

ROZDZIAŁ 13

Perspektywa fenomenologiczna w instrumentarium badawczym nauk o zarządzaniu

*Joanna Małgorzata Michalak**

13.1. Wprowadzenie

Nauki o zarządzaniu sytuują się w grupie nauk empirycznych, a z kolei jako nauki empiryczne – w grupie nauk społecznych [Kołodziejczyk, Sobczyk 2006, s. 22], w których „rozumienie ich metodologicznych podstaw może ustrzec przed nieuprawnionym stosowaniem pewnej metody dla rozwiązania problemu w sytuacji, w której dana metoda nie powinna być stosowana. Może też skłonić do szukania nowych, bardziej skutecznych sposobów rozwiązania problemów” [Nowak 2011, s. 17].

Można zauważyć, że metodologia nauk o zarządzaniu jest w rozkwicie i prowadzi do rozwiązań o coraz wyższym stopniu złożoności [Czakon 2011, s. 10]. Należy zatem uznać, że znajomość tej metodologii oraz składających się na nią metod i narzędzi badawczych oraz umiejętność ich aplikacji odgrywa istotne i coraz większe znaczenie w pracy naukowej badaczy organizacji. Rzutuje także na jakość wyników tej pracy, a tym samym wyznacza granice poznania eksplorowanej rzeczywistości organizacyjnej.

Dowolna metodologia nie może zostać użyta w konkretnej sytuacji [Kostera 2011, s. 11]. W przypadku nauki o zarządzaniu jej wybór warunkuje specyfika procesów zarządzania zachodzących w organizacjach oraz cel i przedmiot badania. Decyzja w tym względzie jest trudna i powinna być poddana świadomej naukowej refleksji. Wobec tego podjęcie działań zmierzających do uporządkowania, rozpowszechnienia i rozwoju wiedzy dotyczącej metodyki nauk o zarządzaniu, w szczególności weryfikacji i wykorzystania warsztatu badawczego, jest zadaniem ważnym. Prowadzi bowiem do ukonstytuowania i ugruntowania me-

* Dr, adiunkt, Uniwersytet Łódzki, Katedra Zarządzania.

todocześnie poprawnych postaw badawczych, a w konsekwencji wspomaga realizację procesu poznania naukowego w obszarze dyskutowanej dyscypliny.

Tym bardziej cenne wydaje się wzbogacenie tego warsztatu o nowe, dotąd niestosowane w zarządzaniu podejścia badawcze, wspomagające wgląd w złożoną rzeczywistość organizacji. Głównym celem niniejszego rozdziału jest zatem prezentacja metody fenomenologicznej i propozycja jej adaptacji i aplikacji – w postaci fenomenologii organizacji i zarządzania – do opisu tej rzeczywistości.

13.2. Strategie poznania rzeczywistości społecznej w naukach o zarządzaniu

W naukach o zarządzaniu organizacja stanowi centralny obiekt badań. Jest to obiekt złożony i wieloznaczny. Mimo różnorodności znaczeniowej, którą dobrze obrazuje przegląd propozycji definicyjnych dotyczących organizacji, zawartych w piśmiennictwie polskim i zagranicznym (tab. 13.1), można uznać, że badania organizacji sprowadzają się do poznania rzeczywistości społecznej obserwowanej w jej ramach, a konkretnie – jak precyzuje Ł. Sułkowski [2012, s. 57] – funkcjonowania tworzących ją ludzi.

Ponieważ rzeczywistość społeczna istnieje obiektywnie, powinna być odzwierciedlana w procesie badawczym [Sułkowski 2012, s. 66] opartym na adekwatnym podejściu badawczym. W naukach społecznych wyróżnia się trzy podstawowe podejścia badawcze [Creswell 2013, s. 29]: o charakterze ilościowym (ang. *quantitative research*), jakościowym (ang. *qualitative research*) oraz mieszanym (ang. *mixed methods research*). Każde z nich charakteryzuje odmienne ujęcie procesu badawczego (tab. 13.2).

W przypadku podejścia *ilościowego* mamy do czynienia z badaniami o charakterze objaśniającym (eksploatacyjnym), których celem jest sprawdzenie obiektywnych teorii [Creswell 2013, s. 29] przez poszukiwanie i analizowanie związków przyczynowo-skutkowych pomiędzy różnymi zmiennymi. Zastosowanie znajdują wówczas metody statystyczne i ekonometryczne, które pozwalają ją testować hipotezy. Uzyskane w ten sposób wyniki są powtarzalne i dają się uogólniać na całą badaną populację [Creswell 2013, s. 29].

