

Interview with Elite: Opportunities and Challenges

Alinejad-Naeini 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*}، حمید رضا 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 جمع آوری داده‌های کیفی است که به تولید دانش کمک می‌نمایند. امروزه مصاحبه به عنوان یک عمل تعاملی شناخته شده است که در آن دانش، معانی و روایات به طور مشترک توسط مصاحبه شونده و مصاحبه کننده 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 روش شناختی در مورد مصاحبه با آنها نظر محققین را به خود جلب کرده است.

روشن کار: این مطالعه‌ی 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, Scopus و Sciencs direct و PubMed، Scopus از مجلات معتبر خارجی و بین‌المللی و ۲ کتاب در این زمینه که همگی به زبان انگلیسی بودند، بازیابی گردیده 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 پیش رو، رویکردها و آماده سازی 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 پردازنند.

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، گمراه کنندگی و مذاکره در مورد نقش‌های اجتماعی را نیز به همراه دارد. با کسب تجربه، یک مصاحبه کننده می‌تواند تکنیک‌هایی را که این مشکلات را بر طرف 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.

نمود که روند جمع آوری داده‌ها و عمق داده‌های جمع آوری 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

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

زمینه مصاحبه با این افراد می‌پردازد.

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 Google Scholar, ISI Web of Scisnecs direct, Science, PubMed, Scopus توجه به کلید واژه‌های 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

تعريف افراد کلیدی:

هیچ تعریف روشنی در باره افراد کلیدی وجود ندارد و بررسی در متون شامل تعاریف زیر می‌باشد. اوستاندرآها 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 شده‌اند، تعریف می‌نمایند (۱۶). در تعریف دیگر آنها به عنوان افرادی که دارای یک موقعیت خاص در یک سازمان می‌باشند، و با نام افراد کلیدی سازمانی معرفی شده‌اند که در بالاترین نقطه در سلسه مراتب سازمانی قرار داشته، و از موقعیت سازمانی برخوردار بوده و به راحتی قابل تشخیص هستند (۱۷). زاکرمن این افراد را "فوق نخبه" می‌نامد، که در موقعیت شغلی و یا در ثروت خانواده افراد کلیدی نیستند، اما برنده جایزه نوبل در علم می‌باشند و از میزان قابل توجهی قدرت در یک گروه برخوردارند (۱۸). پاری از اصطلاح "نخبگان هیبریدی" در زمینه تجارت بین‌المللی مواد ژنتیکی استفاده نمود (۱۹).

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

تحصیلات تکمیلی مورد توجه قرار گرفت (۵). و مصاحبه با این افراد یکی از روش‌های ویژه‌ی جمع آوری داده در تحقیقات کیفی گردید (۶،۷). همچنین به محققان اجازه می‌دهد تا روند سیاست گذاری را که موجب رویدادهای سیاسی کلیدی می‌شود، ردیابی کنند (۸). در دهه‌های اخیر محققین علوم اجتماعی به طور فرازینده‌ای توجه خود را به نقش افراد کلیدی در جامعه جلب کردند که باعث ایجاد پیدایش بعضی چالشهای متولوژیک در مصاحبه با آنها شده است (۹). آتونی لوئیس دکستر، بنوان یکی از پیشگامان مصاحبه با افراد کلیدی معتقد بود که این نوع از مصاحبه یکی از مهمترین ابزارهای تحقیق در علوم اجتماعی می‌باشد 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 نقش‌های چندگانه‌ای را در بسیاری از تحقیقات بازی می‌کند که تاریخ و توسعه یک پدیده را در طول نیم قرن گذشته به تصویر کشیده است. از طرفی مصاحبه با فراد کلیدی مزایای بسیاری دارد. از آنجا که آنها از قدرت‌های مختلف اجتماعی، حقوقی، مالی، سیاسی و سازمانی برخوردارند، باعث افزایش کیفیت و کیفیت داده‌های جمع آوری شده می‌گردند (۱۱،۱۲). ریچارد و گلداستون توصیه‌های 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 انتوگرافی، مصاحبه، گروههای متمرکز، مطالعات موردی و مشاهده مشارکتی بوده است. همچنین محققین به طور فرازینده‌ای به فهمیدن دورنمایها و رفتارهای رهبران حرفه‌ها، سیاستها و جوامع علاقمند شدند (۹)، به نظر می‌رسد، افرادی که دارای اختیارات و قدرت هستند دیدگاه‌های مختلفی داشته باشند، بنابراین مهم است که دیدگاه‌های آنها را درک کنید تا جهان اجتماعی را کاملاً درک کنند (۱۳)، (۱۴). با این حال کمبود دانش موجود درباره برخی چالشهای متولوژیک 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 چالشهای و توصیه‌هایی در

