

RECENZJE

WOJCIECH JABŁOŃSKI
Uniwersytet Łódzki

**Dominika Maison, Artur Noga-Bogomilski (red.), *Badania marketingowe. Od teorii do praktyki*,
Gdańsk 2007, GWP, s. 266**

Niewątpliwym atutem recenzowanej książki jest to, iż jej redaktorami, jak również autorami wszystkich składających się na nią rozdziałów są praktycy badań rynkowych. Podręcznik ten w bardzo atrakcyjny sposób charakteryzuje stosowane w marketingu metody badawcze i przybliża czytelnika do tego, czym na co dzień zajmują się pracownicy agencji badań rynku, w mniejszym zaś stopniu omawia techniki analizy danych i uwypukla aspekt zakotwiczenia poszczególnych metod w teorii marketingu, co zdecydowanie odróżnia go od innych popularnych pozycji – książek *Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne* G.A. Churchilla (Warszawa 2002, PWN) i *Badania marketingowe. Metody i techniki* S. Kaczmarczyka (Warszawa 1997, PWE).

Książka pod redakcją D. Maison i A. Nogi-Bogomilskiego składa się z trzynastu rozdziałów poświęconych trzem zagadnieniom tematycznym. W podręczniku zamieszczono również wykaz pozycji literaturowych (na końcu każdego z rozdziałów) oraz indeksy – nazwisk i rzeczowy.

Część pierwsza traktuje o badaniach jakościowych. Przedstawiona jest tu ogólna charakterystyka metod jakościowych, ze szczególnym uwzględnieniem tej najpopularniejszej – zogniskowanego wywiadu grupowego oraz, choć w znacznie mniejszym zakresie, indywidualnego wywiadu pogłębionego. Można też tu znaleźć omówienie etnograficznych badań marketingowych oraz tekst poświęcony technikom projekcyjnym. Ostatni z rozdziałów tej części koncentruje się na jakościowych badaniach rynkowych realizowanych z udziałem dzieci.

Rozdziały składające się na kolejną część dotyczą badań ilościowych. Zamieszczono w nich klasyfikację i charakterystyki technik zbierania materiałów oraz przedstawiono opis różnych metod doboru prób w badanych rynkowych. Dodatkowo zapoznamy się tutaj z informacjami o specyfice badań trackingowych i eksperymentalnych oraz możliwościach ich zastosowania w marketingu.

Ostatnia część książki traktuje o wybranych typach badań marketingowych. Znajdują się w niej rozdziały opisujące badania reklamy, badania segmentacyjne, badania elementów składowych marki oraz projekty *mystery shopping*. Książkę kończy charakterystyka obecnego stanu i kierunków rozwoju polskiego i światowego rynku usług badawczych.

Tym, co zwraca uwagę już po przeczytaniu spisu treści podręcznika jest, jak sędzę, niezbyt adekwatny dobór problemów, jakim poświęcone są poszczególne rozdziały. Z jednej strony czytelnik zapoznaje się z rudymmentarnymi zagadnieniami związanymi z realizacją badań, takimi jak

różnice między projektami ilościowymi i jakościowymi, specyfika określonych technik zbierania danych, czy też metody doboru prób do badań, z drugiej zaś, natrafia na obszernie omówienia kwestii o wiele bardziej specjalistycznych, np. tych dotyczących specyfiki badań z udziałem dzieci, czy też zastosowania technik projekcyjnych. Myślę, że o wiele sensowniejsze byłoby włączenie informacji o mniej elementarnym znaczeniu do innych tekstów i zaprezentowanie ich w syntetycznej formie; układ podręcznika stałby się wtedy bardziej przejrzysty i zrozumiały. Warto by było również postarać się o pewne wystandaryzowanie języka, jakim napisane są poszczególne fragmenty książki. W podręczniku mamy bowiem do czynienia z rozdziałami utrzymanymi w stylistyce typowo naukowej (taki jest np. tekst P. T. Kwiatkowskiego o metodzie etnograficznej), jak również tymi bardziej publicystycznymi (przykładem może być fragment przygotowany przez I. Wyrzykowską, traktujący o technikach projekcyjnych).