Podejście *jakościowe* (interpretatywne) ma charakter rozpoznawczy (eksploracyjny, diagnostyczny). Celem badań jest wgląd i zrozumienie danego zjawiska. Najlepiej służą temu techniki projekcyjne oraz narzędzia z dziedziny psychologii i socjologii, takie jak wywiad i obserwacja nastawione na badanie jednostki. Można zatem powiedzieć, że badacz ilościowy poszukuje danych weryfikujących teorię, a badacz jakościowy – teorii, która wyjaśni posiadane przez niego dane [Paluchowski 2010, s. 9].

Tabela 13.1. Definicje organizacji

Twórca	Definicja	Rodzaj definicji
T. Kotarbiński	Pewien rodzaj całości ze względu na stosunek do niej jej własnych elementów, a mianowicie taka całość, której wszystkie składniki współprzyczyniają się do powodzenia całości.	Celowy system w działaniu
T. Pszczołowski	Zespół współdziałających osób wyposażonych w zasoby.	Celowa grupa społeczna
K. Weick	Działalność grupowa jest organizowaniem.	Działalność grupowa
G. Morgan	Organizacje są złożonymi i pełnymi paradoksów zjawiskami, które można rozumieć na wiele sposobów.	Wieloznaczność organizacji
R. W. Griffin	Organizacja to grupa ludzi, która współpracuje ze sobą w sposób uporządkowany i skoordynowany, aby osiągnąć pewien zestaw celów.	Celowa grupa społeczna
D. Katz R. L. Kahn	System społeczny, który składa się z trzech elementów. Po pierwsze, role organizacyjne, czyli zachowania ludzi związane z wykonywaniem zadań. Po drugie, normy sankcjonujące te zachowania, czyli oczekiwania lub żądania odnoszące się do ludzi pełniących rolę. Po trzecie, wartości, czyli ideologiczne uzasadnienia, z których wynikają normy.	Celowy system społeczny
Ch. Barnard	Organizacje są „świadomym, przemyślanym i celowym typem współpracy między ludźmi”.	Czynność celowej współpracy
J. Szczepański	Układ wzorów zachowań, instytucji, ról społecznych, środków kontroli społecznej, który zapewnia współzycie członków zbiorowości, przystosowuje ich dążenia i działania w procesie zaspokajania potrzeb oraz rozwiązuje problemy i konflikty wynikające w toku współzycia.	Społeczne wzorce organizowania
M. Kolczyński i J. Sztumski	Relatywnie wyodrębniony z otoczenia system społeczny, utworzony dla realizowania określonych misji, wartości i celów, mający wewnętrzną strukturę łączącą w funkcjonalną całość elementy składowe.	Celowy system społeczny
T. Parsons	Definicyjną własnością organizacji, odróżniającą ją od innych typów systemów społecznych jest prymat orientacji na osiągnięcie specyficznego celu.	Celowy system w działaniu

Źródło: Sułkowski [2012], s. 47–48.

Tabela 13.2. Podejścia badawcze w naukach społecznych

	Podejście jakościowe	Podejście ilościowe	Podejście mieszane
Strategie badawcze	fenomenologia, teoria ugruntowana, etnografia, studia przypadków, badania narracyjne	sondaże, eksperymenty	strategie sekwencyjne, równoległe, transformacyjne
Metody badawcze	pytania otwarte, ujęcia elastyczne, dane tekstowe i ikonograficzne	pytania zamknięte, ujęcia z góry określone, dane numeryczne	pytania otwarte i zamknięte, ujęcia elastyczne i z góry określone, ilościowy i jakościowy charakter danych i analiz
Praktyki badawcze	zbieranie opinii uczestników, formułowanie własnego stanowiska, skupianie się na jednym pojęciu lub zjawisku, uwzględnianie osobistych wartości, badanie kontekstu lub sytuacji uczestników, walidacja wyników, interpretacja danych, współpraca z uczestnikami badań	testowanie lub weryfikowanie teorii, identyfikowanie zmiennych do badań, tworzenie relacji między zmiennymi w pytaniach lub hipotezach, posługiwanie się standardami trafności i rzetelności, obserwacja i pomiar danych liczbowych, bezstronność, stosowanie procedur statystycznych	gromadzenie danych ilościowych i jakościowych, uzasadnianie zastosowania metod mieszanych, integrowanie danych na różnych etapach badania, prezentacje wizualne procedur badania, zastosowanie praktyk badań ilościowych i jakościowych

Źródło: opracowano na podstawie: Creswell [2013], s. 43.

