاه الکساندر و بکر^۵ (1987) یکی از مشکلات اساسی در پژوهش پیمایشی و افکارسنجی، ابهامی است که اغلب ناشی از مواجهه پاسخ‌دهندگان پیمایش با سؤالاتی است که در آنها قرار است ناظر به تصمیم یا قضاوتی با استفاده از اطلاعات محدود و انتزاعی پاسخ دهند. استفاده از انعکاس به استانداردسازی محرک‌های اجتماعی بین پاسخ‌دهندگان کمک می‌کند و باعث می‌شود که موقعیت تصمیم‌گیری واقعی‌تر شده و از انتزاعش کاسته شود. در روش انعکاسی، سعی می‌شود با استفاده از مجموعه متنوعی از متغیرها، نگاه پاسخ‌دهنده به صورت حداکثری استخراج شود (p. 103).

۳. گستره کاربرد انعکاس

انعکاس‌ها به‌منابه ابزارهای گردآوری داده در عرصه‌های پیچیده پژوهشی به‌شمار می‌روند (Wilson & While, 1998, p. 79) و از این‌رو، طیف گسترده‌ای از کاربردها را نیز در بر می‌گیرند؛ از دلالت‌های مدیریتی به مدیر در تعیین موقعیتی که اقدام خاص نیازمند است تا ارزشیابی تصمیمات و قضاوت‌های اخلاقی و تعاملات رفتاری، همچنین در آزمودن تئوری‌ها، مشخص کردن ریشه‌های کلی در پژوهش قوم‌نگاری و انجام سنجش‌های پیمایشی (Wason et al., 2002, p. 42). جنکینز و همکاران^۶ (2010) نیز این روش را یک روش پژوهش جامعه‌شناختی معرفی می‌کنند (p. 176).

چنانکه قبلاً بیان شد، برخی آن را یک ابزار جدید و برخی آن را بازطراحی ابزاری مثل پرسشنامه در یک پیمایش می‌دانند. گورمن و کلیفتون^۷ (2011) و فینچ^۸ (1987) از انعکاس به‌عنوان ابزار پیمایش یاد کرده‌اند (p. 106)، اما در عرصه‌های مشخصی از پژوهش‌های آزمایشگاهی روانشناسی اجتماعی نیز انعکاس‌ها مورد استفاده قرار گرفته است؛ از جمله در شبیه‌سازی تصمیم‌گیری هیئت منصفه، جرم‌شناسی و تصادفات اتومبیل (Alexander & Becker, 1978, p. 94). بنابراین، از انعکاس، هم به‌عنوان روش آزمایشگاهی استفاده شده است (Nosanchuk, 1972)، و هم به‌عنوان روش پیمایشی (Thurman et al., 1988).

از زاویه سوم، انعکاس‌ها در طیف کمی تا کیفی به ایفای نقش می‌پردازند (Hughes, 2008, p. 918). هرچند انعکاس‌ها در طول طیف کمی-کیفی استفاده می‌شوند، اما به‌طور ویژه، در کاوش ادراکات، نگرش‌ها، و رفتارها در پژوهش کیفی به‌کار می‌روند (Hughes, 2008, p. 918). می‌توان اینگونه گفت که استفاده از روش انعکاسی، در تحقیقات کیفی مناسب‌تر و قابل استفاده‌تر است (Kandemir & Budd, 2018, p. 2).

پژوهشگران کیفی برای حفظ واقعیت‌گرایی، انعکاس‌هایی مبتنی بر موقعیت‌های واقعی می‌سازند. در این حالت از پرسش‌های پایان باز استفاده می‌شود تا مشارکت‌کننده بتواند قضاوت خود را تبیین کند و اگر مؤلفه خاصی مدنظرشان هست که از دید پژوهشگر مغفول مانده است را ابراز دارند. اما پژوهشگران کمی اغلب با دست‌کاری کردن ویژگی‌های از پیش تعیین شده (متغیرها و اطلاعات) به‌صورت سیستماتیک، انعکاس‌های

مختلفی طراحی می‌کنند (Martin, 2004, P. 2). خلاف مسیر کیفی، در این حالت، متغیرها و شرایط صرفاً توسط پژوهشگر تغییر می‌کند. این روش در پارادایم کمی، معمولاً در قالب یک روش مجزا یا در کنار یک پرسشنامه پیمایشی با حجم بالا مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این فضا، تعدادی سناریوی استاندارد ارائه شده و از مشارکت‌کنندگان درخواست پاسخ‌دهی می‌شود (Barter & Renold, 2000, P. 309). علاوه بر پژوهش‌های رایج کمی و کیفی، ارزشیابی نیز از ابزار انعکاس بهره برده است. به طور مثال جاشوم و پرشی^۹ (۱۹۹۳) و گلینر، هابر و ویز^{۱۰} (۱۹۹۹) در حوزه ارزشیابی از انعکاس استفاده کرده‌اند.

جمع‌بندی آنکه گستره استفاده از انعکاس را می‌توان در چند محور خلاصه کرد:

- گستره استفاده در مطالعات کمی تا کیفی و ارزشیابی
- گستره استفاده در مطالعات پیمایشی، آزمایشگاهی تا مطالعات قوم‌نگاری و جامعه‌شناختی.
- گستره استفاده در حوزه‌های مختلف مثل مدیریت، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، جرم‌شناسی، اقتصاد، خانواده، بازاریابی و ...

۴. ریشه‌یابی تمایل به استفاده از این روش

روش انعکاسی یا انعکاس ذهنی، در مواجهه با مشکلات شیوه‌های متداول پیمایش پیشنهاد شده است. پژوهشگران به علت تورش داشتن و غیر قابل اعتماد بودن پاسخ‌ها (در استفاده از پرسشنامه و مصاحبه) که به منظور استخراج رفتار و نگرش انسان استفاده می‌شوند، با مشکلاتی مواجه شدند. علل این تورش مختلف است؛ از جمله ابهام و اختصار در سؤالات و موضوعات پژوهش و همچنین پاسخ‌دادن مشارکت‌کنندگان بر اساس ادراکات و تجربیات قبلی خود (Alexander & Becker, 1978, p. 93). از این رو شیوه جدیدی ارائه شد که در آن سعی شده است از مشکلات روش‌های قبلی کاسته شود. در روش جدید سؤالات و موضوعات مبهم نیست، زیرا سعی می‌شود سؤالات در بستری نزدیک به دنیای واقع ارائه شده تا پاسخ‌دهندگان بتوانند به قضاوت و یا تصمیم‌گیری بهتری بپردازند. به طوری که وست^{۱۱} بیان می‌کند (۱۹۸۲)، اکثر کسانی که از این شیوه در پژوهش‌های خود استفاده کردند - هر چند تعداد آنها زیاد نیست - به دو

نکته اعتراف داشته‌اند: اول اینکه از شیوه‌های معمول که به شکل پرسشنامه برای استخراج عقاید استفاده می‌شود، برتر است؛ و ثانیاً دستاوردهای آن، مشابه دنیای واقع می‌باشد (ص. ۱). به عبارت دیگر زمینه در این شیوه نقش برجسته‌ای دارد.