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

برخی تحقیقات کیفی ادعا کرده‌اند که در متون متداول‌بُریک مربوط به تحقیق درباره افرادی که در جایگاه قدرت و اختیار هستند تفاوت‌هایی وجود دارد (۲۴). این تفاوت‌ها بسیار مهم است و راهنمایی موجود برای تحقیق با افراد غیر کلیدی ممکن است برای استفاده در تحقیقات مربوط به افراد کلیدی نامناسب باشد (۲۵). تفاوت‌هایی که نویسندها به آن اشاره می‌کنند و در تحقیق اهمیت دارد شامل همه مراحل فرایند تحقیق از شروع و برنامه‌ریزی تا زمان انتشار نتایج است (۲۶). 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 (۲۷). در واقع پژوهشگرانی که تحقیقاتی را با افراد در جایگاه قدرت انجام داده‌اند با صداقت اعلام نمودند که رفتار آنها با اینگونه شرکت کنندگان از نظر اخلاقی (بهترین عمل) کاملاً متفاوت از حالت عادی که در دیگر تحقیقات انجام می‌داده‌اند بوده است و به طبیعت پیچیده و چند بعدی قدرت اذعان داشته‌اند (۲۸).

عدم تعادل قدرت بین مصاحبه کننده و مصاحبه شونده اجتناب ناپذیر بوده و مشکل ساز است. مصاحبه شونده اطلاعاتی را که مصاحبه کننده سعی در ادامه آن دارند را کنترل می‌نمایند. بر این اساس محققان باید آگاه باشند که افراد کلیدی کنترل مصاحبه را به دست نگیرند 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 مصاحبه کنندگان، 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 افسایی" استفاده کنند که مصاحبه کننده تجربیات و دانش را به اشتراک می‌گذارد، سوالات را پاسخ می‌دهد و احساسات خود را بیان می‌کند (۳۰).

یا 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 مصاحبه کننده و مصاحبه شونده پیچیده و ناپایدار بوده و بازتابی از قدرت احساسی بین مصاحبه کننده و مصاحبه شونده 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 مصاحبه شونده در پاسخگویی یا مقاومت وی در بیان نتایج خاص در پاسخ به سوالات 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 رویارویی محققان می‌باشد مربوط به روابط قدرت نایاب‌بر است (۲۴، ۲۵). به گفته آلن مانند معمارانی که نقشه ساختمان را در ذهن خود پردازش می‌کنند، قدرت نیز قبل از مصاحبه در ذهن مصاحبه کننده ساخته می‌شود (۲۶). در مفهوم سازی قدرت، دیدگاه‌های مربوط به قدرت به دو صورت توصیف می‌شود:

- 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.
- دیدگاه پس از خاتم‌گرایی به تصویر کشیده شده. که به کارگرفته شده اما اختصاص داده نشده است. بر اساس این دیدگاه قدرت دارای مالکیت و جایگاه نیست.

مرحله باید به اینکه چگونه می‌توان 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 می‌کنم؟ طبیعت تحقیق من چیست؟ حمایت کنندگان من چه کسانی هستند؟ مصاحبه چه مدت زمانی طول می‌کشد؟ نتایج در کجا منتشر می‌شود؟ آیا داده‌ها به صورت بی‌نام منتشر می‌شود؟ (۹).

مدت زمانی و مکانی که مصاحبه شونده برای محقق در نظر گرفته است مهم می‌باشد، زیرا باید در زمان موجود، سوالات به طور کامل مطرح شده و تمامی زمینه‌های 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 (۳۶).

باید ایده قطعی، اما انعطاف‌پذیر 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 می‌دهد. باید موبانه، 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 کاملترين پاسخ‌ها را بدست آورد (۳۵). اگر علایق 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 می‌گردد (۴). به مصاحبه شونده فرصت کافی برای پاسخ به سؤال داده شده و سپس سؤال بعدی مطرح گردد. نقل قول از مصاحبه‌های قبلی نشان دهنده دانش و اعتبار بوده و به مصاحبه کننده اجازه بررسی منابع متقابل را می‌دهد. قبل از سؤال در مورد تضادها، انتقادها یا سؤالات 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 سؤال در مورد مواردی که به آن دست یافته نشده پایان باید، شاید مصاحبه شونده بخواهد در این مورد نظر بدهد (۴).