Podejście *mieszane* zakłada z kolei zastosowanie w trakcie tego samego badania jednocześnie matrycy wielu różnych, wzajemnie korygujących się i weryfikujących metod badawczych [Creswell 2013, s. 39], co wynika z zasady triangulacji metodologicznej [Matejun 2013, s. 103]. Przy czym, nie chodzi o ich niezależne zastosowanie, lecz o integrację i wykorzystanie w sposób bardziej efektywny. Pozwala to uzyskać szerszy kontekst badanego zjawiska, zapewnia wyższą jakość prowadzonych badań i ogranicza błędy pomiaru wynikające ze stosowania tylko jednej metody [Czakon (red.) 2011, s. 78].

Badania jakościowe i ilościowe znajdują zastosowanie do różnych celów i skutek tych zastosowań nie jest jednakowo dobry [Stemplewska-Żakowicz 2010, s. 88]. Mianowicie, badania ilościowe stają się bezużyteczne wówczas, gdy w polu zainteresowań badawczych znajdują się zjawiska, które nie poddają się pomiarowi lub należą do kategorii trudno mierzalnych. W przypadku rzeczywistości społecznej organizacji będą to: kultura organizacyjna, przywództwo czy zachowania organizacyjne.

Do diagnozowania tego typu zagadnień służą właśnie badania jakościowe. Co-raz częściej są to badania inspirowane: badaniami etnograficznymi [Nyland 2007, Kostera 2011], antropologicznymi [Czarniawska 2011, Jiménez 2004/2007, Kostera 2003], teorią ugruntowaną A. Straussa [Konecki 2002], wizualną teorią ugruntowaną [Konecki 2010], etnometodologią [Garfinkel 1967], hermeneutyką [Sulkowski 2012, s. 336] oraz fenomenologią [Bombała 2010, Michalak, Ristino 2013, Gill 2014]. Przy czym trzeba zauważyć, że badania fenomenologiczne są metodami nadal rzadko wykorzystywanymi w badaniach naukowych [Ehrich 2005, s. 7].

13.3. Metoda fenomenologiczna – charakterystyka i możliwości wykorzystania w badaniach nad organizacją

Według E. Husserla, twórcy kierunku, fenomenologia to nauka o czystych fenomenach, czyli zjawiskach, które jawią się w świadomości jego uczestników. Metoda fenomenologiczna, z kolei, to metoda opisowa zmierzająca do poznania danego zjawiska, czyli „ujrzenia realności rzeczy” [Harciarek 2011, s. 119]. Znalazła ona zastosowanie w niektórych naukach społecznych: psychologii, socjologii i pedagogice. Stanowi także jeden z programów poznawczych, jako fenomenologia zarządzania, możliwych do wykorzystania w badaniach nad organizacją [Bombała 2014, s. 177].

Za centralne założenie w metodzie fenomenologicznej przyjmuje się, że obiekty i procesy społeczne różnią się istotnie od fizycznych i są takie, jak postrzegają je ich uczestnicy [Cisek 2013, s. 3]. W przypadku nauk o zarządzaniu zadaniem analizy fenomenologicznej będzie zarejestrowanie, zrozumienie i przedstawienie „związku” między opisywanym zjawiskiem i jego uczestnikiem oraz tego, jak jest on w to zjawisko „wtopiony”. Dochodzi do tego w drodze „wczucia się”, które jest formą „uczestnictwa w bycie drugiego człowieka, współdziałania w jego życiu duchowym” [Bombała 2011, s. 12]. W efekcie, obserwacja fenomenologiczna pozwala na odtworzenie wewnętrznej perspektywy ludzi funkcjonujących w ramach konkretnej organizacji.