انعکاس خصوصاً در پژوهش کیفی، خلاف عمده پرسشنامه‌ها، با سؤالات ثابتی مواجه نیست که پاسخ‌دهنده نتواند به راحتی عقاید و ارزش‌های خود را بروز دهد؛ بلکه سؤالات انتها-باز در انعکاس‌ها حضور پررنگی دارند. البته این کار، ما را با مشکل عدم تعمیم‌پذیری و حتی دشواری مقایسه بین پاسخ‌دهندگان یک انعکاس نیز مواجه می‌کند (Finch, 1987, p. 106) که پاسخ‌هایی در حل این چالش ارائه شده و در ادامه بیان می‌شود.

در این روش برخلاف مصاحبه که مصاحبه‌شونده به خاطر تعامل رو در رو با پژوهشگر در سؤالات مستقیم، ممکن است دچار فشار محیطی و تأییدات اجتماعی شود، فرد به راحتی نظر خود را اعلام می‌کند (Alexander & Becker, 1978, p. 95). جنکینز و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۰) در پژوهشی، مبانی تفسیری انعکاس را از زاویه پدیدارشناسی آلفرد شوتز مورد بررسی قرار داده‌اند. بر مبنای پدیدارشناسی آلفرد شوتز، انعکاس‌ها می‌توانند در پژوهش، «رابطه ما» را به «رابطه تو» تبدیل کنند. به عبارت دیگر، در پژوهش مستقیم، در ضمن سؤال، پرسش‌گر و پرسش‌شونده در حال تعامل با هم هستند، یکدیگر را می‌بینند و با هم هماهنگ می‌شوند. اما وقتی «رابطه آزمایشگاهی تو» ایجاد شود، مشارکت‌کننده از پژوهشگر جدا می‌شود و ضمناً خود را به‌عنوان ناظر کاراکتر داستان در انعکاس می‌بیند و سعی می‌کند فهم معنای رفتار او را با قراردادن آزادانه خود در جای کاراکتر داستان صورت دهد. از این رو به راحتی در زمینه جای گرفته و بازتاب معنا صورت می‌گیرد. جهت‌گیری و «رابطه تو» باعث می‌شود که بتوان تا حد بیشتری به اطلاعات طبقه‌بندی شده فرد هم دسترسی یافت (Renold, 2010, pp. 179-181). پیش فرض این روش آن است که اخلاق در هر زمینه خاص متفاوت و تابع موقعیت است (Finch, 1987, p. 106). پس لازم است فرد، خود را در جایگاه کاراکتر داستان تصور کند و به جای او، ارزش‌ها و معانی را انعکاس دهد. با این روش، پاسخ‌دهنده، من عمیق‌تر خویش را روایت می‌کند. به‌عنوان مشوق دیگری در استفاده از انعکاس، متوجه این نکته باید شد که افراد نسبت به عوامل مؤثر بر فرایند تصمیم‌گیری خود، آگاهی کافی ندارند و طرح زمینه توسط

انعکاس، این مشکل را کاهش می‌دهد. علاوه بر این، انعکاس اجازه می‌دهد تا به صورت نظام‌مندی، کاراکترها و شرایط تغییر کنند و متنوع شوند. به همین دلیل می‌توان اثر تک‌متغیر یا ترکیب متغیرها را بر نگرش و قضاوت پاسخ‌دهنده‌ها تخمین زد (Alexander & Becker, 1978, p. 95). همچنین باید توجه داشت که در پیمایش‌های با جمعیت آماری بالا، هزینه دستیابی به سنج‌های درست بالاست و بنابراین ابزارهای خوداظهاری کیفی مثل انعکاس می‌تواند ابزارهای گردآوری مناسبی باشند. خوداظهاری‌ها زمانی به کار می‌روند که موضوعات و مفاهیم موردنظر پژوهش، چندبعدی و انتزاعی باشند (Chevalier et al., 2011, p. 569). از این رو انعکاس به نسبت ابزارهای معمول، در حوزه‌های ادراک، ارزش و هنجار، دارای برتری است. البته همان‌طور که در ادامه خواهد آمد، با توجه به چالش‌ها و ضعف‌های انعکاس، پیشنهاد می‌شود که این ابزار در کنار سایر ابزارها و در یک بسته ترکیبی استفاده شود تا با حداقل خطا در گردآوری و تفسیر داده‌ها مواجه شویم.

برخی تفاوت‌های اصلی استفاده از انعکاس با سایر روش‌ها در پارادایم‌های کیفی از منظر بارتر و رینولد^{۱۳} (2000) عبارت‌اند از:

- انعکاس می‌تواند به تنهایی یا در کنار سایر روش‌ها مورد استفاده قرار گیرد؛
 - داستان مندرج در انعکاس می‌تواند به انحاء مختلفی ارائه شود؛
 - داستان می‌تواند در مراحل مختلف فرایند گردآوری داده مورد استفاده قرار می‌گیرد؛
 - پاسخ‌ها هم می‌تواند به اشکال مختلف ساختاردهی شوند (p. 309).
- از این رو علاوه بر مصاب بودن و دقت بالاتر انعکاس نسبت به روش‌های دیگر پیمایش، انعطاف‌پذیری هم مزیت دیگری برای این روش به‌شمار می‌رود (Tertyshnikova, 2017, p. 306).

۵. انواع انعکاس

انواع انعکاس‌ها که گانونگ و کلمن^{۱۴} (2006) به تشریح آنها پرداخته‌اند (pp. 455-459)، عبارتند از:

۱- ۵. پیمایش عاملی^{۱۵}

در این شیوه، از انعکاس‌های کوتاهی استفاده می‌شود که هر کدام از آنها مستقلاً می‌تواند به پاسخ‌دهنده ارائه شود. در هر انعکاس، ابعاد پژوهش ثابت‌اند، اما با تغییر سطوح و ابعاد (به‌طور مثال؛ بُعد^{۱۶}: جنسیت، سطح^{۱۷}: مرد و زن)، انعکاس‌های مختلفی طراحی می‌شوند. در این نوع پیمایش، سعی می‌شود با تصادفی انتخاب شدن پاسخ‌دهندگان و همچنین تصادفی تغییر کردن سطوح ابعاد، خاصیت پژوهش تجربی به این پیمایش داده شود (به‌طور مثال: Rossi & Berk, 1997).

