

Interview with Elite: Opportunities and Challenges

Alinejad-Nacini M¹, Ala Alzamani F², Moradi A^{3*}, Azizi H.R⁴

1- Paediatric and Intensive Neonatal Nursing Department, School of Nursing and Midwifery, Iran University of Medical Sciences, Tehran, Iran.

2- Phd Candidate of Nursing, Nursing Care Research Center, School of Nursing and Midwifery, Iran University of Medical Sciences, Tehran, Iran.

3- Phd Candidate of Nursing, Critical Nursing Care Department, Nursing faculty of Baqiyatallah University of Medical Sciences, Tehran, Iran (**Corresponding Author**)

4- MS Critical Nursing Care, Nursing Faculty of Baqiyatallah University of Medical Sciences, Tehran, Iran.

Abstract

Introduction: Interview is one of the well-known methods of qualitative data collection. Today, the interview is considered as an interactive practice. In recent decades, social scientists has increasingly considered the role elite play in the production of qualitative data and also, doing interview with these people in the community, and methodological issues about interviewing them have been interested by scholars.

Methods: This review study was conducted through a systematic search in the field of interview, and interview with elite, in literature published between 1980 and 2018, by search engine/ database Google Scholar, ISI Web of Science, PubMed, Scopus Sciencs Direct, using the selected keywords. Finally, 44 articles and 2 books in this field, all in English, were retrieved, reviewed and evaluated.

Results: This review study includes the definition of elite, the benefits and interviewing, the role of power in interviewing, approaches and preparation, and challenges in interviewing with organizational elite and some strategies to guide the interview. The overall purpose of this article is to provide an introduction to researchers who have recently wanted to interview elite.

Conclusions: An interview with the elite can play an important role for many researches that have portrayed the history and development of a phenomenon over the past half century. By gaining experience, an interviewer can learn techniques that overcome these problems and turn the challenges into an opportunity that results in better quality interviewing.

Keywords: Elite, Qualitative Studies, Interviews, Opportunities, Challenges.

مصاحبه با افراد کلیدی، فرصت‌ها و چالش‌ها

منا علی نژاد نائینی^۱، فرشید علی‌الازمنی^۲، علی مرادی^{۳*}، حمیدرضا عزیزی^۴

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه پرستاری مراقبت‌های ویژه نوزادان و کودکان، دانشکده پرستاری و مامایی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران.
 ۲- دانشجوی دکتری پرستاری، مرکز تحقیقات مراقبت پرستاری، دانشکده پرستاری و مامایی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران.
 ۳- دانشجوی دکتری پرستاری، گروه پرستاری مراقبت‌های ویژه، دانشکده پرستاری، دانشگاه علوم پزشکی بقیه الله (عج)، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
 ۴- کارشناس ارشد پرستاری مراقبت‌های ویژه، دانشکده پرستاری، دانشگاه علوم پزشکی بقیه الله (عج)، تهران، ایران.

چکیده

مقدمه: مصاحبه یکی از روش‌های شناخته شده برای جمع‌آوری داده‌های کیفی است که به تولید دانش کمک می‌نماید. امروزه مصاحبه به عنوان یک عمل تعاملی شناخته شده است که در آن دانش، معانی و روایات به طور مشترک توسط مصاحبه‌شونده و مصاحبه‌کننده تولید می‌شود. در دهه‌های اخیر توجه محققین علوم اجتماعی به طور فزاینده‌ای به نقش افراد کلیدی در تولید داده‌های کیفی و مصاحبه با این افراد در جامعه جلب شده و بحث‌های روش‌شناختی در مورد مصاحبه با آنها نظر محققین را به خود جلب کرده است.

روش کار: این مطالعه‌ی مروری با جستجوی نظام‌مند در رابطه با مصاحبه و مصاحبه با افراد کلیدی متمرکز بین سالهای ۱۹۸۰ تا ۲۰۲۰ بود و مستندات مذکور با جستجو در موتورهای جستجوگر، Google Scholar, ISI Web of Science, PubMed, Scopus و با توجه به کلیدواژه‌های انتخابی انجام شده و در نهایت ۴۴ مطالعه‌ی مختلف از مجلات معتبر خارجی و بین‌المللی و ۲ کتاب در این زمینه که همگی به زبان انگلیسی بودند، بازیابی گردید، سپس موارد و مفاهیم مشترک آن مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت.

یافته‌ها: این مطالعه مروری شامل تعریف افراد کلیدی، فواید و مشکلات مصاحبه با این افراد، نقش قدرت در مصاحبه با آنها، مشکلات پیش‌رو، رویکردها و آماده‌سازی و چالش‌ها در مصاحبه با افراد کلیدی سازمانی و برخی از استراتژی‌ها در هدایت مصاحبه است. هدف کلی این مقاله ارائه مقدمه‌ای برای محققینی است که به تازگی می‌خواهند به مصاحبه با افراد کلیدی بپردازند.

نتیجه‌گیری: این مقاله به معرفی افراد کلیدی و بعضی از چالش‌ها و راهکارها در مصاحبه با این افراد پرداخت. مصاحبه با افراد کلیدی می‌تواند نقش مهمی را برای بسیاری از تحقیقات بازی کند که تاریخ و توسعه یک پدیده را در طول نیم قرن گذشته به تصویر کشیده است. هدف اصلی از مصاحبه‌های افراد کلیدی، دستیابی به اطلاعات و مفاهیم است که تنها آن فرد می‌تواند در مورد یک رویداد یا فرآیند ارائه دهد. مصاحبه با آنها چالش‌های خاصی از دسترسی، کنترل، گمراه‌کنندگی و مذاکره در مورد نقش‌های اجتماعی را نیز به همراه دارد. با کسب تجربه، یک مصاحبه‌کننده می‌تواند تکنیک‌هایی را که این مشکلات را برطرف نموده یاد گرفته و چالش‌ها را به یک فرصت تبدیل نماید که در نتیجه مصاحبه با کیفیت بهتر را ایجاد می‌کند.

کلیدواژه‌ها: افراد کلیدی، مطالعات کیفی، مصاحبه، فرصت‌ها، چالش‌ها.

