PRZEGLĄD SOCJOLOGICZNY

„Pragniemy (...) zamanifestować, że pismo nie ma wyrażać poglądów jakiegoś «kierunku» czy «szkoły», lecz reprezentować polski ruch socjologiczny w ogóle".

(Florian Znaniecki w liście do Ludwika Krzywickiego, w związku z przygotowaniem I tomu „Przeglądu Socjologicznego", październik, 1929 r.)

PRZEGLĄD SOCJOLOGICZNY

tom LXII/1

2013

ŁÓDZKIE TOWARZYSTWO NAUKOWE

REDAKCJA NACZELNA WYDAWNICTW
ŁÓDZKIEGO TOWARZYSTWA NAUKOWEGO

Krystyna Czyżewska, A. Sławomir Gala, Edward Karasiński,
W. Małgorzata Krajewska (redaktor naczelny), **Jan Szymczak**

90-505 Łódź, ul. M. Skłodowskiej-Curie 11
tel. (42) 665-54-59; fax: (42) 665-54-64
Sprzedaż wydawnictw: (42) 66-55-448, http://sklep.ltn.lodz.pl
http://www.ltn.lodz.pl e-mail: biuro@ltn.lodz.pl

RADA REDAKCYJNA

David Brown, Krzysztof Gorlach, Zygmunt Gostkowski, Władysław Markiewicz,
Harri Melin, Fritz Schütze, Kazimierz M. Słomczyński, Antoni Sułek, Piotr Sztompka,
Lynda Walters, Włodzimierz Wesołowski, Włodzimierz Wincławski, Marek Ziółkowski

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Zbigniew Bokszański, Marek Czyżewski, Kaja Kaźmierska,
Jolanta Kulpińska – redaktor naczelny,
Krystyna Lutyńska, Paweł Starosta, Wielisława Warzywoda-Kruszyńska

REDAKTOR TOMU: **Anna Kubiak**
SEKRETARZ REDAKCJI: **Iwona Kociemska**
REDAKTOR JĘZYKOWY: **Witold Kowalczyk**
REDAKTOR STATYSTYCZNY: **Maria Szymczak**

RECENZENCI ZEWNĘTRZNI

Adam Czabański, Krzysztof Czekaj, Krystyna Janicka, Katarzyna Kaniowska,
Andrzej Piotrowski, Andrzej Sadowski, Lynda Walters, Włodzimierz Wincławski

Wydano z pomocą finansową Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego,
Dziekana Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego

Czasopismo jest indeksowane w bazie Copernicus i znajduje się na liście ministerialnej
czasopism punktowanych. Artykuły czasopisma w elektronicznej wersji są dostępne
w bazach CEEOL, EBSCOhost, Proquest oraz na portalu ePNP i IBUK.

Copyright by Łódzkie Towarzystwo Naukowe – Łódź 2013
ISSN 0033-2356

Wydanie I, wersja drukowana pierwotna

PROJEKT OKŁADKI: Hanna Stańska
Opracowanie komputerowe: „PERFECT" Marek Szychowski, tel. (42) 215 83 46
Druk: „Display" Sylwester Wielanek

NAKŁAD: 200 egz.

SPIS TREŚCI

Od redakcji 7

STATUS ORAZ RODZAJE TECHNIK BADAWCZYCH

Aneta K r z e w i ń s k a, Katarzyna G r z e s z k i e w i c z - R a d u l s k a – Klasyfikacja sondażowych technik otrzymywania materiałów 9

Grażyna W o r o n i e c k a – Badania na małych próbach celowych – kilka refleksji z perspektywy budowania teorii 33

Ewa J o a c h i m c z a k – Wpływ unii europejskiej na wykorzystanie technik i metod badawczych w badaniach ewaluacyjnych 43

Krzysztof T o m a n e k – Panel badawczy: przestrzeń stosowania metodologii projektowych i metodologii naukowej 61

Dorota S z a b a n, Krzysztof L i s o w s k i – Sondaż perswazyjny – charakterystyka podejścia badawczego 73

Jakub Ryszard S t e m p i e ń, Włodzimierz Andrzej R o s t o c k i – Wywiady eksperckie i wywiady delfickie w socjologii – możliwości i konsekwencje wykorzystania. Przykłady doświadczeń badawczych 87

Kamil Ł u c z a j – Wywiad grupowy z wykorzystaniem materiałów filmowych – refleksje badacza 101

METODOLOGICZNE ASPEKTY BADANIA ZJAWISK SPOŁECZNYCH

Jagoda J e z i o r – Metodologiczne problemy zastosowania skali Likerta w badaniach postaw wobec bezrobocia 117

Izabela Ś l ę z a k – Nowe techniki, stare problemy? Refleksje na temat badań społecznych realizowanych w środowisku osób świadczących usługi seksualne 139

NOWE TECHNOLOGIE W BADANIACH SPOŁECZNYCH

Jakub N i e d b a l s k i – CAQDAS – oprogramowanie do komputerowego wspomagania analizy danych jakościowych. Historia, ewolucja i przyszłość 153

Karol H a r a t y k, Anna K o r d a s i e w i c z – Między wizerunkiem a praktyką – diagnoza stanu wykorzystania programów komputerowych wspomagających analizę danych jakościowych w Polsce 167

Kamil W a i s – *Access Panel* jako wyzwanie nowych technik badawczych opartych na technologiach internetowych: definicje, standardy badań, wskaźniki jakości oraz dostępność respondentów on-line 189

Daniel M i d e r – Jak badać opinię publiczną w internecie? Ewaluacja wybranych technik badawczych 209

RECENZJA

Howard S c h u m a n – Metoda i znaczenie w badaniach sondażowych, Warszawa: Oficyna Naukowa 2013, rec. Aneta Krzewińska 225

LIST OF CONTENTS

ARTICLES

Aneta K r z e w i ń s k a, Katarzyna G r z e s z k i e w i c z - R a d u l s k a – Classification of modes of data collection 31

Grażyna W o r o n i e c k a – Empirical research on small, intentionally collected samples – some remarks from theory building perspective 42

Ewa J o a c h i m c z a k – The influence of the European Union on the use of research techniques and methods in evaluation studies 59

Krzysztof T o m a n e k – Research panel: using project management methodology and scientific methodology 71

Dorota S z a b a n, Krzysztof L i s o w s k i – Persuasive survey – characteristics of the research approach 85

Jakub Ryszard S t e m p i e ń, Włodzimierz Andrzej R o s t o c k i – Possibilities and consequences of using an expert opinion survey and delphi interviews in sociological studies. Some examples of application into research practice 100

Kamil Ł u c z a j – Group interview supported by film material – the researcher's remark 116

Jagoda J e z i o r – Methodological problems of application of likert scale 138

Izabela Ś l ę z a k – New techniques, old problems? Reflections on social research undertaken on people providing sex services 151

Jakub N i e d b a l s k i – CAQDAS – Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software. History, evolution and future 166

Karol H a r a t y k, Anna K o r d a s i e w i c z – Between the image and practice: diagnosis of the use of computer assisted qualitative data analysis software in Poland 187

Kamil W a i s – The specificity of *Access Panel* as a challenge of new research techniques based on internet technologies 207

Daniel M i d e r – How to explore the public opinion on the internet? Evaluation of the selected research techniques 224

OD REDAKCJI

Niniejszy tom „Przeglądu Socjologicznego" prezentuje rozważania i wyniki analiz dotyczące zastosowań różnych, zarówno ilościowych jak i jakościowych technik w badaniach społecznych.

Przedstawiamy teksty zgrupowane w trzech modułach tematycznych.

Pierwszy omawia zagadnienia statusu metodologicznego różnego rodzaju technik badawczych, poczynając od propozycji klasyfikacji sondażowych technik otrzymywania materiałów, poprzez refleksje nad badaniami na małych próbach celowych, do analiz dotyczących badań ewaluacyjnych, panelu badawczego, sondażu perswazyjnego, wywiadów eksperckich i delfickich oraz wywiadu grupowego.

W drugiej części przedstawiono teksty omawiające metodologiczne aspekty badania zjawisk społecznych na przykładzie postaw wobec bezrobocia oraz środowiska osób świadczących usługi seksualne.

Trzeci moduł prezentuje artykuły poświęcone nowym technologiom w badaniach społecznych – głównie programom komputerowym do analizy danych jakościowych i badaniom internetowym.

ANETA KRZEWIŃSKA,
Uniwersytet Łódzki*
KATARZYNA GRZESZKIEWICZ-RADULSKA
Uniwersytet Łódzki**

KLASYFIKACJA SONDAŻOWYCH TECHNIK OTRZYMYWANIA MATERIAŁÓW

Streszczenie

Punktem wyjścia do napisania tego artykułu jest stworzona przez Jana Lutyńskiego klasyfikacja technik otrzymywania materiałów w badaniach socjologicznych, która po niewielkich modyfikacjach, przez blisko 40 lat, była wykorzystywana przez szerokie grono socjologów zarówno w ich pracy badawczej, jak i dydaktycznej. Znaczący przyrost liczby nowych technik badawczych, ich coraz większa złożoność i wariantowość sprawiły, że podział ten, szczególnie w odniesieniu do sondażowych (kwestionariuszowych) technik otrzymywania materiałów, przestał dobrze pełnić swoją funkcję. W artykule umieszczono propozycję podziału technik otrzymywania materiałów, ograniczając się tylko do technik opartych na komunikacji o wysokim stopniu standaryzacji. W celu stworzenia nowej klasyfikacji wykorzystano trzy nowe wymiary: stopień, w jakim ankieter jest zaangażowany w proces badawczy, typ kontaktu pomiędzy ankieterem a respondentem w procesie komunikacji oraz komputerowe wspomaganie procesu otrzymywania materiałów. Dodatkowo zostały przedstawione inne, pomocnicze wymiary, które mogą posłużyć badaczom społecznym do pełnego opisu stosowanej przez nich procedury badawczej.

Słowa kluczowe: techniki otrzymywania materiałów, poziom standaryzacji, wywiad, ankieta, techniki otrzymywania materiałów wspomagane komputerowo, stopień zaangażowania ankietera

* Instytut Socjologii; e-mail: anetak@uni.lodz.pl
** Instytut Socjologii; e-mail: katarzyna.radulska@uni.lodz.pl

WPROWADZENIE

Zagadnienie technik badawczych należy z jednej strony do obszaru metodyki, która określa reguły prowadzenia badań naukowych, a z drugiej strony – do empirycznej metodologii, czyli dziedziny, która podejmuje badania i refleksję nad metodą.

Definicja techniki otrzymywania materiałów, przyjęta przez Lutyńskiego, akcentuje przede wszystkim aspekt metodyczny. Mówi ona bowiem, że jest to zbiór czynności związany z wykorzystywaniem określonych środków technicznych i intelektualnych służących do zbierania materiałów, który spisany jest za pomocą reguł, bardzo często umieszczanych w podręcznikach. Natomiast materiały to „[...] utrwalone informacje o badanych zjawiskach lub też [...] [coś, na] podstawie [czego] informacje takie można sformułować". Materiały „przynajmniej przez pewien czas pozostają w dyspozycji badacza, który poddaje je obróbce i opracowaniu." [Lutyński 1994: 111]. Materiały mogą więc przyjmować postać zapisanych kartek papieru (np. wypełnionych kwestionariuszy), fotografii, filmów, nagranych taśm magnetofonowych, plików elektronicznych (tekstowych, graficznych, dźwiękowych) itp. Otrzymywanie materiałów odnosi się do tych sytuacji, w których interesujących socjologa materiałów nie ma. Badacz sam – w sposób określony regułami – musi je zebrać, często wywołując przy tym źródła informacji. Można w tym miejscu przypomnieć, że obok technik otrzymywania materiałów Lutyński wyróżniał jeszcze techniki opracowania (wstępnego i właściwego) materiałów oraz techniki doboru próby [Lutyński 1994: 111].

Na gruncie definicji Lutyńskiego pojęcie technik otrzymywania materiałów odnosi się do wszystkich tego rodzaju technik stosowanych w badaniach socjologicznych, natomiast w terminologii amerykańskiej określenie *modes of data collection*[1] funkcjonuje tylko w odniesieniu do technik sondażowych. Jak pisze M. Couper – nie doczekało się też wyraźnej definicji (często zawierając informację nie tylko o technice otrzymywania materiałów, ale także o sposobie doboru próby) [Couper 2011: 890]. Wraz z zawężeniem zakresu nazwy technikę zbierania materiałów rozpatruje się w ujęciu metodologicznym jako źródło określonych błędów i kosztów [zob. Groves 1989]. Zgodnie z tą perspektywą każda z technik różni się pod względem stosowanych procedur, a co za tym idzie, generuje

[1] Współcześnie rzadziej można się spotkać z nazwą *methods of data collection*, w starszej literaturze funkcjonowało także *different kind of canvas* [Couper 2011: 890; Groves i in. 2004: 138]. W piśmiennictwie europejskim używane określenia to m.in. *forms of data-collection* [Galtung 1967: 109], *techniques of data collection* [Heer de, Israëls 1992: 93].

różne koszty, stwarza różne warunki badawcze, ma też swoje ograniczenia, które zniekształcają proces uzyskiwania informacji lub wywołują specyficzne efekty związane ze stosowaniem narzędzi badawczych (pytań) w różnych warunkach[2] – w konsekwencji tego użycie różnych technik może przynieść różne wyniki. Technikę otrzymywania materiałów traktuje się przede wszystkim jako jedno ze źródeł błędu pomiaru[3], określając jej wpływ na uzyskane rezultaty mianem *mode effect* [Sztabiński 2011]. Technika otrzymywania materiałów może też wpływać na błędy związane z próbą. Jednym z takich błędów jest błąd braku odpowiedzi, który polega na „wypadnięciu" jednostki z próby albo nieudzieleniu przez nią odpowiedzi na jakieś pytania kwestionariusza – innymi słowy technika otrzymywania materiałów wpływa na poziom realizacji próby, a także na liczbę braków danych w kwestionariuszu [Grzeszkiewicz-Radulska 2009]. W przypadkach, w których technice otrzymywania materiałów odpowiada jeden rodzaj doboru (np. w amerykańskich sondażach realizowanych za pomocą wywiadów *face-to-face* w domach respondentów stosuje się tylko próbę gospodarstw domowych w doborze wielostopniowym; w ankiecie prasowej występuje samorzutny dobór respondentów), informacja o technice zbierania danych będzie pośrednio informować o błędach pokrycia.

Uwzględniając zarówno metodyczne, jak i metodologiczne ujęcie technik otrzymywania materiałów, w naszym artykule chcemy się skupić przede wszystkim na technikach sondażowych czy – mówiąc precyzyjniej – kwestionariuszowych, w których materiały zbiera się na drodze procesu komunikacji z respondentem za pomocą znormalizowanego formularza (kwestionariusza wywiadu bądź ankiety). Celem artykułu jest dostarczenie klasyfikacji tych technik. Podejmujemy tę próbę, gdyż, naszym zdaniem, klasyfikacja technik Lutyńskiego, jako jedyna w języku polskim tak systematycznie opracowana, przestała – szczególnie w odniesieniu do technik sondażowych – dobrze odgrywać swoją rolę i obecnie niewystarczająco radzi sobie z ich różnicowaniem.

Kryteria podziału, będące cechami proceduralnymi technik, powinny być – naszym zdaniem – użyteczne zarówno z metodycznego, jak i metodologicz-

[2] Poczynione tu rozróżnienie pomiędzy błędami i efektami wpisuje się w koncepcję podziału rozważań metodologicznych na: metodologię błędu – odwołującą się „[...] do idei pomiaru opartej na założeniu o wartości prawdziwej i narzędziu narażającym się na błędy w jej ustaleniu" [Krzewińska 2006: 30] i metodologię efektu – odnoszącą się do sprawdzania, co stanie się z odpowiedziami na poszczególne pytania, w zależności od zastosowania różnych form/odmian narzędzia badawczego [Krzewińska 2006: 30–31].

[3] Pozostałe błędy w tej kategorii związane są z narzędziem badawczym, ankieterem, respondentem itd. [Groves 1989].

nego punktu widzenia. Oznacza to, że muszą informować o cechach charakterystycznych procesu badawczego wykorzystującego daną technikę, a także o możliwych zniekształceniach (ich źródłach, kierunkach i rodzajach), jakimi mogą być obarczone dane zbierane za pomocą takiej, a nie innej techniki. Mówiąc inaczej, kryteria powinny wskazywać na to, z jakiego rodzaju problemami realizacyjnymi będziemy mieli do czynienia i jak problemy te przełożą się na wartość otrzymanych rezultatów. Warto doprecyzować, że nie jest naszym zamierzeniem dostarczyć charakterystyk każdej z technik pod względem typowych dla niej zniekształceń. W centrum naszego zainteresowania pozostają natomiast cechy proceduralne, które te zniekształcenia wywołują.

Od dobrej klasyfikacji oczekuje się, że spełni ona także pewne wymagania logiczne[4]. Warunek jednoznaczności będzie zrealizowany, wtedy „[...] gdy podział jest prowadzony według jednej zasady" [Kwiatkowski 2008: 101]. Klasyfikacja musi też spełniać warunek rozłączności, dzięki któremu dany przedmiot, pojęcie itp. można zaklasyfikować tylko do jednej wyróżnionej kategorii; warunek ten zakłada takie zbudowanie kryteriów, aby „[...] każda para jego członów pozostawała w zakresowym stosunku wykluczenia" [Kwiatkowski 2008: 102]. Kolejny wymóg to warunek zupełności, który związany jest z możliwością zaklasyfikowania wszystkich elementów, więc „[...] suma logiczna wszystkich jego członów jest zakresowo tożsama z całością dzieloną" [Kwiatkowski 2008: 102].

Od kryteriów klasyfikacji oczekuje się też, że będą „ekonomiczne"[5], łatwe do wykorzystania[6] i niezbyt liczne[7].

---

[4] Przedstawione powyżej warunki logiczne odnoszą się do tworzenia poprawnych podziałów logicznych, przy czym Tadeusz Kwiatkowski w dalszej części przywoływanego tu tekstu wyjaśnia, że klasyfikacja to nic innego, jak „[...] podział logiczny danego pojęcia lub odpowiedni układ przynajmniej dwóch różnych podziałów logicznych tego pojęcia" [Kwiatkowski 2008: 102], a więc warunki, które musi spełniać podział logiczny, odnoszą się również do klasyfikacji. Wymienione przez nas wymagania rzadko kiedy są spełniane w praktyce, dlatego też zakłada się, że w warunkach empirycznych spełniony być musi pierwszy z warunków – jednoznaczności, a co do pozostałych dwóch formułuje się zasadę o „[...] granicach realnych możliwości, które zależą od takich czynników, jak np. stopień poznania dziedziny odpowiadającej pojęciu dzielonemu, charakter kryterium wyznaczającego podział itd." [Kwiatkowski 2008: 103].

[5] Taki „ekonomiczny" sposób postępowania związany jest ze stworzeniem klasyfikacji, w której da się „[...] w możliwie najmniejszej liczbie możliwie najbardziej zwięzłych formuł opisać możliwie najdokładniej możliwie największą liczbę przedmiotów" [Kwiatkowski 2008: 106].

[6] Kryterium to może być rozumiane jako nakładany czasami na klasyfikację warunek naturalności, który związany jest z tym, żeby dany podział logiczny (w tym również klasyfikacja) były odpowiednio ważne ze względu na cel poznawczy czy praktyczny [Kwiatkowski 2008: 104].

[7] Tadeusz Kwiatkowski warunek ten określa mianem „ograniczonej szczegółowości" [Kwiatkowski 2008: 105].

KLASYFIKACJA JANA LUTYŃSKIEGO I JEJ MODYFIKACJE

Punktem odniesienia naszych rozważań jest klasyfikacja technik otrzymywania materiałów Lutyńskiego, która w polskim piśmiennictwie naukowym pozostaje jak dotąd jedynym i tak wyczerpującym, autorskim opracowaniem tego rodzaju. Przypominając ten podział, chcemy krytycznie mu się przyjrzeć i zastanowić się, na ile jest on obecnie użyteczny. Warto dodać, że możliwość takiej rewizji przewidywał sam Lutyński, który napisał: „Nie jest wykluczone, że w przyszłości aparatura i przyrządy zaczną odgrywać większą rolę. Wówczas, być może, najbardziej obecnie rozpowszechnione techniki stracą na znaczeniu. Zmieni się wówczas ich układ i potrzebne będą nowe kryteria kwalifikacyjne" [Lutyński 1994: 146].

W 1968 r. w drugim tomie „Analiz i prób technik badawczych w socjologii" został opublikowany artykuł Lutyńskiego, pt. „Ankieta i jej rodzaje na tle podziału technik otrzymywania materiałów", w którym autor przedstawił klasyfikację technik otrzymywania materiałów w badaniach socjologicznych, zawierającą około 19 technik[8]. Podstawą tej klasyfikacji (zaprezentowanej w poniższej tabeli), stały się dwa wymiary: poziom standaryzacji technik oraz proces, na którego podstawie te materiały zostały zdobyte (obserwacja lub komunikowanie się w odmianach pośredniej i bezpośredniej).

TABELA 1. Klasyfikacja technik otrzymywania materiałów, stworzona przez Jana Lutyńskiego w 1968 r.

	Techniki obserwacyjne (obserwacja właściwa)	Techniki oparte na wzajemnym komunikowaniu się:	
		bezpośrednim	pośrednim
Techniki niestandaryzowane	Techniki obserwacji niekontrolowanej	Techniki wywiadu swobodnego (wolnego)	Techniki otrzymywania wypowiedzi pisemnych niestandaryzowanych (np. dokumentów osobistych drogą organizowania konkursu)
Techniki standaryzowane	Techniki obserwacji kontrolowanej	Techniki wywiadu kwestionariuszowego	Techniki ankiety, autorejestracja

Ź r ó d ł o: Artykuł „Ankieta i jej rodzaje na tle podziału technik otrzymywania materiałów" [Lutyński 1994: 126].

[8] Wskazanie dokładnej liczby technik nie jest możliwe, ponieważ w każdym z pól tabeli Lutyński posłużył się liczbą mnogą (np. techniki wywiadu swobodnego, techniki wywiadu kwestionariuszowego, techniki ankiety itd.), więc nie jest dokładnie określone, jakie odmiany każdej z grup technik miał na myśli. Odnosząc klasyfikację do możliwości, jakie dawał rozwój technologiczny końca lat 60. (raczej nie wykorzystywano w zbieraniu materiału telefonów, a już na pewno nie były dostępne komputery), obliczyłyśmy, że w tabeli tej można było umieścić najwyżej 19 spośród znanych dzisiaj, a stosowanych wtedy technik otrzymywania materiałów.

W przywoływanym już tekście Lutyński szczegółowo scharakteryzował wymiary, które wykorzystał do stworzenia klasyfikacji. Pierwszym kryterium jest poziom standaryzacji. W wyniku zastosowania tego kryterium techniki możemy podzielić – mówiąc swobodnie – na ilościowe i jakościowe. Standaryzacja jest rozumiana jako ujednolicenie według jednego wzorca „[...] czynności i środków badawczych" [Lutyński 1994: 123]. Takiemu ujednoliceniu mogły podlegać zarówno czynności związane z zadawaniem pytań, wywoływaniem dyskusji grupowych, utrwalaniem odpowiedzi, jak i te powiązane z używaniem jednakowych kategorii pojęciowych służących do „[...] wyodrębnienia i opisu zjawisk w różnych sytuacjach badawczych" [Lutyński 1994: 123]. Sens standaryzacji sprowadza się przede wszystkim do tego, aby postępowanie badawcze przebiegało w ten sam (bardzo zbliżony) sposób w odniesieniu do każdej badanej jednostki. Dzięki temu zebrane dane stają się porównywalne – uzyskujemy pewność, że różnice w deklaracjach czy zachowaniach badanych nie wynikają z różnych warunków badania. Ostrym kryterium, najsilniej ujednolicającym sytuację badawczą i pozwalającym odróżniać techniki standaryzowane od niestandaryzowanych, jest obecność znormalizowanego formularza służącego do zbierania materiałów (np. kwestionariusza wywiadu, karty obserwacji itp.). Tak rozumiana standaryzacja dostarcza badaczom informacji, które mogą być opracowane ilościowo [Lutyński 1994: 123–124].