Uzyskany w ten sposób obraz rzeczywistości organizacyjnej jest nieobiektywny, czyli nie prowadzi do uzyskania wiedzy pewnej¹ i zarazem uniwersalnej. Jednak to, co wydaje się wadą omawianego podejścia, równocześnie decyduje o jego szczególnej wartości. Bowiem, jak wyjaśnia Stemplewska-Żakowicz [2010, s. 89], uzyskaną wiedzę „uznaje się za wartościową, jeżeli adekwatnie oddaje subiektywne sensy i punkty widzenia, co w idealnym przypadku powinni potwierdzić sami uczestnicy badania”.

¹ Za wiedzę pewną można uważać nie tyle wiedzę zawsze i wszędzie prawdziwą – a żadne procedury w naukach społecznych takiej nie dostarczają – ile raczej taką, dla której znane są warunki stosowności oraz ryzyko błędu [Stemplewska-Żakowicz 2010, s. 90], czego nie gwarantuje badanie inspirowane metodą fenomenologiczną.

Zmierzając do zrozumienia przebiegu zjawisk i procesów w obszarze organizacji przy wykorzystaniu metody fenomenologicznej, trzeba mieć na względzie zestaw specyficznych cech tego podejścia (tab. 13.3). Decydują one o jego przydatności w postępowaniu badawczym w obszarze organizacji.

Tabela 13.3. Charakterystyka metody fenomenologicznej zarządzania

Cel badania	Dogłębne, wieloaspektowe poznanie pojedynczego przypadku lub niewielkiej liczby przypadków.
Pytanie badawcze	Powinno koncentrować się na znaczeniu badanego zjawiska dla jego uczestników.
Problemy badawcze	Niejednokrotnie formułowane są roboczo, „na próbę” (problem roboczy), następnie zaś ulegają modyfikacji i doprecyzowaniu w toku dociekań, pod wpływem zbieranego i na bieżąco analizowanego materiału empirycznego.
Przedmiot badań	Zjawiska organizacyjne w ich rzeczywistym kontekście.
Reprezentatywność próby badawczej	Nie występuje próba reprezentatywna w tradycyjnej postaci.
Dobór obiektów badawczych	Wybór obiektów do badania następuje w sposób celowy, a nie losowy (ang. <i>purposive sampling</i>), dobiera się je pod kątem problemu badawczego i – ewentualnie – wyłaniającej się teorii (ang. <i>theoretical sampling</i>).
Metodyka postępowania badawczego	Badanie fenomenologiczne podlega określonej, kilkustopniowej metodzie postępowania.
Podmiot badań	Badaniem objęta jest ograniczona liczba uczestników konkretnych organizacji.
Metoda badawcza	Wywiad o charakterze nieustrukturalizowanym i niestandardowym.
Perspektywa badawcza	Obserwacja fenomenologiczna dostarcza wiedzy o rzeczywistości obserwowanej widzianej oczami jej uczestników, pozwala dowiedzieć się co i jak myślą inni, jak interpretują własne doświadczenia, a zatem postępowanie badawcze prowadzi do zgromadzenia wiedzy subiektywnej.
Rola badacza	Badacz i rzeczywistość badana są nierozdzielnie powiązani; uczony nie jest „obiektywnym”, zewnętrznym obserwatorem, przeciwnie – dzieli z osobami badanymi język, kontekst kulturowy, przeżycia itd. I tylko dzięki temu może je zrozumieć.
Analiza i interpretacja danych	Badacz poddaje analizie istotne stwierdzenia, wyodrębnia z nich znaczące jednostki i tworzy „opis istoty” zjawiska.
Zapis badań	Relacja z badań przybiera postać tzw. gęstego opisu (ang. <i>thick description</i>), czyli próby zrozumienia i opisanego znaczeń, jakie dla uczestników mają zaobserwowane sytuacje.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Cisek [2013], s. 3–5; Konecki, Chomczyński (red.) [2012], s. 201–206; Kostera (red.) [2011], s. 10–12; Creswell [2013], s. 160, 200; Michalak, Ristino [2013].

Dokonując analizy możliwości zastosowania metody fenomenologicznej w naukach zarządzania, należy uwzględnić szereg ograniczeń, które odnoszą się do ogółu metod interpretatywnych. Wśród cech kluczowych W. Czakon [red. 2011, s. 60] wymienia:

- przypadkowe gromadzenie danych;
- niesystematyczną analizę danych;
- dowolne traktowanie tworzonych teorii;
- niemożność posłużenia do testowania teorii;
- niespełnione kryterium intersubiektywnej sprawności.