مقدمه

امروزه مصاحبه به یکی از معمولترین ترین شیوه‌های تولید دانش در علوم انسانی، اجتماعی و به طور خاص در روانشناسی انتقادی تبدیل شده است (۱، ۲). استفاده از رویکردهای کیفی در تحقیقات بالینی در دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰، بسیاری از قالب‌های متمایز مصاحبه‌های کیفی را مطرح

نمود که روند جمع‌آوری داده‌ها و عمق داده‌های جمع‌آوری شده را بسیار گسترش داد (۳). با وجود اینکه مصاحبه یکی از مهمترین ابزارهای تحقیقات کیفی است، اما متون محدودی در مورد موضوع مصاحبه و مخصوصاً مصاحبه با افراد کلیدی وجود دارد (۴). مفهوم مصاحبه با افراد کلیدی از مطالعه سیاست و سیاستگذاری نشأت گرفت و متعاقباً به عنوان یک روش تحقیق کیفی به ویژه در میان دانشجویان

تحصیلات تکمیلی مورد توجه قرار گرفت (۵). و مصاحبه با این افراد یکی از روشهای ویژه ی جمع آوری داده در تحقیقات کیفی گردید (۶،۷). همچنین به محققان اجازه می دهد تا روند سیاست گذاری را که موجب رویدادهای سیاسی کلیدی می شود، ردیابی کنند (۸). در دهه های اخیر محققین علوم اجتماعی به طور فزاینده ای توجه خود را به نقش افراد کلیدی در جامعه جلب کردند که باعث ایجاد پیدایش بعضی چالشهای متدولوژیک در مصاحبه با آنها شده است (۹). آنتونی لوئیس دکستر، بعنوان یکی از پیشگامان مصاحبه با افراد کلیدی معتقد بود که این نوع از مصاحبه یکی از مهمترین ابزار های تحقیق در علوم اجتماعی می باشد و مطرح نمود که محققین جوان باید از مصاحبه با افراد کلیدی اجتناب نمایند، زیرا آنها هنوز آماده نبوده و باید زمانی را برای درک اهمیت این نوع از مصاحبه صرف کنند (۱۰). مصاحبه با افراد کلیدی نقش های چندگانه ای را در بسیاری از تحقیقات بازی می کند که تاریخ و توسعه یک پدیده را در طول نیم قرن گذشته به تصویر کشیده است. از طرفی مصاحبه با افراد کلیدی مزایای بسیار زیادی دارد. از آنجا که آنها از قدرت های مختلف اجتماعی، حقوقی، مالی، سیاسی و سازمانی برخوردارند، باعث افزایش کیفیت و کیفیت داده های جمع آوری شده می گردند (۵،۱۱). ریچارد و گلدستون توصیه های کاربردی بسیاری را در ارتباط با رویکردهای مختلف برای تحقیق با افراد کلیدی سیاسی ارائه نمودند. اما متون کمی درباره استراتژیهای مصاحبه توسط دیگر محققین وجود دارد (۱۲).

در دو دهه اخیر تعداد کم اما رو به رشد متون درباره افراد کلیدی وجود داشته است که این اتفاق ناشی از تحقیقات اتنوگرافی، مصاحبه، گروههای متمرکز، مطالعات موردی و مشاهده مشارکتی بوده است. همچنین محققین به طور فزاینده ای به فهمیدن دورنماها و رفتارهای رهبران حرفه ها، سیاستها و جوامع علاقمند شدند (۹). به نظر می رسد، افرادی که دارای اختیارات و قدرت هستند دیدگاه های مختلفی داشته باشند، بنابراین مهم است که دیدگاه های آنها را درک کنید تا جهان اجتماعی را کاملا درک کنند (۱۳). با این حال کمبود دانش موجود درباره برخی چالشهای متدولوژیک تحقیق درباره افراد کلیدی باعث کندی مصاحبه با آنها شده است (۹) تفاوت مصاحبه با افراد کلیدی، در تمرکز آن بر دانش تخصصی مصاحبه شونده است (۱۵). مقاله حاضر به بررسی برخی چالشها و توصیه هایی در

زمینه مصاحبه با این افراد می پردازد.

روش کار

این مطالعه ی مروری با جستجوی نظام مند در رابطه با مصاحبه و مصاحبه با افراد کلیدی متمرکز بین سالهای ۱۹۸۰ تا ۲۰۲۰ بود و مستندات مذکور با جستجو در موتورهای جستجوگر Google Scholar, ISI Web of Science, PubMed, Scopus و Science direct و با توجه به کلید واژه های انتخابی انجام شده و در نهایت ۴۴ مطالعه ی مختلف از مجلات معتبر خارجی و بین المللی و ۲ کتاب در این زمینه که همگی به زبان انگلیسی بودند، بازیابی گردید، سپس موارد و مفاهیم مشترک آن مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت.

یافته ها

تعریف افراد کلیدی:

هیچ تعریف روشنی در باره افراد کلیدی وجود ندارد و بررسی در متون شامل تعاریف زیر می باشد. اوستاندر آنها را افرادی با ثروت قابل ملاحظه خانوادگی، و به نام "نخبگان بشردوست" معرفی نموده است. دانشمندان علوم سیاسی، افراد کلیدی سیاسی را به دلیل نقش ویژه ای که به سبب آن در روند سیاست انتخاب شده اند، تعریف می نمایند (۱۶). در تعریف دیگر آنها به عنوان افرادی که دارای یک موقعیت خاص در یک سازمان می باشند، و با نام افراد کلیدی سازمانی معرفی شده اند که در بالاترین نقطه در سلسه مراتب سازمانی قرار داشته، و از موقعیت سازمانی برخوردار بوده و به راحتی قابل تشخیص هستند (۱۷). زاگرمین این افراد را "فوق نخبه" می نامد، که در موقعیت شغلی و یا در ثروت خانواده افراد کلیدی نیستند، اما برنده جایزه نوبل در علم می باشند و از میزان قابل توجهی قدرت در یک گروه برخوردارند (۱۸). پاری از اصطلاح "نخبگان هیبریدی" در زمینه تجارت بین المللی مواد ژنتیکی استفاده نمود (۱۹).

مک دانل آنها را افراد کلیدی حرفه ای معرفی نمود که در سطوح مختلف بازرگانی و بانکهای سرمایه گذاری در شهر لندن کار می کردند، زیرا آنها مهارتهای بالا و تبحر حرفه ای داشته و گروه ویژه ای بودند (۲۰). تعریفی دیگر آنها را افرادی که در موقعیتهای قدرتمند قرار دارند مانند افراد منتخب سیاسی و یا افرادی با نقشهای اجرایی دولتی و

در بیشتر مقاله‌هایی که تمرکز آنها بر مصاحبه با افراد کلیدی است، بر تعریف ساختاری قدرت تمرکز شده است (۲۳). هرچند دیدگاه پساساختارگرا نیز در مصاحبه با افراد کلیدی بسیار اهمیت دارد.