۲- ۵. انعکاسی گسترده^{۱۸}

در این رویکرد برخلاف روش قبلی، شرایط به‌صورت تصادفی تغییر نمی‌کند، پاسخ‌دهندگان با سؤالات پایان باز و بسته مواجه می‌شوند، شخصیت‌ها می‌توانند در طول سناریو تغییر کنند و هر پاسخ‌دهنده تنها با یک انعکاس مواجه خواهد شد. در این شیوه که زمینه بهتر به تصویر کشیده می‌شود، سناریو به چند قطعه تقسیم می‌شود و در هر مرحله اطلاعات بیشتری به پاسخ‌دهنده ارائه شده و سؤالاتی در پایان هر قطعه از او پرسیده می‌شود (به‌طور مثال: Finch, 1987).

۳- ۵. انعکاس عاملی چندبخشی^{۱۹}

در این شیوه که سعی شده مزیت دو شیوهی بالا را به‌دست آورد، پاسخ‌دهنده با یک انعکاس چندبعدی مواجه خواهد شد. این انعکاس از چند قطعه تشکیل شده که در عین ثابت ماندن شخصیت‌ها، هر قطعه، افزوده شده (ابعاد یا اطلاعات جدید اضافه می‌شوند) و در پایان هر قطعه، سؤالات پایان باز و بسته پرسیده می‌شود. در این روش، قطعه اول سناریو به همه یکسان ارائه می‌شود، ولی ابعاد و اطلاعات قطعات بعدی به‌صورت تصادفی تغییر می‌کند (به‌طور مثال: Ganong & Coleman, 1997).

انعکاس می‌تواند کوتاه و ساده یا بلند و پیچیده باشد. مسلماً استفاده از انعکاس‌های طولانی و پیچیده آسان نخواهد بود اما اینکه حد طولانی بودن یا پیچیدگی انعکاس چقدر باشد، یک سؤال عملی است و به اهداف پیمایش بستگی دارد (Finch, 1987, pp. 106-109). انعکاس‌ها در قالب متن یا فیلم و عکس یا کنش واقعی هستند. انعکاس متنی می‌تواند کوتاه یا داستان بلند باشد که به نسبت فیلم و کنش واقعی، کمتر جلب توجه

می‌کند. حتی می‌توان از عکس و نقاشی هم استفاده کرد (Hughes & Huby, 2004, pp. 37-41). در انعکاس‌های طولانی و پیچیده، پاسخ‌دهندگان به صورت کامل نمی‌توانند تمامی شرایط فرضی را در کنار هم فهم کنند و لذا تورش ایجاد می‌شود. انعکاس‌ها می‌توانند استاتیک یا تعاملی، با سؤالات بسته یا باز باشند. می‌توانند در قالب پیمایش‌های آنلاین و ایمیلی باشند یا با گروه‌های کانونی، مصاحبه‌ها یا مشاهده‌ها ترکیب و یکپارچه شوند. انعکاس‌ها را می‌توان در یک رویکرد چند روشی^{۲۰} استفاده کرد. این روش به خوبی می‌تواند در سایر روش‌های گردآوری داده ضرب شود. این نکته، یکی از مزایای روش و از ابعاد انعطاف‌پذیری آن است. از سوی دیگر این کارکرد مکمل بودن انعکاس موجب می‌شود که با اطلاعات حاصل از سایر روش‌ها را تأیید و تقویت کند یا به آنها اضافه کند (Barter & Renold, 2000, pp. 310-311).

۶. طراحی انعکاس

در مقام طراحی، مراحل سه‌گانه ذیل را باید پیمود:

۶.۱. انتخاب متغیرها

متغیرها از ادبیات موجود استخراج می‌شوند. پژوهشگران از میان آنها ابعاد نظری مناسب برای استفاده در انعکاس‌ها را انتخاب می‌کنند. البته گاهی ممکن است شخص پاسخ‌دهنده نیز به عنوان یک متغیر در نظر گرفته شود. به علاوه در این مرحله باید ملاحظات کاربردی و نظری طراحی را نیز مدنظر داشت. به طور مثال پژوهشگر باید هنگام انتخاب متغیرها، نگاهی هم به تعداد نمونه موردنیاز برای اندازه‌گیری متغیرهای موردنظر داشته باشد.

۶.۲. نوشتن انعکاس‌ها

زمانی که متغیرها انتخاب شدند، دغدغه اصلی نوشتن انعکاس‌هایی است که جذاب و واقعی به نظر بیایند. اما نباید آنقدر به پاسخ‌دهنده اطلاعات داده شود که از متغیرهای اصلی منحرف شود. این بدین معناست که انعکاس‌ها باید با استفاده از ساختار انعکاس (مثلاً نه زیاد پر باشد و نه زیاد صریح)، محتوای آن (مثلاً باورپذیر باشد) و شفافیت مسئله مطرح شده (مثلاً از ضمیر پرهیز شود) نوشته شوند.

سؤالی که در انعکاس طراحی می‌شود کاملاً تابع هدف پژوهش است. بنابراین می‌توان انعکاس‌ها را به روش‌های مختلف و برای اهداف مختلفی طراحی کرد. در مطالعاتی که

از روش انعکاسی استفاده می‌شود، محقق باید مطمئن شود که سناریوهای تهیه شده، با هدف مطالعه همخوانی دارند. سناریوهای دقیق‌تری که با هدف مطالعه مطابقت دارند، بحث بیشتر و عمیق‌تری را در میان شرکت‌کنندگان شکل می‌دهد (Rizvi, 2019, p. 11). یکی از عوامل مؤثر بر این طراحی، شیوه‌ای است که در آن از مشارکت‌کننده‌ها درخواست می‌شود تا به سؤالات پاسخ دهند و درگیر داستان شوند. معمولاً از افراد خواسته می‌شود که بگویند در این داستان چه کار خواهند کرد یا اینکه تصور می‌کنند شخص سوم، چه خواهد کرد. این راه معمولاً برای پرسش از معضلات اخلاقی مورد استفاده قرار می‌گیرد. گاهی هم خواسته می‌شود که از هر دو منظر پاسخ دهند (Barter & Renold, 2000, p. 310).