Techniki oparte na procesie obserwacji odróżnia od pozostałych technik to, że materiał otrzymujemy w wyniku „[...] samej obserwacji, dokonywanej nie w toku procesu wzajemnego kierowanego komunikowania się" [Lutyński 1994: 115]. Proces ten przypomina obserwację w naukach przyrodniczych, jest on celowy, planowy, systematyczny i krytyczny, a w jego trakcie dochodzi jeszcze rozumienie symboli obecnych w danej kulturze. W technikach opartych na komunikowaniu się występuje tzw. zamknięty obieg informacji, podczas którego badacz żąda informacji, a badany mu ich dostarcza, jeśli oczywiście mamy na myśli wzorcowo przebiegający proces i nie pojawią się żadne czynniki go zakłócające. W tym przypadku możemy mówić o trwałości układu ról: badacz/ankieter – badany/respondent, który nie powinien być zmieniony podczas danej interakcji. Z uwagi na to, że techniki obserwacyjne nie wykluczają możliwości werbalnego porozumiewania się badacza z badanymi (np. badacz wydaje polecenie badanym), a techniki oparte na komunikacji nie wykluczają możliwości obserwowania respondentów (np. ich gestów, mimiki, tonu głosu), do rozróżniania obu rodzajów technik będzie przydatne kryterium mówiące o tym, co badacz traktuje jako podstawowe źródło informacji. W technikach opartych na komunikowaniu się źródłem informacji będzie zawsze werbalny (ustny bądź pisemny) przekaz respondenta, który stanowi odpowiedź na żądanie dostarczenia informacji

[Lutyński 1994: 115–118]. Myśl tę można wyrazić jeszcze inaczej – w technikach obserwacyjnych źródłem informacji są zachowania badanego, z którymi badacz wchodzi w bezpośredni zmysłowy kontakt; w przypadku technik opartych na komunikowaniu źródłem tym są deklaracje badanych na temat tych zachowań.

Rozróżnienie na komunikowanie się pośrednie i bezpośrednie wiąże się ze sposobem, w jakim dostarczone są odpowiedzi respondenta. W przypadku materiałów pisemnych (wypełnionych ankiet, dokumentów osobistych otrzymywanych na ogłoszony konkurs itp.) mamy do czynienia z komunikowaniem się pośrednim, natomiast udzielanie ustnych odpowiedzi (podczas wywiadów kwestionariuszowych lub wywiadów swobodnych) nazwiemy bezpośrednim sposobem komunikowania się. Różnica sprowadza się więc do obecności ankietera w procesie badawczym, a dokładniej – wysłannika badacza (lub samego badacza) zadającego pytania i zajmującego się utrwalaniem odpowiedzi [Lutyński 1994: 120–122].

Opracowana przez Lutyńskiego w latach 60. klasyfikacja technik otrzymywania materiałów w badaniach socjologicznych była niewątpliwie klasyfikacją nowoczesną, która dobrze opisywała i różnicowała ówczesne techniki. Wprowadziła ona fundamentalne kryteria podziałów, które znajdowały odzwierciedlenie w obcojęzycznej literaturze przedmiotu. Przykładowo w klasyfikacji Galtunga, opublikowanej niemal w tym samym czasie, odpowiednikiem poziomu standaryzacji był poziom ustrukturyzowania bodźca oraz ustrukturyzowania reakcji. Galtung dzielił też techniki w zależności od tego, czy badaniu podlegały zachowania niewerbalne, czy werbalne (pisemne albo ustne) [Galtung 1967: 110–120]. Co warto podkreślić, podział Lutyńskiego na techniki oparte na komunikowaniu się bezpośrednim i pośrednim odpowiadał podstawowej dla metodologii badań sondażowych dystynkcji na wywiady (*interviews*) oraz ankiety, tj. techniki, w których respondent samodzielnie wypełnia kwestionariusz (*self-administrated questionnaire*[9]) [Wagenaar 2005: 716].

Klasyfikacja Lutyńskiego została w latach 90. uwspółcześniona przez pracowników Katedry Metod i Technik Badań Społecznych Instytutu Socjologii UŁ[10] i była wykorzystywana do celów dydaktycznych. Nie opublikowano nowej, uzupełnione klasyfikacji, ale odwoływali się do niej bardzo chętnie zarówno pracownicy katedry, jak i studenci piszący empiryczne prace zaliczeniowe. Dokonane uzupełnienia wynikały przede wszystkim z pojawienia się nowych

[9] Nazwa ta (w skrócie SAQ) bywa też rozumiana w węższym znaczeniu jako ankieta z kwestionariuszem w formie papierowej wypełniania przy asyście ankietera [Couper 2008: 59].

[10] W tym czasie kursowy wykład z metod i technik badań społecznych dla studentów socjologii prowadziła dr Ilona Przybyłowska, która prezentowała m.in. tę „uwspółcześnioną" klasyfikację w trakcie swoich zajęć.

technik otrzymywania materiałów, w których wykorzystywano nowoczesne technologie, przy czym nie zmieniano wymiarów, które posłużyły Lutyńskiemu do stworzenia pierwszej klasyfikacji. Przyrost nowych technik, który dokonał się na przestrzeni trzydziestu lat, był wtedy stosunkowo niewielki. W tabeli tej umieszczono dodatkowo m.in.: wywiad kwestionariuszowy przez telefon, wywiad kwestionariuszowy ze wspomaganiem komputerowym, wywiad kwestionariuszowy przez telefon ze wspomaganiem komputerowym, ankietę internetową oraz zogniskowany wywiad grupowy.

TABELA 2. Uwspółcześniona klasyfikacja technik otrzymywania materiałów z lat 90.

	Techniki oparte na obserwacji	**Techniki oparte na procesie, wzajemnym komunikowaniu się:**	
		bezpośrednim	**pośrednim**
O niskim stopniu standaryzacji	obserwacja niekontrolowana (zwykła)	• wywiad swobodny, • zogniskowany wywiad grupowy, • wywiad biograficzny, • wywiad narracyjny	otrzymywanie pisemnych niestandaryzowanych wypowiedzi (np. pamiętniki), opis jednego dnia według dyspozycji, technika wypracowań szkolnych
O wysokim stopniu standaryzacji[a]	obserwacja kontrolowana	• wywiad kwestionariuszowy zwykły (PAPI[b]), • wywiad kwestionariuszowy przez telefon, • wywiad kwestionariuszowy ze wspomaganiem komputerowym (CAPI[c]), • wywiad kwestionariuszowy przez telefon ze wspomaganiem komputerowym (CATI[d])	autorejestracja, ankiety: pocztowa, prasowa, dołączana do produktów, audytoryjna, ogólnie dostępna, rozdawana, telewizyjna, radiowa, telefoniczna, internetowa (na adresy e-mail; na stronach www)

[a] Przyjmując, że każda technika otrzymywania materiałów jest w jakimś stopniu ujednolicona, czyli prowadzona według określonych, spisanych reguł (wszak o wywiadach swobodnych czy zogniskowanych wywiadach grupowych) pisze się w podręcznikach metodyki badań społecznych, przyjęto, że zamiast określenia „techniki niestandaryzowane" będzie się mówić „techniki o niskim stopniu standaryzacji".

[b] PAPI – *Paper and pencil interviewing* – wywiad osobisty (*face-to-face*) bez wspomagania komputerowego.

[c] CAPI – *Computer assisted personal interviewing* – wywiad osobisty wspomagany komputerowo.

[d] CATI – *Computer assisted telephone interviewing* – wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo.

Ź r ó d ł o: Opracowanie wykładowców Katedry Metod i Technik Badań Społecznych UŁ.

Tabela ta, podobnie jak w przypadku klasyfikacji stworzonej przez Jana Lutyńskiego, nie zawierała: obserwacji uczestniczącej (technika z pogranicza opartych na obserwacji i komunikowaniu się bezpośrednim), wywiadu swobodnego ze standaryzowaną listą poszukiwanych informacji (technika o niskim stopniu standaryzacji na poziomie zbierania materiałów i o wysokim stopniu standaryzacji na poziomie ich opracowania [Przybyłowska 1978]) oraz pomocniczych technik projekcyjnych.

Jakkolwiek jeszcze dość często wykorzystywana przez socjologów (czy ogólniej badaczy społecznych) zarówno w pracy naukowej, jak i dydaktycznej klasyfikacja Lutyńskiego wydaje się w obecnych czasach tylko częściowo użyteczna. Na ten stan składa się kilka przyczyn. Od czasu ostatniej modyfikacji powstało wiele nowych technik otrzymywania materiałów, a przyrost ten jest szczególnie duży w ostatnich latach. W klasyfikacji z lat 60. takich technik było około 19; w latach 90. przybyło kilka nowych i można było umieścić w tabeli klasyfikacyjnej 24 techniki. Obecnie można doliczyć się blisko 40 technik otrzymywania materiałów[11], przy czym podanie ich dokładnej liczby jest dość problematyczne, ponieważ badacze (szczególnie zajmujący się badaniami komercyjnymi), co rusz wymyślają nowe sposoby zbierania informacji, a w niektórych przypadkach nie wiadomo, czy można traktować daną technikę jako zupełnie nową, samodzielną, czy jako odmianę techniki już wykorzystywanej[12]. Niejednokrotnie powstają też wątpliwości co do tego, czy możemy już mówić o technice otrzymywania materiałów (w rozumieniu Lutyńskiego), czy może lepiej jest stosować ostrożne określenie „praktyka badawcza", skoro brakuje na jej temat pogłębionej refleksji metodologicznej, która pozwoliłaby na określenie potencjału i możliwości, jakie się w niej kryją, oraz zakreśliła ograniczenia, które pociąga za sobą zbieranie materiałów za jej pomocą. Co więcej, żywiołowemu rozwojowi sposobów pozyskiwania informacji towarzyszy swoboda w nazewnictwie, która niekiedy zaburza istniejący ład terminologiczny. W końcu też, wśród nowo powstałych technik są te, których w ogóle nie da się w tej klasyfikacji umieścić oraz te, których umieszczenie jest możliwe, ale niejako „na siłę". Przykłady tych pierwszych to techniki określane w literaturze jako wywiady swobodne prowadzone za pomocą komunikatorów tekstowych [Grzeszczyk 2009] czy e-fokusy [Barbour 2011] – dyskusje online w trybie moderowanego czatu z respondentami. Przykładem problemu drugiego

[11] Należy zaznaczyć, że wśród tych 40 technik otrzymywania materiałów nie ma ankiet: telefonicznej, telewizyjnej i radiowej, z których wykorzystaniem aktualnie badań się nie prowadzi.

[12] Na przykład ankieta internetowa może występować w różnych postaciach – raz wykorzystywany jest sam tekst, innym razem ankieta ta jest odczytywana przez syntezator mowy, a jeszcze w innym przypadku możemy spotkać się z nagraniem wideo, co więcej – kombinację tych trzech rodzajów prezentacji pytań mogą pojawić się podczas jednego badania.

rodzaju jest przede wszystkim wywiad telefoniczny – wątpliwości w tej kwestii zgłaszał już pod koniec lat 90. P.B. Sztabiński, wskazując, że zarówno od strony metodycznej, jak i metodologicznej jest to wywiad znacząco różniący się od wywiadu kwestionariuszowego (osobistego) [Sztabiński 1999, Sztabiński 1999a].

Wydaje się, że współcześnie klasyfikacja Lutyńskiego ciągle umożliwia podział technik otrzymywania materiałów w badaniach socjologicznych, ale jest to porządkowanie dość zgrubne. I tak, w naszej ocenie, ciągle aktualną kategorią jest poziom standaryzacji. Kryterium to pozwala dokonać podstawowego rozróżnienia, jakim jest podział na techniki jakościowe i ilościowe, dlatego traktujemy je jako nieusuwalne. Wydaje nam się też możliwy do utrzymania podział na techniki oparte na obserwacji i techniki oparte na komunikowaniu się. Największe wątpliwości budzi podział na techniki oparte na komunikacji bezpośredniej i pośredniej, czyli – mówiąc hasłowo – na wywiady i niewywiady. Powstał on na podstawie ówczesnego, ograniczonego wachlarza technik, co spowodowało wąskie zdefiniowanie tego, czym jest wywiad. Definicja ta, przypomnijmy, zakładała: 1) obecność wysłannika badacza jako osoby zadającej pytania i utrwalającej materiał (możemy teraz uzupełnić, co wcześniej było rzeczą oczywistą, dziś już nie, że wysłannik powinien być osobą żywą, fizycznie istniejącą – nowoczesne techniki umożliwiają zebranie materiału przez wirtualnego ankietera); 2) kontakt naoczny/osobisty (współcześnie od dawna możliwe jest prowadzenie synchronicznej komunikacji zapośredniczonej przez media audialne oraz audiowizualne); 3) komunikację ustną (współcześnie można komunikować się synchronicznie za pomocą pisma, np. prowadzić „wywiady" przez komunikatory internetowe). Nowe technologie przyniosły nowe rozwiązania w postaci technik, które tylko częściowo odpowiadają tej charakterystyce, a więc tworzą inne warunki, w jakich powstaje materiał. Jednocześnie nowe techniki różnią się sposobem, w jaki odstępują od tej definicji, w efekcie ewentualna próba uregulowania na nowo sensu terminu „wywiad" byłaby bardzo trudna, a ryzyko nieprzyjęcia się nowego znaczenia byłoby duże. Różnica między wywiadem, a niewywiadem się zaciera [Couper 2008: 71] i nie ma kryterium, które ten podział zdolne byłoby przywrócić.

Powstaje w tej sytuacji pytanie, czy możliwe jest, przy częściowym wykorzystaniu kryteriów Lutyńskiego, zbudowanie nowej klasyfikacji uwzględniającej wszystkie (lub przynajmniej większość) technik otrzymywania materiałów wykorzystywanych w socjologii. Pytanie to w głównej mierze dotyczy możliwości umieszczenia w jednej tabeli, a co za tym idzie, zastosowania takich samych, uniwersalnych kategorii do klasyfikacji technik zarówno jakościowych, jak i ilościowych. Zadanie to utrudnia kilka kwestii. Po pierwsze, jakkolwiek jakość

w badaniach jakościowych[13] jest ważną i dyskutowaną kwestią, to nie ma zgody co do tego, według jakich kryteriów tę jakość ustalać. Po drugie, te propozycje oceny jakości (badań jakościowych) skupiają się zarówno na procesie otrzymywania materiałów, jak i na procesie ich opracowania. Po trzecie, w obrębie technik jakościowych są takie, które, jeśli chodzi o wykorzystywane źródła informacji, nie mają swoich „odpowiedników" w badaniach ilościowych, przykładowo – za pomocą komunikatorów tekstowych można prowadzić wywiady swobodne, ale już nie badania kwestionariuszowe. I czwarta kwestia, badacze ilościowi dokonują oceny techniki w kategoriach *mode effect*, w kategoriach różnicy w rozkładach odpowiedzi, w kategoriach kosztów i błędów. Umożliwiająca takie analizy standaryzacja i kontrola warunków badania kłóci się ze specyfiką badań jakościowych.

Ostatecznie, nasza propozycja będzie dotyczyła tylko podziału w obrębie technik o wysokim stopniu standaryzacji i opartych na komunikacji – mówiąc inaczej – technik kwestionariuszowych wykorzystywanych w badaniach sondażowych. Także w tym obszarze znacząco zwiększyła się liczba technik otrzymywania materiałów, a techniki te istotnie się od siebie różnią. Jednocześnie, po zakwestionowaniu podziału na techniki oparte na komunikacji pośredniej i bezpośredniej, usunięto jedyne w klasyfikacji Lutyńskiego kryterium, które te techniki różnicowało. Zaproponowane przez nas kryteria nawiązują jednak do tego podziału i próbują chwytać te pojedyncze cechy definicyjne, które kiedyś łącznie decydowały o tym, że daną technikę nazywano wywiadem lub ankietą.

PODZIAŁ KWESTIONARIUSZOWYCH TECHNIK OTRZYMYWANIA MATERIAŁÓW

Komputerowe wspomaganie procesu gromadzenia materiałów

Przez komputerowe wspomaganie procesu otrzymywania materiałów rozumiemy wykorzystanie komputera do dystrybucji narzędzia, transmisji danych, zapisu informacji w postaci umożliwiającej ich dalsze przetwarzanie (generowanie zbiorów danych itp.) [por. Couper, Nichols 1998: 17]. Techniki zawierające tradycyjną, papierową wersję narzędzia są zatem uznane za niewspomagane komputerowo, w odróżnieniu od technik posiadających narzędzie elektroniczne (jakkolwiek poziom zaawansowania tych narzędzi może być bardzo różny – od prostych plików do skomplikowanych i dających wiele możliwości skryptów aplikacji komputerowych). W grupie technik wspomaganych znajdzie się też an-

[13] W 2011 r. PWN wydał książkę U. Flicka poświęconą problematyce jakości badań jakościowych [Flick 2011].

kieta e-mail, która w zależności od wariantu (z dołączonym plikiem określonego rodzaju; z oprogramowaniem do zainstalowania na komputerze respondenta itp.) [Couper, Blair, Triplett 1999] da różne możliwości automatycznego przetwarzania uzyskanych informacji. Przy powyższej, dość wąskiej definicji komputerowe wspomaganie zbierania materiałów będzie rzutować przede wszystkim na czas i koszty realizacji badania.

Trzeba dodać, że pełniejsze wykorzystanie możliwości komputerowego wspomagania wiąże się z projektowaniem samego narzędzia, jednak sama nazwa techniki nie zawsze wskazuje na sposób wykorzystania tych możliwości – dużą swobodą w kształtowaniu narzędzia charakteryzuje się T-CASI, ankieta e-mail i przede wszystkim ankieta Web[14].

Stopień, w jakim ankieter jest zaangażowany w proces badawczy[15]

W przypadku tego kryterium możemy mieć do czynienia z czterema różnymi sytuacjami. Po pierwsze, pełne zaangażowanie – wtedy ankieter[16] odczytuje pytania, zapisuje lub w inny sposób utrwala materiał oraz wykonuje dodatkowe czynności związane z przeprowadzaniem aranżacji, udzielaniem respondentom, w razie potrzeby, dodatkowych informacji. Z tego typu udziałem mamy do czynienia w wywiadach kwestionariuszowych: PAPI, CAPI, CATI. Po drugie, ankieter

[14] Uzupełnijmy jeszcze, że komputerowe wspomaganie procesu zbierania materiałów może także być rozpatrywane z punktu widzenia tego, kto – badacz czy badany – jest właścicielem sprzętu i oprogramowania komputerowego. Wymiar ten, o którym tylko wspominamy w naszym szkicu, odnosi się przede wszystkim do błędu pokrycia oraz problemu kosztów.

[15] Przedstawione tu kryterium przypomina kontinuum „samoczynności narzędzia badawczego", które opisał Stefan Nowak. Według tej klasyfikacji mamy do czynienia z: kwestionariuszem ankiety (pytania opracowane są w ten sposób, że nie potrzebna jest obecność ani badacza, ani jego wysłannika) jako narzędziem o najwyższym poziomie samoczynności; kwestionariuszem wywiadu, gdzie „[...] zbiór pytań jest tak opracowany, iż zakładając konieczność pośrednictwa osoby prowadzącej wywiad, zostawia się jej zarazem wiele pola do inicjatywy własnej w toku rozmowy" [Nowak 1965: 66]) ze średnim poziomem samoczynności oraz planem zagadnień wywiadu swobodnego, w którym ankieter ma największą swobodę, a dostarczone narzędzie badawcze jest w minimalnym stopniu samoczynne, gdyż bez osoby ankietera tego typu badanie by się nie powiodło. [Nowak 1965: 64–67].

[16] Przyzwyczajenia językowe każą traktować ankietera jako osobę prowadzącą wywiad w takim znaczeniu, że zadaje ona pytania, notuje odpowiedzi i wykonuje szereg dodatkowych zadań związanych z aranżacją itp. Nie zawsze jednak rola ankietera jest aż tak rozbudowana, istnieją wszak techniki, w których jego udział jest dość ograniczony, np. tylko do aranżacji badania, wręczenia oraz odebrania kwestionariuszy. W takich sytuacjach może lepiej byłoby określać ankietera mianem „wysłannika badacza", jednak na użytek tego artykułu przyjmujemy, iż każda osoba biorącą udział w procesie otrzymywania materiałów i pośrednicząca pomiędzy badaczem a badanym jest nazwana ankieterem. Należy też pamiętać, że mamy tutaj na myśli – jakkolwiek może to zabrzmieć dziwnie – „żywego" ankietera, a nie jego cyfrowe wyobrażenie, czyli awatara, ankietera wirtualnego.

może być częściowo zaangażowany, gdyż asystuje przy tworzeniu materiałów (np. przebywa z respondentami w jednym pomieszczeniu, gdy ci wypełniają kwestionariusze) oraz wykonuje dodatkowe czynności, o których była mowa już wcześniej. Z takim typem uczestnictwa spotykamy się w następujących technikach: T-CASI[17], A-CASI[18], ankieta indywidualna pod nadzorem, ankieta audytoryjna – zgodnie z nazewnictwem Lutyńskiego byłoby to więc tzw. ankiety pod nadzorem [Lutyński 1994: 142]. W trzecim przypadku rola ankietera ogranicza się tylko do wykonywania dodatkowych czynności, a nie do uczestnictwa w procesie tworzenia materiałów. Ankieter jest wtedy wysłannikiem badacza, który rekrutuje badanych, zachęca ich do wzięcia udziału w badaniu, może dostarczać potrzebnych do tego narzędzi, a także zajmować się odbiorem materiałów. Taki ograniczony udział ankietera, jeśli chodzi o techniki „tradycyjne", występuje w przypadku ankiety rozdawanej, czy autorejestracji. W wersjach wspomaganych komputerowo – technikach TDE[19],

[17] CASI – *computer assisted self interviewing* – ankieta wypełniania na komputerze ankietera. Zazwyczaj stosowana jako technika dodatkowa w badaniu, którego pierwszą część stanowi wywiad CAPI. T-CASI (Text-CASI) – technika, w której treść pytań jest odczytywana przez respondenta z ekranu monitora, a odpowiedzi wprowadzane są za pomocą myszki lub klawiatury. Nazwa stosowana wymiennie z V-CASI (Video-CASI) [O'Reilly i in. 1994], choć obecnie V-CASI funkcjonuje także jako nazwa techniki, w której przewiduje się stosowanie dodatkowych bodźców wizualnych (filmy, fotografie itd.) [Couper 2008: 64].

[18] A-CASI (Audio-CASI) – technika, która umożliwia respondentowi odsłuchanie pytań (przez słuchawki, dla zwiększenia poczucia prywatności) i zwykle także odczytanie pytań z ekranu monitora; odpowiedzi są wprowadzane za pomocą klawiatury [Couper 2008: 63–64].

[19] TDE – touch tone data entry. Inna nazwa to touchtone IVR. Technika ta jest opisywana w literaturze jako odpersonalizowany sposób uzyskiwania ważnych informacji od respondentów [Blumberg, Cynamon 2000], którzy mogą wziąć udział w badaniu, dzwoniąc o każdej porze dnia i nocy, przez siedem dni w tygodniu na dostarczony im wcześniej numer i udzielać odpowiedzi na wcześniej nagrane pytania poprzez naciskanie odpowiednich przycisków telefonu. Jak podają różne źródła, tego typu badania zawsze albo zazwyczaj zaczynają się od aranżacji prowadzonej przez ankietera, która jednak jest wyraźnie oddzielona od procesu zdobywania informacji. W części aranżacyjnej potencjalnemu respondentowi przekazuje się instrukcję postępowania, nadaje specjalny numer identyfikacyjny. Na tym kontakt pomiędzy ankieterem a badanym się kończy. To respondent wybiera czas i miejsce, w którym zadzwoni pod wcześniej wskazany numer. W trakcie samego badania nie ma możliwości uzyskania pomocy od jakiegokolwiek ankietera, gdyż system jest w całości automatyczny. Tego typu technika używana jest zarówno w badaniu: przedsiębiorców (raportujących np. o liczbie zatrudnionych, zwalnianych pracowników), gospodarstw domowych, jak i w badaniach dotyczących zachowań respondentów (np. związanych z ryzykownymi zachowaniami seksualnymi). [Blumberg, Cynamon 2000; Robertson, Hatch-Maxfield 2012; McKay, Robinson, Malik 1994; Couper 2008; Bloom 2008]. Technika TDE jest podobna do autorejestracji, przy czym dzienniczek wypełniany samodzielnie przez respondenta został zastąpiony telefonicznym systemem ze wspomaganiem komputerowym.

IVR[20] – obecność ankietera na etapie aranżacji jest m.in. potrzebna do dostarczenia respondentowi niezbędnych instrukcji (także technicznych) do tego, aby mógł on udzielić informacji za pośrednictwem jakiegoś urządzenia (tu: telefonu) przekazującego pytania (tu: w formie dźwiękowej). W czwartej, ostatniej sytuacji ankieter nie pojawia się jako pośrednik pomiędzy badaczem a badanym, z czym mamy do czynienia np. w ankietach pocztowych czy ankietach internetowych.