برخی تحقیقات کیفی ادعا کرده‌اند که در متون متودولوژیک مربوط به تحقیق درباره افرادی که در جایگاه قدرت و اختیار هستند تفاوت‌هایی وجود دارد (۲۶). این تفاوتها بسیار مهم است و راهنماهای موجود برای تحقیق با افراد غیر کلیدی ممکن است برای استفاده در تحقیقات مربوط به افراد کلیدی نامناسب باشد (۲۶). تفاوت‌هایی که نویسندگان به آن اشاره می‌کنند و در تحقیق اهمیت دارد شامل همه مراحل فرایند تحقیق از شروع و برنامه ریزی تا زمان انتشار نتایج است (۲۷). دلایل بسیاری وجود دارد که نفوذ در افراد کلیدی نسبت به دیگر افراد مشکل می‌باشد. تعدادی از محققین در نتیجه تفاوت‌های درک شده اتفاق نظر دارند که راهکارهای توانمندسازی و مبتنی بر همکاری که اغلب در جغرافیای انسانی مطرح می‌شود ممکن است برای مطالعه درباره این گروه از افراد مناسب نباشد (۲۸). در واقع پژوهشگرانی که تحقیقاتی را با افراد در جایگاه قدرت انجام داده‌اند با صداقت اعلام نمودند که رفتار آنها با اینگونه شرکت‌کنندگان از نظر اخلاقی (بهترین عمل) کاملاً متفاوت از حالت عادی که در دیگر تحقیقات انجام می‌دهند بوده است و به طبیعت پیچیده و چند بعدی قدرت اذعان داشته‌اند (۲۷).

عدم تعادل قدرت بین مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده اجتناب‌ناپذیر بوده و مشکل ساز است. مصاحبه‌شونده اطلاعاتی را که مصاحبه‌کننده سعی در ادامه آن دارند را کنترل می‌نماید. بر این اساس محققان باید آگاه باشند که افراد کلیدی کنترل مصاحبه را به دست بگیرند و به عنوان یکی از چالش‌های اساسی در مصاحبه، مدیریت آن ضرورت دارد (۶). محققان فمینیستی نیز پیشنهاد کرده‌اند که راه رویارویی با این نابرابری‌ها و به حداقل رساندن تفاوت قدرت برای مصاحبه‌کنندگان، نشان دادن جنبه‌های انسانی در پاسخ به سوالات و بیان احساسات است (۲۹). به منظور غلبه بر تفاوت‌ها و نابرابری‌های قدرت، محققان می‌توانند از استراتژی‌های مختلف از جمله "خود افشایی" استفاده کنند که مصاحبه‌کننده تجربیات و دانش را به اشتراک می‌گذارد، سوالات را پاسخ می‌دهد و احساسات خود را بیان می‌کند (۳۰).

با دارای مقام‌های حرفه‌ای مانند بانکدارهای سطح بالا معرفی نموده است. به ویژه در تحقیقات آلمانی تعاریف افراد کلیدی ممکن است شامل متخصصان عملیاتی باشد که دارای تخصص هستند حتی اگر رتبه سازمانی نداشته باشند (۲۱). ریچارد افراد کلیدی را افرادی با موقعیت و مقام اجتماعی مانند دانشمندان سیاسی که نسبت به دیگر افراد بر نتایج سیاسی تاثیر بیشتری دارند معرفی نمود (۶). در این مقاله منظور از افراد کلیدی، افراد دارای مقام و موقعیت سازمانی است که در سلسله مراتب سازمانی در راس سازمان قرار دارند.

نقش قدرت در مصاحبه با افراد کلیدی

پیچیدگی روابط قدرت در مصاحبه با افراد کلیدی توسط پایل بیان شد. وی اذعان نمود که ساختار قدرت میان مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده پیچیده و ناپایدار بوده و بازتابی از قدرت احساسی بین مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده می‌باشد (۲۲). مصاحبه با چنین افرادی پژوهشگران را با برخی چالش‌های عملی مرتبط با مسئله قدرت روبرو می‌کند. در این زمینه، قدرت، یک اثر ارتباطی ناشی از تعاملات اجتماعی است (۲۳). اثرات ارتباطی قدرت اغلب به آنچه که کیتینگ از آن به عنوان "بسته شدن"، یاد می‌کند بروز می‌کند (۲۴). در مصاحبه با افراد کلیدی قدرت به ظرفیت مصاحبه‌شونده در پاسخگویی یا مقاومت وی در بیان نتایج خاص در پاسخ به سؤالات اشاره دارد. در این زمینه، مطالعات فمینیستی بر ساختار قدرت در مصاحبه با افراد کلیدی تاکید بسیاری می‌کنند (۶). یکی از چالش‌های اصلی که در مصاحبه با افراد کلیدی رویاروی محققان می‌باشد مربوط به روابط قدرت نابرابر است (۲۴). به گفته آلن مانند معمارانی که نقشه ساختمان را در ذهن خود پردازش می‌کنند، قدرت نیز قبل از مصاحبه در ذهن مصاحبه‌کننده ساخته می‌شود (۲۴). در مفهوم سازی قدرت، دیدگاه‌های مربوط به قدرت به دو صورت توصیف می‌شود:

۱- در اولین دیدگاه که به آن دیدگاه ساختاری اطلاق می‌شود، قدرت به مثابه ظرفیتی ثبت شده در نظر گرفته می‌شود. که توسط افراد یا سازمانی خاص به فرد اختصاص داده می‌شود.

۲- دیدگاه پساساختارگرا یا به تصویر کشیده شده. که به کار گرفته شده اما اختصاص داده نشده است. بر اساس این دیدگاه قدرت دارای مالکیت و جایگاه نیست.