همچنین در نوشتن انعکاس‌ها، پاسخ‌دهندگان باید متغیرها را در داخل زمینه‌ای ببینند که به صورت گسترده و با تکانه‌های احساسی طراحی شده‌اند؛ نه با توضیح جزئیات. زیرا اگر انعکاس‌ها مختصر باشند و پاسخ‌دهندگان نیاز به اطلاعات بیشتری برای قضاوت داشته باشند، می‌توان در ادامه جزئیات را بیان کرد و این کار در ساخت مدل‌های مفهومی کمک خواهد کرد. نکته آخر اینکه استفاده از چند بخش (قطعه) در یک انعکاس کمک می‌کند تا با تغییر دادن داستان در زمان‌ها و حوادث مختلف، قضاوت افراد را به نظاره بنشینیم. بهتر است تعداد این بخش‌ها بین ۲ تا ۵ عدد باشد.

۶-۳. سازماندهی داده و تحلیل‌ها

مرحله پایانی در استفاده از این شیوه می‌باشد که پژوهشگر داده‌های به دست آمده را سازماندهی کرده و به تحلیل می‌پردازد. در این مرحله این امکان ایجاد می‌شود که اثرات ابعاد انعکاس (متغیرهای مستقل) بر خروجی‌ها یا متغیرهای وابسته تعیین شود (Ganong & Coleman, 2006, pp. 446-461).

از نگاه هیوز و هیوبی^{۲۱} (2004)، در ایجاد و ساخت انعکاس‌ها باید مسائلی را مدنظر قرارداد که عبارت هستند از: اعتبار درونی انعکاس‌ها، متناسب بودن آنها با موضوع پژوهش، انواع مشارکت‌کنندگان درگیر و همچنین علاقه، ارتباط، واقع‌گرایی و زمان‌بندی انعکاس‌ها که در ذیل به هر یک از آنها اشاره می‌شود (pp. 37-41):

• **اعتبار درونی انعکاس‌ها:** اعتبار درونی انعکاس‌ها ناظر به آن است که تا چه حد محتوای انعکاس، موضوعات پژوهشی مورد سؤال را پوشش دهد. اعتبار درونی به وضوح در ایجاد و ساخت انعکاس‌ها مدنظر قرار می‌گیرد.

انعکاس‌ها معمولاً قبل از کاربست‌شان مورد آزمایش قرار می‌گیرند؛ چنانکه در بیشتر پژوهش‌ها چنین است. همچنین، افراد حرفه‌ای به کار گرفته می‌شوند که بسنجند تا چه حد، انعکاس‌ها، بیانگر موقعیت‌های مشارکت‌کنندگان و موضوعات پژوهش هستند. اعضای گروه مطالعه نیز از طریق این انعکاس‌ها مورد آزمایش قرار می‌گیرند. این رویه‌ها می‌تواند اعتبار درونی انعکاس‌ها را تقویت کند. با این وجود، مهم است بدانیم که اعتبار درونی انعکاس‌ها بستگی دارد به اهدافی که انعکاس‌ها برایشان استفاده می‌شوند. برخی مطالعات انعکاس، به‌طور مثال برای بررسی معضلات اخلاقی و دسترسی به اطلاعات مشارکت‌کنندگان طراحی می‌شوند تا رخدادها را به شیوه‌ای فرضی و تخیلی شبیه‌سازی نمایند.

• **متناسب بودن انعکاس‌ها با موضوع پژوهش:** پر واضح است که باید دقت کرد تا انعکاس‌های طراحی شده ارتباط وسیعی با موضوع پژوهش داشته باشند. قالب متن کوتاه یا بلند، نقاشی، عکس، فیلم یا هر قالب دیگری برای انعکاس، متناسب با موضوع پژوهش است.

• **ماهیت گروه‌های مشارکت‌کننده:** ماهیت گروه مشارکت‌کننده هم بر ساخت انعکاس مؤثر است. برخی با متن و برخی با تصویر بیشتر ارتباط برقرار می‌کنند. به‌طور مثال برای کودکان می‌توان از سناریوهایی در قالب کارتون استفاده کرد که آنها احساسات خویش را از طریق ایموجی‌های خنده یا ناراحتی و عصبانیت نشان می‌دهند.

• **منفعت، ارتباط، واقع‌گرایی و زمان‌سنجی:** وقتی انعکاس‌ها واقعی‌تر دیده شوند، با زندگی پاسخ‌دهندگان بیشتر مرتبط باشند و منافع آنان را درگیر سازند، اثربخش‌تر خواهند بود. همچنین باید در نظر داشت که سناریوهای بسیار دور از واقعیت، می‌توانند شرکت‌کنندگان را وادار به واکنش منفی کنند (Tertyshnikova, 2017, p. 307). انعکاس‌های کوتاه، نرخ پاسخ‌دهی را بالاتر می‌برند و در زمان صرفه‌جویی می‌کنند؛ گرچه کمتر با منافع آنان درگیر می‌شوند. از طرف دیگر انعکاس‌های کوتاه پشت سر هم ممکن

است از هم متأثر شوند و تورش ایجاد کنند؛ لذا گاهی ذکر انعکاس‌های طولانی بهتر است. انعکاس طولانی اگر بتواند پاسخ‌دهنده را درگیر سازد، بهتر است. البته انعکاس طولانی هم دقت را کم می‌کند. اگر انعکاس فرضی باشد، امکان دقت کم می‌شود و اگر واقعی باشد، تورش دارد. زمان‌بندی هم اگر کم یا زیاد باشد، مشارکت‌کننده را متأثر می‌سازد. فارغ از مسائل فنی که انعکاس‌ها باید به‌راحتی قابل طراحی و نیز قابل فهم باشند، به حیث درونی نیز باید سازگاری داشته باشند و پیچیدگی زیادی نداشته باشند که پاسخ‌دهنده را با چالش و شکست مواجه کند. همچنین داستان انعکاس‌ها و شخصیت‌های آن نیز باید قابل باور باشند.