Jednocześnie dla technik badawczych, które zakładają obecność ankietera jako osoby prowadzącej wywiad, proponujemy wprowadzić podział ze względu na **typ kontaktu między ankieterem a respondentem w procesie komunikacji**. Ten **subwymiar** pozwala wyróżnić kontakt osobisty, *face-to-face* (ankieter przebywa z respondentem w tym samym miejscu i czasie) oraz kontakt telefoniczny, który może być również nazwany kontaktem zapośredniczonym. Jest to rozróżnienie mające długą tradycję, o dobrym empirycznym uzasadnieniu (np. na gruncie amerykańskiej metodologii sondażowej, obecne techniki otrzymywania materiałów wywodzone są z triady: wywiad *f-t-f*, wywiad telefoniczny, ankieta pocztowa [Couper 2008: 59]).

Problem uczestnictwa ankietera w procesie badawczym jest jednym z głównych zagadnień metodologicznych, co wynika z faktu, że obecność wysłannika badacza wiąże się zarówno z pożądanym, jak i niepożądanym oddziaływaniem na wartość rezultatów. Zaangażowanie ankieterów na poziomie rekrutacji istotnie podnosi poziom realizacji próby i pozwala lepiej kontrolować to, kto weźmie udział w badaniu. Z kolei w procesie interrogacji nadzór nad powstającym materiałem skutkuje mniejszą liczbą braków odpowiedzi, większym ujednoliceniem sytuacji badawczej itd. Z drugiej strony obecność ankietera wiąże się ze znacznym podniesieniem kosztów badania, a także niekorzystnym oddziaływaniem, określanym w literaturze jako efekt ankieterski[21], tendencją do udzielania odpowiedzi

[20] IVR – interactive voice response, nazywany też telefonicznym odpowiednikiem A-CASI – *telephone audio computer assisted interviewing* (T-ACASI) [Couper, Singer, Tourangeau 2004]. Wersja Touchtone-IVR nie różni się od TDE, natomiast Speech-IVR jest oparta na technologii rozpoznawania mowy, w związku z tym respondent może udzielać odpowiedzi ustnie (w razie problemów może przejść do systemu przyciskowego i udzielać odpowiedzi za pomocą klawiatury telefonu) [Bloom 2008].

[21] Jak pisze P.B. Sztabiński da się wyróżnić trzy źródła tego efektu: 1) „cechy ankieterów (wiek, płeć, wykształcenie, rasa, etc.), które mogą wpływać na udzielane odpowiedzi poprzez ogólne wrażenie, jakie ankieter wywiera na respondencie, sposób zadawania pytań itp., ale także wyobrażenie respondenta o tym, jakie odpowiedzi będą przez ankietera preferowane; 2) opinie ankieterów, które mogą wpływać bądź na odpowiedzi respondentów (np. gdy ujawniają się podczas odczytywania pytań), bądź też na sposób ich zapisu (zwłaszcza interpretacje niejasnych odpowiedzi); 3) oczekiwania ankieterów dotyczące spójności odpowiedzi respondentów, związane z ich

społecznie akceptowanych czy dostosowania odpowiedzi do wyobrażonych opinii ankietera. Wydaje się, że efekt ten będzie zdecydowanie silniejszy, gdy mamy do czynienia z kontaktem *face-to-face*, niż wtedy, gdy takie spotkanie zapośredniczone jest poprzez jakieś urządzenie – choćby telefon – kiedy to ankieter oddziałuje tylko za pomocą głosu [Sztabiński i Sztabiński 1997] lub ewentualnie komputer (formy komunikacji mogłyby być tu zróżnicowane). W celu zminimalizowania tego problemu badacze sięgają po techniki ankietowe, w których respondent będzie sam wypełniał kwestionariusz.

W dobie „tradycyjnych" technik zupełne wyłączenie ankietera z procesu badawczego oznaczało przejęcie wszystkich korzyści, ale także wszystkich wad tego rozwiązania. Tymczasem współczesne ankiety wspomagane komputerowo pozwalają w coraz większym stopniu redukować minusy tradycyjnych ankiet i łączyć zalety wywiadów. Kwestionariusze elektroniczne mogą być narzędziami interaktywnymi, które pod wieloma względami naśladują przebieg wywiadu ankieterskiego – narzędzie dopasowują do respondenta pod wpływem dostarczanych przez niego odpowiedzi (sterowanie regułami przejścia), nakładają ograniczenia wymuszające zachowania dozwolone lub oczekiwane przez badacza (np. konieczność ustosunkowania się do każdego pytania) itd. Interaktywność narzędzia symuluje obecność ankietera (*social presence*), a wrażenie to zwiększa fotografia ankietera, jego nagrany głos, animowana postać „czytająca" pytania czy w końcu – rozwiązanie przyszłości – awatar, czyli trójwymiarowy model ludzkiej postaci, która „potrafi" poruszać się, przekazywać komunikaty niewerbalne, rozpoznawać i generować mowę (ECA – *embodied conversational agent* [Cassell i Miller 2008]). Jak się okazuje, problem efektu ankieterskiego nie znika.

Tradycyjne techniki uporządkowane według stopnia uczestnictwa ankietera w procesie badawczym tworzą pewne kontinuum wskazujące na poziom zagrożenia efektem ankieterskim (szeroko rozumianym). Na uszeregowanie technik wspomaganych komputerowo nie można patrzeć w ten sposób, gdyż w przypadku ankiet wspomaganych komputerowo (CASI, ankieta e-mail i ankieta Web) narzędzia są bardzo elastyczne, w efekcie czego mogą one przypominać ankietę papierową, ale mogą też nosić wiele cech wywiadu z ankieterem. Funkcjonujące obecnie nazewnictwo technik badawczych nie oddaje w wystarczającym stopniu tych problemów. Literatura na temat konsekwencji różnych form „społecznej obecności" jest jeszcze bardzo skromna.

---

cechami społeczno-demograficznymi oraz wyobrażenia o poglądach respondentów [Sztabiński 1995: 81–82]. W polskiej literaturze o efekcie ankieterskim pisali także Sztabiński [1996], Lutyńska [1978,1997, 1999].

Klasyfikacja sondażowych technik otrzymywania materiałów

W naszej opinii trzy powyższe wymiary są kluczowe i pozwalają uchwycić podstawowe charakterystyki poszczególnych technik oraz wskazać na źródła głównych błędów, jakimi mogą być obarczone wyniki. Uwzględnienie tych trzech kryteriów łącznie daje efekt w postaci klasyfikacji zamieszczonej w tabeli 3.

TABELA 3. Propozycja klasyfikacji kwestionariuszowych technik otrzymywania materiałów

		Stopień, w jakim ankieter angażowany jest w proces badawczy:				
		Odczytuje pytania i zajmuje się utrwaleniem materiałów		Asystuje w trakcie tworzenia materiałów przez R	Wykonuje czynności dodatkowe	Brak ankietera
		Kontakt z R osobisty	Kontakt z R telefoniczny			
Wspomaganie komputerowe	Tak	CAPI	CATI	A-CASI T-CASI	IVR TDE	CAWI[a] (ankieta Web, ankieta e-mail)
	Nie	PAPI	Wywiad kwestionariuszowy przez telefon	Ankiety: indywidualna pod nadzorem, audytoryjna, socjometryczna	Ankieta rozdawana; Technika autorejestracji	Ankiety: dołączana do produktów i usług, prasowa, pocztowa, ogólnie dostępna

[a] CAWI – *Computer assisted web interviewing.*

Ź r ó d ł o: Opracowanie własne.

Z uwagi na to, że stopień złożoności współczesnych technik jest duży, a w część technik (przede wszystkim ankiet internetowych) jest wpisana duża plastyczność narzędzia, do uzupełnienia opisu tych technik lub zastosowanych w poszczególnych badaniach procedur proponujemy zastosować kilka kryteriów pomocniczych.

Kanał komunikacji, za którego pomocą przekazuje się pytania

W obrębie tego wymiaru można wyróżnić trzy warianty. Pierwszy dotyczy sytuacji, w której pytania możemy przekazywać tylko kanałem audialnym, ponieważ nie jest możliwy ani kontakt twarzą w twarz, ani przekaz pisemny. Opisowi temu odpowiadają wywiady telefoniczne oraz IVR i TDE. Drugą grupę stanowią techniki, w których występuje tylko kanał wizualny, czyli pytania przekazuje się na piśmie i na żadnym etapie badania, rozumianego jako uzyskiwanie informacji od respondenta, nie występuje przekaz audialny. Przykładem takich technik są: ankieta pocztowa czy dołączana do produktów. Trzeci przypadek to sytuacje mieszane, np. A-CASI, przy czym w jednych technikach może przeważać kanał

audialny, np. PAPI, CAPI (materiały wizualne jako uzupełniające), a w innych kanałem nadrzędnym może być przekaz wizualny, np. ankiety pod nadzorem, w tym T-CASI (ewentualne wyjaśnienia ankietera jako uzupełniające). Ankiety Web nie dają się jednoznacznie zaklasyfikować do jednej z kategorii – mogą występować zarówno w wariancie wizualnym, jak i mieszanym, stąd zasadne jest, aby w tym względzie badacze dokumentowali swoje postępowanie.

Zastosowanie konkretnej formy, w której zadaje się pytania badanym, wpływa na zakłócenia mogące się pojawić w trakcie formułowania odpowiedzi. Udzielenie odpowiedzi na pytanie przez ankietowanego jest pewnym procesem, w którego trakcie musi on m.in. usłyszeć lub przeczytać pytanie, zrozumieć jego treść i to, jakie zadanie się przed nim stawia, odszukać w głowie informacje potrzebne do udzielenia odpowiedzi, sformułować odpowiedź, przypasować ją do wzorów odpowiedzi przygotowanych przez badacza, wypowiedzieć na głos lub zaznaczyć odpowiedź[22]. Na każdym z tych etapów mogą się pojawić czynniki, które są w stanie zakłócić proces udzielania odpowiedzi (zarówno te związane z osobą ankietera, respondenta, urządzenia służącego do przekazywania pytań, jak i te przynależące konkretnej sytuacji, miejscu, czasowi, w którym odbywa się badanie[23]).

Kanał do przekazywania pytań jest „odpowiedzialny" za pojawienie się efektów pierwszeństwa i świeżości. Efekt pierwszeństwa polega „[...] na przypisywaniu większego znaczenia temu, co dociera jako pierwsze" [Krzewińska 2006: 86] i jego wystąpienie jest bardziej prawdopodobne wtedy, gdy pytania i odpowiedzi prezentowane są na piśmie (mamy więc do czynienia z przekazem wizualnym). „Taka «wizualna» prezentacja odpowiedzi występuje najczęściej w pytaniach z długą kafeterią, ale także w pytaniach dialogowych oraz w pytaniach ze skalami graficznymi" [Krzewińska 2006: 89–90]. Efekt świeżości natomiast związany jest z dominacją przekazu audialnego i polega na przypisywaniu większego znaczenia informacjom, które docierają do badanego jako ostatnie, i będzie się częściej pojawiał w pytaniach z dwiema alternatywami, ze skalami słownymi i w większości pytań, które ankieter czyta czy to przez telefon, czy za pomocą komunikatora internetowego. W sytuacji, gdy obok przekazu wizualnego pojawia się również przekaz audialny (gdy ankieter czyta pytanie i wręcza kartę respondenta mającą za zadanie pomóc respondentowi w udzieleniu odpowiedzi),

[22] Analizę procesu zadawania pytań i udzielania odpowiedzi na pytania w wywiadzie kwestionariuszowym przeprowadził m.in. Jan Lutyński [1994].

[23] Próbę opisania czynników mogących wpływać na społeczną sytuację wywiadu kwestionariuszowego podjęli Anna Kubiak i Włodzimierz A. Rostocki [1993].

temu drugiemu badani przypisują większą ważność i dlatego też częściej może się pojawić efekt świeżości[24].

Jak też wiadomo z badań nad CATI, sposób komunikowania się może wpływać na szybkość rozmowy i przekładać się na mniejszą szczegółowość odpowiedzi, skłonność do przytakiwania, powierzchowność, skłonność do wybierania odpowiedzi przed zapoznaniem się z całą ich listą itp. [Sztabiński 1999: 60–61].

Możliwości zapoznania się przez respondenta z całym narzędziem badawczym

W większości technik, w których występuje ankieter, staje się on niejako „strażnikiem" narzędzia badawczego i ogranicza respondentowi możliwość zapoznania się ze wszystkimi pytaniami przed rozpoczęciem udzielania na nie odpowiedzi. W tego typu badaniach obowiązuje zasada „pytanie za odpowiedź", czyli ankieter przejdzie do kolejnego zagadnienia dopiero wówczas, gdy otrzyma od badanego odpowiedź lub wyraźną odmowę jej udzielenia. Z taką sytuacją mamy do czynienia w wywiadach osobistych (CAPI, PAPI), technikach telefonicznych (CATI, IVR, TDE) oraz ankiecie A-CASI. Z takim rozwiązaniem można się też spotkać w ankietach internetowych czy T-CASI, choć nie musi być to regułą – wprowadzony skrypt *page to page* powoduje, że na ekranie komputera widać tylko jedno pytanie, a kolejne ukaże się dopiero wtedy, gdy respondent zaznaczy odpowiedź (*paging design*). O długości kwestionariusza informuje wtedy najczęściej umieszczony w skrypcie ankiety pasek postępu. Alternatywny sposób zaprojektowania narzędzia umożliwia respondentowi „poruszanie się" po całym kwestionariuszu (*scrolling design*) [Couper 2008a]. Jest to więc rozwiązanie analogiczne do tego z ankiet papierowych (z wyjątkiem socjometrycznej), w których badany otrzymuje całe narzędzie badawcze i może, jeśli tylko ma taką potrzebę, przed rozpoczęciem udzielania odpowiedzi zapoznać się ze wszystkimi pytaniami. W tym przypadku nie mamy również wpływu na to, w jakiej kolejności respondent wypełni kwestionariusz.

Ciągłość i jednorazowość aktu badania

Przynajmniej w założeniu w większości technik wywiadu kwestionariuszowego[25] mówi się o tym, że badanie przebiega w sposób nieprzerwany i jednorazowy – ankieter spotyka się z badanym raz, przeprowadza cały wywiad od

[24] Osoby zainteresowane tymi efektami należy odesłać do książki Anety Krzewińskiej [2006].

[25] Wyjątkiem są wywiady CATI, w których trakcie respondent dostaje możliwość przerwania wywiadu w dowolnym momencie i kontynuowania badania w terminie dla niego dogodnym.

początku do końca, rzadko kiedy ma możliwość kolejnego spotkania (chyba że w celu uzupełnienia kwestionariusza lub gdy kontroler ma za zadanie sprawdzić poprawność procedury doboru respondenta, wypełnienia kwestionariusza czy sam fakt odbycia badania). Ciągły charakter badania przewidywany jest też we wszystkim ankietach pod nadzorem (w tym CASI), a także w przypadku TDE i IVR – respondent nie może w dowolnym momencie podjąć, przerwać czy kontynuować badania. Pozostałe techniki ankietowe dają znacznie więcej swobody w tym zakresie.

Na odpowiedzi udzielane w trybie ciągłym wpływ mają tylko te czynniki, które pojawiają się w trakcie badania, a z reguły warunki, w jakich zbierany jest materiał, są ujednolicone. W przypadku gdy dochodzi do zawieszenia aktu badania, na respondenta mogą oddziaływać czynniki spoza sytuacji badawczej. Informacje mogą być poszukiwane przez respondenta w sposób intencyjny (np. badany nie zna odpowiedzi na jakieś pytanie kwestionariusza, ponieważ nigdy wcześniej nie zetknął się z daną kwestią, więc stara się wykorzystać jakieś zewnętrzne źródła do pozyskania potrzebnej wiedzy) lub zupełnie przypadkowo, gdy usłyszy o danych sprawach (których jednocześnie dotyczy badanie) w radio, zobaczy w telewizji, przeczyta w prasie czy natknie się na nie w Internecie. Ciągłość i jednorazowość badania, jeśli nie eliminuje wykorzystywania innych źródeł niż pamięć respondenta, to przynajmniej je ogranicza (np. nie widzimy, czy badany nie posiłkuje się jakimiś dodatkowymi informacjami podczas wywiadu CATI).

ZAKOŃCZENIE

Ocena naszej klasyfikacji pod względem wymogów logicznych wypada pozytywnie: spełnia ona warunek jednoznaczności, zupełności i rozłączności. Wymienione wymogi realizują też kryteria pomocnicze. Starałyśmy się także, aby klasyfikacja była ekonomiczna, a użyte kryteria podziału niosły możliwie jak najwięcej informacji. Uzupełnienie klasyfikacji o kryteria pomocnicze wskazuje, że nie do końca udało się postulat ten zrealizować. Wymiary te nie są jednak redundantne, a ich duża liczba jest konsekwencją wielowariantowości obecnych technik. Wydaje się też, że wielość wymiarów będzie służyła opisowi procedur w przypadkach zastosowania różnych technik zbierania materiałów w jednym badaniu (*mixed mode*).Wobec współczesnego problemu spadających odsetków realizacji to coraz częściej wykorzystywane podejście jest próbą minimalizowania błędu braku odpowiedzi na poziomie wywiadu [Sztabiński 2011: 53].

Nieco inne próby uporządkowania współczesnych technik sondażowych można znaleźć w piśmiennictwie amerykańskim [Groves i in. 2004; Couper 2011] – ich autorzy ograniczają się do przedstawienia samych kryteriów (5–6 wymiarów), które są raczej ciągłymi kontinuami, niewyznaczającymi wyraźnych podziałów. Nasza propozycja jest próbą znalezienia bardziej operatywnego rozwiązania, w którym dodatkowo wskazuje się kryteria główne i pomocnicze. Zestawiając ze sobą kryteria główne, dostarczyłyśmy klasyfikację spełniającą wymogi logiczne.

Pod tym względem nasza propozycja przypomina sposób podziału technik (*data collection modes*), na którą czytelnik może się natknąć w książce P.B. Biemera i L.E. Lyberga „Introduction to Survey Quality" [Biemer, Lyberg 2002: 189–214]. Autorzy dokonali podziału technik standaryzowanych, wykorzystując do tego trzy wymiary: 1) kontakt z badanym w podziale na: bezpośredni, pośredni, brak takiego kontaktu; 2) zaangażowanie zbierającego materiał w rozróżnieniu na: wysokie i niskie; 3) komputerowe lub papierowe narzędzie badawcze. Klasyfikacja ta różni się od naszej przede wszystkim tym, iż umieszczono w niej nie tylko techniki kwestionariuszowe, ale również te wykorzystujące obserwację i dane urzędowe[26]. Po drugie, w podziale tym uwzględniono zdecydowanie mniejszą niż w naszym liczbę technik (w sumie jest ich 20). Po trzecie, Biemer i Lyndberg ankietę e-mailową umieścili w tabeli dwukrotnie[27]. W polskiej literaturze podobne rozwiązanie zaproponował Artur Noga-Bogomilski, przedstawiając klasyfikację metod zbierania danych w ilościowych badaniach marketingowych. Wykorzystuje ona kryterium wspomagania komputerowego w trakcie realizacji pomiaru (tak, nie) oraz charakter interakcji między ankieterem a respondentem (pełna, ograniczona, brak interakcji) [Noga-Bogomilski 2007: 90]. Wydaje się, że jest to propozycja zbyt ogólna – autor łączy w grupy techniki niekiedy znacznie się od siebie różniące, zarówno pod względem proceduralnym, jak i metodologicznym

[26] Dane urzędowe nie zostały przez nas uwzględnione w klasyfikacji, ponieważ należą one do tzw. źródeł zastanych, czyli co prawda mogą być wykorzystywane przez badaczy społecznych, ale niezmiernie rzadko powstają z inicjatywy badacza, co oznacza, że są one produktem funkcjonowania pewnych instytucji czy organizacji i nawet gdyby socjolog się nimi nie zainteresował, to i tak nadal by się je tworzyło [Sułek 2002: 103–131]. Nie ma żadnych technik, które to tworzenie tego typu danych poddałoby jakiemukolwiek ujednoliceniu.

[27] Raz ankieta e-mail jest umieszczona jako technika, w której dostarcza się papierowy kwestionariusz wśród technik o niskim zaangażowaniu w zbieranie danych i o pośrednim sposobie kontaktowania się z respondentem. Drugi raz jako technika służącą do dostarczenia komputerowej (czyli elektronicznej) wersji kwestionariusza. To rozróżnienie zapewne związane jest z tym, czy do takiego e-maila dołączony jest plik tekstowy zawierający kwestionariusz (można go wydrukować i odesłać za pomocą konwencjonalnej poczty), czy też link odsyłający na stronę internetową, gdzie znajduje się kwestionariusz w wersji elektronicznej.

(np. ankieta audytoryjna i pocztowa). Nadto uwzględnia ona mniejszą liczbę technik (tylko 10) niż stworzona przez nas klasyfikacja.

Nasza propozycja ma oczywiście także pewne niedostatki, choć w naszej ocenie tkwią one nie tyle w sposobie uporządkowania, ile w fakcie, że część poklasyfikowanych obiektów (chodzi tu głównie o ankiety wspomagane komputerowo) to swoiste „czarne skrzynki", z których każda może zawierać cechy zupełnie różnych technik. O ile więc wyodrębnią się bardziej jednolite techniki o charakterystykach pozwalających ocenić stopień, w jakim przypominają wywiad, ich uporządkowanie będzie bardziej efektywne. Jednocześnie, biorąc pod uwagę nowe możliwości badawcze, w tym wywiady prowadzone przez wirtualnych ankieterów, wydaje się, że wykorzystane przez nas kryterium „stopień, w jakim ankieter jest zaangażowany w proces badawczy" będzie mogło być w przyszłości zastąpione przez „społeczną obecność" (*social presence*) – stopień poczucia osobistego kontaktu z innym.

BIBLIOGRAFIA

B a r b o u r R. [2011], *Badania fokusowe*, Warszawa: PWN.

B i e m e r P.B., L y b e r g a L.E. [2002], *Introduction to Survey Quality*, New Jersey: John Wiley & Sons.

B l o o m J., [2008] *TheSpeech IVR as a Survey Interviewing Methodology*, [w]: *Envisioning the Survey Interview of the Future*, Conrad F.G., Schober M.F. (red.), New York: John Wiley & Sons.

B l u m b e r g S.J., C y n a m o n M.L. [2000], *Respondent Acceptance of Touch-Tone Data Entry in Cognitive Interview on HIV/STD Behaviors*, <www.fcsm.gov/99papers≥ 25.06.2013.

C a s s e l l J., M i l l e r P. [2008], *Is it Self-administration if the Computer Gives You Encouraging Looks?* [w]: *Envisioning the Survey Interview of the Future*, Conrad F.G., Schober M.F. (red.), New York: John Wiley & Sons.

C o u p e r M.P. [2008], *Technology and the Survey Interview/Questionnaire*, [w]: *Envisioning the Survey Interview of the Future*, Conrad F.G., Schober M.F. (red.), New York: John Wiley & Sons.

C o u p e r M.P. [2008a], *Designing Effective Web Surveys*, New York: Cambridge University Press.

C o u p e r M.P. [2011], *The Future of Modes of Data Collection*, Public Opinion Quarterly, Vol.75, No. 5, s. 889–908.

C o u p e r M.P., B l a i r J., T r i p l e t t T. [1999], *A Comparison of Mail and E-mail for a Survey of employees in U.S. statistical agencies*, Journal of Official Statistics, vol. 15, No. 1

C o u p e r M.P., S i n g e r E., T o r a n g e a u R. [2004], *Does voice matter? An Interactive Voice Response (IVR) Experiment*, Journal of Official Statistics, vol. 20, no. 3.

F l i c k U. [2011], *Jakość w badaniach jakościowych*, Warszawa: PWN.

G a l t u n g J. [1967], *Theory and Methods of Social Research*, London: George Allen &Unwin LTD.

G r o v e s R.M. [1989], *Survey Errors and Survey Costs*, New York: John Wiley & Sons.

G r o v e s R.M., F o w l e r F.J. Jr, C o u p e r M.P., L e p k o w s k i J.M., S i n g e r E., T o u r a n g e a u R. [2004], *Survey Methodology*, New York: John Wiley & Sons.

G r z e s z c z y k E. [2009], *Jak pochwycić rozmówcę w sieci, czyli wywiady przeprowadzane przez internet jako technika socjologii jakościowej użyteczna w badaniu życia codziennego*, [w:] *Barwy codzienności. Analiza socjologiczna*, M. Bogunia-Borowska (red.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

G r z e s z k i e w i c z - R a d u l s k a K. [2009], *Respondenci niedostępni w badaniach sondażowych*, „Analizy i próby technik badawczych w socjologii", tom XII, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

H e e r W. de, I s r a ë l s A.Z. [1992], *Response Trends in Europe*, Proceedings of the American Statistical Association, Survey Methods Research Section.