فواید و مشکلات مصاحبه با افراد کلیدی:

مشکلاتی را که نویسندگان در این نوع مصاحبه ها ذکر نمودند در تمام مراحل تحقیق از برنامه ریزی تا انتشار تحقیق وجود دارد (۳۱-۳۳). مصاحبه با افراد کلیدی می تواند به تفسیر مستندات یا گزارشها کمک نموده و اطلاعاتی را که ثبت نشده یا هنوز در دسترس عموم نیست در اختیار قرار دهد همچنین به دسترسی دیگران در مصاحبه های ویژه کمک کند. از طرفی مصاحبه با آنها با بعضی مشکلات متدولوژیک، اجرایی و تفسیری همراه است. نمونه گیری ممکن است با مشکل دسترسی همراه باشد. قابلیت اعتماد مصاحبه در بعضی مواقع سؤال بر انگیز است. مثلا مصاحبه شونده در مورد یک رویداد می تواند چیزهای متفاوتی را در مصاحبه های مختلف بگویند زیرا آنها می توانند ذهن خود را در جریان مصاحبه تغییر دهد. احترام بسیاری که مصاحبه کننده با توجه به قدرت برای مصاحبه شونده قائل می باشد باعث می شود که کنترل مصاحبه به دست مصاحبه شونده باشد. اگر چنین است، مصاحبه کننده ممکن است قادر به کنترل یا جهت دادن به مصاحبه نباشد. آنها اطلاعاتی را که مصاحبه کننده سعی دارد از آن استفاده کند کنترل می کنند (۴).

آماده سازی قبل از مصاحبه:

چند مسئله اساسی وجود دارد که یک محقق باید قبل از مصاحبه در نظر داشته باشد. مثلا توجه به این نکته که مصاحبه در مراحل آخر کار بیشترین تاثیر را دارد. زمان مصاحبه غالبا محدود می باشد. انتخاب مصاحبه شونده نیز مهم می باشد زیرا هدف، معرف بودن نمونه تا حد امکان می باشد. با نزدیک شدن به زمان مصاحبه لازم است که محقق آگاهی و دانش کلی و جزئی در همه زمینه تحقیق داشته باشد. باید به صورت حرفه ای و با اطلاعات خوب با مصاحبه شونده روبرو شده و آگاهی کامل از پیشینه اجتماعی و حرفه ای او داشت. به لحاظ ساختار مصاحبه، یکی از ملزومات کلیدی انعطاف پذیری است. اولین نکته این است که شخص مورد نظر را هدف قرار داده و محدوده ای که باید پوشش دهد و رویکرد مناسب برای مصاحبه را پیدا کنیم و مجموعه ای از سئوالات رسمی و یکسری سئوالات مورد نظر مربوط به موضوع را مطرح نماییم. مصاحبه را می توان با داستانهای به ترتیب وقوع زمانی درباره موضوع مورد نظر مصاحبه آغاز نمود که این روش نسبت به یکسری سئوالات جدا از هم بهتر است. در این

مرحله باید به اینکه چگونه می توان شرایط راحت و آرام برای مصاحبه کننده فراهم نمود نیز فکر کرد (۴).
هدایت مصاحبه:

در طول مصاحبه، مصاحبه کننده باید سعی نماید تا حد ممکن شفاف بوده و اطلاعاتی را به مصاحبه کننده بدهد. مانند: من چه کسی هستم؟ کجا کار می کنم؟ طبیعت تحقیق من چیست؟ حمایت کنندگان من چه کسانی هستند؟ مصاحبه چه مدت زمانی طول می کشد؟ نتایج در کجا منتشر می شود؟ آیا داده ها به صورت بی نام منتشر می شود؟ (۹).

مدت زمانی و مکانی که مصاحبه شونده برای محقق در نظر گرفته است مهم می باشد، زیرا باید در زمان موجود، سوالات به طور کامل مطرح شده و تمامی زمینه های اصلی پوشش داده شود (۴). در بعضی مواقع مصاحبه شونده ممکن است زمان بیشتری را در اختیار مصاحبه کننده قرار دهد و محقق باید آماده بوده و از آن به عنوان یک فرصت برای توجه به جزئیات بیشتر در موضوعات خاص استفاده نماید (۳۴).

باید ایده قطعی، اما انعطاف پذیر از سوالاتی که قرار است پرسیده شود وجود داشته باشد. محقق در طول مصاحبه باید هوشیار باشد، این موضوع توانایی واکنش نسبت به مصاحبه شونده و همچنین اطمینان از اینکه مصاحبه شونده از موضوع خیلی دور نیست را افزایش می دهد. باید مودبانه، بصورتی پایدار و محکم، مصاحبه شونده را به موضوع مورد بحث برگرداند (۴). ممکن است لازم باشد مصاحبه کننده شخصیت خود را تغییر دهد تا بتواند کاملترین پاسخ ها را بدست آورد (۳۵). اگر علائق مشترک وجود داشته باشد به عنوان مثال تولد در یک شهر مشترک یا تحصیل در همان دانشگاه، ذکر شود زیرا این موضوع باعث ایجاد اعتماد می گردد (۴). به مصاحبه شونده فرصت کافی برای پاسخ به سئوال داده شده و سپس سئوال بعدی مطرح گردد. نقل قول از مصاحبه های قبلی نشان دهنده دانش و اعتبار بوده و به مصاحبه کننده اجازه بررسی منابع متقابل را می دهد. قبل از سئوال در مورد تضادها، انتقادها یا سئوالات دشوارتر باید منتظر ماند تا مصاحبه شونده با محقق ارتباط برقرار کرده و برای مدتی در بحث درگیر بماند (۴). همیشه بهتر است مصاحبه با پرسیدن سئوال در مورد مواردی که به آن دست یافته نشده پایان یابد، شاید مصاحبه شونده بخواهد در این مورد نظر بدهد (۴).

می نمایند. در مورد مصاحبه با افراد کلیدی بین محققین در مورد اینکه آیا باید مصاحبه را ضبط نمایند اختلاف نظر وجود دارد (۹). پی بادی ذکر کرده که افراد بیشتر دوست دارند صحبت کنند بدون اینکه صحبت‌هایشان ضبط شود (۳۴). از طرفی برخی افراد کلیدی از ضبط شدن مصاحبه خودداری کرده و به سرعت نسبت به وجود وسیله ضبط کننده عکس العمل نشان می دهند (۳۶).

یکی از چالشها پرسیدن سئوالاتی است که ممکن است مصاحبه شونده به راحتی نتواند به آنها پاسخ دهد. ریچارد پیشنهاد می دهد که این نوع از سئوالات باید در وسط مصاحبه و زمانی که ارتباط با مصاحبه شونده ایجاد شده پرسیده شود (۴). یکی از سئوالاتی که پرسیدنش از افراد کلیدی نامناسب است پرسیدن در مورد حقوق سالیانه می باشد زیرا در بیشتر زمینه های فرهنگی این سئوال بسیار خصوصی است (۹).