۷. تفاسیر و پاسخ‌های انعکاس

بعد از طراحی، مقام تحلیل است. به این معنی که چگونه پاسخ‌ها تحلیل و تفسیر خواهند شد. متناسب با اهداف پژوهش ممکن است پاسخ به انعکاس، متفاوت استخراج شود. ماهیت پاسخ‌ها به دو عامل زیر بستگی دارد (Renold, 2004, pp. 42-45):

• پرسش‌های باز و بسته

سؤالات بسته بیشتر کاربرد کمی داشته و مورد تحلیل عاملی قرار می‌گیرند. اما امکان انتقال نکات ناظر به زمینه را ندارند. سؤالات باز، واقع‌گرایانه‌تر هستند. امکان ترکیب این دو نیز وجود دارد. خیلی اوقات پاسخ‌دهنده‌ها گله دارند که اطلاعات سؤال ناکافی است اما باید دقت داشت که این ویژگی روش است؛ چون این روش، انتخابی^{۲۲} و هدفمند است. از این‌رو نمی‌خواهد هر نوع اطلاعاتی ارائه بدهد بلکه ناظر به تحلیل و هدف، اطلاعات را آزاد می‌کند. فینچ^{۲۳} (۱۹۸۷) معتقد است استفاده از سؤالات باز در انعکاس نیز همانند چالش اندازه و پیچیدگی انعکاس، جواب دقیقی نداشته و تابع هدف پیمایش است (ص. ۱۱۰).

• رویکردهای انعکاس

انعکاس‌ها می‌توانند به انحاء مختلف، پاسخ‌دهنده را به پاسخ بطلبند: ۱. به‌عنوان مطلع که ممکن است فرد واقعاً مطلع نباشد. ۲. فرض خود و زندگی خود به‌جای کاراکتر داستان که تورش دارد. ۳. نقش مشاور که وجدان فرد را قاضی می‌کند. در این حالت، آنچه می‌گوید با عملش لزوماً یکسان نخواهد بود. جنکینز و همکاران^{۲۴} (2010) نیز این

نکته را مورد تأکید قرار می‌دهند که افراد لزوماً آن‌گونه که انعکاس را تفسیر می‌کنند، عمل نمی‌کنند. چرا که باورها صرفاً یکی از عوامل مؤثر اما مهم در تعیین رفتار هستند (p. 181).

از کجا معلوم کدام عنصر در داستان، پاسخ‌دهنده را به سمت این پاسخ فعلی تحریک کرده است؟ از کجا می‌توان فهمید که آیا پاسخ‌دهنده، از جانب خود، مفروض دیگری وارد داستان کرده است یا خیر؟ فینچ گرچه ادعایی در پاسخ به این سؤالات ندارد اما معتقد است که در تجربه‌های پژوهشی خودش توانسته این چالش‌ها را کنترل کند. یک راه معمول استفاده از چند انعکاس برای بررسی همه انواع ترکیب‌هاست که به اعتقاد وی، بر پیچیدگی کار می‌افزاید و محل است. وی در عوض دو راهکار ارائه می‌دهد. یکی وارد کردن سؤال «چرا» و دیگری طراحی انعکاس به عنوان یک کل که در آن سؤالات را بتوان در کنار هم تحلیل کرد و به هم ارجاع داد (Finch, 1987, pp. 111-112). در حقیقت نوعی مثلث‌سازی درونی رخ می‌دهد. هیوز و هیوبی در مقاله ۲۰۰۴ خود، به صورت تفصیلی ساخت و تفسیر انعکاس را مورد بحث قرار داده‌اند.

۸. قوت‌ها و ضعف‌ها

پژوهشگرانی که از این شیوه در مطالعات خود بهره برده‌اند، مزیت‌ها و معایبی را طرح کرده‌اند که به تعدادی از آنها اشاره می‌شود:

۸-۱. مزیت‌ها

- انعکاس، مشکلات پنهان معنایی، که ممکن است مصاحبه‌کننده و پاسخ‌دهنده از آن آگاه نباشند را آشکار می‌کند.
- در انعکاس‌ها پاسخ‌دهندگان می‌توانند نقش یک شخص آگاه را بازی کرده و حتی مایل‌اند گزارش‌هایی تقریباً کامل از وقایع حساس (که تکرار آنها مشکل است) را ارائه دهند. زیرا پاسخ‌دهنده می‌تواند خود را به جای شخصیت‌های داستان قرار دهد.
- انعطاف‌پذیر بودن و امکان استفاده از آن در مطالعات کیفی، اکتشافی و... این شیوه حتی برای نمونه‌های کوچک نیز اطلاعات خوبی فراهم می‌کند. زیرا نیاز نیست شخص برای پاسخ‌گویی به سؤالات، شرایط خاصی را تجربه کرده باشد.

- اگر این روش برای نمونه‌های تصادفی انجام شود، می‌توان نتایج آن را به کل جامعه تسری داد؛ که البته این، مورد توافق همگان نیست.
- به علت اینکه انعکاس در شرایط فرضی طرح می‌شود، از موقعیت و شرایط پاسخ‌دهنده فاصله می‌گیرد. از این رو کاربرد این شیوه در موضوعات حساس و شرم‌انگیز مناسب است (Renold, 2004, p. 17-18). انعکاس‌ها به خصوص در بررسی معضلات اخلاقی مزیت‌های فراوانی دارند (Wilks, 2004, p. 78) خصوصاً زمانی که افشای اطلاعات با حساسیت همراه باشد (ویلکس، ۲۰۰۴، صص. ۸۱).
- از نگاه فینچ (1987)، این روش در مطالعه هنجارها نسبت به سایر روش‌های پیمایش با وجود اینکه مشابهت‌هایی دارد، اما یک گام جلوتر است (p. 105).
- امکان پرسش از پاسخ‌های هنجاری را بدون پیچیدگی خاصی فراهم می‌کند.
- تورش را کم می‌کند؛ چراکه فرد را از موضع ناظر بی‌طرف به پرسش فرا می‌خواند.
- بیش از سایر تکنیک‌های پیمایش امکان بازتاب پیچیدگی موجود در واقعیت را دارد. چراکه در واقعیت، مسائل به صورت تنگاتنگی با هم مرتبط‌اند و با پرسش‌های تک بعدی نمی‌توان دستاورد خوبی داشت.
- غیرمستقیم و در زمینه پرسش می‌کند (Finch, 1987, pp. 110-111). کاربرد غیرمستقیم انعکاس‌ها به این معنی است که وقتی عرصه را به مشارکت‌کننده بسپاریم تا موقعیت را به زبان خویش تعریف کند، انعکاس‌ها می‌توانند بهره‌وری بیشتری داشته باشند. با وجود اینکه انعکاس‌ها نیازمند در بر گرفتن اطلاعات کافی در مورد زمینه هستند تا مشارکت‌کنندگان آنچه را به تصویر کشیده می‌شود فهم کنند، اما اگر سناریو مبهم باشد، مشارکت‌کنندگان تشویق می‌شوند تا عواملی اضافی و از خود را وارد تصویرپردازی کنند که بر قضاوت و تصمیمشان اثر منفی خواهد داشت (Renold, 2002, p. 4).