K r z e w i ń s k a A. [2006], *O socjologicznym wywiadzie kwestionariuszowym: psychologia poznawcza Norberta Schwarza i jej badawcze zastosowanie w warunkach polskich*, „Analizy i próby technik badawczych w socjologii", tom X, Łódź: ŁTN, Instytut Socjologii UŁ.

K u b i a k A., R o s t o c k i W.A. [1993], *Metodologiczne problemy badania opinii publicznej w Polsce. Społeczna przestrzeń wywiadu kwestionariuszowego*, „Przegląd Socjologiczny", tom XL/2.

K w i a t k o w s k i T. [2008], *Wykłady i szkice z logiki ogólnej*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

L u t y ń s k a K. [1978], *Ankieterzy i badacz. Z badań nad wpływem ankieterskim*, „Przegląd Socjologiczny", T. 30.

L u t y ń s k a K. [1997], *Wpływ ankieterski w pierwszej fazie badań kwestionariuszowych*, „Ask", nr 1.

L u t y ń s k i J. [1994], *Analiza procesu otrzymywania informacji w badaniach z zastosowaniem wywiadu kwestionariuszowego*, [w:] *Metody badań społecznych. Wybrane zagadnienia*, Łódź: ŁTN, s. 152–207.

M c K a y R.B., R o b i n s o n E.L., M a l i k A.B. [1994], *Touch-Tone Data Entry for Household Surveys: Research Findings and Possible Applications, <www.bls.gov/ore/pdf/cp940080.pdf>* 25.06.2013.

N o g a - B o g o m i l s k i A. [2007], *Specyfika wybranych metod zbierania danych w badaniach ilościowych*, [w:] *Badania marketingowe. Od teorii do praktyki*, D. Maison, A. Noga-Bogomilski, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

N o w a k S. [1965], *Metody badań socjologicznych*, Warszawa: PWN.

O ' R e i l l y J.M., H u b b a r d M.L., L e s s l e r J.T., B i e m e r P.P., T u r n e r Ch.F. [2004], *Audio and Video Computer Assisted Self-interviewing: Preliminary Tests of new Technologies for Data Collection*, „Journal of Official Statistics", vol. 10, no. 2.

P r z y b y ł o w s k a I. [1978], *Wywiad swobodny ze standaryzowaną listą poszukiwanych informacji i możliwości jego zastosowania w badaniach socjologicznych*, „Przegląd Socjologiczny", T. 30.

R o b e r t s o n K.W., H a t c h - M a x f i e l d J. [2012], *Data Collection in the U.S. Bureau of Labour Statistics' Current Employment Statistics Survey*, wystąpienie przygotowane na konferencję w Genewie (31 października – 2 listopada), Seminar on New Frontiers for Statistical Data Collection, <http://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/> 25.06.2013.

S c h u m a n H. [1992], *Context Effects: State of the Past/State of the Art.*,[w:] Context Effects in Social and Psychological Research, N. Schwarz, S. Sudman (red.), New York: Springer--Verlag.

S c h u m a n H. [2013], *Metoda i znaczenie w badaniach sondażowych*, Warszawa: Oficyna Naukowa.

S u ł e k A. [2002], *Ogród metodologii socjologicznej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

S z t a b i ń s k i F. [2011], *Ocena jakości danych w badaniach surveyowych*, Warszawa: IFiS PAN.

S z t a b i ń s k i F., Ż m i j e w s k a - J ę d r z e j c z y k T. [2012], *Mixed ModeSurvey Design: problem efektu techniki*, „Przegląd Socjologiczny", tom LXI/1.

S z t a b i ń s k i P.B. [1995], *Efekt ankieterski: czy zmienia się tylko respondent?*, „Ask", nr 1.

S z t a b i ń s k i P.B. [1996], *Ankieter jako źródło sugestii*, „Przegląd Socjologiczny", T. 45.

S z t a b i ń s k i P.B. [1999], *Wywiad telefoniczny ze wspomaganiem komputerowym (CATI) a wywiad kwestionariuszowy. Problem porównywalności wyników*, [w]: *Spojrzenie na metodę. Studia z metodologii badań socjologicznych*, Domański H., Lutyńska K., Rostocki A.W. (red), Warszawa, IFiS PAN.

S z t a b i ń s k i P.B. [1999a], *Wywiad telefoniczny ze wspomaganiem komputerowym: nowa technika badawcza, czy wywiad kwestionariuszowy przez telefon?*, „Przegląd Socjologiczny", T. 48/1.

S z t a b i ń s k i P.B., S z t a b i ń s k i F. [1997], *Wartość odpowiedzi w wywiadach telefonicznych ze wspomaganiem komputerowym (CATI)*, „ASK", nr 1–2 (5–6).

W a g e n a a r T.C. [2005], *Survey Design*, [w]: Kempf-Leonard K. (red.), „Encyclopedia of Social Measurement", vol. 3, San Diego: Elsevier Academic Press.

Aneta Krzewińska
Katarzyna Grzeszkiewicz-Radulska

CLASSIFICATION OF MODES OF DATA COLLECTION

(Abstract)

This paper is based on a Jan Lutyński classification of methods of data collection in sociological research. This classification – with small modifications – has been used for nearly 40 years by a wide circle of sociologists – as well as in their research and teaching work. Due to significant growth of new research techniques and their increasing complexity and diversity, Jan Lutyński classification – especially as far as survey modes are concerned – is no longer useful. Within the paper, a proposal of a new classification of standardized and based on communication process methods of data collection is presented. This classification utilizes three new dimensions: degree of interviewer involvement; type of relationship between the interviewer and the respondent; and the presence/absence of computer assistance of data collection. Additionally, auxiliary dimensions are presented, which can be used while describing research procedures used in social sciences.

Key words: Modes of data collection, level of standardization, interview, self-completion questionnaire, computer assistance of data collection, degree of interviewer involvement.

GRAŻYNA WORONIECKA
Uniwersytet Warszawski*

BADANIA NA MAŁYCH PRÓBACH CELOWYCH – KILKA REFLEKSJI Z PERSPEKTYWY BUDOWANIA TEORII

Streszczenie

Artykuł stanowi krytykę obecnej mody na prowadzenie badań eksploracyjnych na małych próbach celowych jedynie w celach opisowych. Twierdzę, że zaniechanie analiz komparatystycznych i pracy analitycznej nad socjologicznymi opisami (nawet bardzo dobrymi) znacząco zmniejsza ich użyteczność naukową. Praktyka taka pozostaje również w sprzeczności z własnymi źródłami teoretycznymi, wśród których najczęściej przywoływane, to interakcjonizm symboliczny, teoria ugruntowana i fenomenologia społeczna. Poprawne i zgodne z wytycznymi badania jakościowe na małych próbach celowych swoje bezdyskusyjne walory naukowe zawdzięczają integralnemu związkowi między wglądem empirycznym i refleksją teoretyczną oraz – co jest warunkiem powyższego – poszerzeniu pola badawczego o serie przypadków analogicznych (zgodnie z kryteriami wywiedzionymi z materiału empirycznego). Efektem badań jakościowych ma bowiem – zgodnie z tradycją interpretatywną – być rozwój teorii socjologicznej, a nie mnożenie izolowanych opisów.

Słowa kluczowe: praktyka badań jakościowych, interpretatywna teoria działania społecznego, generalizacja, indukcja, dedukcja, próba

Wciąż znaczna popularność studiów socjologicznych i przekształcenie asystentur w studia trzeciego stopnia wpłynęły znacząco na kształt dyscypliny nie tylko w warstwie praktyki dydaktycznej. Obszarem, który wskutek popularyzacji

* Instytut Stosowanych Nauk Społecznych; e-mail: gworoniecka@wp.pl

ucierpiał chyba najmocniej, stały się badania socjologiczne. Jak cała dyscyplina tak i badania będące jej integralną częścią zawsze stanowiły nieusuwalny punkt sporów metodologicznych w środowisku socjologów. Dziś, z perspektywy czasu i zmian, jakie przyniósł, widać jednak, że istniały pewne wspólne przeświadczenia o kanonie dobrze prowadzonych badań. Jednym z takich kamieni węgielnych była reprezentatywność próby. Zanim możliwe stało się formułowanie jakiegokolwiek wniosku generalnego, za oczywiste uważano, że musi on mieć uzasadnienie w powszechności występowania zjawiska, którego dotyczy. Bezsporne wykazanie powszechności z kolei wymagało pracy na dużych, starannie dobieranych próbach.

Krytycy drwili, że banalność ustaleń socjologów ma źródło właśnie w tym, że szukają jedynie tego, co wspólne, co powszechnie podzielane. Rygor metodologiczny przesądzająco wpływał na sformułowanie pytań badawczych, a waga problemu badawczego musiała uzasadniać wielkość nakładów na kosztowne i czasochłonne badania.

Dziś niemal każda praca magisterska i prawie każdy doktorat (a powstaje ich rocznie kilkaset razy więcej niż jeszcze na początku lat 90.) musi przedstawiać wyniki jakichś badań. W ograniczonym czasie wyznaczanym rytmem studiów, najczęściej bez wydzielonych funduszy, bez możliwości wykorzystania zaplecza technicznego instytucji, kandydaci na badaczy skaczą na głęboką wodę społecznej rzeczywistości wyposażeni jedynie w podręcznik do zajęć z metodologii i mocne postanowienie uzyskania oryginalnych wyników. Pomocny w realizacji tego postanowienia okazuje się stan teorii socjologicznych – ich emancypacyjne zorientowanie, potencjał krytyczny i konstrukcja w terminach „pojęć uwrażliwiających" zawiera przesłanie uprawomocniające niemal każdy pomysł. Czy będzie to rekonstrukcja zrębów subświata osób z grupy LGBT, czy udział w konsultacjach społecznych z „sondażem perswazyjnym", obserwacja uczestnicząca w happeningu artystycznym czy przegląd rodzinnych albumów ze zdjęciami, zawsze będzie możliwe skonstruowanie problemu badawczego o takim czy innym zakresie.

Takie „badania szkoleniowe" z założenia służą jedynie nauczeniu studenta, jak to robić, i gdyby na tym kończyła się ich rola, nic złego by się nie działo. Efektem dydaktycznym byłby humanista wrażliwy na różne konfiguracje praktyk społecznych, otwarty na niespetryfikowane sensy i manifestacje kultury, czyli jednostka wysoce pożądana jako uczestnik szeroko pojętego życia kulturalnego i świadomy, krytyczny obywatel. Na poziomie badań do prac magisterskich często tak właśnie się dzieje, choć poza ośrodkami wielkomiejskimi już magisterium z socjologii nierzadko uzyskiwane bywa w trybie zaocznym jako dopełnienie warunków formalnych związanych z pełnioną funkcją kierowniczą, np. w lo-

kalnej administracji. Absolwent, ośmielony łatwością, z jaką przeprowadził udatnie prawdziwe badania socjologiczne (o czym jest głęboko przekonany), w poczuciu kompetencji tworzy w biurokratycznym środowisku kolejne ankiety odpowiadające na liczne zapotrzebowania informacyjne administracji, pracowicie wylicza procenty z 10 czy 15 odebranych kwestionariuszy i obiektywizuje informacje pozyskane tą drogą jako bezwzględnie prawdziwe. Z jednej strony rekonstrukcja porządku prawnego zmierza w kierunku zobligowania podmiotów funkcjonujących w sferze publicznej do konsultacji społecznych, z drugiej strony mnożenie ankiet na małych, dobranych ad hoc próbach czyni takie badania opinii na potrzeby lokalne całkowicie chybionymi.

O ile jednak nieświadome sabotowanie lokalnych badań opinii ma dla wiedzy naukowej znaczenie marginalne, o tyle skutki praktyki badań na małych próbach na poziomie prac doktorskich już nie są takie nieistotne. Doktoraty to także książki, artykuły w czasopismach naukowych, a zatem obieg informacji naukowej i realny wpływ na kształt dyscypliny.

Młodsi badacze bardzo chętnie korzystają z szerokiego spektrum nowych metod badawczych wypracowanych w ciągu ostatnich dwóch dziesięcioleci w socjologii, zwłaszcza w sferze tzw. badań jakościowych. Techniki wizualne, wywiady narracyjne, fokusy, analizy treści, triangulacja danych są dla nich chlebem codziennym. Interakcjonizm symboliczny i teoria ugruntowana to dwa najpowszechniej przywoływane terminy uprawomocniające aplikację metodologii jakościowych, co zwykle wiąże się z niewielką próbą respondentów potraktowanych pracochłonnymi technikami z dużą pieczołowitością. Efekty tych starań prowadzą czasem do niezwykle cennych wyników, a czasem – niestety – do wyników konfundujących. Źródłem konfuzji bywają błędy, ale najczęściej po prostu zwykły brak pożytku poznawczego.

Zanim wytknę najczęściej popełniane błędy, zacznę od przypomnienia podstawowych pojęć organizujących praktykę badań naukowych. W socjologii zasadniczo możliwe są dwa rodzaje badań: eksploracyjne i weryfikacyjne (świadomie abstrahuję od badań interwencyjnych, gdyż one mają głównie cele pozapoznawcze). Klasyczne dzieło Blumera przedstawia warunki, jakie musi spełniać eksploracja; Barney G. Galer i Anselm L. Strauss umiejscawiają eksplorację w konkretnych miejscach toku postępowania naukowego. Podobnie dzieje się w badaniach fenomenologicznych (Grathoff). Dyscyplinę naukową negują/zawieszają ujęcia radykalne z nurtu postmodernistycznego, lecz tu jest to działanie programowe i nie będę go analizować w niniejszym opracowaniu. Najogólniej rzecz ujmując, w efekcie eksploracji odkrywamy nowe zjawiska, o których skali i istocie jeszcze nie możemy orzekać, i staramy się o skonstru-

owanie generalizacji, które następnie poddamy testom; w efekcie weryfikacji dowiadujemy się, czy nasze hipotezy postawione w rezultacie zastosowania procedur teoretycznych są prawdziwe.

Rzeczywistość badawcza nie pozwala domyślać się tak prostych rozróżnień. Dwa porządki badawcze nakładają się na siebie niczym klisze, skutkując formami hybrydalnymi, logicznie niespójnymi i naruszającymi zasady myślenia naukowego. Żeby nie być gołosłowną, przedstawię piramidę nowych obyczajów badawczych, jakie ukształtowały się pod wpływem metodologii interpretatywnych.

Poziom 1: ustalenie cech badanej populacji pod kątem problemu badawczego. Ponieważ konstruowanie problemu odbywa się tu na zasadzie „odkrywania", badacz zwykle z góry wie, jaką kategorię osób zamierza badać z zamiarem odkrycia jej właściwości. Czy będą to byli alkoholicy, nastolatki, wspinacze wysokogórscy czy imigranci z Wietnamu, cechy badanych zostają z góry przesądzone. Dobór celowy pod kątem tych cech niesie za sobą konsekwencję logiczną: każda osoba spełniająca kryterium cechy jest reprezentatywna dla badania.

Poziom 2: szacowanie pożądanej wielkości próby. Najczęściej oszacowanie wielkości całej populacji nosicieli poszukiwanej cechy jest problematyczne; często uważa się to za zbędne, gdyż eksploracja nie ma charakteru ilościowego. Artykulacja doświadczenia dowolnej ilości osób w próbie ma takie samo znaczenie: wnosi treść. Treść nie podlega proceduralnej kwantyfikacji. Katalogując uzyskane treści, badacz wybiera te, które się najczęściej powtarzają, i z nich rekonstruuje obraz widziany „oczami badanych". Może, oczywiście, uzupełniać go treściami pojawiającymi się jednorazowo, wyjątkowo, dla pełniejszej prezentacji.

Poziom 3: rozwijając wachlarz subtelnych technik pozyskiwania danych, badacz dąży do zagęszczenia opisu, wypełniając go w coraz większym stopniu idiomatyką badanej kategorii osób. Idiomatyka ta podlega jednocześnie translacji na język opisu, co wymaga wykrycia w opisach tworzonych przez badanych jakichś dostrzegalnych prawidłowości.

Trzy umowne poziomy prowadzenia badania interpretatywnego skutkują zatem gęstym opisem doświadczeń/interpretacji wybranej kategorii osób reprezentowanych przez dowolną liczbę przedstawicieli. Charakterystyczne cechy odkrytych treści oraz ich powtarzalność w badanej próbie dają podstawę do wniosku o odkryciu specyficznych właściwości subświata społecznego wyodrębnionego za pomocą arbitralnie wybranej cechy respondentów (subświata byłych palaczy marihuany, subświata szachistów, subświata osób chorych na kiłę itp.).

Metodologie interakcjonistyczno-fenomenologiczne przewidują jednak, że uzyskanie takiego rezultatu jest dopiero początkiem pracy naukowej, a nie jej

zwieńczeniem. Samo tworzenie gęstych opisów izolowanych „subświatów" nie wnosi istotnej informacji, może poza wyczuleniem spojrzenia badawczego na właściwości grup ludzkich. Nawet jeżeli najdokładniej opisze się kluby szachowe działające w jednym mieście, wnioski mogą mieć w najlepszym razie status hipotez. Co więcej, zakres tak wywiedzionych hipotez siłą rzeczy musi być niepokojąco wąski, zważywszy jednorodność (zamierzoną) przebadanej próby.

Tymczasem idea badań eksploracyjnych nie funkcjonowała w socjologii samodzielnie; ich projekt przewidywał, że będą one dostarczały materiału do pracy teoretycznej prowadzącej do następnych faz badań – pogłębiania eksploracji lub weryfikowania wniosków o zakresie bardziej ogólnym, niż te, które wynikają bezpośrednio z opisu. Na tym właśnie miała polegać rewolucyjność ujęć interpretatywno-jakościowych, że przełamywały schemat socjologii gabinetowej, wiążąc procedury indukcji i dedukcji, badania empirycznego i wnioskowania teoretycznego w jedną całość. Herbert Blumer mówi w tym kontekście o elementach analitycznych [Blumer 2007: 36–38] i ich inspekcji. Badanie eksploracyjne na małych próbach dostarcza realistycznych danych, lecz tylko danych. Inspekcja służy przetestowaniu konkretnego elementu analitycznego (np. aspiracji do mobilności pionowej) w środowisku realnych danych empirycznych zebranych w formie opisu. Blumer porównuje inspekcję do sposobu, w jaki podchodzimy do dziwnego obiektu fizycznego: „[…] podnosimy go, przyglądamy mu się z bliska, obracamy go przed oczami, patrzymy na niego w taki czy inny sposób, zadajemy sobie pytanie, co też to może być, wracamy i znowu oglądamy go pod kątem tych pytań, poddajemy go takim czy innym próbom" [2007: 37]. Co ciekawe, mało prawdopodobne, by ktoś dowodził naukowej wartości detalicznego i wieloaspektowego opisu takiego obiektu jak np. młotek, chyba że dla potomności („Koń jaki jest, każdy widzi"); tymczasem zwolennicy poglądu o naukowej wartości badań eksploracyjnych samych w sobie tworzą pokaźny zbiór.

Oczywisty niedostatek pojedynczego badania eksploracyjnego dla celów badawczo-teoretycznych nie budzi żadnych wątpliwości, kiedy przeczytamy dalszą część wywodu Blumera: „Podchodzi się do <u>empirycznych przypadków elementu analitycznego</u>, ogląda się je w ich szczególnym, konkretnym <u>otoczeniu</u>, patrzy się na nie z <u>różnych pozycji</u>, zadaje się pytania uwzględniające ich ogólny charakter, następnie wraca się i ponownie bada się owe przypadki, <u>porównując je</u> między sobą, i tym sposobem podąża się za naturą elementu analitycznego, który <u>jest reprezentowany</u> przez przypadek empiryczny" [2007: 37; podkreślenia GW]. Czy najlepszy opis subświata szachistów w mieście X wystarczy jako „przypadek empiryczny" do inspekcji „elementu analitycznego"? Mogłoby w jakimś stopniu tak być, gdyby opis faktycznie przewidywał badanie „otoczenia" – sąsiedztw,

zazębiania się subświatów, przenikania, różnych kątów i punktów widzenia. W badaniach interpretatywnych nieczęsto tak się jednak dzieje, choć można zredagować niedługą listę tych, które spełniają owe warunki. To badania, w których przypadki empiryczne dobierane są celowo pod kątem „elementu analitycznego". Poszukiwanie i mnożenie subświatów nie wnosi nic pożytecznego do korpusu wiedzy socjologicznej, samo w sobie nie przyczynia się do oczyszczania pojęć teoretycznych. Pożytek taki może przynieść tylko dalsza praca analityczna na podstawie badań porównawczych wielu subświatów, testowanie związków i rozziewów między nimi, stawianie pytań licznym zintegrowanym i zsyntetyzowanym przypadkom empirycznym w oczekiwaniu, że któreś z puli pytań otworzy nowe horyzonty poznawcze. Zatem w perspektywie interakcjonizmu symbolicznego (klasycznego, dziś mówi się już o postblumerowskim…) wiele badań na małych próbach niesie duże pożytki, pozwala konstruować sensowne hipotezy i tworzy warunki wyjściowe do ich weryfikacji. Nie można jednak powiedzieć tego samego o pojedynczych rekonstrukcjach lokalnych subświatów.

Równie silnie akcentuje nierozerwalny związek badań i pracy teoretycznej bardzo chętnie przywoływana w kontekście badań „jakościowych" teoria ugruntowana. Ustawiczne porównywanie elementów opisów pod kątem kategorii przyjętych do kodowania dostarcza komponentów pozwalających rozwijać teorię substancjalną, jaką widzimy choćby w tak już klasycznej pracy, jak „Awareness of Dying" [Glaser, Strauss 1965]. To generowanie teorii, a nie tworzenie etnograficznych opisów jest celem badań jakościowych, o czym ci sami autorzy przekonują w systematycznym opracowaniu [Glaser, Strauss 1967 (2009)]. Faza opisu od początku podlega kontroli na poziomie refleksji analitycznej – odkrywane treści mają odpowiadać na pytania, jakie stawia im badacz. Jeśli nie odpowiadają, należy sformułować inne pytanie.

Status uzyskiwanych w takim hermeneutycznym postępowaniu odpowiedzi sam w sobie od początku jest problematyczny. Formułowane w pojęciach uwrażliwiających, faktycznie pozwalają orzekać jedynie o lokalnym występowaniu tak czy inaczej interpretowanego przez badanych zjawiska bądź sytuacji. Rzeczywistość opisana w istocie występuje jedynie potencjalnie – o tyle, o ile opis okazałby się powtarzalny w sytuacji uznanej przez badacza za wystarczająco podobną do tej, w której przeprowadził badania wcześniejsze. Hipotetycznie rzecz ujmując – może tymczasem wcześniejszy opis stracić aktualność, gdyż badani w czasie prowadzenia dalszych eksploracji zmienili swój ogląd i interpretacje. Można, oczywiście, kontynuować te wątpliwości w nieskończoność, lecz jest to postępowanie jałowe. Wątpliwość metodologiczna wyników opisowych badań eksploracyjnych jest raczej poza sporem wśród badaczy, którzy mimo to eksplo-

rują i opisują nawet tak niszowe segmenty kultury, jak np. stylistykę fotografii ślubnych w albumach rodzinnych w regionie X, wsi Y na przykładzie albumów… babci i dwóch cioć badaczki.

Broniąc strategii eksploracyjno-opisowych, przywołuje się nierzadko założenia ujęcia fenomenologicznego. Dokładność, adekwatność opisu, zgodnie z procedurami rygorystycznego wariantu badań fenomenologicznych, wymaga potwierdzenia wersji badacza przez osoby badane. Źródłem tej procedury jest postulat adekwatności, sformułowany przez Alfreda Schütza, który stawia konstruktom typologicznym (będącym celem pracy badawczej) m.in. następujący wymóg: by typologizowany przez niego czyn „mógł być zrozumiały dla samego aktora, a także dla jego bliźnich, w kategoriach potocznej interpretacji życia codziennego" [Schütz 1984: 188].

Nieporozumienia związane z interpretacją tego postulatu przysparzają problemów w kilku wymiarach praktyki badawczo-teoretycznej w socjologii. Pierwszy problem to wskazywany przez Petera Reasona dylemat na poziomie metarefleksji badacza. Dobrze przedstawia to zagadnienie w swojej książce Anna Wyka [Wyka 1993], kiedy ilustruje proces spirali refleksji – uzgodnień z badanymi – powrotu do refleksji na kolejnym poziomie (metarefleksji) jako niekończącą się liczbę cykli. Każde uzgodnienie treści badania z badanymi skutkuje bowiem nowymi danymi, których wprowadzenie musi wiązać się ze skrupulatnym unikaniem terminologii niezrozumiałej dla badanych. Ostatecznie autorka dochodzi do rozsądnego wniosku, że taki model badania ma jedynie ograniczone zastosowanie do obszarów, w których badani wykazują ponadprzeciętną refleksyjność i kompetencje językowe.