به طور کلی شروع مصاحبه باید با سئوالات کلی درباره تحصیلات پاسخ دهنده یا زمینه حرفه ای او باشد (۹). در بیشتر موارد مصاحبه کنندگان باید از پرسیدن سئوالات فرمول بندی شده زیاد اجتناب کرده و بیشتر بر جریان مکالمه تمرکز نمایند (۲۹).

مصاحبه کننده باید هنگامی که سئوالات ناخوشایند را می پرسد به مصاحبه کننده احترام گذارد. به طور مثال بگوید: (این سئوالی نیست که اگر در جمع بودیم من از شما می پرسیدم اما هدف من اینجا کاملا متفاوت است) (۱۶). پاسخ دهندگان اغلب آگاهانه یا نا آگاهانه به بعضی سئوالاتی که از آنها پرسیده می شود پاسخ نمی دهند؛ بخصوص بسیاری از افراد کلیدی سیاسی و تجاری در مورد اینکه چگونه از پاسخ به بعضی از سئوالات اجتناب نمایند آموزش دیده اند. باید دوباره و مودبانه سئوال پرسیده شود. اگر آنها پاسخ ندادند سپس سئوال دیگری پرسیده شده و دور سئوال پاسخ داده نشده خط کشیده شود (۳۸).

درباره هدف پروژه تحقیقی در اکثریت موارد محققان توصیه می کنند که تا حد ممکن باز بوده و تلاش نمائیم تا الهام بخش اطمینان بوده و درباره اینکه می خواهیم به چه چیز برسیم صحبت کنیم (۲۰، ۳۹). در بعضی شرایط ممکن است هم مصاحبه شونده و هم مصاحبه کننده در موضوع مشخصی ساکت باشند زیرا آنها یا قادر به پاسخ نبوده یا مایل به افشای اطلاعات خاص نیستند. این شرایط نامناسب می تواند در بعضی مواقع به وسیله شروع

مصاحبه کنندگان نیاز دارند که به افراد پاسخگو اطمینان (اعتماد) داشته باشند تا بتوانند داده هایی با کیفیت بالا جمع آوری نمایند (۹). اوستاندر ذکر می کند که این اعتماد در طول زمان ساخته می شود و محققین باید تلاش کنند یک رابطه دوستانه را با فرد کلیدی از زمان اولین تماس با آنها در مصاحبه تا پایان آن بسازند (۹) به این علت که افراد کلیدی دوست ندارند با پاسخهای بسته محدود شوند باید از پرسیدن سئوالات بسته آنها اجتناب کرد. زیرا غالبا افراد با تحصیلات بالا دوست ندارند به سئوالات بسته آنها پاسخ دهند (۹). آنها ترجیح می دهند نظراتشان را بیان کرده و درباره اینکه چرا آنها اینطور فکر کرده و یا چه چیزی فکر می کنند توضیح دهند (۳۶). اغلب مصاحبه کنندگان زمان محدود و کمی برای صحبت با افراد کلیدی دارند و بنابراین روشهای ساختاریافته اغلب بهترین راه برای بدست آوردن پاسخهای متمرکز در زمان کوتاه است (۹).

راکمن و آدرباک موافق هستند که ترکیب سئوالات با انتهای باز و بسته باعث فعال شدن پاسخ دهنده شده و وی شروع به پاسخ با کلمات خودش می کند (۳۶). ترکیب سئوالات باز و بسته آنها از طریق مصاحبه یا با استفاده از پرسشنامه امکان پذیر است و باعث انعطاف پذیری و افزایش میزان پاسخگویی به پرسشها می شود (۹). مدت زمان دقیق هدایت مصاحبه با افراد کلیدی در متون ذکر نشده است و این موضوع به عواملی مانند ویژگیهای مصاحبه کننده و مصاحبه شونده، زمان، مکان و زمینه مصاحبه نسبت داده شده است (۹). ریور و همکاران در تحقیق خود پس از اتمام بخشی از مصاحبه با افراد کلیدی، از همه پاسخ دهندگان خواستند تا یک پرسشنامه کوتاه را تکمیل نمایند. بر اساس روابطی که در طول مصاحبه ایجاد شده بود، اکثر پاسخ دهندگان این پرسشنامه را در حضور مصاحبه کننده به پایان رساندند. در صورت وجود محدودیت های زمانی باید معمولا تلاش های قابل توجهی برای بازبایی پرسشنامه ها صرف گردد (۲۹).

اوستاندر توصیه می کند که مصاحبه معمولا ۱ ساعت و نیم طول بکشد (۱۶). استفان همچنین گفته است که متوسط زمان مصاحبه از یک مصاحبه به دیگر، از حدود ۳ ساعت تا کمتر از یک ساعت متغیر است (۳۷). مصاحبه کنندگان آکادمیک ترجیح می دهند مصاحبه ها را ضبط نمایند؛ زیرا آنها نمی توانند تمرکز کرده و همه اطلاعات را یادداشت نمایند و به این ترتیب بر هدایت مصاحبه تمرکز

صحبت با مصاحبه کننده درباره علایق مشترک با مصاحبه شونده کمک کننده باشد تا یخ بین آنها شکسته شده و دوباره آرامش بین آنها برقرار شود (۹).

مکان مصاحبه می تواند بر نوع پاسخ به اطلاعات و افشا نمودن آن تاثیر بگذارد. پاسخ دهنده ممکن است در محل کار اطلاعات محرمانه را کمتر آشکار نماید یا زمان اضافه بخواهد (۲۰). بهترین مکان جهت مصاحبه با افراد کلیدی تحت تاثیر عواملی شامل: زمینه تحقیق، و نوع ارتباط پیش بینی شده بین مصاحبه شونده و مصاحبه کننده می باشد. بنابراین مهم است که از نقاط قوت و ضعف مصاحبه در مکانهای مختلف آگاه باشیم (۱۲).