۸-۲. معایب

- اگرچه نتایج انعکاس‌ها باورپذیر بوده و با سایر شواهد تأیید می‌شود، ولی به دقت ارزشیابی نشده است. شواهد تا به امروز نشان می‌دهند که انعکاس‌ها سنجش‌های

- دقیق و نسبتاً قوی برای سنجش اثرات زمینه و جمله بندی پرسشنامه می باشند. اما پژوهش های بیشتر نیاز است تا این فرض اساسی را ارزشیابی کند.
- مسائل درگیر در طراحی و اجرای انعکاس ها نیاز به بررسی بیشتری دارند. پژوهش ها نشان می دهند که مثلاً خود پاسخ دهندگان در مورد تفسیرهای شخصی شان شک دارند (Martin, 2004, pp. 18-19).
 - یکی از ضعف های روش انعکاسی دشواری مقوله بندی پاسخ های ساختار نیافته است که در سؤالات پایان - باز بروز می یابد (Barter & Renold, 2000, p. 309).
 - چالش استفاده از روش انعکاسی در پژوهش های کیفی، انسداد امکان دستیابی به نگرش ها و باورهای کلی و عمومی است. (مشکل تعمیم) (Barter & Renold, 2000, p. 309). اصل چالش بازگشت به آن دارد که مقیاس افراد در پاسخ دهی مشترک نیست. برخی معتقدند که می توان در طراحی به نحوی عمل کرد که این مشکل کاسته شود. عبارت «Anchoring vignettes» اشعار به این شیوه طراحی دارد (Chevalier & Fielding, 2011, p. 570). گرو- پروکوپژیک^{۲۵} و همکاران (۲۰۱۱) و ونکووا^{۲۶} و هولچی^{۲۷} (۲۰۱۱) نیز از این روش برای تقریب مقیاس ها استفاده کرده اند.
 - انعکاس ها به جهت داشتن فضا برای پاسخ های آزاد، ممکن است دچار پاسخ های فازی شوند. از این جهت برای پرسش هایی که به دنبال تبیین علی هستند مضر و برای پرسش های معناشناسانه و توصیفی، دارای قوت به شمار می روند (Finch, 1987, p. 112).
 - آنچه که انعکاس نشان می دهد، موضع بی طرف پاسخ دهنده در مقابل یک وضعیت است و هرگز به معنای نوع کنش واقعی او نخواهد بود (Finch, 1987, p. 113). لذا در مواقعی که به دنبال تخمین و پیش بینی دقیق رفتار هستیم، به صرف انعکاس نمی توان اکتفا کرد. انعکاس ها، باورهای فرد را بررسی می کنند، اما کنش ها، صرفاً تابع باورها نیستند. از این رو ترکیب با سایر روش ها لازم خواهد آمد.
 - چالش تفسیر انعکاس و پاسخ ها که پیش تر به آن اشاره شد.

۹. نمونه‌ای از کاربرد روش انعکاسی در ادراک سنجی عدالت سازمانی

عدالت سازمانی از موضوعاتی است که بسیاری از پژوهش‌های حول آن، مبتنی بر گونه‌شناسی ذهنیت‌های افراد درگیر در مسئله و سنجش ادراک ایشان از عدالت است. فهم این مطلب که افراد در یک سازمان چه چیزی را عدالت می‌دانند و درک‌شان از عدالت چیست، جایگاه بسیار مهمی در پاسخ به بسیاری از مسائل حوزه عدالت سازمانی دارد. معمولاً پژوهش‌ها در اینگونه موارد از روش‌هایی نظیر پرسشنامه و مصاحبه استفاده می‌کنند تا به‌عنوان مثال ابعاد سازنده عدالت را از منظر کارکنان یک سازمان کشف کنند و فهم کنند که کارکنان سازمان چه چیزی را عدالت سازمانی می‌دانند. اما همان‌طور که اشاره شد، برای شناسایی و کشف ارزش‌ها، روش‌های پژوهش مستقیم، با محدودیت مواجه‌اند. پرسشنامه‌ها و مصاحبه‌ها چندان برای مطالعه نگرش‌ها و رفتار افراد مناسب نیستند؛ چراکه خوداظهاری‌های تورش‌دار و غیرقابل اعتمادی را منعکس می‌کنند. اما در عوض روش انعکاسی، به سبب تصویرسازی شرایط واقعی تصمیم‌گیری برای پاسخ‌دهنده، می‌تواند پاسخ‌های انتزاعی را به حداقل رسانده و سهم قابل توجهی در پژوهش‌های عدالت سازمانی داشته باشد.

به‌عنوان ذکر یک نمونه کاربردی، گنجعلی و همکاران (۱۳۹۳)، از این روش جهت ادراک سنجی عدالت سازمانی توزیعی در شعبه مرکزی بانک دی استفاده کرده‌اند. چارچوب روشی پژوهش مبتنی بر چهار متغیر تصمیم (شایستگی، نیاز، تلاش و عمل، عملکرد) بوده است. بر این اساس با طراحی سناریوهای مختلف در سه حوزه حقوق، پاداش نقدی و مزایای رفاهی، عدالت سازمانی توزیعی از دید کارکنان سازمان مورد مطالعه، بررسی شده است. نتایج حاصل از داده‌ها نشان داد معیار شایستگی از بالاترین اجماع، و معیار نیاز از کم‌ترین اجماع میان کارکنان سازمان مورد مطالعه برخوردار است.

برای چنین سنجشی ابتدا سه نوع سناریو طراحی شد که چارچوب اصلی طراحی انعکاس و بخشی از سناریو شماره ۱ به‌عنوان نمونه عرضه می‌شود:

جدول (۱): ماتریس سناریوسازی

ردیف	نظام سازمانی	شایستگی و مهارت	نیاز و کرامت انسانی	تلاش و عمل	عملکرد و نتیجه نهایی
۱	نظام حقوق و دستمزد		سناریو ۱		
۲	نظام پاداش		سناریو ۲		
۳	نظام امتیازات رفاهی		سناریو ۳		

بخشی از سناریو اول (نظام حقوق و دستمزد):

سناریو ۱: علی و احسان، دو کارمند بانک دی هستند. رئیس شرکت تصمیم گرفت برای افزایش بازدهی بانک و نیز رعایت عدالت بین کارکنان، در میزان حقوق ماهانه آنان تغییر ایجاد کند.

