

Gillespie, Richard (1991/1993): **Manufacturing Knowledge - A history af the Hawthorne experiments**. Cambridge University Press. 276 sider.

Anmeldt af: Karsten D. Larsen, cand. psych., Århus.

Kort om bogen:

Bogen omhandler Hawthorne forsøgene 1924 - 39, som i dag har dannet grundlag for megen leder-, ledelses- og organisationsudvikling. Gillespie sætter hele undersøgelsen ind i et tids- og kontekstmæssigt multivers. Gillespie forholder sig deskriptivt til forsøgene gennem hele bogen. Stille og roligt fremtræder flere temaer f.eks. om etik i forskningsmiljøer, brugbarhed af viden over tid, hvordan den korrekte fortolkning dannes imellem industrien, universitet, ideologien og finansieringen. Bogens titel henviser til at videnskab er produceret i specifikke sociale, institutionelle og ideologiske kontekster, som sætter spor i forskningsresultatet. Det er Gillespie ønske at fokusere på "the nature of the scientific production process itself". Det lykkes - først i de sidste 3 linier af bogen kommer hans holding frem.

Bogens indhold:

I kapitel 1 skildres de samfundsmæssige rammer for telefoniens/telegraffiens udvikling omkring århundredskifte. Det ydre pres bestående af fri konkurrence samt sociale/politiske krav, som tvinger telefon/telegraf industrien til ikke blot at forske i udvikling af produktet med også produktionsprocessen.

Kapitel 2 giver et klart billede af, hvordan det etablerede forskningsmiljø i Western Electric Company mhb. udvikling af produktet direkte overføres til forskning af produktionsprocessen og konsekvenserne heraf. Rammerne og selve forsøget "T - room" beskrives meget detaljeret, hvilket senere kommer bogen til gode.

I kapitel 3 omhandler kontakten mellem Western Electric Company og Haward Business School, herunder hvordan flytningen af fokus fra "scientific sciences" til "human sciences" sker i forsøgene. Fortolkningsprocessen hos de enkelte forskere beskrives, hvorved forskernes forskellige ståsteder fremtræder.

I kapitel 4 synliggøres hvilke konsekvenser det har, når forskerens ensidigt fokusere på egen kæphest. Ligeledes tydeliggør Gillespie hvilke dilemma Mayo har stået i mellem finansiering og forskning. Det kommer til udtryk i både at skulle give umiddelbar brugbar viden for industrien samt at tilfredsstille fondenes bestyrelser og dernæst tilfredsstille sin egen forsknings interesse.

I kapitel 5 og 6 handler om, hvordan forskningen og fortolkningen drejes alt efter, hvad forskerne ønsker at finde. Heri beskrives hvordan industrien tilfredsstilles med et passende resultat. Forskningen får karakter af en bestillingsvare og egen interesse end egentlig at finde svaret på "T-room". Det hele kulminerer da en antropologisk tilgangsvinkel i forsøgene, bliver omformuleret således at forskerens egen ansættelse og forskningsprojekt kan beholdes.

I kapitel 7 skildrer hvordan forskerne begynder at udgive bøger, som passer i deres eget kram ud fra de samme dataer. F.eks. hvordan ordene “test” ændres til “observationer”, således at det passer til den enkelte forskers ståsted. Mayo tager end dog friheden til at udvælge dataer og omforme dem, så de passer i hans teori og begrebs udvikling. Gillispie beskriver ligeledes fint med udgangspunkt i Mayo’s breve til sin kone, om Mayo’s ståsted i fht. udvikling og finansiering.

I dette kapitel 8 og 9 ses hvilken effekt undersøgelsernes resultat har haft på det samfundsmæssige plan. Gillispie beskriver ligeledes, hvordan Hawthorne undersøgelsens resultat kan ses i Lewins, Argyris, Watermans og Ouchi’s forskning. Forskernes afhængig af finansiering fra fonde tydeliggøres, hvorved aspektet som personlige interesser og venskabsbånd, vægtes højere end saglighed. F.eks. slutter finansieringen af Hawthorne forsøgene fra Rockefellers fond på grund af brudte personlige bånd.

Generelt om bogen:

Bogen utrolig detaljeret og velskrevet. Bogen er skrevet så den formulere spørgsmål uden at gøre det eksplicit - det virker godt. Især beskrivelsen af konteksten samt detaljegraden af forsøgene er bogens force.

Gillespies bog rejser flere spørgsmål omkring forskning. F.eks. hvordan findes forskerens eget erkendelsesmæssige ståsted? Er viden tidsmæssig og kontekst afhængig? Tilhører forskningsbegrebet en svunden tid? Gillispie kommer ikke med nogle direkte bud, det er selvfølgelig heller ikke hans mål, men nogle tanker må han have gjort sig.

Gillespies pointe kommer i de sidste 3 linier af bogen:

“Since it is not possible to separate facts and values when manufacturing knowledge, it is critical that researchers try to make their own values clear, both to themselves as part of the reflexive act of constructing their knowledge and to their colleagues and the public.” (p. 271)

Dette giver stof til eftertanke, når det fremgår at hans forskning bl.a. er sponsoreret af American Telephone and Telegraph Company, som indirekte var med i Hawthorne forsøgene.