فواید و مشکلات مصاحبه با افراد کلیدی:

مشکلاتی را که نویسنده‌گان در این نوع مصاحبه‌ها ذکر نمودند در تمام مراحل تحقیق از برنامه ریزی تا انتشار تحقیق وجود دارد (۳۳-۳۱). مصاحبه با افراد کلیدی می‌تواند 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 مصاحبه‌های ویژه کمک کند. از طرفی مصاحبه با آنها با بعضی مشکلات متداول‌زیک، اجرایی و تفسیری همراه است. نمونه گیری ممکن است با مشکل دسترسی همراه باشد. قابلیت اعتماد مصاحبه در بعضی مواقع سؤال بر انگیز است. مثلاً مصاحبه شونده در مورد یک رویداد می‌تواند چیزهای متفاوتی را در مصاحبه‌های مختلف بگویند زیرا آنها می‌توانند ذهن خود را در جریان مصاحبه تغییر دهد. احترام بسیاری که مصاحبه کننده با توجه به قدرت برای مصاحبه شونده قائل می‌باشد باعث می‌شود 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 می‌کنند (۴).

آماده سازی قبل از مصاحبه:

چند مسئله اساسی وجود دارد که یک محقق باید قبل از مصاحبه در نظر داشته باشد. مثلاً توجه به این نکته که مصاحبه در مراحل آخر کار بیشترین تاثیر را دارد. زمان مصاحبه غالباً محدود می‌باشد. انتخاب مصاحبه شونده نیز مهم می‌باشد. با نزدیک شدن به زمان مصاحبه لازم امکان می‌باشد. با نزدیک شدن به زمان مصاحبه این است که محقق آگاهی و دانش کلی و جزئی در همه زمینه تحقیق داشته باشد. باید به صورت حرفه‌ای و با اطلاعات خوب با مصاحبه شونده روبرو شده و آگاهی کامل از پیشینه اجتماعی و حرفه‌ای او داشت. به لحاظ ساختار مصاحبه، یکی از ملزمات کلیدی انعطاف‌پذیری 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 مجموعه‌ای از سؤالات رسمی و یکسری سؤالات مورد نظر مربوط به موضوع را مطرح نماییم. مصاحبه را می‌توان با داستانهای به ترتیب وقوع زمانی درباره موضوع مورد نظر مصاحبه آغاز نمود که این روش نسبت به یکسری سؤالات جدا از هم بهتر است. در این

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 تواند 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 پرسیدن از افراد کلیدی نامناسب است پرسیدن در مورد حقوق سالیانه می باشد زیرا در بیشتر زمینه های فرهنگی این سؤال 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 بندي 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 بگویید: (این سؤال نیست که اگر در جمع بودیم من از شما می پرسیدم اما هدف من اینجا کاملاً متفاوت است) (۱۶). پاسخ دهنگان 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 موباینه سؤال پرسیده شود. اگر آنها پاسخ ندادند سپس سؤال دیگری پرسیده شده و دور سؤال پاسخ داده نشده خط کشیده شود (۳۸).

درباره هدف پروژه تحقیقی در اکثربت 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 ساكت باشند زیرا آنها یا قادر به پاسخ نبوده یا مایل به افشاری اطلاعات خاص نیستند. این شرایط نامناسب می تواند در بعضی مواقع به وسیله شروع

مصالحه کنندگان نیاز دارد 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 افراد 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 انتها اجتناب کرد. زیرا غالباً افراد با تحصیلات بالا دوست ندارند به سئوالات بسته انتها پاسخ دهنند (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 دهنند (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 انتها 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 دهنگان خواستند تا یک پرسشنامه کوتاه را تکمیل نمایند. بر اساس روابطی که در طول مصاحبه ایجاد شده بود، اکثر پاسخ دهنگان این پرسشنامه را در حضور مصاحبه کننده به پایان رسانندند. در صورت وجود محدودیت های زمانی باید معمولاً تلاش های قابل توجهی برای بازیابی پرسشنامه ها صرف گردد (۲۹).

اوستاندر توصیه می کند که مصاحبه معمولاً 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

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 استراتژی‌های متفاوت داشته باشد.