Kolejne moje zastrzeżenie dotyczy kwestii zamieszczania w ramach jednego rozdziału treści o skrajnie różnym ciężarze gatunkowym. Na przykład D. Maison w swoim tekście najpierw informuje o wyróżnikach metod jakościowych (pisząc o rzeczach oczywistych dla każdego, kto zetknął się z problematyką metodologiczną w socjologii czy marketingu), a później omawia trudności związane z wprowadzaniem dochodu jako kryterium selekcyjnego w rekrutacji do grup fokusowych. Z kolei B. Frątczak-Rudnicka na tej samej stronie charakteryzuje stadia rozwoju poznawczego dziecka oraz pisze o tym, jak powinien wyglądać poczęstunek w trakcie badania z udziałem małoletnich.

Wydaje mi się, że omawiane niedociągnięcia wynikają z niewłaściwego zdefiniowania grupy docelowej, do której ma być kierowana książka. We wstępie do niej można przeczytać, że jej redaktorzy mają nadzieję, iż pozycja „*okaże się przydatna nie tylko dla osób praktycznie zajmujących się badaniami marketingowymi, ale będzie też wykorzystywana jako podręcznik akademicki.*” Grono potencjalnych odbiorców stanowi więc dość szerokie gremium, którego potrzeb i oczekiwań w tym zakresie, jak sądzę, nie da się zaspokoić jednym produktem.

Kto zatem w największym stopniu może skorzystać na omawianej książce? Myślę, że jednak środowisko akademickie – studenci, zwłaszcza kierunków socjologicznych (oraz ich wykładowcy).

Po pierwsze, niektóre z zawartych w podręczniku rozdziałów są świetnie zredagowane i mogą być z powodzeniem wykorzystywane jako lektury na zajęciach dydaktycznych. Mam tu na myśli tekst Z. Sawińskiego dotyczący metod doboru prób w badaniach (wbrew temu co sugeruje tytuł, nie tylko tych rynkowych) oraz rozdziały poświęcone konkretnym rodzajom projektów – badaniom trackingowym (również autorstwa Z. Sawińskiego), badaniom reklamy (D. Maison) oraz *mystery shopping* (A. Wódkowskiego).

Po drugie, zaletą książki jest bogactwo używanych przez autorów profesjonalnych określeń. Czytelnik ma okazję zapoznać się marketingowymi odpowiednikami nazw typowych dla nomenklatury socjologicznej, np. tracking (badanie ciągle nowych prób), PAPI – *Paper and Pencil Interviewing* (wywiad kwestionariuszowy), czy IDI – *Individual Depth Interview* (wywiad swobodny). Ponadto autorzy książki posługują się wieloma określeniami właściwymi tylko dla branży badań rynkowych, takimi jak np. CLT – *Central Location Test*, U&A – *Usage and Attitudes, top-of-mind*, czy też terminami typowo marketingowymi, np. B2B – *business-to-business*, B2C – *business-to-consumer*, GRP – *Gross Rating Point*, bez znajomości których (nawet absolwentowi socjologii) ciężko poruszać się obszarze badań marketingowych.

Po trzecie wreszcie, w warunkach zajęć akademickich istnieje możliwość selekcji materiałów zamieszczonych w książce i polecenia tylko tych fragmentów, które mogą wzbogacić metodologiczną wiedzę studentów o elementy biznesowe.

ANNA KACPERCZYK
Uniwersytet Łódzki

Adele E. Clarke: *Situational Analysis. Grounded Theory After the Postmodern Turn*, Thousand Oaks, CA: Sage 2005

Książka Adeli E. Clarke¹: *Situational Analysis. Grounded Theory After the Postmodern Turn* (*Analiza sytuacyjna. Teoria ugruntowana po zwrocie postmodernistycznym*) poświęcona jest uprawianiu teorii ugruntowanej w jej wersji konstruktywistycznej. Autorka prezentuje swoje stanowisko analityczne i rozwija własne podejście metodologiczne, w ramach którego pragnie dokonać ponownego „ugruntowania” teorii ugruntowanej (*regrounding grounded theory*), ożywić ją, osadzić w danych i odnaleźć nowe uzasadnienia jej użycia. Podejście to ma, według autorki, pozbawić teorię ugruntowaną jej podstawowych wad, związanych z nieadekwatnością i „opornością” (*recalcitrance*) w wielu kwestiach a także popchnąć ją w stronę podejść postmodernistycznych i konstruktywistycznej epistemologii. Autorka krytykuje tradycyjną teorię ugruntowaną przede wszystkim za: (1) brak pogłębionej refleksji na temat samego procesu badawczego; (2) stosowane w jej ramach nadmierne uproszczenia – polegające na szukaniu spójności na siłę, naciąganiu i naginaniu danych w kierunku koherencji, na kierowaniu uwagi raczej na to, co wspólne i jednakowe a nie na to, co niepowtarzalne i kontekstualne; (3) upraszczanie opisywanej rzeczywistości poprzez badanie raczej pojedynczych procesów niż wieloprocessowe charakterystyki fenomenów społecznych; (4) interpretowanie zróżnicowania danych w kategoriach „przypadków negatywnych”, (5) szukanie „czystości” w teorii ugruntowanej (Clarke 2005: 11-18).