Wskazane słabości obniżają wartość poznawczą wyników badań fenomenologicznych oraz/lub ich wiarygodność, dlatego badacz organizacji powinien wyjaśnić, w jaki sposób ominął te ograniczenia.

13.4. Metoda fenomenologiczna – przebieg procesu badawczego

Podstawową metodą w przypadku badań fenomenologicznych jest wywiad. Powinien on mieć charakter nieustrukturalizowany (otwarty) i niestandardyzowany, aby pozwolić uczestnikom badania na podjęcie takich wątków podczas rozmowy, jakie wydają im się istotne. Analiza ma bowiem umożliwić „zrozumienie złożonych zachowań członków społeczności bez narzucania im jakiegokolwiek kategoryzacji *a priori*, która miałaby ograniczyć pole badań” [Kostera 2011, s. 14].

Badanie fenomenologiczne organizacji podlega ścisłym regułom metodycznym, posiada określoną procedurę postępowania z wyszczególnionymi etapami. Tradycyjnie, po sformułowaniu problemu badawczego, postępowanie diagnostyczne polega na rejestrowaniu (nagrywaniu) wypowiedzi ustnych osób poddanych badaniu. Podejście takie wymaga bezpośredniego kontaktu – spotkania [Bombała 2011, s. 13], w efekcie jest zatem metodą czasochłonną.

Badacz kieruje rozmową jedynie na tyle, by rozmówca wypowiadał się w sposób konkretny i spójny, nie wpływa natomiast na wybór wątków i styl wypowiedzi uczestnika wywiadu. Rejestrację wypowiedzi można uzupełnić zbieraniem wrażeń wzrokowych, słuchowych i ewentualnie dotykowych wynikających z zachowania uczestników wywiadu, które dostarczą cenny materiał badawczy w postaci dodatkowych sygnałów niewerbalnych. Dzięki takiemu postępowaniu analiza fenomenologiczna pozwala dostrzec i wyjaśnić zjawiska, które wymykają się nie tylko analizie ilościowej, lecz także innym podejściom jakościowym. Ponadto, wzbogaca wnioski z badań o treści ukryte, nieujawnione w warstwie deklaratywnej, wyjaśniając faktyczny stosunek rozmówców do dyskutowanego zagadnienia. Badanie fenomenologiczne umożliwia zatem głębokie zrozumienie zachodzących zjawisk i procesów.

Następnie badacz dokonuje transkrypcji rozmowy. Uzyskany dosłowny zapis relacji jest kodowany przy wykorzystaniu wyodrębnionych przez badacza kategorii sformułowań o znaczeniu ogólnym (ang. *units of general meaning*). Przez sformułowania o znaczeniu ogólnym R. H. Hycner [1985, s. 282] rozumie „słowa, zdania, wypowiedzi niewerbalne lub dźwięki paralingwistyczne², które wyrażają unikalne, spójne znaczeniowo komunikaty, odróżniające je od pozostałych”.

Spośród nich natomiast wyodrębnia się kategorie sformułowań o znaczeniu istotnym (ang. *units of relevant meaning*), czyli sformułowania które objaśniają pytanie badawcze. Te z kolei mogą być grupowane w jednostki sformułowań o podobnym znaczeniu (ang. *units of similar meaning*), które wskazują na kluczowe wątki wyjaśniające problem badawczy. Postępowanie takie ma na celu próbę opisanie oraz zrozumienia myśli i znaczeń przypisanych danemu zjawisku przez osobę badaną oraz sposobu, w jaki ona to zjawisko postrzega [Hycner 1985, s. 280–290].

Po zarejestrowaniu, transkrypcji i kodowaniu uzyskanego tekstu, badacz może przystąpić do interpretacji zgromadzonego materiału przez pryzmat postawionego pytania badawczego. Jest to najbardziej twórcza część badania. Wymaga myślenia syntetycznego, dogłębnego zrozumienia badanych zjawisk i ostatecznie sformułowania uogólnień na podstawie zgromadzonej wiedzy. Jest to zadanie trudne i odpowiedzialne, przy którym może pojawić się szereg nieprawidłowości w postaci błędnej interpretacji zarejestrowanych sygnałów werbalnych i niewerbalnych wysyłanych przez uczestników badań, nieuprawnione uogólnienia czy nielogiczne rozumienia zjawisk [Babbie 2008, s. 23–25].