Jednak wniosek, jakoby badania fenomenologiczne miały stanowić dział na tyle odrębny i specyficzny, by nie obowiązywały w nim rygory pracy teoretycznej, okazuje się przedwczesny w świetle np. analiz Richarda Grathoffa. W jego ujęciu zwieńczeniem fenomenologicznej analizy środowiska (milieu) jest nic innego niż tworzenie typologii, opis wzorów normalizacji, perspektywy czasowej, symboliki danego subuniwersum dyskursu po to, by umożliwić badania porównawcze [Grathoff 1993: 274–275]. Przykład ujęcia, w którym podejście idiograficzne w pogłębiony sposób przenika do zasobów indywidualnych doświadczeń, znajdujemy choćby w jego własnych badaniach nad kategorią „pogranicze" i „sąsiedztwo" (Lisiecki 2009: 54–65). Fenomenologia społeczna z sukcesem odnajduje i uprawomocnia prawidłowe metodologicznie generalizowanie danych „jakościowych" z małych prób, co rzadko znajduje odzwierciedlenie w publikowanych badaniach „jakościowych", mimo wyraźnych wskazówek zawartych w lepszych podręcznikach. Czyni to warunkowo, pozostawiając otwarte pole

eksploracyjnej pracy badawczej, jednak wskazując tej pracy wyraźny kierunek. I nie jest to bynajmniej pogłębianie i zagęszczanie opisu poza granice zrozumiałości, ale przeciwnie – koncentracja na działaniach i odkrywaniu ich struktur. Dla ilustracji przytoczę program teoretyczny, zawierający podstawowe wytyczne fenomenologii społecznej:

a) społeczna rzeczywistość konstruowana jest przez działania społeczne;

b) interpretacja świata, a zatem sens, na który zorientowane są działania społeczne, tworzy się właśnie w tym działaniu jako interakcji społecznej;

c) teoria socjologiczna musi zatem przybrać postać teorii działania społecznego. Jej zadaniem nie jest jednak nadawanie w toku naukowej interpretacji sensu jej przedmiotowi, lecz odkrycie zawartych już w tym przedmiocie (rzeczywistości społecznej) struktur sensu i uwzględnienie ich w metodologii" [Srubar 1993: 235–236].

W tym ujęciu podstawę teorii działania społecznego tworzą adekwatne struktury sensu w nastawieniu naturalnym. Temu służyć mają opisy doświadczenia, nieusuwalnie osadzone w kontekstach (odkrywanych) ich różnorodnych kulturowych przejawów. Nie same opisy zatem są wartością poznawczą, ale ich dalsza analiza zmierzająca ku coraz bardziej ogólnym wnioskom o statusie hipotez.

***

Przedstawiłam tu pokrótce trzy koncepcje roli jakościowych badań empirycznych prowadzonych poza schematem hipoteza–weryfikacja: klasyczny Blumerowski interakcjonizm symboliczny, teorię ugruntowaną i fenomenologię społeczną. Wybór tych właśnie orientacji wynikał stąd, że są to najczęściej przywoływane podstawy teoretyczne dla badań jakościowych na małych próbach celowych. Krytykowana przeze mnie maniera badawcza kładzie akcent na idiograficzny charakter prowadzonych badań, na zamierzony wąski zasięg, który ma umożliwiać jak największe „pogłębianie" opisu. Zachęcają do tego coraz liczniej ukazujące się podręczniki, do których w tym miejscu szerzej się nie ustosunkuję[1]. Zmierzałam do wykazania, że jeśli badania mają cel naukowy, a nie

[1] Na rynku księgarskim można znaleźć wiele podręczników adresowanych do słuchaczy studiów licencjackich różnych specjalności wymagających prowadzenia badań. Są to podręczniki badań marketingowych, badań na potrzeby animacji kultury itp. Są one pełne uproszczeń i rozwiązań „na skróty"; nie przedstawiają podstaw teoretycznych prezentowanych metod, ale jedynie ich praktyczne aspekty. Ich funkcją jednak nie jest kształcenie badaczy rozwijających naukę, a jedynie badaczy praktyków; problemem socjologii naukowej jest niejasna dystynkcja między jednymi i drugimi. Jest to jednak element znacznie szerszego zjawiska ze sfery zmian w kulturze intelektualnej w samej nauce i w jej instytucjonalnym oraz intelektualnym otoczeniu, nie będę tu zatem tego wątku rozwijać.

np. interwencyjny[2], ograniczanie ich do pogłębionego opisu takich czy innych subświatów nie znajduje uzasadnienia także w argumentach tych orientacji, które selektywnie przytaczają sami autorzy. Orientacje interpretatywne nie rezygnują bowiem z naukowej teorii społecznego świata, a jedynie oponują przeciwko scjentystycznym strategiom poznawczym. Zobowiązują do bardzo dużej świadomości metodologicznej na każdym kroku procedury badawczo-teoretycznej, lecz nie zwalniają z konieczności dążenia do rozwijania poznania w formie teorii, której kategorie abstrakcyjne mają zachowywać ścisły związek z fenomenami empirycznymi. Rozwój nowych narzędzi badawczych służy temu właśnie celowi, a praktyka poprzestawania na nawet bardzo wyrafinowanych badaniach interpretatywnych na małych próbach celowych do tego celu nie przybliża, jeśli nie towarzyszy jej dalsza praca integrująca badane przypadki w poszukiwaniu elementów analitycznych i budująca procedury ich testowania. Bez tej pracy socjologia pozostanie taką, jaką widzą ją krytycy: archipelagiem izolowanych, niesprawdzalnych opisów bez widoków na status nauki.

BIBLIOGRAFIA

Blumer H. [1969 (2007)], *Interakcjonizm symboliczny. Perspektywa i metoda*, tłum. G. Woroniecka. Kraków: Zakład Wydawniczy NOMOS.

Gibbs G., [2007 (2011)], *Analizowanie danych jakościowych*, tłum. M. Brzozowska-Brywczyńska. Warszawa: WN PWN.

Glaser B.G., Strauss A.L. [1965], *Awareness of Dying*, Chicago: Aldine.

Glaser B.G., Strauss A.L., [1967 (2009)], *Odkrywanie teorii ugruntowanej. Strategie badania jakościowego*, tłum. M. Gorzko, Kraków: Zakład Wydawniczy NOMOS.

Grathoff R. [1993], *Środowisko i społeczeństwo*, tłum. D. Lachowska. [w:] Z. Krasnodębski, K. Nellen (red.), *Świat przeżywany. Fenomenologia i nauki społeczne*, Warszawa: PIW, s. 244–275.

Kemmis S., McTaggart R. [2009], *Uczestniczące badania interwencyjne. Działanie komunikacyjne i sfera publiczna*, tłum. Ł. Marciniak, [w:] N.K. Denzin, Y.S. Lincoln (red.), *Metody badań jakościowych*, t. 1. Warszawa: PWN, s. 775–832.

[2] Badania interwencyjnie podporządkowane są odmiennym celom. Funkcja poznawcza podporządkowana jest w nich funkcji wnoszenia zmiany do lokalnego kontekstu. „Nacisk kładziony jest na studiowanie sytuacji indywidualnych osób, wyjaśnianie celów, jakie organizacje chciałyby osiągnąć, oraz działanie na rzecz usuwania przeszkód" – czytamy [Kemmis, McTaggart 2009: 778]. Ze względu na konstrukcję celów muszą one przebiegać w małych grupach dobieranych celowo. Z tego samego względu nie stanowią one przedmiotu niniejszej refleksji, skierowanej na pożytki teoretyczne.

K o n e c k i K. [2010], *W stronę socjologii jakościowej: badanie kultur, subkultur i światów społecznych*, [w:] Leoński J., Fiternicka-Gorzko M. (red.), *Kultury, subkultury i światy społeczne w badaniach jakościowych*, Szczecin: USzcz., s. 17–38.

L i s i e c k i S. [2009], *O granicach naturalnych, politycznych, społecznych i… granicach w głowie. Szkice do socjologii pogranicza polsko-niemieckiego*, Poznań: WN UAM.

M a i s o n D. [2001], *Zogniskowane wywiady grupowe. Jakościowa metoda badań marketingowych*, Warszawa: WN PWN.

S c h ü t z A. [1984], *Potoczna i naukowa interpretacja ludzkiego działania*, tłum. D. Lachowska. [w:] E. Mokrzycki (red.), *Kryzys i schizma. Antyscjentystyczne tendencje w socjologii współczesnej*, t. 1. Warszawa: PIW, s. 137–192.

S r u b a r I. [1993], *Świat przeżywany i totalność. Dwa typy ugruntowania myśli socjologicznej*, tłum. D. Lachowska, [w:] Krasnodębski Z., Nellen K. (red.), *Świat przeżywany. Fenomenologia i nauki społeczne*, Warszawa: PIW, s. 230–243.

W y k a A. [1993], *Badacz społeczny wobec doświadczenia*, Warszawa: IFiS PAN.

Grażyna Woroniecka

EMPIRICAL RESEARCH ON SMALL, INTENTIONALLY COLLECTED SAMPLES – SOME REMARKS FROM THEORY BUILDING PERSPECTIVE

(Abstract)

The paper criticizes current style of conducting explorative research on small, intentionally collected samples with descriptive aims mainly. I say, their cognitive, scientific value becomes significantly limited when comparative analysis and analytical work on descriptions (even pretty good) is neglected. Such a practice is also in conflict with its own theoretical tradition, including symbolic interactionism, grounded theory and social phenomenology that are most frequently cited. Proper and conducted in accordance with the guidelines, qualitative research on small, intentionally collected samples owe their indisputable advantages to the integral connection between empirical insight and theoretical reflection and – what is a condition of the former – to broadening their research field including analogous cases (according to criteria found in empirical material). The final effect of qualitative research is to be – according to the interpretative tradition – development of the theory, not proliferation of isolated descriptions.

Key words: practice of qualitative research, interpretative theory of social action, generalization, induction, deduction, sample

EWA JOACHIMCZAK
Instytut Studiów Politycznych PAN

WPŁYW UNII EUROPEJSKIEJ NA WYKORZYSTANIE TECHNIK I METOD BADAWCZYCH W BADANIACH EWALUACYJNYCH

Streszczenie

W niniejszym artykule starano się przedstawić wyniki analiz metod i technik badawczych zastosowanych w raportach ewaluacyjnych (w latach 2002–2011). Do zrealizowania tego celu posłużono się bazą badań ewaluacyjnych, zgromadzoną przez Wydział Ewaluacji Departamentu Koordynacji Polityki Strukturalnej Ministerstwa Rozwoju Regionalnego. Analiza materiału pozwoliła na określenie trendów metodologicznych stosowanych w badaniach ewaluacyjnych, zlecanych w związku z realizacją polityk publicznych. W artykule starano się też uchwycić wpływ teleinformatycznych zmian wpływających na stosowane w metodologiach techniki badawcze. Szczególną uwagę zwrócono na wykorzystanie mobilnych rozwiązań. Biorąc pod uwagę to rewolucyjne kryterium, podjęto także próbę metodologicznego *quasi*-podziału.

Słowa kluczowe: ewaluacja, badania ewaluacyjne, raporty ewaluacyjne, metody badawcze, techniki badawcze, triangulacja, metody jakościowe, metody ilościowe, analiza danych zastanych.

WSTĘP

Na początku XX w. francuski matematyk, fizyk, astronom i filozof nauki – Henri Poincaré wypowiedział zjadliwą uwagę, że „socjologia ma najwięcej metod i najmniej wyników" [Szczepański 1961: 428]. Na początku XXI w. nikt już takiej uwagi pod adresem socjologii nie ośmieliłby się ani przywołać, ani umieścić.

*e-mail; e.joachimczak@ecdf.pl

Nową dyscypliną społeczną mającą na obalenie tej tezy niewątpliwie duży wpływ jest ewaluacja, która w sposób niezwykle szybki i efektywny zaakceptowała dorobek socjologów. Wraz z wejściem Polski do Unii Europejskiej oraz wydatkowaniem środków publicznych, polska administracja oraz polskie środowisko badaczy stanęło przed nowymi wyzwaniami związanymi z „mierzeniem" rzeczywistości społecznej. Rada Unii Europejskiej na mocy rozporządzeń[1] zobowiązała wszystkie państwa członkowskie do przeprowadzania ewaluacji pomocy finansowanej z funduszy strukturalnych UE.

Komisja Europejska przywiązuje bardzo dużą wagę do badań społeczno-ekonomicznych programów finansowanych ze środków unijnych. Wydaje się oczywiste, że twórcy tych polityk chcą wiedzieć, co konkretnie powstało dzięki wsparciu ze środków finansowych Unii Europejskiej. Z dotychczasowych danych wynika, że najwięcej informacji dotyczących głównych obszarów interwencji dostarczyły wyniki z badań ankietowych [Panorama 2010: 18]. Same dane liczbowe jednak nie wystarczą, aby przekonać podatników i twórców polityk, że publiczne pieniądze zostały dobrze zainwestowane. Dlatego też badania ewaluacyjne wykorzystują nie tylko cyfry, lecz także podejście jakościowe, które starają się rozwijać i wprowadzać nowe rozwiązania, wykorzystując w swoich metodologiach zarówno dorobek innych nauk, jak i nowoczesne technologie.

Niniejszy artykuł jest opisem jednego z elementów prac badawczych zmierzających w tym przypadku jedynie do próby „sprawdzenia", a właściwie „zliczenia", jakie metody i techniki badawcze cieszyły się największą popularnością w stosowanych badaniach ewaluacyjnych. Do analiz zjawisk zastosowano takie samo podejście jak historyk nauki, który może rejestrować poszczególne etapy jej rozwoju, nie ustosunkowując się sam do prawdziwości poszczególnych twierdzeń czy teorii w świetle wiedzy dzisiejszej, a jedynie zadowalając się stwierdzeniami, iż prawdziwość tych twierdzeń czy teorii w danym okresie uznawano. W podobny – czysto rejestrujący – sposób starano się przeanalizować i opisać metody badań stosowane w ewaluacji, nie wypowiadając się na temat ich poprawności czy skuteczności, a zadowalając się jedynie stwierdzeniem, iż są w danej nauce uznawane i stosowane [Nowak 2008: 23].

Refleksji natomiast poddano nie tyle przywołaną na mocy zawezwanych powyżej rozporządzeń „administracyjną konieczność", bo tego – patrząc cho-

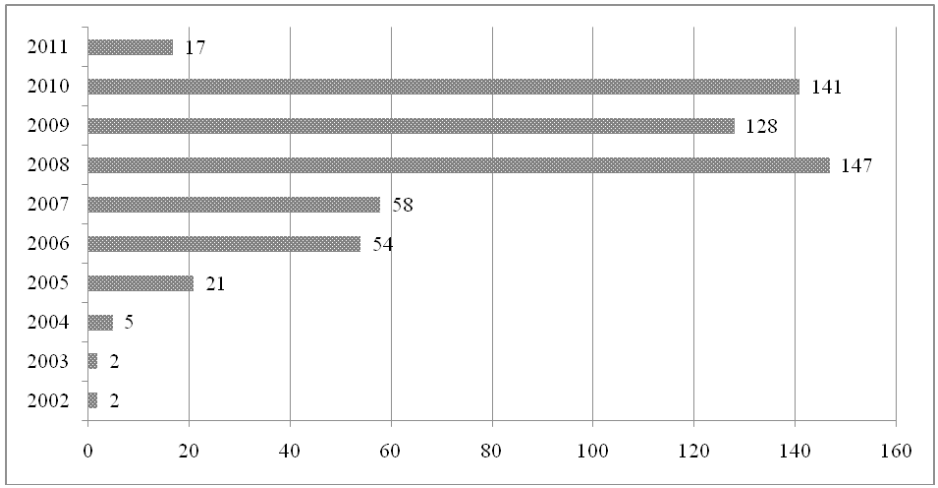
[1] Rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 r. ustanawiające przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1260/1999.

ciażby na liczbę zlecających ewaluację – udowadniać nie trzeba, ale na kwestie związane z wykorzystaniem mobilnych technologii.

PODSTAWA ANALIZ

Podstawą prac empirycznych była baza badań ewaluacyjnych[2] z dnia 20.12.2011 r.[3], zgromadzona przez Wydział Ewaluacji (Krajowej Jednostki Oceny) Departamentu Koordynacji Polityki Strukturalnej Ministerstwa Rozwoju Regionalnego. W sumie analizie poddano 575 raportów ewaluacyjnych. Na poniższym wykresie (wykres 1) przedstawiono podział raportów ewaluacyjnych w rozbiciu na lata ich opracowywania.

WYKRES 1. Liczba raportów ewaluacyjnych w podziale na lata[4]



Ź r ó d ł o: Opracowanie własne na podstawie analizy danych zastanych.

[2] Zebrane w bazie raporty ewaluacyjne zostały zgromadzone na zasadzie współpracy z zespołami (jednostkami) oceny, ulokowanymi w instytucjach zarządzających programami operacyjnymi, instytucjach pośredniczących, z zarządami województw oraz innymi jednostkami administracji w zakresie sposobów organizacji oraz zasad przeprowadzania różnych typów ocen (ewaluacji).

[3] Do dnia 31.01.2013 r. przedmiotowa baza nie została zaktualizowana.

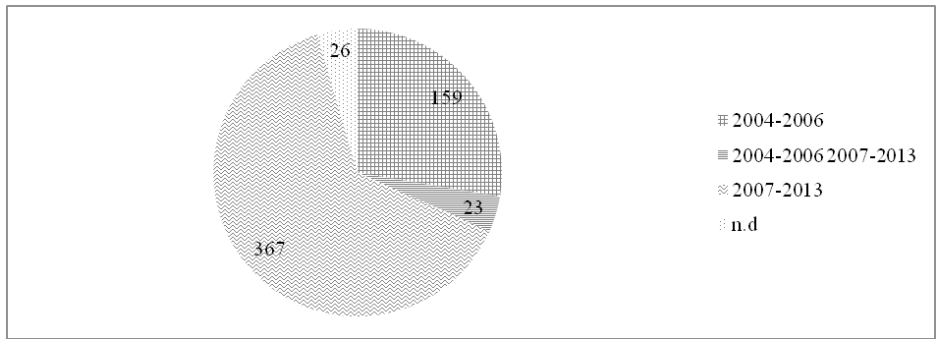
[4] Baza z dnia 20.12.2011 r. nie została uzupełniona o raporty z roku 2011 r., stąd tak mała liczba (17) raportów ewaluacyjnych w roku 2011, co nie świadczy o spadku roli ewaluacji w administracji, lecz jedynie o braku jej aktualizacji.

Opracowane dane wyraźnie implikują, że rola ewaluacji systematycznie rośnie. Wynika to nie tylko z dostrzegalnych dowodów, jakimi są raporty, lecz także z licznych głosów w debatach uspołeczniających jej terminologię i specyfikę. Badania ewaluacyjne nie dotyczą już jedynie kręgów naukowych. Wypracowane przez naukowców, dzięki wieloletnim praktykom badawczym, sposoby działania spotykają się z zainteresowaniem w literaturze przedmiotu, a także znajdują praktyczne zastosowanie w realnym życiu społeczno-ekonomicznym.

O coraz większej roli ewaluacji świadczy jej wykorzystanie zarówno w zarządzaniu publicznym, jak i w wielu instytucjach rynku pracy, w obszarze edukacji, w sektorze służby zdrowia, w polityce społecznej, w rozwoju przedsiębiorstw i instytucji otoczenia biznesu, w organizacjach pozarządowych, w rozwoju społeczeństwa informacyjnego oraz wielu innych. Kto wie, czy za kilka lat nie będzie można napisać, że ewaluację stosuje się praktycznie wszędzie, tzn. we wszystkich istotnych dziedzinach życia społeczno-ekonomicznego.

Jak ważnym narzędziem w procesie planowania i budowie polityki rozwoju jest ewaluacja, świadczy coraz większe nią zainteresowanie. Na kolejnym wykresie (wykres 2) podzielono analizowane raporty w ramach dotychczasowych okresów programowania, tj. na lata 2004–2006 oraz 2007–2013.

WYKRES 2. Liczba dokonanych ewaluacji w świetle perspektyw finansowych



Ź r ó d ł o: Opracowanie własne na podstawie analizy danych zastanych.

Zaprezentowany wykres wyraźnie pokazuje, że w porównaniu z poprzednim okresem programowania (2004–2006) rola badań ewaluacyjnych zwiększyła się prawie dwukrotnie. Zapewne powodem takiego wzrostu jest kilka doniosłych ról, jakie ma ona odgrywać w bieżącym okresie programowania, tj. stanowić podstawę do podejmowania strategicznych decyzji operacyjnych oraz dostarczyć

argumentów w trakcie dyskusji nad modelem polityki regionalnej Unii Europejskiej po roku 2013[5].

OGÓLNE WYNIKI ANALIZ

Metodologia badań ewaluacyjnych dysponuje wieloma technikami gromadzenia i analizowania informacji. Katalog „używanych" w ewaluacji metod i technik, zaczerpnięty głównie z nauk społecznych (szczególnie socjologii) i ekonomicznych, staje się coraz szerszy. Analizując gwałtowny wzrost raportów pobadawczych, jakimi w literaturze przedmiotu określane były czasami raporty ewaluacyjne, widzimy, jak duże znaczenie ma urzeczywistnienie „polityki opartej na dowodach". Polityki wyznaczającej nowoczesne kierunki rozwoju w administracji publicznej, opartej na wynikach analiz, faktach i tak zwanych „twardych danych". Co nie oznacza, że źródeł badań ewaluacyjnych bardziej dopatrywać się trzeba w pozytywnym programie metodologicznym Comte'a i Durkheima niż w programie socjologii rozumiejącej Webera czy Diltheya. Pewne jednak wydaje się to, że jeszcze nigdy metody badawcze w badaniach ewaluacyjnych nie były wykorzystywane w sposób tak świadomy, przemyślany czy – można nawet powiedzieć – wyrafinowany, jak w czasach obecnych. Miejmy nadzieję, że tak samo będzie w przyszłości.

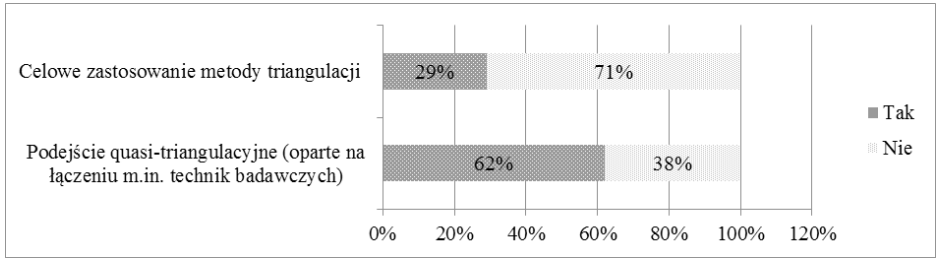
Umiejętność dokonywania właściwych wyborów metodologicznych jest kluczowa dla pomyślnego zrealizowania planowanego przedsięwzięcia badawczego. Wybór metod zależy od szeregu czynników. Najbardziej typowe z nich to problemy, jakie trzeba rozwiązać, pytania, jakie trzeba zadać, dostępne dane, jakimi trzeba „operować", „aktorzy" objęci interwencją, „aktorzy" dysponujący i zlecający daną interwencję, kontekst społeczny i inne – mniej typowe, ale równie ważne – warunki. Najczęściej wykorzystywanym przez ewaluatorów podejściem badawczym, mającym zmierzyć się ze „zleconą sytuacją badawczą", jest metoda nazywana triangulacją.

Triangulacja polega na zwielokrotnieniu metod, technik oraz źródeł danych w celu konfrontacji otrzymanych informacji i ich ocenienia. Można ją również stosować w zespole badawczym poprzez kilkukrotne analizowanie wyników przez różnych badaczy. Triangulacja ma pozwolić na zmniejszenie błędów pomiaru i podnieść jakość badania.

[5] Z wypowiedzi dra Piotra Żubra, dyrektora Departamentu Koordynacji Polityki Strukturalnej podczas [...]

Dokonując analiz, starano się uchwycić, ile jest opracowań łączących w swoim podejściu metodologicznym kilka technik badawczych oraz ile jest podmiotów zamierzenie wykorzystujących podejście metodologiczne zwane triangulacją. Szczegółowe dane zaprezentowano na poniższym wykresie (wykres 3).

WYKRES 3. Stosowanie podejścia opartego na łączeniu kilku technik badawczych oraz celowe zastosowanie metody triangulacji



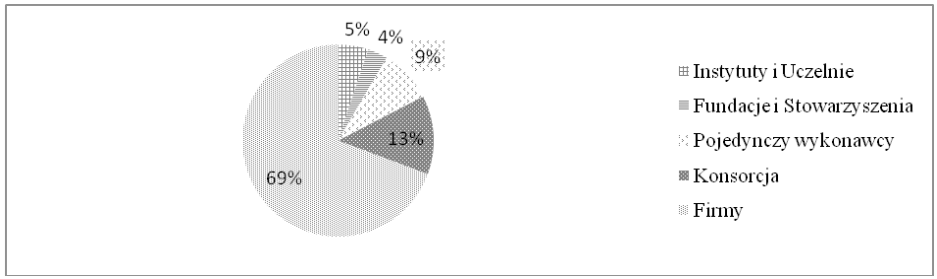
Ź r ó d ł o: Opracowanie własne na podstawie analizy danych zastanych.