محققین در هنگام مصاحبه با افراد کلیدی باید توجه نمایند که چگونه خودشان را نشان دهند. هنگام هدایت کردن تحقیق با افراد کلیدی تجاری و صنعتی لازم است بازی گنگی داشته باشند. با خانمهای پیر خواهرانه بوده با زنان همسن خود وضعیت مشابه داشته و با مردان جوان بسیار سریع بوده و اطلاعات زیاد داشته باشند. مصاحبه کننده ی تاثیرگذار می تواند به آسانی سبک خود را تنظیم کرده و تا جایی که ممکن است احساس راحتی ایجاد نماید (۱۲). زیرا مهم فقط دریافت یک پاسخ با کیفیت بالا نیست بلکه باید تمایل افراد کلیدی را برای دادن فرصت های مصاحبه در تماسهای بعدی افزایش داد. مانند دیگر انواع مصاحبه بهترین راه برای هدایت مصاحبه با این افراد از یک مصاحبه به دیگری متفاوت است و محقق باید جو مصاحبه، رفتار، صدای صحبت کردن و رفتارها را بر این اساس اندازه گیری و تنظیم نماید (۹).

با وجود اینکه انجام تحقیقات آزمایشی در تحقیقات کیفی توصیه می شود، اما انجام مصاحبه آزمایشی با افراد کلیدی مورد بحث بوده و توصیه نمی شود؛ زیرا افراد کلیدی زمان کمتری در دسترس داشته و همچنین راهنماهای آکادمیک کمی درباره مصاحبه با افراد کلیدی وجود دارد. پیشنهاد می شود که محققان بی تجربه که تصمیم به مصاحبه با این گروه را دارند بهتر است در پایان کارشان هنگامی که بیشتر با موضوع تحقیق و سئوالات آشنا شدند کار مصاحبه را انجام دهند (۱۲). انجام یک مصاحبه با همکاران و دوستان خود قبل از انجام مصاحبه با افراد کلیدی توصیه می شود که می تواند به روشن کردن و بازبینی سئوالات کمک کند (۳۴).

چالش ها در مصاحبه با نخبگان سازمانی:

در حالیکه چالشهای زیادی در مصاحبه با افراد کلیدی وجود دارد باید به خاطر داشت که مصاحبه با همه افراد کلیدی مشابه نیست. در نتیجه، مصاحبه با انواع مختلف نخبگان ممکن است نیاز به استراتژی های متفاوت داشته باشد. (۱۷).

دسترسی به افراد کلیدی

موفقیت در دستیابی به افراد کلیدی وابسته به شبکه های اجتماعی و شرایط خاص می باشد. مکان، طول مدت و زمان مصاحبه می تواند بر موفقیت در بدست آوردن داده ها تاثیر گذارد (۴۱، ۴۰، ۲۰). تقریباً تمام محققانی که به مصاحبه های افراد کلیدی می پردازند، مسئله دسترسی به آنها را مورد بحث قرار می دهند (۴۳، ۴۲، ۱۶). کلید دستیابی، نوشتن یک نامه مقدماتی بسیار قوی است که پروژه را به نحوی تفسیر کند که مصاحبه شونده سریعاً به اهمیت آن پی برده و مهمتر از آن، واضح سازد فردی که می خواهید با او مصاحبه نمایید تخصص منحصر به فرد و حتی ضروری را به موضوع دارد. البته دستیابی بر اساس افراد کلیدی که ما سعی داریم با آنها مصاحبه نمائیم متفاوت می باشد. بعضی ممکن است نخواهند مصاحبه داشته باشند و یا سرشان خیلی شلوغ باشند. البته نخبگان سازمانی اغلب به پروژه های علمی علاقه مند بوده و به راحتی ایده انجام تحقیقات علمی را درک می کنند. مسائل مربوط به دسترسی بسته به موضوع مورد مطالعه متفاوت می باشند (۱۷).

مشکل سخنگوی:

یکی از مشکلات اساسی برای محققانی که با افراد کلیدی مصاحبه می کنند، تمایل مصاحبه شونده به نقش سخنگویی است (۴۲). این تمایل به این دلیل است که بسیاری از آنها بخش مهمی از روز را به عنوان سخنگوی سازمان های خود می گذرانند، بنابراین مصاحبه می تواند در ادامه برنامه روزانه آنها باشد. اگر هدف مصاحبه درک موقعیت سازمانی یا فردی مصاحبه کننده است، این مشکل نیست. مشکل زمانی افزایش می یابد که محقق بخواهد آنها را به لایه های عمیق تر بسته به رسمی بودن و پوزیشن سازمانی ببرد، یکی از استراتژی هایی که برای مقابله با این مشکل استفاده می شود استفاده از مکالمه های طراحی شده برای کاهش سرعت گفتگو و بحث در مورد روند و موقعیت موضوع است به عنوان مثال، "آیا می توانیم برای یک لحظه متوقف شویم؟" (۱۷).

چه کسی مصاحبه را کنترل می کند؟

اجتماعی ارائه نماید.

۳- راه دیگر فرایند نوشتن است. وظیفه اصلی کسی که نخبگان سازمانی را مورد مطالعه قرار می دهد، این است که جهانبینی افراد مورد مصاحبه را به طور کامل و عمیق گزارش دهد. بعد مهم است که این دیدگاه یا موقعیت را با موقعیتهای دیگر مقایسه کند با انجام این فرایند محقق می تواند با استفاده از نظر خود دیدگاه افراد کلیدی را حس کرده یا موضع تحلیلی در رابطه با این جهان بینی را ببیند (۱۷).

تجزیه و تحلیل داده ها:

با نزدیک شدن به پایان مصاحبه پاسخ دهنده خسته شده، کمتر جزئی شده و کمتر بر پاسخها تمرکز می نماید (۹). برای اجتناب از این اتفاق باید در طول مصاحبه این پیام را انتقال دهیم که سئوالات قرار است موضوع متفاوتی را در نظر داشته باشد و ذکر کنیم این سؤال تا چه زمانی طول می کشد (۱۰). در پایان مصاحبه باید به مصاحبه شونده بازخورد داد که مصاحبه با وی فقط در طول دوره آزمایشی تحقیق که در جستجوی روشن کردن و تمرکز بر سئوالات بوده ایم مهم نبوده و در دوره اصلی نیز پاسخ های او می تواند در فرایند سئوالات و مصاحبه بسیار روشن کننده باشد (۹). اگر در طول مصاحبه یادداشتی داشته و یا مطلبی در ذهن است بهتر است در پایان مصاحبه همه آنچه ممکن است هر چه زودتر نوشته شود (۴).