الف: هر دو کارمند، تاکنون حقوق ماهانه برابری دریافت می کردند. هر دو تلاش یکسانی داشتند اما علی موفق شد، رضایت مشتریان بیشتری را جلب کند. رئیس شرکت نیز به وی حقوق بیشتری پرداخت کرد. این پرداخت عادلانه است؟

بلی: ۶۴ درصد خیر: ۳۶ درصد

ب: مدیر سازمان در معیارهای خود تجدیدنظر کرد. وی علاوه بر تلاش و نیز میزان کسب رضایت مشتری که این بار در هر دو کارمند یکسان بود، از دو معیار دیگر نیز استفاده کرد: مدرک تحصیلی بالاتر (رشته تحصیلی هر دو، یکسان و مرتبط با شغل است)، سابقه کاری بیشتر و ارشدیت. علی در این دو معیار از همکار خود، امتیازی بیشتری دریافت کرد. مدیر نیز طبق امتیاز بیشتر، حقوق بیشتری پرداخت کرد. کدام معیار را در این پرداخت عادلانه می دانید (امکان انتخاب هر دو وجود دارد)؟

تحصیلات: ۱۵ درصد سابقه کاری: ۱۵ درصد هر دو: ۸۱ درصد هیچ کدام: ۳ درصد

ج: مدیر سازمان پس از بررسی های دقیق خود متوجه می شود با وجود اینکه علی، حداقل در یکی از چهار معیار قبل، امتیاز بیشتری کسب کرده است، اما چون علی مجرد و احسان، متأهل و دارای دو فرزند است، به احسان حقوق بیشتری پرداخت کند. به نظر شما، عادلانه است؟

بلی: ۳۶ درصد خیر: ۶۴ درصد

(با فرض شرایط در حالت ج)، خانم احسان به بیماری سرطان دچار شده و هزینه های درمان بالایی دارد. آیا عادلانه است که به خاطر وضعیت خانوادگی احسان، وی بیشتر از علی حقوق دریافت کند؟ علت پاسخ خود را بیان نمایید؟

بلی: ۲۲ درصد خیر: ۷۸ درصد

منبع: (گنجعلی و دیگران، ۱۳۹۳)

لازم به ذکر است که نمونه دیگر ادراک سنتی عدالت بر اساس روش انعکاسی را می توان در مقاله جیمز کونو^{۲۸} (۲۰۰۳) مشاهده کرد که پیغامی و همکاران (۱۳۹۵) در کتاب خویش با عنوان «گفتارهایی در عدالت اجتماعی» به صورت تفصیلی به شرح و نقد آن پرداخته اند.

جمع بندی و نتیجه گیری

در مطالعات علوم اجتماعی، شناخت انگیزه‌ها و ادراکات افراد و به تبع پیش‌بینی رفتار بسیار حائز اهمیت است. از همین رو بسیاری از پژوهش‌های علوم اجتماعی، در پی آن هستند تا ارزش‌ها و باورهای گروهی از جامعه را ناظر به یک موضوع خاص کشف کنند. اما با کدام روش می‌توان به فهم دقیق‌تر و پیش‌بینی صحیح‌تری نسبت به ادراکات افراد دست یافت؟ این مقاله، روش انعکاسی را به‌عنوان یکی از روش‌های گردآوری داده و ابزاری برای ادراک‌سنجی معرفی می‌کند. روش انعکاسی از قوت‌ها و مزیت‌های بیشتری به نسبت مصاحبه و پرسشنامه برخوردار است. انعطاف‌پذیری، دخالت عنصر مداخله، موضع وجدانی در پاسخ مشارکت‌کننده و تنوع سناریوپردازی از جمله مشوق‌هایی است که پژوهشگران را به استفاده از روش انعکاسی سوق می‌دهد؛ که البته در کنار سایر روش‌ها، فاصله بیشتری از خطا خواهیم داشت.

اصل روش انعکاسی بر پایه انعکاس‌هایی است که پژوهشگر در قالب فرآیند پژوهش آنها را طراحی می‌کند. منظور از انعکاس، سناریوها یا داستان‌هایی در شکل نوشتاری یا تصویری می‌باشند که مشارکت‌کنندگان قادرند نظرات خود را در مورد آنها بیان کنند. انعکاس، رفتار شخصیت‌ها را در زمینه و بستری مشخص ترسیم می‌کند و به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا زاویه دید مشارکت‌کنندگان را نسبت به مسائل برآمده از این موقعیت فرضی، واکاوی کند.

همچنین از آنجا که محور اصلی در پژوهش‌های عدالت سازمانی، ادراک افراد از معیارهای عدالت سازمان است، روش انعکاسی می‌تواند نقش مهمی در پژوهش‌های این حوزه داشته باشد؛ چرا که این روش، کارکرد بسیاری در استخراج ارزش‌ها، باورها و نگرش‌های افراد دارد. به‌عنوان نمونه گنججلی و همکاران با استفاده از روش انعکاسی و مبتنی بر چهار متغیر تصمیم (شایستگی، نیاز، تلاش و عمل، عملکرد) پژوهشی را با هدف ادراک‌سنجی عدالت سازمانی توزیعی در شعبه مرکزی بانک دی، انجام داده‌اند. بر این اساس با طراحی سناریوهای مختلف در سه حوزه حقوق، پاداش نقدی و مزایای رفاهی، عدالت سازمانی توزیعی از دید کارکنان سازمان مورد مطالعه، بررسی شده است.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که معیار شایستگی از بالاترین اجماع و معیار نیاز از کم‌ترین اجماع میان کارکنان سازمان مورد مطالعه برخوردار است.

یادداشت‌ها

1. Wilks
2. Wilson & While
3. Konow
4. Miles
5. Alexander & Becker
6. Jenkins et al.
7. Goerman & Clifton
8. Finch
9. Jochums & Pershey
10. Gliner et al.
11. West
12. Jenkins et al.
13. Barter & Renold
14. Ganong & Coleman
15. Factorial Surveys
16. Dimension
17. Levels
18. Expanded Vignette Approach
19. Multiple Segment Factorial Vignette
20. Multi method perspective
21. Hughes & Hubby
22. Selective
23. Finch
24. Jenkins et al.
25. Grol-Prokopczyk
26. Voňková
27. Hullegie
28. Konow

کتابنامه

- پیغامی، عادل؛ ترابزاده محمدصادق و سجادیه، سید علیرضا (۱۳۹۵). *گفتارهایی در عدالت اجتماعی (ج ۱)*. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام.
- داناوی فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل (۱۳۸۶). *روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع*. تهران: نشر صفار.