I tak, tradycyjna teoria ugruntowana zostaje przez autorkę świadomie i z rozmysłem: rozebrana na części, uzupełniona ekologiczną metaforą teorii społecznych światów/ aren; osadzona w kontekście symbolicznego interakcjonizmu oraz tradycji Szkoły Chicago oraz uzupełniona kartograficzną analizą kluczowych elementów badanych sytuacji, których gęstą złożoność ma naświetlać powstająca teoria (op. cit.). Clarke przyjmuje, że badanie powinno dokonywać „pogłębionego opisu i wyjaśnienia indywidualnych, kolektywnych, organizacyjnych, instytucjonalnych, temporalnych, geograficznych, materialnych, dyskursywnych, kulturowych, symbolicznych, wizualnych i historycznych aspektów sytuacji” (Clarke 2005: XXIII). Swoje podejście nazywa autorka ANALIZĄ SYTUACYJNĄ, podkreślając tym samym wagę studiowania złożonego kontekstu, w jakim pojawiają się ludzkie działania i wyrażając przekonanie, że właściwa interpretacja działań nie jest możliwa bez znajomości ich kontekstu. W ten sposób sama „sytuacja działania” zostaje wciągnięta w obszar analizy i staje się przedmiotem namysłu badacza, równoważąc wyłączną koncentrację na samych tylko działaniach i powiązanych z nimi procesach.

Książka składa się z siedmiu rozdziałów; prologu, w którym zarysowane zostają podstawowe tezy i założenia autorki; epilogu w postaci odpowiedzi na najczęściej zadawane autorce pytania dotyczące analizy sytuacyjnej a także szczegółowego indeksu użytych pojęć i nazwisk. Całość dopełnia niemal czterdziestostronicowa bibliografia. Książka liczy 365 stron.

¹ Adele E. Clarke jest profesorem socjologii oraz historii nauk medycznych na Uniwersytecie Kalifornijskim w San Francisco, pracuje w Katedrze Socjologii i Nauk o Zachowaniu (Department of Social and Behavioral Sciences). Jej główne zainteresowania poznawcze dotyczą: nowoczesnej myśli feministycznej, teorii społecznych światów i aren, analizy dyskursów historycznych (m.in. dotyczących nauk reprodukcyjnych), actor-network theory, etnografii w badaniach medycznych, studiów nad nowymi technologiami (future of transdisciplinary technoscience studies). Prowadziła badania nad naukami biologicznymi i reprodukcyjnymi, rekonstruując rozwój towarzyszących im dyskursów publicznych i profesjonalnych oraz teorii ugruntowanej, zwłaszcza w rozwijanej przez siebie wersji: analizy sytuacyjnej.

Rozdział pierwszy (*Pushing and Being Pulled Around the Postmodern Turn*) dotyczy miejsca, jakie zajmuje teoria ugruntowana we współczesnej analizie jakościowej wciąganej w orbitę postmodernistycznego zwrotu. Autorka rozważa powiązania pomiędzy postmodernistyczną epistemologią a symbolicznym interakcjonizmem, samą zaś teorię ugruntowaną postrzega jako silnie osadzoną w tradycji symbolicznego interakcjonizmu, ze wszelkimi tego konsekwencjami. Zostają tu nakreślone podstawowe różnice pomiędzy tradycyjną teorią ugruntowaną (*basic/ traditional grounded theory*) zarysowaną w *Theoretical Sensitivity* (1978) przez Glasera i kontynuowaną przez niego do dziś (1992, 1998, 2001, 2003, 2005) w wersji „czystej/ klasycznej” (*pure/ classical*) teorii ugruntowanej – a podejściami konstruktywistycznymi. Różnica jest zasadnicza. Do tego stopnia, że *tradycyjnej/ pozytywistycznej teorii ugruntowanej* zostaje przeciwstawione, proponowane przez Clarke, *postmodernistyczne/ konstruktywistyczne ugruntowane teoretyzowanie*.