روش تحلیل و تفسیر داده ها نیز بسیار مهم می باشد. محققان بر مزایا و معایب تجزیه و تحلیل داده های دستی نسبت به کامپیوتری تاکید دارند. در همه نوع تجزیه و تحلیل، کلمات، گفتارها و تأکیدات خاص را باید از نوشته های مصاحبه استخراج نمود (۱۲). قدرت تجزیه و تحلیل توانایی توضیح زیاد از مطالب کم می باشد و محقق باید قدرت زیادی در تحلیل گفته های مصاحبه شونده داشته باشد (۴۵). به عنوان یک نتیجه، محققان وظیفه چالش برانگیز معرفی دیدگاه پاسخ دهندگان کلیدی با توجه به این رابطه قدرتی خاص، را بر عهده دارند (۱۲). به طور کلی، روایت ارائه شده با عوامل متعددی از قبیل منافع نویسنده، زمان بندی و مخاطب مواجه است (۴۵).

تجزیه و تحلیل مصاحبه ها همچنین مستلزم معیارهای دقت است. مصاحبه ها همیشه باید به طور کامل از جمله تردیدها و تأکیدات نوشته شوند، به طوری که پاسخها همیشه در دسترس باشند، وسوسه بزرگ، انتخاب نقل قول

بسیاری از محققان درباره مسائل مربوط به "کنترل مصاحبه" و اینکه اغلب در مصاحبه های افراد کلیدی بیشتر از سایر مصاحبه ها بوجد می آید بحث نموده اند، زیرا در زمان مصاحبه با افراد کلیدی نشانگرهای واضح بسیاری وجود دارد که حقیقتا نشان دهنده "وضعیت زیردستان" است. البته بسیاری از افراد کلیدی سازمانی احترام زیادی برای اعضا دانشگاهی قائل هستند که به حل این مشکل کمک می نماید. پیشنهاد می شود مصاحبه کننده سخت تلاش کند تا کنترل را از بین ببرد. اگر مصاحبه حرکت به جلو و در جهت مخالف هدف است باید از سئوالات منحرف کننده استفاده شده تا مصاحبه در مسیر اصلی قرار گیرد، و یا اگر شخص به طور مستقیم سئوالات را پاسخ نداده و تمرکزش بر موضوع خودش است باید به راهی فکر کرد که باعث اتصال بحث به موضوع مورد نظر گردد. این کار را می توان با تجربه زیاد به دست آورد (۱۷).

مشکل بدون نام: سندروم استکهلم، بومی شدن، و معضل گمراه سازی:

روانشناسان معتقدند که استرس ناشی از وابستگی به قدرت متفاوت منجر به بروز این سندرم می گردد (۴۴). در زمان روبرویی با یک فرد با قدرت و بعد از مصاحبه می گوئیم چی می شد من جای او بودم؟ چه مصاحبه خوبی بود که با او انجام دادم و به عبارتی فرد مصاحبه کننده تمام عقیده خود را از دست می دهد. پس ممکن است در محتوای مصاحبه درست عمل نکنیم. افراد کلیدی سخندان هستند و نظراتشان را تحمیل می کنند. افراد بی تجربه بیشتر تحت تاثیر فرایند مصاحبه قرار می گیرند. سه راه برای مبارزه با فریب خوردن وجود دارد (۱۷).

۱- انجام مصاحبه های بیشتر با افراد کلیدی. زیرا با تجربه زیاد این پدیده کم می شود و عینیت مصاحبه کننده را در هنگام آنالیز داده ها افزایش می دهد.

۲- به یاد آوردن این که افراد کلیدی "جهان بینی" را ارائه می دهند که از موقعیت ساختاری آنها در یک سازمان و در جامعه نشات می گیرد. بنابراین، محقق باید داده های مصاحبه را همان گونه که یک مصاحبه با شخص دیگری در شرایط دیگری انجام شده تحلیل کند و از خود پرسد «چگونه این دیدگاه ها منجر به موقعیت و تجربیات ساختاری این فرد می شود؟» البته تکنیک هایی در فرایند نوشتن وجود دارد که به محقق اجازه می دهد جهان بینی آنها را ارائه دهد و همچنین زمینه و نقد را به عنوان تحلیلگر

است که محققین می‌خواهند رفتار این گروه را تحلیل نمایند و بر خلاف دیگر روشهای مصاحبه تاکید بسیاری بر ایجاد صمیمیت بین مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده دارند. علاوه بر آن محققین موافق هستند که مصاحبه می‌تواند لنزهای تحلیلی متفاوتی را برای فهمیدن اساسی‌تر ایجاد کند. همچنین مصاحبه با افراد کلیدی می‌تواند داده‌های کیفی کارآمدتری را نسبت به پرسشنامه و گروه‌های متمرکز به دست آورد.

مصاحبه با این افراد چالشهای خاصی از دسترسی، کنترل، همراه‌کنندگی و مذاکره در مورد نقش‌های اجتماعی را نیز به همراه دارد. با کسب تجربه، یک مصاحبه‌کننده می‌تواند تکنیک‌هایی را که این مشکلات را بر طرف نموده یاد گرفته و چالشها را به یک فرصت تبدیل کند که در نتیجه مصاحبه‌ای با کیفیت بهتر را هدایت نماید. مفاهیم تعهد و مشارکت، اعتماد متقابل، انعطاف‌پذیری، متقابل بودن، تساوی، همدلی و اخلاق مراقبت، تحول از طریق ارتقاء آگاهی، حمایت و شناسایی در مسائل مربوط به رابطه در مصاحبه با افراد کلیدی و نقش محقق، کلیدی است.

هایی است که نقاطی را که مصاحبه‌شونده می‌خواسته برجسته نماید. این کار نباید به صورت عمدی انجام شود. ضروری است که محقق موارد خلاف قاعده، ناهماهنگی‌های ظاهری، مواردی که کمتر مورد پسند می‌باشد، و حتی موارد متناقض را در بخشی از تحلیل خود قرار داده و گزارش نماید. در یک لحظه یک پاراگراف می‌تواند چگونگی نظر یک فرد در مورد یک مشکل پیچیده را بیان نماید (۳۵).