(۱۷)

دسترسی به افراد کلیدی

موفقیت در دستیابی به افراد کلیدی وابسته به شبکه‌های اجتماعی و شرایط خاص می‌باشد. مکان، طول مدت و زمان مصاحبه می‌تواند بر موفقیت در بدست آوردن داده‌ها تأثیر گذارد (۲۰، ۴۰، ۴۱). تقریباً تمام محققانی که به مصاحبه‌های افراد کلیدی می‌پردازند، مسئله دسترسی به آنها را مورد بحث قرار می‌دهند (۱۶، ۴۲، ۴۳). کلید دستیابی، نوشتن یک نامه مقدماتی بسیار قوی است که پیروزه را به نحوی تفسیر کند که مصاحبه شونده سریعاً به اهمیت آن پی برده و مهمتر از آن، واضح سازد فردی که می‌خواهد با او مصاحبه نماید 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 می‌باشد. بعضی ممکن است نخواهند مصاحبه داشته باشند و یا سرشان خیلی شلوغ باشند. البته نخبگان سازمانی اغلب به پیروزه‌های علمی علاقه مند بوده و به راحتی ایده انجام تحقیقات علمی را درک می‌کنند. مسائل مربوط به دسترسی بسته به موضوع مورد مطالعه متفاوت می‌باشند (۱۷).

مشکل سخنگویی :

یکی از مشکلات اساسی برای محققانی که با افراد کلیدی مصاحبه می‌کنند، 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 سازمانی‌های خود می‌گذرانند، بنابراین مصاحبه می‌تواند در ادامه برنامه روزانه آنها باشد. اگر هدف مصاحبه درک موقعیت سازمانی یا فردی مصاحبه کننده است، این مشکل نیست. مشکل زمانی افزایش می‌یابد که محقق بخواهد آنها را به لایه‌های عمیق تر بسته به رسمی بودن و پوزشن سازمانی ببرد، یکی از استراتژی‌هایی که برای مقابله با این مشکل استفاده می‌شود استفاده از مکالمه‌های طراحی شده برای کاهش سرعت گفتگو و بحث در مورد روند و موقعیت موضوع است به عنوان مثال، "ایا می‌توانیم برای یک لحظه متوقف شویم؟". (۱۷)

چه کسی مصاحبه را کنترل می‌کند؟

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

مکان مصاحبه می‌تواند بر نوع پاسخ به اطلاعات و افشا نمودن آن تأثیر بگذارد. پاسخ دهنده ممکن است در محل کار اطلاعات محروم‌انه را کمتر آشکار نماید یا زمان اضافه بخواهد (۲۰). بهترین مکان جهت مصاحبه با افراد کلیدی تحت تاثر عواملی شامل: زمینه تحقیق، نوع ارتباط پیش‌بینی شده بین مصاحبه شونده و مصاحبه کننده می‌باشد. 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 می‌تواند 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 می‌شود، اما انجام مصاحبه آزمایشی با افراد کلیدی موربد بحث بوده و توصیه نمی‌شود؛ زیرا افراد کلیدی زمان کمتری در دسترس داشته و همچنین راهنمایی‌آکادمیک کمی درباره مصاحبه با افراد کلیدی وجود دارد. پیشنهاد می‌شود 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 سوالات آشنا شدند کار مصاحبه را انجام دهند (۱۲). انجام یک مصاحبه با همکاران و دوستان خود قبل از انجام مصاحبه با افراد کلیدی توصیه می‌شود که می‌تواند به روشن کردن و بازبینی سوالات کمک کند (۳۴).

چالش‌ها در مصاحبه با نخبگان سازمانی:

اجتماعی ارائه نماید.

۳- راه دیگر فرایند نوشتمن 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 بینند (۱۷).

تجزیه و تحلیل داده ها:

بانزدیک 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 سوالات قرار است موضوع متفاوتی را در نظر داشته باشد و ذکر کنیم این سوال 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 سوالات بوده ایم مهم نبوده و در دوره اصلی نیز پاسخ های او می تواند در فرایند سوالات 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 نوشه شود (۴).

روش تحلیل و تفسیر داده ها نیز بسیار مهم می باشد. محققان بر مزايا 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 وظيفة چالش برانگیز معرفی دیدگاه پاسخ دهنده کلیدی با توجه به این رابطه قدرتی خاص، را بر عهده دارند (۱۲). به طور کلی، روابط ارائه شده با عوامل متعددی از قبیل منافع نویسنده، زمان بندی و مخاطب مواجه است (۴۵).