Z powyższego wykresu wynika, że w przypadku 62% analizowanych raportów wykorzystano triangulację polegającą na łączeniu kilku technik badawczych, w przypadku 29% było to „pełne" wykorzystanie metody, polegające na triangulacji danych pochodzących z różnych źródeł, zbieranych różnymi metodami i przez różnych badaczy.

Stosowane schematy metodologiczne nie tylko się spotykają, lecz także zazębiają i nawzajem uzupełniają. Pytanie, czy oprócz doniosłości, wspaniałości i szlachetności zyskują również oczekiwaną użyteczność. Pojawiają się bowiem zarzuty, że ewaluacja w znacznym stopniu koncentruje się właśnie na techniczno-metodologicznej stronie prowadzenia ewaluacji, nie zaś na jej finalnej użyteczności [Pietras-Goc 2008: 6]. Nie zmienia to jednak faktu, że zaangażowani w badania ewaluacyjne mają szansę wnieść do tej dyscypliny więcej niż kiedykolwiek w przeszłości. Dodatkowo, trzeba zauważyć, że stosowane podejścia badawcze i wykorzystane techniki zależą od rodzaju interwencji, celu oceny czy etapu programu.

Odbiegając nieco od meritum, ciekawe wydaje się kim – oprócz zaangażowanej w zlecanie administracji publicznej – są aktorzy wykonujący ten rodzaj badań. Poniższy wykres (wykres 4) przedstawia szczegółowy udział wykonawców w rynku badań ewaluacyjnych.

WYKRES 4. Wykonawcy badań ewaluacyjnych

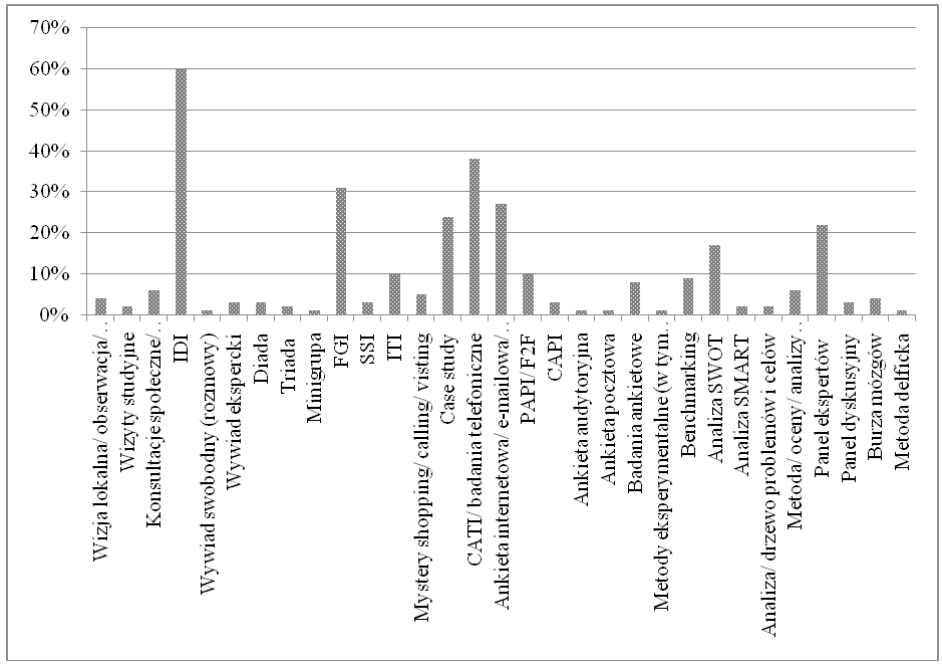


Ź r ó d ł o: Opracowanie własne na podstawie analizy danych zastanych.

Wyniki przeprowadzonych analiz wskazują, że największy udział na rynku ewaluacyjnym mają firmy badawcze i konsultingowe. Biorąc pod uwagę, że tworzące się w związku z realizacją badań konsorcja występują w partnerstwie z prywatnymi firmami, głównymi wykonawcami są właśnie one – obejmują ponad 3/4 rynku. Wybór tej grupy wykonawców może uzasadniać fakt, że w swoich koncepcjach badawczych starają się oni prowadzić badania na podstawie rozbudowanej, indywidualnej i często autorskiej koncepcji badawczej, która zakłada zastosowanie szerokiego zestawu ilościowych i jakościowych metod badawczych z rozbudowanym komponentem analitycznym i eksperckim.

W dalszej części przedstawiono najczęściej występujące metody i techniki badawcze oraz wybrane (najczęściej stosowane) metody analizy (wykres 5).

WYKRES 5. Stosowane w raportach ewaluacyjnych metody i techniki badawcze oraz wybrane metody analizy



Ź r ó d ł o: Opracowanie własne na podstawie analizy danych zastanych.

Autorce wydaje się, że nie ma ani miejsca ani większego sensu, aby przedstawiać zastosowane w raportach metody i techniki w postaci klasycznych opisów definicyjnych, funkcjonujących w wielu podręcznikach akademickich, czy wskazywanie ich wad oraz zalet. Ciekawszą sprawą wydaje się ich ewaluacyjne urzeczywistnienie. Poniżej kilka wybranych metod i technik wyłonionych z uwagi na ich najczęstsze zastosowanie.

WYBIÓRCZY OPIS NAJPOPULARNIEJSZYCH METOD I TECHNIK BADAWCZYCH STOSOWANYCH W EWALUACJI

Punktem wyjścia właściwie we wszystkich pracach tego rodzaju jest analiza danych zastanych (*desk research*). Analiza dokumentów nierzadko stanowi też kluczową metodę badawczą. Cel zastosowania tej metody jest rozmaity. Często służy do przygotowania raportu metodologicznego, w szczególności weryfikacji

i ewentualnego rozszerzenia katalogu pytań badawczych oraz do przygotowania projektów narzędzi. Równie często metoda ta zostaje także zastosowana w celu określenia rzeczywistego, jak najbardziej obiektywnego stanu problematyki, który w pewnych częściach pozwala na scharakteryzowanie i ocenę interwencji.

Najczęściej analizie poddawane są następujące źródła informacji:

– dokumenty programowe oraz ich uzupełnienia wyznaczające zasady zarządzania i wdrażania funduszy unijnych, odnoszące się do analizowanych programów, działań i poddziałań, a także wytyczne i procedury oceny,

– akty prawne, ustawy i rozporządzania krajowe,

– dokumenty strategiczne opracowane na poziomie zarówno krajowym, regionalnym, jak i lokalnym: strategie rozwoju województw, powiatów, gmin, plany, programy, polityki i strategie określające uwarunkowania społeczno-gospodarcze oraz kierunki rozwoju kraju, regionów, podregionów lub ich części,

– dane statystyczne, analizy, raporty (w tym przede wszystkim ewaluacyjne, których zakres jest zbieżny z tematem badań), opracowania, sprawozdania dotyczące przedmiotu badania (programów, działań, poddziałań, projektów),

– bazy danych,

– projekty (bardzo duże próby: „ostatecznie badaniem objęto 5 589 projektów współfinansowanych z funduszy UE[6]", „łącznie badaniem objętych zostanie 6 850 projektów"), dane z systemu sprawozdawczości i monitoringu, dokumentacja projektowa (dokumentacja planistyczna i koncepcyjna),

– harmonogramy szkoleń, programy szkoleń, listy uczestników szkoleń, seminariów, itp.,

– literatura przedmiotu, w tym literatura naukowa dotycząca obszarów problemowych,

– kwerenda prasy lokalnej i regionalnej.

Źródłem istotnych dla badań ewaluacyjnych (i nie tylko) danych są też analizy stron i forów internetowych, a także celowe ich tworzenie na potrzeby badań – *crowdsourcing*. Metody te stosowane są w przypadku 5% badanych dokumentów (raportów). Najczęściej badane są strony internetowe instytucji odpowiedzialnych za zarządzanie i wdrażanie funduszy unijnych. W tym celu opracowywane są zestawy kryteriów do zobiektywizowanych ocen stron. W badaniach tego rodzaju wykorzystywane są wskaźniki funkcjonalności stron. Dokonywana jest również ocena sekcji merytorycznych i graficznych, dotyczących np. analizy zawartości witryn internetowych instytucji pod kątem ich dostępności, aktualności, atrak-

[6] Wszystkie prezentowane w artykule cytaty pochodzą z analizowanych raportów ewaluacyjnych.

cyjności wizualnej, przejrzystości i komunikatywności, funkcjonalności czy użyteczności informacji.

Coraz większym zainteresowaniem cieszą się również analizy porównawcze (*benchmarking*). Technika ta znajduje zastosowanie w przypadku 9% badanych metodologii. Najczęściej dotyczy porównywania instytucji czy wybranych obszarów działania. Wspomagana jest innymi technikami (np. wywiadami telefonicznymi). Wykorzystuje się ją też do innych metod (np. *case study*). Oparta jest na dobrych praktykach – rozwiązujących badany problem czy służących najlepszym rozwiązaniom – stosowanych w innych projektach, regulacjach czy krajach. Metoda ta zwiększa możliwość zaadaptowania zidentyfikowanych mechanizmów i przykładów do specyfiki badanego problemu. Czasami stosowana jest w myśl zasady, że „trzeba się uczyć na błędach, ale lepiej uczyć się na cudzych błędach, niż na swoich".

W dalszej części przedstawiono kilka technik badań społecznych.

Rozpoczynając od najczęściej stosowanych technik jakościowych, na szczególna uwagę zasługują indywidualne wywiady pogłębione (IDI – od ang. *Individual In-Depth Interview*). Ten rodzaj wywiadu zastosowano w przypadku 60% badanych metodologii. Zostaje on wykorzystywany we wszystkich (różnych) fazach realizacji badań, do różnych celów – od eksploracji problematyki badawczej, przez badania właściwe, po weryfikację rekomendacji. W wypadku tej techniki brak jest typowych (często powtarzających się) grup respondentów.

Drugą z dominujących w badaniach ewaluacyjnych technik jakościowych jest zogniskowany wywiad grupowy (FGI – od ang. *Focus Group Interview*). Ten rodzaj techniki znalazł zastosowane w przypadku 31% badanych metodologii. W ewaluacjach umożliwia on zebranie w jednym miejscu reprezentantów różnych instytucji związanych z realizacją interwencji dofinansowanych z UE, w celu przeprowadzenia dyskusji i konfrontacji opinii. Są szczególnie użyteczne w przypadku konieczności analizy zagadnień i obszarów, w których występuje duże zróżnicowanie opinii. Ich najczęstszym celem jest weryfikacja wniosków z przeprowadzonych badań, wypracowanie rekomendacji i zaleceń przez pogłębienie, uszczegółowienie, nadanie priorytetów i „uobiektywnianie" informacji.

Kolejną, coraz częściej stosowaną w raportach ewaluacyjnych techniką badawczą są studia przypadków (*case study*). Technika ta znajduje zastosowane w przypadku 24% badanych metodologii. Zazwyczaj jest wspomagana, czyli wyłaniana, uzupełniana lub pogłębiana różnymi innymi technikami (analizą danych zastanych, IDI, TDI, CATI, obserwacją, dokumentacją zdjęciową). Zazwyczaj technika ta pokazuje przykłady dobrych praktyk. Badacze, wyłaniając

takie przykłady, stosują „branżowe" kryteria wyboru (np. beneficjent wzorcowy, beneficjent problemy, beneficjent interesujący).

Coraz większą popularnością cieszą się telefoniczne wywiady pogłębione (ITI – od ang. *In-depth Telephone Interviewing*), które znajdują zastosowane w przypadku 10% badanych metodologii. Wywiady telefoniczne opierają się na pogłębionej rozmowie przeprowadzonej przez wykwalifikowanego badacza z wybranym rozmówcą drogą telefoniczną (rozmowa za zgodą respondenta jest nagrywana). Technika ta jest stosowana zamiennie z indywidualnymi wywiadami pogłębionymi przeprowadzanymi *face-to-face*. Jest to technika oszczędna i efektywna. Znajduje też uzasadnienie w przypadku krótkiego czasu realizacji badania, np. w przypadku kiedy respondent jest oddalony geograficznie lub trudno dostępny. Zdarza się, że wywiady często mają formę rozmów telefonicznych prowadzonych przez kilka dni, aby uzupełnić albo zweryfikować uzyskane informacje. Zazwyczaj tego rodzaju wywiad stosowany jest jako dodatkowa, uzupełniająca i pogłębiająca technika badawcza.

Cieszącą się dużym zainteresowaniem w ewaluacjach metodą heurystyczną jest panel ekspertów. Wykorzystany w przypadku 22% badanych metodologii, głównie do oceny wniosków i rekomendacji. Celem panelu jest wtedy weryfikacja, precyzowanie i „priorytetyzacja". Często członkami panelu są osoby z zespołu zaangażowanego w realizację badania. Z roku na rok coraz większym zainteresowaniem cieszy się metoda nazywana „panelem dyskusyjnym" (zastosowana w przypadku 3% badanych metodologii), która spełnia cele i zadania panelu eksperckiego. Można się domyślać, że nie tylko w tym przypadku wieloznaczność i nieostrość terminów metodologicznych potęgować będzie różne zastosowania „podebranych" od socjologii (i nie tylko od niej) metod oraz technik badawczych.

Jeśli chodzi o techniki ilościowe, to największą popularnością w badaniach ewaluacyjnych cieszy się wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo (CATI – od ang. *Computer Assisted Telephone Interview*). Został on zastosowany w przypadku 38% badanych metodologii. Zazwyczaj wykorzystywany jest jako technika pozyskiwania danych od beneficjentów czy beneficjentów ostatecznych / uczestników projektów oraz wnioskodawców („wywiad telefoniczny jest metodą, z którą beneficjenci są już oswojeni", „nastąpiła akulturacja tej metody, dzięki czemu respondenci nie mają oporu przed uczestniczeniem w wywiadzie"). Technika ta sprzyja osiąganiu wysokiego poziomu założonej do realizacji próby ale czasami okupionej dużym wysiłkiem („podjęto 3 346 prób dotarcia do 540 beneficjentów"). Często wybór metody uzasadniany jest koniecznością zebrania dużej liczby odpowiedzi w ograniczonym czasie.

Dugą pod względem popularności stosowaną w ewaluacjach metodą ilościową jest ankieta internetowa (CAWI – od ang. *Computer-Assisted Web Interview*). Technika ta została zastosowana w przypadku 27% badanych metodologii. Jest to najpopularniejsza technika badań ilościowych realizowana z wykorzystaniem Internetu. Dla zmaksymalizowania stopy zwrotu ankiet wspomagana stosowaniem szeregu środków zaradczych (listy polecające od zamawiających instytucji, monity telefoniczne), zazwyczaj wykorzystywana jako technika pozyskiwania danych od pracowników administracji publicznej (największa zwrotność, największa efektywność). Technika ta realizowana jest na dużych próbach (badanie zdecydowano się przeprowadzić na całej populacji wnioskodawców – grupa 86 371 projektów), czasami bywa niestandardowo mierzona – „liczbą kliknięć". Zdarza się, że ankieta wysyłana jest bez użycia platformy – jako zwykły e-mail.

Trzecią pod względem popularności metodą ilościową są bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe (PAPI – od ang. *Paper and Pencil Interview*). Technika ta zastosowana została w przypadku 10% badanych metodologii. W porównaniu z innymi badaniami ankietowymi wyraźnie zwiększa stopień realizacji próby. Z reguły stosowana jest w badaniach realizowanych na ogólnopolskich próbach reprezentatywnych, ale także na małych próbach celowych. W przypadku badań ewaluacyjnych rzadko uzasadniana jest możliwością stosowania rozbudowanego kwestionariusza i większą niż w wielu innych technikach pomiaru liczbą pytań. Rzadko w uzasadnieniach techniki wspominano też o możliwości kontrolowania przez ankietera odpowiedzi nieścisłych, sprzecznych czy po prostu nieprawdziwych.

Dużą kontrowersję w środowisku akademickim może wzbudzić informacja o braku popularności ankiety pocztowej. W badaniach ewaluacyjnych technika ta została zastosowana tylko w jednym procencie. Być może w pewnych warunkach i dla określonych celów badawczych może okazać się ona użyteczna [Nachmias 2001: 242], ale nie w przypadku badań ewaluacyjnych. Korzystając z metafor prof. Sułka, ta odmiana chrząszcza na tym obszarze napotkała poważnych rywali [Sułek 2002: 30]. Powód? Zbyt długi okres lęgowy stonki spowodował brak możliwości jej rozwoju. Chciano tym samym powiedzieć, że przeszkodą w stosowaniu techniki pocztowej jest zazwyczaj krótki okres realizacji badania.

EWALUACJA A ROZWIĄZANIA MOBILNE

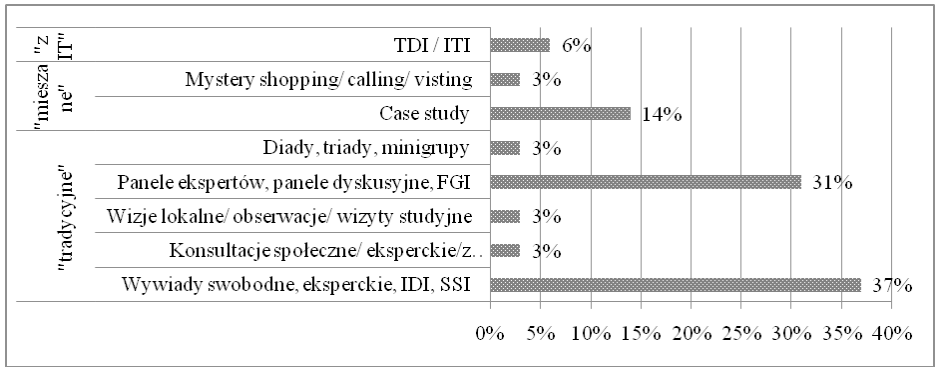
Ostatnie trzy dekady przyniosły trzy zmieniające obraz życia rewolucje. Pierwszą falę istotnych przemian wprowadził w latach 80. XX w. komputer osobisty, dając asumpt do formowania się społeczeństwa informacyjnego. Drugą

falę zapoczątkował w latach 90. XX w. Internet, który zrewolucjonizował nie tylko sposób komunikowania się, ale także sferę pracy, nauki czy spędzania czasu wolnego. Natomiast trzecia fala to masowe użytkowanie telefonów komórkowych. Jej kontynuacją jest doświadczana obecnie konwergencja technik mobilnych z klasycznymi, przejawiająca się m.in. możliwością bezprzewodowego dostępu do Internetu za pomocą urządzeń mobilnych, takich jak telefony komórkowe, smartfony, tablety czy laptopy [Strategia Badań 2008: 12].

W niniejszym opracowaniu starano się pogrupować techniki badawcze, które wykorzystują mobilne techniki dostępu, usług i produktów teleinformatycznych oraz oddzielić je od tych technik, które z tego nie korzystają. Zadanie to z pozoru dość proste przy głębszej refleksji wydaje się bardzo kłopotliwe.

Jeśli chodzi o badania jakościowe, zdawać by się mogło, że dominują techniki tradycyjne, podczas gdy w badaniach ilościowych tendencja jest odwrotna. Poniższe dwa wykresy przedstawiają pogrupowane – według kategorii tradycyjne, „mieszane" i z wykorzystaniem IT – dane (wykresy 6 i 7).

WYKRES 6. Techniki jakościowe pogrupowane według kategorii: tradycyjne, „mieszane", z wykorzystaniem IT



Ź r ó d ł o: Opracowanie własne na podstawie analizy danych zastanych.

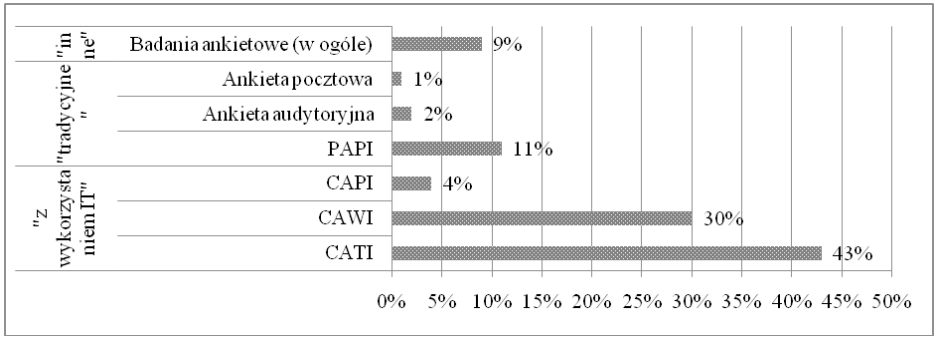
Najmniej budzącą wątpliwości z punktu widzenia zaproponowanej typologii techniką zbierania danych są telefoniczne wywiady pogłębione (ITI). Możemy zaliczyć je do grupy narzędzi wykorzystujących urządzenia teleinformatyczne. Do grupy technik „mieszanych" możemy zaliczyć techniki typu *mystery shopping*, *mystery calling* oraz *mystery visiting*, a także metodę *case study*, która – tak jak to wcześniej powiedziano – zawiera w sobie kilka technik zbierania danych. Najwięcej wątpliwości budzi grupa technik tradycyjnych ugruntowanych

w praktyce badań socjologicznych. Mowa tu przede wszystkim o obserwacjach, indywidualnych wywiadach pogłębionych oraz wywiadach fokusowych. Powstaje pytanie, czy z punktu widzenia wykorzystywania nowoczesnych technologii nadal można zaliczać do technik tradycyjnych te techniki, które – aby przetworzyć i przechować dane – współpracują z urządzeniami informatycznymi. Co zrobić z faktem, że coraz częściej zarówno do kodowania danych, jak i do transkrypcji zebranych materiałów korzysta się ze specjalnie przeznaczonego do tego celu oprogramowania, wspominając zaledwie o zapisie za pomocą różnych nośników danych typu dyktafon, kamera czy aparat fotograficzny?

Trudno w tym momencie o jednoznaczny wniosek. Jak na razie wydaje się, że techniki jakościowe w swojej zasadniczej specyfice czy właściwościach nie zostały jeszcze przez nie zdominowane. Ale ponieważ nie ma, a właściwie nie może być w nauce zdań ostatecznych [Popper 2002: 42], pewnie w drodze falsyfikacji niektórych konkluzji zwolennicy mobilnego świata będą uważali, że jest zgoła inaczej, co pewnie bez problemu będą potrafili uzasadnić.

W przypadku technik ilościowych tendencja jest odwrotna. Pogrupowane techniki ilościowe, wykorzystane w analizowanych raportach, przedstawia kolejny wykres (wykres 7).

WYKRES 7. Techniki ilościowe pogrupowane według kategorii: tradycyjne, „mieszane", z wykorzystaniem IT



Ź r ó d ł o: Opracowanie własne na podstawie analizy danych zastanych.

Z analizy danych wyraźnie wynika, że aż 77% technik ilościowych wykorzystuje techniki mobilne. Mamy tu na myśli takie techniki jak: CATI, CAWI i CAPI. Jedynie 14% stanowią techniki tradycyjne, tzn. bez wykorzystania nowoczesnych technologii. Zostaje jeszcze 9% niezakwalifikowanych do żadnej z kategorii badań ankietowych, gdzie autorzy raportów nie określili sposobu

dystrybuowania ankiety. Trudno w tym przypadku określić, czy zastosowano narzędzia mobilne, czy też nie.

Summa summarum odnośnie stosowania nowoczesnych technologii w badaniach ewaluacyjnych trudno w tym momencie mówić o stricte innowacyjnych produktach i usługach wykorzystujących techniki komunikacji mobilnej i bezprzewodowej. Powód? Po prostu rynek na razie tego na potencjalnych wykonawcach nie wymusza. Cały horyzont możliwych perspektyw z wykorzystaniem platform mobilnych pozostaje jeszcze otwarty.

NOWY RESPONDENT, CZYLI „RESPONDENT ZOBOWIĄZANY", A NAWET „RESPONDENT OCZEKUJĄCY" – CZY TO W OGÓLE MOŻLIWE?