نتیجه‌گیری

این مقاله به معرفی افراد کلیدی و بعضی از چالشها و راهکارها در مصاحبه با این افراد پرداخت. مصاحبه با افراد کلیدی می‌تواند نقش مهمی را برای بسیاری از تحقیقات بازی کند که تاریخ و توسعه یک پدیده را در طول نیم قرن گذشته به تصویر کشیده است. هدف اصلی از مصاحبه‌های نخبگان، دستیابی به اطلاعات و مفاهیمی است که تنها آن فرد می‌تواند در مورد یک رویداد یا فرآیند ارائه دهد. یکی از دلایل برای مصاحبه با افراد کلیدی این

References

1. Brinkmann S. Interview. Encyclopedia of critical psychology: Springer; 2014. p. 1008-10.
2. Clark GL. Stylized facts and close dialogue: methodology in economic geography. Annals of the Association of American Geographers. 1998;88(1):73-87.
3. DiCicco-Bloom B, Crabtree BF. The qualitative research interview. Medical education. 2006;40(4):314-21.
4. Richards D. Elite interviewing: Approaches and pitfalls. Politics. 1996;16(3):199-204.
5. Darbi WPK, Hall CM. Elite interviews: critical practice and tourism. Current Issues in Tourism. 2014;17(9):832-48.
6. Boucher A, editor Power in elite interviewing: Lessons from feminist studies for political science. Women's Studies International Forum; 2017: Elsevier.
7. Axelrod R. Structure of decision: The cognitive maps of political elites: Princeton university press; 2015.
8. Leech BL. Interview methods in political science. PS: political science & politics. 2002;35(4):663-4.
9. Harvey WS. Strategies for conducting elite interviews. Qualitative research. 2011;11(4):431-41.
10. Dexter LA. Elite and specialized interviewing: Ecpr Press; 2006.
11. Marshall C, Rossman GB. Designing qualitative research: Sage publications; 2014.
12. Harvey WS. Methodological approaches for interviewing elites. Geography Compass. 2010;4(3):193-205.
13. Wax RH. Doing fieldwork: Warning and advice: University of Chicago Press; 1971.
14. Whyte WF. Learning from the field: A guide from experience: Sage; 1984.
15. Kezar A. Transformational elite interviews: Principles and problems. Qualitative Inquiry. 2003;9(3):395-415.
16. Ostrander SA. "Surely you're not in this just to be helpful" Access, Rapport, and Interviews in Three Studies of Elites. Journal of Contemporary Ethnography. 1993;22(1):7-27.
17. Delaney KJ. Methodological dilemmas and opportunities in interviewing organizational elites. Sociology Compass. 2007;1 (1):208-21.
18. Zuckerman H. Interviewing an ultra-elite. Public Opinion Quarterly. 1972;36(2):159-75.
19. Parry B. Hunting the gene-hunters: The role

- of hybrid networks, status, and chance in conceptualising and accessing 'corporate elites'. *Environment and Planning A*. 1998;30(12):2147-62.
20. McDowell L. Elites in the City of London: some methodological considerations. *Environment and planning A*. 1998;30(12):2133-46.
 21. Bogner A, Menz W. The theory-generating expert interview: epistemological interest, forms of knowledge, interaction. *Interviewing experts*: Springer; 2009. p. 43-80.
 22. Pile S. Practising interpretative geography. *Transactions of the Institute of British Geographers*. 1991:458-69.
 23. Allen J. *Lost geographies of power*: John Wiley & Sons; 2011.
 24. Rice G. Reflections on interviewing elites. *Area*. 2010;42(1):70-5.
 25. Vähäsantanen K, Saarinen J. The power dance in the research interview: manifesting power and powerlessness. *Qualitative Research*. 2013;13(5):493-510.
 26. Desmond M. Methodological challenges posed in studying an elite in the field. *Area*. 2004;36(3):262-9.
 27. Smith KE. Problematising power relations in 'elite' interviews. *Geoforum*. 2006;37(4):643-53.
 28. Bradshaw M. Contracts and member checks in qualitative research in human geography: reason for caution? *Area*. 2001;33(2):202-11.
 29. Rivera SW, Kozyreva PM, Sarovskii EG. Interviewing political elites: lessons from Russia. *PS: Political Science & Politics*. 2002;35(4):683-8.
 30. Fontana A, Frey JH. Chapter 27: The interview—From neutral stance to political involvement. *The Sage handbook of qualitative research*. 2005.
 31. Cochrane A. Illusions of power: interviewing local elites. *Environment and Planning A*. 1998;30(12):2121-32.
 32. England K. Interviewing elites: Cautionary tales about researching women managers in Canada's banking industry. *Feminist geography in practice: Research and methods*. 2002:200-13.
 33. Cunningham-Sabot E. Dr Jekyll and Mr H (i) de: the contrasting face of elites at interview. *Geoforum*. 1999;30(4):p. 329-35.
 34. Peabody RL, Hammond SW, Torcom J, Brown LP, Thompson C, Kolodny R. Interviewing political elites. *PS: Political Science and Politics*. 1990;23(3):451-5.
 35. Hochschild JL, editor *Conducting intensive interviews and elite interviews*. Workshop on interdisciplinary standards for systematic qualitative research; 2009: National Science Foundation.
 36. Aberbach JD, Rockman BA. Conducting and coding elite interviews. *PS: Political Science & Politics*. 2002;35(4):673-6.
 37. Stephens N. Collecting data from elites and ultra elites: telephone and face-to-face interviews with macroeconomists. *Qualitative Research*. 2007;7(2):203-16.
 38. Berry JM. Validity and reliability issues in elite interviewing. *PS: Political Science & Politics*. 2002;35(4):679-82.
 39. Oinas P. Voices and silences: the problem of access to embeddedness. *Geoforum*. 1999;30(4):351-61.
 40. Demeritt D, Dyer S. Dialogue, metaphors of dialogue and understandings of geography. *Area*. 2002;34(3):229-41.
 41. Elwood SA, Martin DG. "Placing" interviews: location and scales of power in qualitative research. *The professional geographer*. 2000;52(4):649-57.
 42. Thomas RJ. Interviewing important people in big companies. *Journal of contemporary ethnography*. 1993;22(1):80-96.
 43. Jackall R. Moral mazes: The world of corporate managers. *International Journal of Politics, Culture, and Society*. 1988;1(4):598-614.
 44. Jülich S. Stockholm syndrome and child sexual abuse. *Journal of child sexual abuse*. 2005;14(3):107-29.
 45. Sayer A. The 'new' regional geography and problems of narrative. *Environment and planning D: Society and Space*. 1989;7(3):253-76.