تجزیه و تحلیل مصاحبه ها همچنین مستلزم معیارهای دقیق 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 بوجود می آید بحث نموده اند، زیرا در زمان مصاحبه با افراد کلیدی نشانگرهای واضح بسیاری وجود دارد که حقیقتاً نشان دهنده "وضعیت زیرستان" 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 سوالات منحرف کننده استفاده شده تا مصاحبه در مسیر اصلی قرار گیرد، و یا اگر شخص به طور مستقیم سوالات 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 سندروم می گردد (۴۴). در زمان رویرویی با یک فرد با قدرت و بعد از مصاحبه می گوییم 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 محتواي مصاحبه درست عمل نکنیم. افراد کلیدی سخنران 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 فرآیند 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 می خواهند رفتار این گروه را تحلیل نمایند و بر خلاف دیگر روشهای مصاحبه تاکید بسیاری بر ایجاد صمیمیت بین مصاحبه گرو و مصاحبه شونده دارند. علاوه بر آن محققین موافق هستند که مصاحبه می تواند لزهای تحلیلی متفاوتی را برای فهمیدن اساسی تر ایجاد کند. همچنین مصاحبه با افراد کلیدی می تواند داده های کیفی کارآمدتری را نسبت به پرسشنامه و گروههای متراکز به دست آورد.

مصاحبه با این افراد چالش‌های خاصی از دسترسی، کنترل، گمراه کنندگی و مذاکره در مورد نقش‌های اجتماعی را نیز به همراه دارد. با کسب تجربه، یک مصاحبه کننده می تواند تکنیک هایی را که این مشکلات را بر طرف نموده بیاد گرفته و چالشها را به یک فرصت تبدیل کند که در نتیجه مصاحبه ای با کیفیت بهتر را هدایت نماید. مفاهیم تعهد و مشارکت، اعتماد متقابل، انعطاف پذیری، 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.

References

- Brinkmann S. Interview. Encyclopedia of critical psychology: Springer; 2014. p. 1008-10.
- Clark GL. Stylized facts and close dialogue: methodology in economic geography. *Annals of the Association of American Geographers*. 1998;88(1):73-87.
- DiCicco-Bloom B, Crabtree BF. The qualitative research interview. *Medical education*. 2006;40(4):314-21.
- Richards D. Elite interviewing: Approaches and pitfalls. *Politics*. 1996;16(3):199-204.
- Darbi WPK, Hall CM. Elite interviews: critical practice and tourism. *Current Issues in Tourism*. 2014;17(9):832-48.
- Boucher A, editor Power in elite interviewing: Lessons from feminist studies for political science. Women's Studies International Forum; 2017: Elsevier.
- Axelrod R. Structure of decision: The cognitive maps of political elites: Princeton university press; 2015.
- Leech BL. Interview methods in political science. PS: political science & politics. 2002;35(4):663-4.
- Harvey WS. Strategies for conducting elite interviews. *Qualitative research*. 2011;11(4):431-41.
- Dexter LA. Elite and specialized interviewing: Ecpr Press; 2006.
- Marshall C, Rossman GB. Designing qualitative research: Sage publications; 2014.
- Harvey WS. Methodological approaches for interviewing elites. *Geography Compass*. 2010;4(3):193-205.
- Wax RH. Doing fieldwork: Warning and advice: University of Chicago Press; 1971.
- Whyte WF. Learning from the field: A guide from experience: Sage; 1984.
- Kezar A. Transformational elite interviews: Principles and problems. *Qualitative Inquiry*. 2003;9(3):395-415.
- 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.
- Delaney KJ. Methodological dilemmas and opportunities in interviewing organizational elites. *Sociology Compass*. 2007;1 (1):208-21.
- Zuckerman H. Interviewing an ultra-elite. *Public Opinion Quarterly*. 1972;36(2):159-75.
- Parry B. Hunting the gene-hunters: The role

هایی است که نقاطی را که مصاحبه شونده می خواسته برجسته نماید. این کار نباید به صورت عمدی انجام شود. ضروری است که محقق موارد خلاف قاعده، ناهمانگی های ظاهری، مواردی که کمتر مورد پسند می باشد، و حتی موارد متناقض را در بخشی از تحلیل خود قرار داده و گزارش نماید. در یک لحظه یک پاراگراف می تواند چگونگی نظر یک فرد در مورد یک مشکل پیچیده را بیان نماید (۳۵).

نتیجه گیری

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

- 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. Vähäntanen 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 Jekyl 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.