

Spis treści

Podziękowania	7
Wprowadzenie	9
1. Tradycja etnograficzna a badania organizacji	15
1.1. Podstawy paradygmatyczne	15
Paradygmaty w nauce	15
Czym etnograf organizacji nie zajmuje się	23
Dlaczego etnografia?	24
Korzyści z etnografii	28
1.2. Jak opisać rzeczywistość organizowania? Kultura jako metafora rdzenna	29
Kultura jako sposób widzenia organizacji	29
Symbole i ich interpretacja	32
Kultura – możliwość komunikacji	33
Jak kultura dzieje się – dynamika kultury	35
1.3. Etnografia jako tradycja metodologiczna	39
Etnografia – sposób na badanie jakościowe organizacji	39
Zasady i cele	44
Metodologie pokrewne	47
Teren	49
Rola antropologa	52
Sformułowanie problemu badawczego	58
Proces badawczy: zasady, metody, techniki	63
2. Organizacje jako przedmiot badań	68
2.1. Organizacje i organizowanie	68
Poszukiwanie definicji organizacji	68
2.2. Główne typy organizacji	75
Organizacje formalne	75
Organizacje nieformalne	89
Szczególny typ organizacji: organizacje totalne	91
3. Metody badawcze	97
3.1. Wybór metody i triangulacja	97

3.2. Obserwacja	101
Typy obserwacji	101
Obserwacja nieuczestnicząca	102
Obserwacja bezpośrednia	108
„Bycie cieniem” czyli <i>shadowing</i>	111
Obserwacja uczestnicząca	116
3.3. Wywiad	121
Rodzaje wywiadu	121
Wywiad standaryzowany	122
Wywiad antropologiczny	125
Inspiracje etnometodologiczne	136
3.4. Analiza tekstu	142
Jak badać teksty	142
Analiza kultury	143
Analiza retoryczna	147
Analiza semiotyczna	151
4. Notatki z badań	157
4.1. Notatki z terenu	157
Notatki – osobiste zapiski z terenu	157
Co notować i w jaki sposób?	159
4.2. Transkrypcja wywiadów	162
Waga transkrybowania	162
Inspiracje z innych tradycji metodologicznych	163
5. Pisanie etnografii	165
5.1. Interpretacja	165
Interpretacja materiału	165
Czytanie antropologiczne	167
Czytanie narracyjne	172
Czytanie teatralne	178
Inspiracje z teorii ugruntowanej	186
5.2. Jak pisać etnografię?	190
Typowa forma i struktura	190
Pisanie jako proces	197
Kryteria pisania naukowego w etnografii	199
Style pisania	202
Plagiat – grzech śmiertelny i jak go uniknąć	206
Pisanie z myślą o Czytelniku	208

Bibliografia 211