- داناوی فرد، حسن؛ حسینی، سید یعقوب و میرزایی، شیما (۱۳۹۲). روش پژوهش مقدماتی. تهران: نشر صفار.
- داناوی فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل (۱۳۹۶). روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: نشر صفار.
- دلاور، علی (۱۳۸۹). روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی. تهران: نشر ویرایش.
- گنجعلی، اسداله؛ سرآبادانی، حسین؛ ایزدبخش، حمید و تراب‌زاده محمدصادق (۱۳۹۳). سنجش ادراک عدالت سازمانی بر اساس روش انعکاسی (مطالعه موردی: شعبه مرکزی بانک دی). چشم‌انداز مدیریت دولتی.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۰). روش تحقیق کیفی - ضد روش (ج ۱). تهران: نشر جامعه‌شناسان.
- Alexander. C. S. & Becker. H. J. (1978). The Use of Vignettes in Survey Research. *The public opinion quarterly*. 42 (1). 93-104.
- Barter. C. & Renold. E. (2000). 'I wanna tell you a story': Exploring the application of vignettes in qualitative research with children and young people. *International Journal of Social Research Methodology*. 3 (4). 307-323.
- Chevalier. A. Fielding. A. (2011). An introduction to anchoring vignettes. *Journal of the Royal Statistical Society*. 174 (3). 569-574.
- Erfanian F. Latifnejad Roudsari R. Heydari A. & Noghani Dokht Bahmani M. (2020). A Narrative on Using Vignettes: Its Advantages and Drawbacks. *Journal of Midwifery and Reproductive Health*. 8 (2). 2134-2145.
- Finch. J. (1987). The Vignette Technique in Survey Research. *Sociology*. 21 (1). 105-114.
- Ganong. L. H. & Coleman. M. (1997). Effects of Patient Marital Status and Parental Status on Nurses' Cognitions and Behaviors. *Journal of Family Nursing*. 3 (1). 15-35.
- Ganong. L. H. & Coleman. M. (2006). Multiple Segment Factorial Vignette Designs. *Journal of marriage and family*. 68 (2). 455-468.
- Gliner. J. A. Haber. E. & Weise. J. (1999). Use of controlled vignettes in evaluation: does type of response method make a difference? *Evaluation and Program Planning*. 22 (3). 313-322.
- Goerman. P. L. & Clifton. M. (2011). The Use of Vignettes in Cross-Cultural Cognitive Testing of Survey Instruments. *Field Methods*. 23(4). 362-378.
- Grol-Prokopczyk. H. Freese. J. & Hauser. R. M. (2011). Using Anchoring Vignettes to Assess Group Differences in General Self-Rated Health. *Journal of Health and Social Behavior*. 52 (2). 246-261.
- Hughes. R. (2008). *Vignettes*. In L. M. Given (Ed.). *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods*. Los Angeles. Calif: SAGE Publications. 918-920.

- Hughes. R. & Huby. M. (2004). The construction and interpretation of vignettes in social research. *Social work and social science review*. 11 (1). 36–51.
- Jenkins. N. Bloor. M. Fischer. J. Berney. L. & Neale. J. (2010). Putting it in context: the use of vignettes in qualitative interviewing. *Qualitative Research*. 10 (2). 175–198.
- Jochums. B. L. & Pershey. E. J. (1993). Using the vignette method in formative evaluation. *Evaluation Practice*. 14 (2). 155–161.
- Kandemir A. & Budd R. (2018). Using vignettes to explore reality and values with young people. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*. 19 (2).
- Konow. J. (2003). Which Is the Fairest One of All? A Positive Analysis of Justice Theories. *Journal of Economic Literature*. 41 (4). 1188-1239.
- Martin. E. (2004): Vignettes and Respondent Debriefing for Questionnaire Design and Evaluation. In: Presser. S. Rothgeb. J. M. Couper. M. P. Lessler. J. T. Martin. E. Martin. J. & Singer. E. (Ed.). *Methods for Testing and Evaluating Survey Questionnaires*: John Wiley & Sons. Inc. pp. 149–171.
- Miles. M. B. (1990). New methods for qualitative data collection and analysis: vignettes and pre-structured cases. *International Journal of Qualitative Studies in Education*. 3 (1). 37–51.
- Nosanchuk. T.A. (1972) The vignette as an experimental approach to the study of social status: An exploratory study. *Social Science Research*. 1 (1). 107-120.
- O'Dell. L. (2012). The problem of interpretation in vignette methodology in research with young people. *Qualitative Research*. 12 (6). 702–714.
- Renold. E. (2002). Using vignettes in qualitative research. *building research capacity*. 1 (3). 3–5.
- Rizvi S. (2019). Using fiction to reveal truth: challenges of using vignettes to understand participant experiences within qualitative research. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*. 20 (1).10-28.
- Rossi, P., & Berk, R. (1997). *Just Punishment: Federal Guidelines and Public Views Compared*. New York: Aldine de Gruyter
- Tertyshnikova AG. (2017). The study of social representations by the vignette method: a quantitative interpretation. *RUDN Journal of Sociology*. 17 (3). 306-316.
- Thurman. Q.C. Lam. J.A. & Rossi. P.H. (1988). Sorting out the cuckoo's nest: A factorial survey approach to the study of popular conceptions of mental illness. *Sociological Quarterly*. 29 (4). 565-588.
- Voňková. H. & Hullegie. P. (2011). Is the anchoring vignette method sensitive to the domain and choice of the vignette? *Journal of the Royal Statistical Society*. 174 (3). 597–620.
- Wason. K. D. Polonsky. M. J. & Hyman. M. R. (2002). Designing Vignette Studies in Marketing. *Australasian Marketing Journal*. 10 (3). 41–58.

- West. P. (1982). Reproducing Naturally Occurring Stories: Vignettes in Survey Research. In Glasgow. MRC Social and Public Health Sciences Unit. 1–19.
- Wilks. T. (2004). The Use of Vignettes in Qualitative Research into Social Work Values. *Qualitative Social Work*. 3(1). 78–87.
- Wilson. J. & While A. E. (1998). Methodological issues surrounding the use of vignettes in qualitative research. *Journal of Interprofessional Care*. 12 (1). 79–86.