Rozdział drugi (*From Chicago Ecologies to Situational Analysis*) dostarcza opisu historyczno-teoretycznego osadzenia analizy sytuacyjnej w podejściu ekologicznym Szkoły Chicago. Autorka opisuje dokonania wczesnych ekologów, odwołuje się do prób kartograficznych opisów Burgessa i Parka, aż po prace Straussa dotyczące negocjowanego ładu (*negotiated order*) i koncepcji społecznych światów/ aren, a także teorii dyskursu oraz actor-network theory. Jednocześnie w rozdziale tym odsłania swoją własną wędrówkę po świecie empirycznych analiz socjologicznych i drogę utrwalających się przekonań na temat tego jak powinno się prowadzić badania. Autorka jest kontynuatką i spadkobierczynią spuścizny Anselma Straussa. Teorii ugruntowanej używa i naucza od 1980 roku specjalizując się głównie w analizie dyskursu. Jej własne badania koncentrowały się na zagadnieniach studiów historycznych nad rozwojem nauk, technologii i medycyny ze szczególnym zainteresowaniem bio-medycyzacji oraz technologii medycznych związanych ze zdrowiem kobiet, jak antykoncepcja czy badania cytologiczne. Większość z nich miała charakter historycznych analiz dyskursu.

Rozdział trzeci (*Doing Situational Maps and Analysis*) poświęcony jest tworzeniu map sytuacyjnych i realizowaniu analizy sytuacyjnej. Autorka wprowadza **trzy główne typy sytuacyjnych map i analiz**:

(I) Mapy sytuacyjne (*situational maps*) – służące do artykułowania elementów sytuacji i sprawdzania powiązań między nimi;

(II) Mapy społecznych światów/aren (*social worlds/ arenas maps*) – jako kartografia kolektywnych zaangażowań, relacji społecznych i obszarów działania;

(III) Mapy pozycyjne (*positional maps*) – jako strategie upraszczające do zaznaczania pozycji wyartykułowanych i niewyartykułowanych w dyskursach.

Stanowią one podstawowe sposoby analizy sytuacyjnej i mogą mieć zastosowanie: do danych etnograficznych oraz pochodzących z wywiadów; do istniejących dyskursów o charakterze narracyjnym, wizualnym, historycznym (*extant narrative, visual*); a także mogą być użyte porównawczo do zróżnicowanych źródeł danych. Autorka nie deprecjonuje i nie wyklucza tradycyjnych diagramów teorii ugruntowanej, wiążących kategorie analityczne w zintegrowaną analizę. Przewiduje także mapy projektowe (*project maps*) – dotyczące konkretnych projektów badawczych.

Autorka podkreśla prowizoryczność tworzonych w trakcie analizy map. Tak samo prowizoryczne są kody nadawane przez badacza jakościowego w trakcie wstępnej analizy. Nie traktuje ich jako ostatecznego, finalnego produktu, ale jako środek do wyostrenia zmysłu analitycznego badacza i sposób jego samodoskonalenia się. Celem map jest ożywienie poszukiwań badacza, obudzenie wielu skojarzeń, uwrażliwienie go w trakcie poszukiwań na nowe aspekty badanych sytuacji. Sytuacja, która stanowi przedmiot i obszar analizy musi zostać rozłożona na najdrobniejsze części i opisana przy pomocy odnalezionych w niej ludzkich i pozaludzkich (*human and nonhuman*)

elementów. Autorka podkreśla konieczność zgłębiania wewnętrznej złożoności i skomplikowania badanych sytuacji. Mapy temu właśnie mają służyć: prowokowaniu bardziej pogłębionej analizy.