Respondenci (w nomenklaturze unijnej nazywani najczęściej beneficjentami, beneficjentami ostatecznymi lub w obecnym okresie programowania uczestnikami projektów) biorący udział w badaniach ewaluacyjnych są niejako przygotowani na kontakt z badaczem. Korzystając z pomocy UE, zdają sobie sprawę z faktu, że w którymś momencie jakiś badacz „zapuka do ich drzwi". Kluczem pomagającym otwierać te drzwi jest powoływanie się badaczy na umowę (jeśli istnieje zapis dotyczący możliwości udziału w badaniach emulacyjnych) sporządzoną z instytucją udzielającą pomocy oraz wspomagający list polecający, informujący o realizacji badania. Rzadko jednak zdarzają się sytuacje, w których ci respondenci na takie pukanie czekają. W sumie trudno im się dziwić. Biorąc pod uwagę fakt, że (przykładowo) respondent biorący udział w szkoleniach organizowanych przez EFS musi wypełnić kilka ankiet audytoryjnych i w co ambitniejszych projektach wziąć udział w ewaluacji na poziomie projektu (co w obecnym okresie programowania staje się już standardem i koniecznością), może czuć się zniechęcony, uczestnicząc jeszcze w badaniu na poziomie działań / osi oraz na poziomie całego programu. I niestety, mimo że niewielu z nas pamięta o „przybyszach w czerwonych krawatach" czy „w szarych prochowcach", to i tak mało jest chętnych, którzy chcieliby się dzielić swoim „intymnym życiem zawodowym". Mimo, że w jednym z analizowanych raportów odnotowano następującą wypowiedź: „[...] w niektórych przypadkach temat prowadzonych rozmów wywoływał tak wiele emocji, że respondenci wykorzystywali okazję do przedstawienia wszystkich swoich oczekiwań co do analizowanych inwestycji, bo pojawił się wreszcie ktoś chętny, by ich wysłuchać)"Ale jest to sytuacja mało typowa, a jeszcze mniej typowy jest uczestniczący w przywołanej sytuacji respondent.

ZAKOŃCZENIE

„Każde «spełnienie» naukowe rodzi nowe «pytania»" [Weber 1946: 138]. Powstaje zatem pytanie, zadawane zresztą w refleksji myśli socjologicznej nie po raz pierwszy [Giza-Poleszczuk 1990: 7]. Otóż, czy owa ekspansja, towarzysząc rozprzestrzenianiu się ewaluacji i badań ewaluacyjnych w postaci raportów ewaluacyjnych, wraz z legitymizującą metodologią, wiąże się z naukowymi (teoretycznymi) sukcesami, będącymi efektem stosowania różnego rodzaju narzędzi – narzędzi przecież zawsze zakładających teorię przedmiotu, do którego się odnoszą? Czy też może wiążą się raczej z instytucjonalnym nakazem i osiągnięciami społecznej praktyki posługującej się danymi zbieranymi różnymi technikami i metodami jako podstawą racjonalizacji posunięć, gdzie coraz częściej praktyka społeczna – szczególnie w nowszej filozofii nauki – nadaje prawomocności i sensu nauce? W związku z tym niewątpliwie większe włączenie badań ewaluacyjnych w obręb nauki użyczyłoby im nieosiągalnego w inny sposób – w dobie wiary w postęp nauki – prestiżu. Czy jednak stać się one mogą również czynnikiem postępu – nade wszystko postępu teoretycznego – nauki społecznej?

BIBLIOGRAFIA

Ewaluacja polityk spójności. Kierunki i wyniki, Panorama inforegio, nr 33, wiosna 2010.

Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D. [2001], *Metody badawcze w naukach społecznych*, Poznań: Wydawnictwo Zysk i Spółka.

Giza-Poleszczuk A., Mokrzycki E. (red.) [1990], *Teoria i praktyka socjologii empirycznej,* Warszawa: Polska Akademia Nauk, Instytut Filozofii i Socjologii.

Kaczmarek J., Lebuda J., Maniecki M., Muraszkiewicz M., Sielski W. (red.) [2008], *Strategia Badań Polskiej Platformy Technologii Mobilnych i Komunikacji Bezprzewodowej*, Warszawa: Sekretariat Polskiej Platformy Technologii Mobilnych i Komunikacji Bezprzewodowej przy Fundacji Mobile Open Society through wireless Technology.

Nowak S. [2008], *Metodologia Badań Społecznych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Pietras-Goc B. (red.) [2008], *Ewaluacja jako standard zarządzania w sektorze publicznym*, Kraków: Wyższa Szkoła Europejska im. ks. Józefa Tischnera.

Popper K.R. [2002], *Logika odkrycia naukowego*, Warszawa: Fundacja Aletheia.

Sułek A., [2002], *Ogród metodologii socjologicznej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.

Szczepański J. [1961], *Socjologia. Rozwój problematyki i metod*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Weber M. [1945], *From Max Weber: Essays in Socjoloy,* tłum. i red. H.H. Geth, C.W. Mills, New York, [w:] Merton K. R. [2002], *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Ewa Joachimczak

THE INFLUENCE OF THE EUROPEAN UNION ON THE USE OF RESEARCH TECHNIQUES AND METHODS IN EVALUATION STUDIES

(Abstract)

In the present article one was trying to present the results of analyses of methods and research techniques applied in evaluation reports (in years 2002–2011). For fulfilling this purpose one has used the base of evaluation examinations collected by the Department of the Evaluation of the Department of Structural Policy Coordination of the Ministry of Regional Development. Analysis of material allowed for determining the methodological trends applied in evaluation examinations, commissioned in relation to the implementation of the public policies. In the article one was also trying to catch the influence of teleinformatic changes, which influence on the research techniques adopted in methodologies. The special attention was paid for using the mobile answers. Considering this revolutionary criterion, an attempt of the methodological quasi-division was also made.

Key words: Evaluation, evaluation examinations, evaluation reports, research methods, research techniques, triangulation, quality methods, quantitative methods, desk research.

KRZYSZTOF TOMANEK
Uniwersytet Jagielloński

PANEL BADAWCZY: PRZESTRZEŃ STOSOWANIA METODOLOGII PROJEKTOWYCH I METODOLOGII NAUKOWEJ

Streszczenie

Artykuł pokazuje główne problemy, jakie badacz może napotkać podczas realizacji badań metodą CAWI, stosowaną wśród respondentów skupionych w panelach badawczych. W szczególności omówiono problemy związane z identyfikacją zjawiska profesjonalnego panelisty oraz sposoby radzenia sobie z tym zjawiskiem. Opisano pułapki, jakie pojawiają się przy opracowaniu danych z badań prowadzonych w panelach badawczych. Najważniejszymi z nich są: sposoby agregowania danych, prezentacja danych z zastosowaniem prostego narzędzia, jakim jest chmura słów, a także efekty stosowania autorskich rozwiązań w zakresie definiowania wskaźników. Celem nadrzędnym artykułu jest otwarcie dyskusji na temat standardów prowadzenia badań CAWI w panelach badawczych. Teza artykułu głosi, że: metodologia projektowa stosowana w zarządzaniu panelem badawczym stawia przed badaczem chcącym zachować standardy poznania naukowego problemy, z których nie wszystkie mają proste rozwiązania. Bez odpowiedzi pozostawione zostaje pytanie, czy badania prowadzone wśród panelistów zrzeszonych w panelu badawczym muszą lub powinny stosować standardy badań naukowych.

Słowa kluczowe: panel badawczy, metodologia projektowa, CAWI, indywidualizm metodologiczny, metodologia naukowa, transparentność metod analiz.

Jednym ze sposobów realizacji badań opinii jest przeprowadzenie badania ankietowego za pośrednictwem Internetu. Badanie prowadzone jest wówczas

* Instytut Socjologii; e-mail: krzysztof.tomanek@uj.edu.pl

z zastosowaniem ankiety online, czyli *ComputerAssisted Web Interviewing* (CAWI). Realizacja CAWI odbywa się zazwyczaj wśród internautów. Jednym ze sposobów dotarcia do szerokiego grona użytkowników Internetu jest dotarcie do członków panelu badawczego.

W tym artykule zajmę się kilkoma metodologicznymi zagadnieniami prowadzenia badań wśród uczestników panelu badawczego (PB). Teza, na rzecz której będę argumentował, brzmi: metodologia projektowa stosowana w zarządzaniu panelami badawczymi nie uwzględnia standardów badań wyznaczanych przez metodologię poznania naukowego. Przyjmuję, że metodologia projektowa używana do realizacji projektów polegających na badaniu opinii skupia się na spełnieniu czterech kryteriów. Są to: czas, budżet, jakość, zakres. Metodologia naukowa tymczasem stawia przed badaczem obowiązek spełniania przede wszystkim kanonów poznania. Wśród nich znajdziemy m.n.: intersubiektywną komunikowalność i intersubiektywną uzasadnialność twierdzeń, metodyczność i inne [Sozański 1997]. Do listy, którą podał Tadeusz Sozański, dodam jeszcze jedno, istotne w kontekście poruszanych w artykule zagadnień, kryterium. Jest nim transparentność w osiąganiu wyników poznania. Będę argumentował, że badania z zastosowaniem CAWI, prowadzone wśród uczestników komercyjnych paneli badawczych, nie pozwalają na osiąganie niektórych ze standardów poznania naukowego. Ogólnie chcę wskazać trzy obszary takiego stanu rzeczy:

a) brak transparentności wiedzy o tym, jak funkcjonują panele badawcze,
b) powszechny indywidualizm metodologiczny w prowadzeniu badań i opracowaniu ich wyników przez panele badawcze,
c) brak skutecznych metod poprawy jakości danych zbieranych w badaniach prowadzonych z zastosowaniem paneli badawczych.

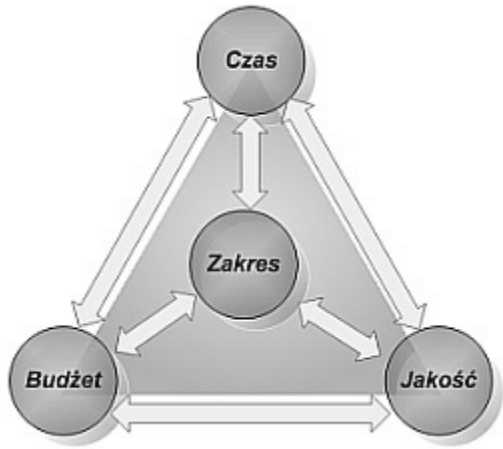
Nie twierdzę, że normy naukowości muszą być stosowane w metodyce CAWI, wykorzystywanej w badaniach komercyjnych, ani nawet że powinny. W tym miejscu wskażę trudności, jakie spotyka naukowiec, chcący, aby niektóre ze standardów poznania naukowego były spełnione w badaniu, w którym wykorzystywani są respondenci zgrupowani w panelach badawczych. Trafność swojej tezy poprę przykładami praktyk stosowanych w badaniach z zastosowaniem PB. Zwrócę szczególną uwagę na trzy aspekty funkcjonowania paneli. Będą to:

1) metody rekrutacji uczestników panelu badawczego oraz metody badania wiarygodności odpowiedzi panelistów,
2) sposoby analizy danych zbieranych w panelach badawczych,
3) metodologie stosowane przez PB w realizacji badań opinii.

Przez panel badawczy będę rozumiał organizację skupiającą grupę potencjalnych respondentów funkcjonujących w ramach portalu internetowego, będącego

własnością organizacji, która świadczy usługi badań społecznych i marketingowych. Organizacja taka w realizacji swoich celów posługuje się metodologią projektową[1], która w niewielkim uproszczeniu oznacza sposób zarządzania projektami, który poszukuje kompromisu pomiędzy czterema kryteriami (czas, budżet, jakość, zakres)[2]. Relacje pomiędzy tymi kryteriami obrazuje wykres 1:

WYKRES 1. Podstawowe elementy wyznaczające przebieg prac w projektach zarządzanych przez metodologie projektowe



Ź r ó d ł o: pmanager.pl.

Skupię się teraz na wskazaniu rozbieżności między podejściem oferowanym w ramach metodologii projektowych i podejściem, jakie oferuje metodologia naukowa. Ta ostatnia jest dla mnie źródłem standardów poznania i ładu aksjonormatywnego, wyznaczającego normy poznania [Nowak 1985]. Z tej perspektywy omówię teraz wskazane w punktach 1–3 aspekty realizacji badań w ramach PB.

Ad 1. Rekrutacja uczestników PB

Mówiąc o „uczestniku panelu badawczego", mam na myśli respondenta posiadającego wirtualny profil stworzony w ramach panelu badawczego. Czy sformułowanie, które przyjąłem, pozwala mi bez większego ryzyka na postawienie

[1] Przykładami takich metodologii mogą być: metodologia PRINCE 2, metodologia PMI, metodologia AGILE.

[2] Bardziej szczegółowy opis znaleźć można w zbiorze standardów i rozwiązań z zakresu zarządzania projektami, który opublikowany został przez członków Project Management Institute w tomie: *A Guide to the Project Management Body of Knowledge PMBOK Guide* [2009], Pensylwania: Project Management Institute.

znaku równości między panelistą a „osobą”? Aby rzetelnie odpowiedzieć na to pytanie, w pierwszej kolejności poruszę inne kwestie, które pozwolą na lepsze zrozumienie sposobu pozyskiwania respondentów przez panele badawcze. Aby ten cel zrealizować, odpowiem na następujące pytania:

a) Jakie są źródła, z których pozyskuje się uczestników PB?
b) Jakie stosuje się metody zachęty i motywacji do uczestniczenia w badaniach realizowanych przez PB?
c) W jaki sposób zapewniana jest jakość danych opisujących panelistów oraz jakość odpowiedzi udzielanych przez respondentów panelu badawczego?
d) Co badacz zlecający badania w PB wie o jego uczestnikach?

Ad a)

Istnieje kilka źródeł, z których rekrutowani mogą być respondenci skupieni w PB. Najpopularniejsze z nich to: bazy marketingowe, listy klientów sklepów i portali, zbiory danych członków programów lojalnościowych, członkowie społeczności internetowych, posiadacze kont internetowych w portalach komercyjnych. Nie każde z tych źródeł posiada procedury weryfikacji danych, jakie użytkownik o sobie przekazuje. W związku z tą pierwszą niedogodnością, nie jest możliwa rzetelna realizacja deduplikacji danych. Sytuacja ta oznacza, że w zbiorze użytkowników jednego portalu internetowego więcej niż jedno wirtualne konto członkowskie należeć może do jednego, istniejącego poza światem wirtualnym, użytkownika portalu. Znaczy to, że w jednym badaniu CAWI przeprowadzonym wśród panelistów pozyskanych z takiej bazy znaleźć się może więcej niż jeden kompletnie wypełniony kwestionariusz ankiety przez jedną i tę samą osobę. W badaniach przeprowadzonych wśród uczestników kilku różnych paneli badawczych liczba ankiet wypełnionych przez tego samego respondenta może się zwiększać. Taka sytuacja wiąże się z rozpoznanym zjawiskiem tak zwanego „profesjonalnego panelisty”, czyli osoby posiadającej zarejestrowane aktywne konto w więcej niż jednym panelu badawczym[3].

Rozwiązaniem problemu wielokrotnych kont utworzonych przez jedną i tę samą osobę fizyczną jest pozyskanie informacji jednoznacznie identyfikującej tę osobę. Takim niepowtarzalnym identyfikatorem jest numer PESEL. Panel badawczy, który nie gromadzi takiej informacji o swoich respondentach, nie spełnia naukowego standardu budowy operatu. Badacz zbierający opinie internautów za pośrednictwem więcej niż jednego panelu badawczego pozbawiony jest zatem

[3] Problem „profesjonalnego panelisty” rozszerzę w dalszej części artykułu.

kontroli nad jakością danych dotyczących respondentów, a także jakością pozyskanych odpowiedzi.

Ad b)

Najczęstsze sposoby motywacji do udziału w badaniu, stosowane przez PB, to: nagradzanie za wypełnioną ankietę punktami wymienialnymi na nagrody rzeczowe, bony zakupowe, usługi lub nagradzanie finansowe. Typ motywacji do uczestnictwa w badaniu może być czynnikiem wpływającym na uzyskane wyniki. Założenie to można każdorazowo weryfikować. W tym celu należałoby porównać wyniki zebrane od respondentów pochodzących z PB oraz respondentów uczestniczących w badaniu, w którym nie przyznawana jest gratyfikacja w postaci rzeczowej lub finansowej.

Ad c)

Metody zapewniania jakości danych profilowych panelistów dotyczą wszystkich opisujących ich informacji. Dla danych teleadresowych są to procedury sprawdzania zgodności kodów pocztowych z nazwami miast, ulic oraz numerami domów. Dla sprawdzenia wiarygodności danych demograficznych stosuje się w ankietach pytania o: płeć, wiek, miejsce zamieszkania. Odpowiedzi te są porównywane automatycznie w trakcie wypełniania ankiety online z danymi zapisanymi w bazie respondenckiej PB. Taka weryfikacja odpowiedzi w czasie rzeczywistym daje możliwość wychwycenia potencjalnych profesjonalnych panelistów. Dla zapewnienia poprawności zapisu imion i nazwisk stosowane są listy referencyjne oraz procedury czyszczenia i poprawy jakości danych. Te pierwsze zawierają wszystkie lub najbardziej popularne imiona i nazwiska. Te drugie weryfikują poprawność wpisanych ręcznie danych z ich wzorcami, modyfikując ewentualne błędy np. na podstawie metody zaproponowanej przez Levenstheina [1996].

Informacje opisujące panelistę dotyczą także jego cech, umiejętności, preferencji. Weryfikacja poprawności deklaracji składanej przez panelistę we wskazanym zakresie odbywa się poprzez testy. PB realizuje wśród swoich panelistów badania, których celem jest ocena poziomu zgodności deklaracji panelistów ze stanem faktycznym. W ten sposób weryfikowane są wiedza oraz kompetencje panelistów.

Wymienione procedury weryfikacji danych dotyczących panelistów nie wyczerpują wszystkich stosowanych w praktyce. Nie wszystkie procedury są opisywane przez PB, często nie są również znane szczegóły prowadzenia weryfikacji danych. Opisane powyżej to metody, które poznałem w trakcie swojej praktyki.

Przejdę do kolejnego, być może bardziej istotnego dla badacza zagadnień społecznych pytania. Brzmi ono: „W jaki sposób zapewniana jest rzetelność odpowiedzi uzyskanych od panelistów uczestniczących w badaniu CAWI?". Najpopularniejszymi z metod służących zwiększaniu rzetelności odpowiedzi respondentów skupionych w PB są:

a) Pytania pułapki. Strategia ta realizowana jest na przynajmniej dwa sposoby. Pierwszy to zadanie jednego pytania temu samemu respondentowi więcej niż raz w tym samym kwestionariuszu (kolejne wersje pytania są zazwyczaj parafrazą pierwotnej wersji pytania). Drugi sposób to blef. Przykładem tej techniki jest umieszczenie w kafeterii pytania odpowiedzi, która nie jest prawdziwa (np. wstawienie jako jednej z możliwych odpowiedzi nazwy produktu, usługi, zjawiska, które nie istnieją).

b) Pytania weryfikujące. To pytania, na które odpowiedzi w czasie wypełniania przez respondenta ankiety porównywane są z danymi, które respondent podał w opisie swojego profilu w panelu badawczym. Są to zazwyczaj pytania o wiek, płeć, miejsce zamieszkania.

c) Analiza metadanych. Jakość informacji uzyskanych od respondentów PB zapewniana jest także poprzez analizę danych opisujących przebieg badania. Jedną z takich informacji jest adres IP komputera, z którego wypełniana jest ankieta online. Ta informacja mogłaby być stosowana jako filtr pozwalający uchwycić wielokrotne wypełnienie ankiety przez jednego panelistę. Jednak ten sam adres IP niejednokrotnie identyfikuje grupę komputerów, a nie jedną stację roboczą. W związku z powyższym sięga się po inne metadane. Jedną z nich jest czas wypełnienia ankiety online. W raportach badawczych podkreśla się, że profesjonalny panelista wypełnia ankietę w czasie 15–20% krótszym od przeciętnego [media2.pl]. Krótki czas wypełniania ankiety bywa interpretowany przez PB jako wskaźnik przemawiający na rzecz wysokiej efektywności realizacji badania. Innym z pomysłów na wykorzystanie metadanych jest ocena samodzielności wypełnienia ankiety przez respondenta. W tym celu rejestrowane są zachowania respondenta podczas wypełniania ankiety. Dokładnie rzecz ujmując, aplikacja zbiera dane mówiące o tym, czy podczas wypełniania ankiety aktywne jest okno przeglądarki, w którym wyświetlana jest ankieta, czy też respondent w tym samym czasie korzysta z innych okien przeglądarki lub używa innych aplikacji.

d) Ocena jakości wiedzy. Pewne znaczenie dla jakości wiedzy pozyskiwanej od panelistów ma częstotliwość, z jaką uczestniczą oni w badaniach. PB zabezpieczają się przed zbyt częstym „badaniem" jednego panelisty na kilka sposobów. Po pierwsze, przechowując dane o aktywności panelistów, są w stanie budować filtry wykorzystywane w doborze do próby badawczej. Po drugie, wprowadzają w ba-

daniach pytanie o uczestnictwo respondenta w badaniu opinii w danym okresie. Po trzecie, ankiety zawierają również pytanie o branże, w której zatrudniony jest panelista. W ten sposób albo eliminowani są respondenci o określonym profilu zawodowym, albo też pytanie to wykorzystywane jest jako filtr kwalifikujący respondentów o pożądanym profilu zawodowym.

Ad d)

Wiedza na temat uczestników PB jest coraz bogatsza. Znane są informacje demograficzne dotyczące panelistów, często również ich zainteresowania, zwyczaje zakupowe, poziom dochodów. PB zbierają coraz bardziej szczegółowe informacje o poziomie wiedzy panelisty w określonych obszarach tematycznych. Tendencja ta prowadzi z jednej strony do powstawania paneli przygotowanych do realizacji badań wśród specjalistów w danej dziedzinie. Z drugiej strony obserwować możemy specjalizację respondentów w określonych typach badań. Przykładem takiej sytuacji jest realizacja badań *mystery shopping* z udziałem uczestników PB. Aby wychować sobie wyspecjalizowanych panelistów, PB szkoli ich w zakresie wiedzy, jaką musi posiadać ukryty klient. Ten proces specjalizacji panelisty przebiega w dwóch obszarach. Pierwszy etap to szkolenie właściwe: na tym etapie panelista otrzymuje materiały opisujące zachowania tajemniczego klienta. Etap pierwszy kończy się testem, w którym sprawdzany jest poziom przyswojonej wiedzy. Drugi etap ma charakter testu praktycznego. Panelista wciela się w rolę profesjonalnego badacza, odbywa wizytę i przeprowadza obserwację uczestniczącą niejawną, a następnie raportuje swoje spostrzeżenia. Po zakończeniu każdej z wizyt i przekazaniu każdego raportu panelista otrzymuje informację zwrotną o jakości swoje pracy wraz z sugestiami pozwalającymi mu na poprawę. Każdy z opisanych etapów pracy tajemniczego klienta odbywa się bez bezpośredniego kontaktu ze zleceniodawcą i osobą odpowiedzialną za szkolenie panelisty.

Ad 2. Analiza wyników danych zbieranych przez PB

Analiza danych dostarczanych przez PB jest obszarem, w którym analitycy mają duży zakres swobody w podejmowaniu decyzji. Ta swoboda dotyczy zarówno decyzji o wyborze narzędzi analitycznych, jak i sposobu opisu wykorzystanych rozwiązań analitycznych.

Skupię się na trzech obszarach, w których autorskie rozwiązania metodologiczne pozwalają mówić o istnieniu zjawiska indywidualizmu metodologicznego wśród analityków PB. Zjawisko to charakteryzuje się indywidualizacją standardów prowadzenia analiz. Jedną z konsekwencji takiego stanu rzeczy jest niemożność porównywania wyników jednego badania przeprowadzonego przy

udziale tego samego PB lub przeprowadzenia jednego badania wśród respondentów rekrutujących się z kilku PB.

Zacznę od opisu powszechnej metody agregowania danych, którą jest średnia. Raporty analityczne PB prezentują wyniki analiz, opatrując je nazwą „wartość średnia". Dopytując o to, jaka miara stanowiła podstawę dla tej wartości, uzyskałem zróżnicowane odpowiedzi. Wśród nich znalazły się takie jak: średnia harmoniczna, średnia geometryczna, średnia winsorowska, średnia trymowana, średnia ważona, a także mediana. Ta praktyka pokazuje brak precyzyjnego stosowania nazw znanych narzędzi analitycznych. Z drugiej strony przykład ten jest argumentem na rzecz tezy o braku transparentności w stosowaniu metod obliczeniowych oraz brak transparentności w sposobach prezentacji wiedzy.