Przyglądając się przedstawionej procedurze badań fenomenologicznych³, nie ma wątpliwości, że „poprawne przeprowadzenie badania metodami jakościowymi wymaga zwykle tyle samo lub więcej wysiłku i kompetencji, co dobre badanie ilościowe” [Stemplewska-Żakowicz 2010, s. 89]. Złożoność czynności, które badacz powinien podjąć, realizując to postępowanie, ujawnia, że jest ono trudne i powinno być obarczone rygiorem metodycznej poprawności, co ma na względzie jakość uzyskanych wyników.

13.5. Podsumowanie

Chociaż między zwolennikami badań jakościowych i ilościowych od lat trwa spór o prymat jednego z paradygmatów [Czakon (red.) 2011, s. 25], jednak rywalizacja ta jest z gruntu bezzasadna i nieskuteczna. Podejścia te są bowiem

² Dźwięki paralingwistyczne (parajęzykowe) to komunikaty wyrażające stan emocjonalny, takie jak: ton głosu, tempo mowy, intonacja, przerwy, chrząknięcia.

³ Procedura badawcza w przypadku fenomenologii zarządzania wraz z przykładem jej adaptacji do badań organizacji i praktycznego zastosowania została przedstawiona przez autorkę opracowania w: Michalak, Ristino [2013], s. 63–73.

względem siebie alternatywne i przydatne w odniesieniu do pewnych zagadnień, lecz nieadekwatne w innych kontekstach, czyli znajdują zastosowanie w odmiennych sytuacjach badawczych, ale niejednokrotnie mogą się też doskonale uzupełniać.

Do badania niektórych problemów lepiej sprawdzają się pogłębione studia ograniczonej liczby przypadków, niż powierzchowne analizy obejmujące duże próby [Silverman 2008]. Wykorzystanie badań jakościowych pozwala przede wszystkim na bardziej precyzyjne uchwycenie specyfiki zjawisk i uwzględnianie wpływu zmiennych niemierzalnych lub trudno mierzalnych na procesy zarządzania zachodzące w organizacjach [Matejun 2013, s. 103]. Stąd znajdują one zastosowanie w przypadku „nieuchwytnych” zjawisk w funkcjonowaniu organizacji, w szczególności do opisu złożonych relacji w ramach systemów ludzkich.

Metoda fenomenologiczna, jako jedna ze strategii w ramach podejścia jakościowego, stanowi uzupełniające i cenne źródło informacji o rzeczywistości organizacyjnej. Dzięki przyjętej subiektywnej perspektywie, zmierza do wyjaśnienia tego, co dla badań ilościowych jest nieuchwytnie, mianowicie zrozumienia fenomenu człowieka [Bombała 2011, s. 11] na tle ogółu relacji społecznych w organizacji. Co więcej, wykorzystanie sygnałów pozawerbalnych wzbogaca ten obraz o treści niedostępne dla niektórych badań jakościowych.

Jednocześnie, przy szeregu swoich zalet, jest metodą badawczą dotąd rzadko stosowaną w naukach zarządzania. Należy zatem sądzić, iż potrzebna jest głębsza refleksja naukowa, prowadząca do poszerzenia znajomości i zastosowania oraz do poprawy jakości badań prowadzonych przy jej wykorzystaniu.

Bibliografia

- Babbie E., 2008, *Podstawy badań społecznych*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Bombała B., 2008, *Metoda fenomenologiczna w diagnozie i doskonaleniu organizacji*, [w:] W. Błaszczyk (red.), *Nurt metodologiczny w naukach o zarządzaniu. W drodze do doskonałości*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Bombała B., 2010, *Fenomenologia zarządzania: przywództwo*, Difin, Warszawa.
- Bombała B., 2011, *Fenomenologia przywództwa: być kimś – czynić coś*, „Prakseologia”, nr 151.
- Bombała B., 2014, *Fenomenologia polskiej transformacji*, Teoria Polityki, Biblioteka Ośrodka Analiz Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, <http://oapuw.pl/wp-content/uploads/2013/03/bombaa-b.-fenomenologia-polskiej-transformacji.pdf> (dostęp 6.05.2014).
- Cisek S., 2013, *Metodologia jakościowa we współczesnej informatologii. Wybrane aspekty*, „Przełęcz Biblioteczny”, t. 81, z. 3.
- Creswell J. W., 2013, *Projektowanie badań naukowych. Metody jakościowe, ilościowe, mieszane*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Czakov W. (red.), 2011, *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*, Oficyna Wydawnicza Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Czarniawska B., 2011, *Antropologia i teoria organizacji. Wczoraj i dziś*, „Problemy Zarządzania”, t. 9, nr 2 (32).