W rozdziale czwartym autorka wyjaśnia swoje zainteresowanie dyskursem i jego badaniem (*Turning to Discourse(s)*). Rozdział dotyczy sytuacyjnej analizy dominujących dyskursów i wyjaśnia konieczność zwrotu ku elementom dyskursywnym badanych sytuacji. Wzrastająca kompleksowość rozmaitych danych, jakimi może posługiwać się badacz społeczny powoduje, że samo analizowanie indywidualnych i kolektywnych, ludzkich i pozaludzkich aktorów i oddziaływań (*human and nonhuman actors/ actants*) nie wystarcza. Autorka promuje analizę materiałów zastanych w narracyjnych, wizualnych i historycznych dyskursach – i im kolejno poświęcone są następne trzy rozdziały. Rozdział piąty – analizie dyskursów o charakterze narracyjnym (*Mapping Narrative Discourses*). Szósty – analizie dyskursów wizualnych (*Mapping Visual Discourses*), a ostatni, siódmy – dyskursom historycznym (*Mapping Historical Discourses*).

Niewątpliwą zaletą książki są liczne porady praktyczne dla osób prowadzących analizę obszernego i zróżnicowanego materiału o charakterze jakościowym. Autorka podaje przykłady zastosowania map do konkretnych projektów badawczych i szczegółowo je omawia. Książka jest tak skonstruowana, że jej poszczególne rozdziały mogą funkcjonować jako odrębne całości.

Zasługą Adeli E. Clarke jest wprowadzenie do analizy danych jakościowych idei budowania map, kartografowania badanych obszarów i rozwinięcie koncepcji diagramów (*diagraming*), która do tej pory pojawiała się w różnych tekstach metodologicznych i empirycznych (np. Strauss 1987, Strauss, Corbin 1990), ale nie została dotąd wystarczająco poważnie potraktowana. Bardzo ciekawy wątek proponowanego podejścia stanowią również inspirowane przez actor-network theory pomysły wprowadzania do analizy „czynników ludzkich i pozaludzkich” (*human – non-human actants*) oraz wywiedziona z analiz dyskursu kategoria „niemych aktorów” (*silent actors*), których także poszukuje się w badanej sytuacji. Niejakim problem może się dla badaczy okazać to, że jeden i ten sam element może funkcjonować w różnych kontekstach i w tej samej analizie być raz przydzielany do *human*, a innym razem do *non-human actants*.

Trudno odmówić świeżości podejściu zaproponowanemu przez Adelę E. Clarke. Czy jednak nadal jest to teoria ugruntowana? Czy „*re-grounded*” jest wciąż „*grounded*”? W tym sensie, że szuka swoich kodów, badawczych pytań i hipotez wyłącznie w zgromadzonych empirycznie danych? Clarke wyraźnie wskazuje pewne obszary i pytania, które badacz powinien postawić lub rozstrzygnąć. Jej projekt zawiera więc liczne elementy, które prekonceptualizują proces analizy, odsuwając go w istocie od podstawowych założeń metodologii teorii ugruntowanej w jej klasycznej wersji, a także odróżniając od propozycji konstruktywistycznych (Charmaz 2006). Problem zapośredniczanej w mapach prekonceptualizacji wyłania się tu wyraźnie.

Clarke proponuje metodę, która kieruje uwagę badacza na złożoność sytuacji i próbuje ją wyjaśnić. Nie jest jednak do końca jasny status owej „sytuacji”. Czy chodzi o sytuację badaną (*situation of inquiry*), czy o sytuację działania (*situation of action*) czy też o sytuację jako podstawową jednostkę analizy (*situation as an unit of analysis*). Autorka pisze, że „Sytuacja sama w sobie staje się ostateczną jednostką analizy (*unit of analysis*) a zrozumienie jej elementów i ich wzajemnych relacji stanowi główny cel” (Adele E. Clarke 2005: xxii). Jak jednak zrównoważyć w projekcie badawczym zainteresowanie sytuacją działania oraz samym działaniem, tak aby badanie kontekstu nie wyparło badania działań?

Książka Adeli E. Clarke, która w zamierzeniu autorki ma teorię ugruntowaną popychać w stronę konstruktywistyczną, jest świadectwem ciągłego rozwoju tego podejścia metodologicznego. Wynalazek zaczyna żyć własnym życiem, odrywa się od swego wy-twórcy i podlega innowacjom, a społeczny świat badaczy pracujących w ramach tej metodologii staje się coraz bardziej zróżnicowa-

ny. Podejścia konstruktywistyczne, takie jak analiza sytuacyjna Adeli E. Clarke (2005) czy analiza jakościowa proponowana przez Kathy Charmaz w jej najnowszej *Constructing Grounded Theory* (2006), sprawiają, że teoria ugruntowana przestaje być widziana jako monolit, wyabstrahowanej z danych struktury pojęciowej, która może uchwycić zjawiska w postaci „czystych form” ahistorycznych, akulturowych i transcendentnych, oczyszczonych z kontekstualnych naleciałości czasu, miejsca i ludzkich oddziaływań, ale zostaje wypchnięta do roli elastycznej heurystycznej strategii, narzędzia do zrozumienia świata empirycznego. Staje się narzędziem do produkowania wiedzy, ale jednocześnie narzędziem samodoskonalenia się badacza w swoich poszukiwaniach oraz odnajdowania przez niego własnych limitów poznawczych i przekraczania ograniczeń dyskursywnych.

BIBLIOGRAFIA

Charmaz Kathy [2006], *Constructing Grounded Theory. A Practical Guide Through Qualitative Analysis*, Sage.

Clarke A. E. [1995], *Modernity, Postmodernity and Human Reproductive Processes*, c. 1890-1990, lub: ‘Mommy, Where Do Cyborgs come from anyway?’ [w:] C. H. Gray, H. J. Figueroa-Sarrier, S. Mentor (red.), *The Cyborg Handbook*, New York, Routledge.

Clarke Adele E., Fujimura Joan [1992], *The Right Tools for the Job: At Work in Twentieth Century Life Sciences*, Princeton University Press.

Clarke Adele E. [1998], *Disciplining Reproduction: Modernity, American Life Scientists and the ‘Problem of Sex’*, Berkeley, University of California Press.

Clarke A. E. [2000], *Maverick Reproductive Scientists and the Production of Contraceptives*, c. 1915-2000 [w:] A. Saetmam, N. Oudshoorn, M. Kirejczyk (red.), *Bodies of Technology: Women’s Involvement With Reproductive Medicine*, Ohio State University Press, Columbus, ss. 37-89.

Clarke Adele E. [2003], *Situational Analyses: Grounded Theory Mapping After the Postmodern Turn*, “Symbolic Interaction”, Vol. 26, Nr 4, pp. 553-576.

Clarke Adele E., Jennifer Fishman, Jennifer Fosket, Laura Mamo, Janet Shim [2003], *Biomedicalization: Technoscientific Transformations of Health, Illness, and U.S. Biomedicine*. *American Sociological Review*, Nr 68 (April), ss. 161-194.

Clarke A. E., Casper Monica [1996], *From Simple Technique to Complex System: Classification of Pap Smears, 1917-1990*, *Medical Anthropology Quarterly*, Nr 10 (4), ss. 601-623.

Clarke Adele E. [2005], *Situational Analysis. Grounded Theory After the Postmodern Turn*, Sage. www.situationalanalysis.com

Clarke Adele E., Sheryl Ruzek, Virginia Olesen [1997], *Women’s Health: Complexities and Diversities*, Ohio State University Press

Clarke Adele E., Virginia Olesen [1999], *Revisioning Women, Health and Healing: Cultural, Feminist and Technoscience Perspectives*, Routledge.

Glaser Barney G., Strauss Anselm L. [1967], *Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*, Sociology Press.

Glaser Barney G. [1978], *Theoretical Sensitivity: Advances in the methodology of Grounded Theory*, Sociology Press.

Glaser Barney G. [1992], *Basics of Grounded Theory Analysis. Emergence vs Forcing*, Sociology Press.

Glaser Barney G. [1998], *Doing Grounded Theory - Issues and Discussions*, Sociology Press.

Glaser Barney G. [2001], *The Grounded Theory Perspective I: Conceptualization Contrasted with Description*, Sociology Press.

Glaser Barney G. [2003], *The Grounded Theory Perspective II: Description's Remodeling of Grounded Theory*, Sociology Press.

Glaser Barney G. [2005], *The Grounded Theory Perspective III: Theoretical coding*, Sociology Press.

Strauss Anselm L. [1987], *Qualitative Analysis for Social Scientists*, New York: Cambridge University Press.

Strauss Anselm L., Corbin Juliet [1990], *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, Sage.