- Ehrich L. C., 2005, *Revisiting Phenomenology: Its Potential for Management Research*, British Academy of Management Conference, Said Business School, Oxford University, Oxford.
- Garfinkel H., 1967, *Studies in Ethnomethodology*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Gill M. J., 2014, *The Possibilities of Phenomenology for Organizational Research*, „Organizational Research Methods”, Vol. 17, No. 2, April.
- Harciarek M., 2011, *Metoda fenomenologiczna w badaniu kapitału ludzkiego i społecznego*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie”, nr 3.
- Hycner R. H., 1985, *Some Guidelines for the Phenomenological Analysis of Interview Data*, „Human Studies”, No. 8.
- Jiménez A. C. (red.), 2004/2007, *The Anthropology of Organisations*, Aldershot, Ashgate.
- Jemielniak D. (red.), 2012, *Badania jakościowe. Podejścia i teorie*, t. 1–2, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Kołodziejczyk M., Sobczyk J. R., 2006, *Metodologiczne aspekty ogólnej charakterystyki organizacji i zarządzania jako odrębnej dyscypliny naukowej*, [w:] W. Błaszczak (red.), *Nurt metodologiczny w naukach o zarządzaniu. Perspektywy i zagrożenia rozwoju*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Konecki K. T., 2002, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Konecki K. T., 2010, *Wizualna Teoria Ugruntowana. Nauczanie teorii ugruntowanej przy pomocy obrazów i analizy wizualnej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. VI, nr 2; http://www.academia.edu/3143460/Wizualna_Teoria_Ugruntowana_Nauczanie_teorii_ugruntowanej_przy_pomocy_obrazow_i_analazy_wizualnej (dostęp 6.05.2014).
- Konecki K. T., Chomczyński P. (red.), 2012, *Słownik socjologii jakościowej*, Wyd. Difin, Warszawa.
- Kostera M., 2003, *Antropologia organizacji. Metodologia badań terenowych*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Kostera M. (red.), 2011, *Etnografia organizacji. Badania polskich firm i instytucji*, Gdańskie Wyd. Psychologiczne, Sopot.
- Matejun M., 2013, *Metody i zakres prowadzonych badań empirycznych*, [w:] S. Lachiewicz, M. Matejun, A. Walecka (red.), *Przedsiębiorczość technologiczna w małych i średnich firmach. Czynniki rozwoju*, Wyd. WNT, Warszawa.
- Michalak J. M., Ristino R. J., 2013, *A Phenomenological Study of Employee Perceptions of Managerial Behaviors as Personal Enactments of Organizational Culture*, „Journal of Intercultural Management”, No. 3.
- Nowak S., 2011, *Metodologia badań społecznych*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Nyland D., 2007, *Organizational Ethnography*, Sage, London.
- Paluchowski W., 2010, *Spór metodologiczny czy koncepcyjny – badania ilościowe vs jakościowe*, „Annals of Psychology”, Vol. 13, No. 1.
- Silverman D., 2008, *Prowadzenie badań jakościowych*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Stemplewska-Żakowicz K., 2010, *Metody jakościowe, metody ilościowe: hamletowski dylemat czy różnorodność do wyboru?*, „Roczniki Psychologiczne”, t. 13, nr 1.
- Sułkowski Ł., 2012, *Epistemologia i metodologia zarządzania*, Polskie Wyd. Ekonomiczne, Warszawa.
- Sułkowski Ł., 2012, *Metodologie emic i etic w badaniach kultury w zarządzaniu*, „Management and Business Administration”, Central Europe, No. 1/108.

Joanna Małgorzata Michalak

PHENOMENOLOGICAL APPROACH IN MANAGEMENT RESEARCH

(Abstract)

Phenomenological reflection aims at understanding the phenomenon of the human being in its real environment. As such phenomenology legitimates the use of quantitative research techniques by being sensitive to the nature of what is being studied. The aim of this chapter is to draw attention to application of phenomenology in management as a new method in measurement of human aspects of organization. The paper shows the value of phenomenological method in management research and provides theoretical basis for its application.