Drugi z przykładów indywidualizmu metodologicznego utrudniającego dotarcie do surowych danych lub informacji o stosowanych metodach analiz odnosi się do sposobu graficznej prezentacji danych. Jest nim stosunkowo proste narzędzie służące do analizy treści. Mam na myśli chmurę słów (*wordcloud*). Poniżej, na wykresie 2 podaję przykładową chmurę, jaką można spotkać w raporcie analitycznym.

WYKRES 2. Chmura słów

Ź r ó d ł o: www.infobarrel.com/Media/Word_Cloud.

Tymczasem opisana w sposób zrozumiały dla analityka chmura słów powinna dostarczać szeregu informacji o pracy, jaka została wykonana podczas jej budowy. Poprawny opis chmury słów powinien zawierać informacje o:

a) liczbie słów użytych do konstrukcji chmury,

b) zastosowanej stopliście, a więc zestawieniu słów, które zostały wykluczone z analizy,
c) częstości występowania danego słowa lub kategorii w analizowanym tekście,
d) metodzie czyszczenia tekstu (np. metoda poprawiania błędów w zapisie słów, fraz),
e) sposobie łączenia słów w syntetyczne kategorie (reguły semantyczne, syntaktyczne, pragmatyczne – proces lematyzacji),
f) sposobie grupowania słów na podstawie rdzenia słowa (zastosowany algorytm stemmingu),
g) warunkach brzegowych definiujących dopuszczalny zakres słów zaprezentowanych w chmurze (minimalna częstotliwość wystąpień słowa, która pozwala na włączenie słowa do chmury),
h) zastosowanym zakresie barw i znaczeniu związanym ze stosowaniem barw wobec słów,
i) sposobie sortowania słów w chmurze (np. sortowanie alfabetyczne, ze względu na liczbę wystąpień słowa),
j) metodzie rozmieszczenia słów w chmurze (miejsce centralne lub miejsce peryferyjne w chmurze może być celowe lub użyte nieświadomie).

Trzecia z praktyk w ramach indywidualizmu metodologicznego dotyczy autorskich rozwiązań w sposobie definiowania wskaźników. Aby unaocznić bogactwo spotykanych w tym zakresie rozwiązań, podam przykład definicji, jakie spotkałem dla pojęcia lojalności konsumenckiej. Według napotkanych definicji lojalny konsument to ten, który:

a) jest skłonny polecać dany produkt znajomym/rodzinie (jest to innymi słowy ambasador marki lub promotor marki[4]),
b) posiada dany produkt i poleca go innym konsumentom,
c) wskazuje dany produkt jako lidera na rynku dóbr, posiada ten produkt i poleca go innym konsumentom,
d) dokonując zakupów produktów w danej kategorii produktowej, przeznacza minimum 50% wydatków na produkt X,
e) częściej kupuje produkt X niż produkty jakichkolwiek innych marek dostępnych w danej kategorii produktowej.

Ad 3. Opis metodologii zastosowanych w badaniach PB

O ile pierwszy ze wskazanych problemów (pozyskiwanie i weryfikacja danych panelistów) jest trudny do wyeliminowania w badaniach CAWI prowadzonych za

[4] Por. idea promotora marki w: Reichheld F. 2003.

pośrednictwem PB, o tyle drugi problem (indywidualizm metodologiczny) można przezwyciężyć tak, aby zachowane zostały naukowe standardy prowadzenia badań. Istnieją przynajmniej dwa rozwiązania tego problemu. Oba wymagają od badacza samodzielności w analizie i interpretacji danych.

Pierwsze rozwiązanie to pozyskanie od PB danych surowych z przeprowadzonego badania oraz pozyskanie szczegółów związanych ze sposobem realizacji badania. Tu chciałbym skupić się jednak na drugim rozwiązaniu. Wymaga ono większej samodzielności badacza w zakresie realizacji badania prowadzonego drogą internetową wśród panelistów. W tym drugim scenariuszu badacz samodzielnie konstruuje ankietę do badań CAWI i przekazuje ją do PB z prośbą o kolportaż wśród swoich panelistów. Do zbudowania ankiety online niezbędne jest badaczowi narzędzie informatyczne oraz posiadanie kompetencji programistycznych pozwalających na zbudowanie takiej ankiety (w praktyce jest to zazwyczaj znajomość i umiejętność posługiwania się takimi językami jak: php, html, java). Aby ta strategia dała pożądane rezultaty, autorska ankieta w wersji online musi spełniać szereg wymogów, jakie PB formułuje odnośnie do etyki badań metodą CAWI. Niemniej jeśli ankieta zostaje przez PB zaakceptowana, a badacz jest właścicielem bazy danych, która gromadzi dane (odpowiedzi respondentów), to staje się on jednocześnie właścicielem surowych danych z badania. Takie rozwiązanie pozwala na analizę zgodnie ze standardami naukowości uznawanymi za obowiązujące w społeczności uczonych.

Rozwiązania zaproponowane w tym artykule mają na celu otwarcie dyskusji na temat relacji metodologii naukowej i metodologii projektowych. W szczególności istotna staje się – w moim przekonaniu – kwestia transparentności rozwiązań analitycznych stosowanych przez PB w badaniach CAWI. Bronię w tym miejscu niewygodnej skądinąd tezy, że praktyki stosowane przez PB utrudniają stosowanie norm poznania naukowego. Wydaje się, że jest to efekt m.in. stosowania metodologii projektowych skupionych na minimalizacji kosztów prowadzenia projektów badawczych oraz maksymalizacji efektywności projektów niejednokrotnie kosztem zmiany jakości badań. Dodatkową przeszkodą jest również tendencja do ukrywania szczegółów autorskich metod analizy danych oraz brak przyjętych przez panele badawcze standardów wyznaczających sposób obróbki uzyskiwanych danych. Nie twierdzę, podkreślę to ponownie, że normy naukowe muszą być stosowane przez panele badawcze ani nawet że powinny. Chcę raczej uwrażliwić na problemy, które badacz może napotkać, stosując metodę CAWI wśród panelistów.

BIBLIOGRAFIA

A Guide to the Project Management Body of Knowledge PMBOK Guide [2009], Pensylwania: Project Management Institute.

L e v e n s t e i n V.I. [1966], *Binary codes capable of correcting deletions, insertions, and reversals*, „Cybernetics and Control Theory", t. 10 nr 8, s. 845–848.

media2.pl.

N o w a k S. [1985], *Metodologia badań społecznych*, Warszawa: PWN.

R e i c h h e l d F. [2003], *One Number You Need to Grow*, w: „Harvard Business Review".

S o z a ń s k i T. [1997], *Co to jest nauka?*, [w:] M. Malikowski, M. Niezgoda (red.), *Badania empiryczne w socjologii. Wybór tekstów*, Tyczyn: Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Tyczynie.

Krzysztof Tomanek

RESEARCH PANEL: USING PROJECT MANAGEMENT METHODOLOGY AND SCIENTIFIC METHODOLOGY

(Abstract)

The paper shows the main problems that the researcher may encounter in implementing CAWI research when used towards the respondents participating in research panels. In particular the paper discusses the problems associated with the identification of the phenomenon of professional panelist and ways to deal with this phenomenon. Other pitfalls that arise in the development of the data from studies conducted in research panels are also described. The most important are: how to aggregate data, and how to present data. Special emphasis was put on using a simple tool which is a words cloud. The other problem was discovered when analyzing the effects of methodological individualism seen in defining indicators. The main goal of this article is to open the discussion on standards of research conducted by CAWI method especially applied to survey within research panels. The thesis of the article is that: the project methodology used in the management of a research panel puts the researcher, wanting to keep the standards of scientific cognition, in front of complexed methodological issues, not all of which have simple solutions. Left unanswered is the question whether studies conducted among the panelists who are members of the research panel must or should apply the standards of scientific research.

Key words: customer panels research, project management methodology, CAWI, methodological individualism, scientific methodology, transparency of data analysis

DOROTA SZABAN
KRZYSZTOF LISOWSKI
Uniwersytet Zielonogórski*

SONDAŻ PERSWAZYJNY – CHARAKTERYSTYKA PODEJŚCIA BADAWCZEGO

Streszczenie

Równolegle z wprowadzaniem nowych metod i technik badawczych dotyczących rozwoju technologicznego pojawiają się nowe obszary badawcze związane z rozwojem społeczeństwa obywatelskiego. Coraz więcej decyzji podejmowanych jest na podstawie konsultacji społecznych, które czasami przyjmują proste formy, ale niekiedy wymagają przygotowania nowatorskich rozwiązań metodologicznych (m.in. sondaże deliberatywne, metody badań eksperckich Delphi, itp.). Tego typu badania łączą w sobie możliwość praktycznego zastosowania wyników badań oraz naukowego rozpoznania procesów społecznych i ich dynamiki. W nowatorskich podejściach wykorzystuje się elementy tradycyjnie rozumianej metodologii badań (sondaże, wywiady, obserwacje), ale lokowane są one w nieco innym kontekście, co zmienia charakter stosowanych procedur i nadaje im nową jakość – np. badania przyjmują charakter wydarzenia całodziennego, zwiększa się liczba osób jednocześnie uczestniczących w dyskusji, zmienia się strategia rekrutacji, badanie zbliża się swoim charakterem do schematów eksperymentalnych.

Problemem, który w naszej opinii jest obiecujący i daje szerokie możliwości wykorzystywania różnych metod i technik badawczych, są konsultacje społeczne. Stanowią one element wymagany przy podejmowaniu decyzji związanych z wprowadzaniem znaczących inwestycji i decyzji w społecznościach lokalnych.

W artykule prezentujemy własne doświadczenia z tego typu badaniami dotyczącymi rozpoznania siły argumentacji eksperckiej na zmianę postaw

* e-mail: K. Lisowski@is.uz.zgora.pl

wobec inwestycji energetycznej, której powstanie planowane jest na terenie województwa lubuskiego. Przedsięwzięcie badawcze nazwaliśmy sondażem perswazyjnym. Nasza uwaga koncentrować się będzie na przedstawieniu celowości tego typu postępowania, opisie procedury prowadzenia badań (z uwzględnieniem wszystkich etapów procesu badawczego) oraz ewaluacji przedsięwzięcia.

Słowa kluczowe: sondaż perswazyjny, konsultacje społeczne, społeczeństwo obywatelskie, konflikt społeczny, metodologia badań

WSTĘP

Celem niniejszego opracowania jest charakterystyka podejścia badawczego dającego się wykorzystać jako narzędzie mogące stać się podstawą skutecznego działania na rzecz wzmocnienia procesów demokratycznych w Polsce w wymiarze lokalnym. Chcemy przedstawić technikę badawczą, która pozwala łączyć działanie naukowe z praktyką społeczną. Potrzebę wypracowania optymalnego narzędzia pomiaru postaw społecznych wobec kwestii istotnych dla funkcjonowania społeczności lokalnych stwarza rozwijająca się przestrzeń angażowania obywatelskiego (procedura konsultacji społecznych, partnerstwo z organizacjami pozarządowymi, komisje dialogu społecznego, fundusze sołeckie itp.). Jednakże wciąż można usłyszeć głosy, że dotychczas praktykowane mechanizmy wspierania partycypacji społecznej w tym zakresie nie są wystarczające i pozostają na stosunkowo niskim poziomie[1]. Jedną z wielu przyczyn takiego stanu rzeczy jest brak narzędzi i praktyki w stosowaniu komunikacji społecznej nastawionej na identyfikację i rozwiązywanie problemów już na poziomie społeczności lokalnych.

Potrzeba uzyskania społecznego poparcia mieszkańców dotyczy wielu wymiarów funkcjonowania społeczności – od rewitalizacji przestrzeni miejskiej, kwestii ochrony środowiska, rozwiązywania problemów społecznych, po zmiany planów zagospodarowania przestrzennego czy wdrożenie planów inwestycji infrastrukturalnych o dużej skali oddziaływania społecznego. Konieczność uzyskania akceptacji mieszkańców w takich kwestiach niemal zawsze związana jest z pojawieniem się konfliktów społecznych. Przyczyny konfliktów ulokowane

[1] Mimo że wszystkie gminy realizowały projekty z uwzględnieniem partycypacji społecznej mieszkańców, tylko 10% Polaków zadeklarowało, że brało udział w jakichkolwiek konsultacjach społecznych organizowanych w gminach, a 20% gmin podjęło decyzję bez jakichkolwiek konsultacji z mieszkańcami – por. *Dyktat czy uczestnictwo? Diagnoza partycypacji publicznej w Polsce* [2012], tom I, red. Anna Olech, Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.

są przede wszystkim w sferze obaw i wątpliwości wynikających z rozmiarów ingerencji inwestycji w środowisko naturalne i społeczne [Badera 2010]. Przy realizacji inwestycji infrastrukturalnych konflikty między środowiskiem społecznym (inwestorem, społecznością lokalną, organizacjami społecznymi i władzami samorządowymi) a środowiskiem przyrodniczym (reprezentującymi go grupami przyrodników i ekologów) są w istocie nieuniknione i powinny być traktowane jako stały element w ramach planowania.

Konflikty społeczne na tle powstania inwestycji stają się czynnikiem zmiany we wzajemnych relacjach między członkami społeczności lokalnej. Mnogość perspektyw i indywidualnie odczuwana konieczność obrony stanowisk sprzyjają samoorganizowaniu się społeczności – mieszkańcy powołują do życia stowarzyszenia społeczne, uczestniczą w referendach, tworzą koalicje z podmiotami zewnętrznymi.

W takiej sytuacji ważne jest prowadzenie wielotorowych działań mających na celu z jednej strony włączenie społeczności lokalnej w proces decyzyjny, a z drugiej strony próbę rozwiania wątpliwości i zastąpienia argumentacji emocjonalnej merytoryczną. Tu tworzy się przestrzeń dla szeroko rozumianych konsultacji społecznych, a jednym z narzędzi wykorzystywanych w ramach konsultacji są badania społeczne przybierające postać wielu klasycznych technik badawczych bądź ich triangulacji.

W naszej opinii stosowanie klasycznych rozwiązań metodologicznych nie wydaje się wystarczające, gdyż nie pozwala uchwycić przyczyn i motywów kształtowania postaw zaangażowanych w uzgadnianie kompromisowych rozstrzygnięć stron.

TŁO KONFLIKTÓW SPOŁECZNYCH W GMINACH GUBIN I BRODY

Na obszarze gmin Gubin i Brody zlokalizowane jest jedno z najistotniejszych z punktu widzenia polskiej energetyki złóż węgla brunatnego[2]. Planowane powstanie kopalni i elektrowni na tym terenie budzi wiele kontrowersji, szczególnie wśród członków społeczności lokalnych, dla których inwestycja oznacza zmianę warunków funkcjonowania.

[2] Znaczenie złoża podkreślane jest w strategicznych dokumentach administracyjnych na różnym poziomie – od centralnego (Polityka Energetyczna Polski do 2030 roku, Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju), po regionalny (Strategia Rozwoju Województwa Lubuskiego do 2020).

Perspektywa budowy kopalni staje się osią dzielącą społeczności lokalne przede wszystkim na przeciwników i zwolenników. W tej strukturze można znaleźć także przestrzeń dla poglądów, które nie są określone w tak jednoznaczny sposób. W przebiegu konfliktu tak zdefiniowani aktorzy muszą wchodzić z sobą w interakcje, komunikować swoje stanowiska.

Najważniejszymi stronami konfliktu są: inwestor (firma energetyczna zdecydowana zainwestować w powstanie kompleksu energetycznego – PGE Gubin sp. z o.o.) oraz społeczność lokalna (mieszkańcy gmin Gubin i Brody). Jest to jednocześnie podstawowa oś konfliktu rozciągająca się pomiędzy dwoma przeciwstawnymi biegunami: zwolennicy vs. przeciwnicy inwestycji.

Mieszkańcy terenów, na których nie ma tradycji wydobywczej, tak jak w wypadku gmin Gubin i Brody, tworzą nowe rozwiązania i sposoby radzenia sobie z zastaną sytuacją. Postępowanie mieszkańców i ich argumentacja są oparte na silnych emocjach, których przyczyny wynikają głównie z obaw o stan środowiska, własne zdrowie i dobra materialne. Negatywne nastawienie mieszkańców do inwestycji jest także wzmacniane społecznym odbiorem samego przemysłu energetycznego. Nie zawsze opinie i argumenty mieszkańców znajdują poparcie w rzetelnej wiedzy eksperckiej i analizach naukowych, do których odwołują się różne środowiska w celu przekonania mieszkańców.

Sytuacja społeczna, z jaką mamy do czynienia od kilku lat na terenie gmin Gubin i Brody, nosi typowe znamiona konfliktu społecznego[3]. Konflikt społeczny (także ten, z jakim mamy do czynienia w gminach Gubin i Brody) nie ma charakteru jednowymiarowego i nie musi być traktowany jako zjawisko o charakterze dysfunkcjonalnym. Praktyka społeczna pozwala bowiem uznać, że wśród funkcji społecznych konfliktów wskazać można znalezienie bardziej odpowiednich rozwiązań, uniknięcie niektórych typów błędów, minimalizowanie ryzyka wystąpienia nieprawidłowości przy podejmowaniu decyzji (ograniczając ryzyko korupcji i konfliktu interesów). Konflikty społeczne pełnią także ważną funkcję w rozwijaniu podmiotowości obywatelskiej i wzrostu zaangażowania obywatelskiego społeczności lokalnych (wpływają na kreowanie nawyku udziału

[3] Konflikt, zgodnie z definicją J. Bouldinga, to forma współzawodnictwa, w której co najmniej dwie zależne od siebie jednostki lub grupy spierają się o ograniczone zasoby bądź o realizację interesów, które są – lub wydają się – niemożliwe do pogodzenia. Konflikt zostaje zainicjowany, gdy co najmniej jedna ze stron spostrzega, że jej cele, zadania, wartości lub zachowania są sprzeczne z działaniami, wartościami lub celami drugiej strony. Istotą konfliktu jest tym samym hamowanie, utrudnianie bądź ograniczanie realizacji celów przez jedną ze stron. Immanentną cechą konfliktów są też silne emocje.

w oddolnych inicjatywach społecznych, wzrost aktywności w stowarzyszeniach, wzrost partycypacji politycznej).

Zjawisko konfliktu jest przedmiotem zainteresowania socjologów od czasów stworzenia koncepcji społeczeństwa przez Karola Marksa, Georga Simmla czy Maxa Webera. Kluczowa oś teorii konfliktu to podkreślanie nierówności w dostępie do dóbr jako czynnika zmiany społecznej. Współczesne rozumienie konfliktów społecznych oparte jest na koncepcjach R. Dahrendorfa czy L. Cosera. Dahrendorf identyfikuje nieuchronność występowania konfliktów tam, gdzie istnieje stosunek zależności – stronami konfliktu są z jednej strony ci, którzy posiadają władzę, z drugiej strony ci, którzy są tej władzy pozbawieni. Według autora można wskazać na źródła konfliktów w odmienności definiowania interesu wspólnego (dobra wspólnego). Ta definicja może być wykorzystywana jako tło do rozważań na temat sposobów rozwiązywania konfliktów generowanych w społecznościach lokalnych przez planowane inwestycje dużego zasięgu.

Zarządzanie konfliktami społecznymi polega na aktywnym oddziaływaniu na przebieg sporów. W szczególności dotyczy rozpoznania sytuacji przedkonfliktowej i konfliktowej, wyboru i wdrożeniu właściwej strategii opanowywania konfliktu oraz stymulowania konstruktywnych form jego regulacji.

Jednym z rozwiązań jest zastosowanie **metod partycypacyjnych**, nazywanych również „deliberacyjnym modelem podejmowania decyzji" lub „modelem: konsultuj–uwzględniaj–modyfikuj–buduj". Polegają one na stworzeniu ram regulacji konfliktu, pozwalających na jego ukierunkowanie, poddanie kontroli, ograniczenie gwałtowności, zaoferowanie kanałów artykulacji interesów itd. Stosowanie partycypacyjno-deliberacyjnych form zarządzania konfliktem daje jego uczestnikom poczucie podmiotowości, wywierania wpływu, realizacji swoich interesów.

Bazą metod partycypacyjnych są programy promocyjno-konsultacyjne realizowane w myśl tej idei, ponieważ głównym ich celem jest dążenie do wzrostu poziomu akceptacji inwestycji przez społeczności.

Model uczestniczący pozwala w ten sposób nie tylko usprawnić komunikację, wprowadzając wzajemny dialog i wymianę poglądów, lecz także umożliwić lepsze informowanie i edukację społeczeństwa. Umożliwia także dokonanie trafniejszej oceny skutków inwestycji opartej zarówno na specjalistycznej (eksperckiej) wiedzy, jak i uwzględniającej inne aspekty, np. gospodarcze, kulturowe, światopoglądowe oraz interesy i wartości społeczności.

KONSULTACJE SPOŁECZNE JAKO TECHNIKA ROZWIĄZYWANIA KONFLIKTÓW SPOŁECZNYCH

Można uznać, że konsultacje społeczne są jedną z istotnych form dialogu społecznego. Tym samym da się je rozumieć jako dwustronną komunikację różnych podmiotów, najczęściej administracji z podmiotami społecznymi i gospodarczymi. Głównym celem organizowania konsultacji jest uzyskanie opinii społecznej w kwestii proponowanych rozwiązań, strategii, inwestycji. Można jednak rozszerzyć rozumienie konsultacji społecznych, traktując je jako sposób uzyskiwania opinii, stanowisk, propozycji itp. od instytucji i osób, których dotkną, bezpośrednio lub pośrednio, skutki proponowanych działań. Konsultacje służyć mają poprawie jakości procesów decyzyjnych. Decyzje podejmowane na bazie konsultacji mogą uwzględniać zróżnicowane potrzeby obywateli, instytucji, organizacji. Wysłuchanie racji różnych stron pozwala wcześnie wychwycić błędy i stworzyć najbardziej optymalne rozwiązania. Konsultacje służą artykulacji i wymianie poglądów, redefiniowaniu pojęcia dobra wspólnego postrzeganego w kategoriach jakości życia całej społeczności. Ten typ rozumienia konsultacji wykorzystujemy przy prezentacji możliwości wpływu na postawy mieszkańców w gminach Gubin i Brody.

Podstawą do przeprowadzenia konsultacji społecznych na poziomie gminy są przepisy określonych ustaw[4]. Zgodnie z nimi rząd i samorządy mogą przeprowadzić konsultacje społeczne w wypadkach przewidzianych ustawą (wtedy często są one obowiązkowe) oraz w innych sprawach ważnych dla wspólnot samorządowych. Często jednak podmioty te rezygnują z tej możliwości.

Za przygotowanie i moderowanie konsultacji odpowiedzialne mogą być różne podmioty – od jednostek władzy centralnej, po prywatnych inwestorów. Celem tego typu działań jest przede wszystkim identyfikacja argumentacji zainteresowanych stron oraz wypracowanie ścieżek kompromisu. Sama idea konsultacji społecznych służy zarówno promocji projektu, czyli przekazaniu rzetelnych i precyzyjnych informacji o projekcie osobom, których on dotyczy, jak i rozpoznaniu opinii osób, które będą lub są odbiorcami inwestycji oraz sformułowaniu kierunków działania, które będą uwzględniały punkt widzenia zainteresowanych stron, a w przyszłości zapobiegały możliwym konfliktom wokół projektu czy też inwestycji.

[4] Podstawą do przeprowadzenia konsultacji społecznych na gruncie samorządu są przepisy ustaw o: samorządzie gminnym z 8 marca 1990 r., samorządzie powiatowym z 5 czerwca 1998 r., samorządzie wojewódzkim z 5 czerwca 1998 r.

Wielokrotnie stosowane dotychczas modele konsultacji okazały się niewystarczające w obliczu zmian sposobu podejmowania decyzji dotyczących funkcjonowania społeczności lokalnych. W publicznej debacie pojawiają się nowi aktorzy (organizacje pozarządowe, media, indywidualni obywatele), którzy chcą, aby i ich głos został wysłuchany. Demokracja praktykowana jest nie tylko w sytuacji wyborów, a obywatele chcą się wypowiadać w sprawach publicznych.

Analizy[5] ilustrują, że konsultacje społeczne przeprowadzane są zazwyczaj w sytuacjach konieczności spełnienia wymogów prawnych – wydaje się, że w dużej części przypadków realizowane są jedynie po to, aby odnotować fakt, że się odbyły, bez względu na to, jaki przyniosły rezultat. Można wskazać również, że zaangażowanym stronom brakuje wspólnej wiedzy na temat przygotowanych planów, wzajemnych oczekiwań i dotąd podejmowanych działań. Skutecznemu informowaniu służy wykorzystanie kanałów komunikacyjnych. Jak na razie stosowane są raczej najbardziej standardowe rozwiązania, takie jak wyłożenie konsultowanych dokumentów do wglądu w urzędzie lub umieszczenie ich w Internecie i zebranie pisemnych opinii innych instytucji publicznych, partnerów społecznych lub mieszkańców. Konsultacje często mają także postać spotkań i debat publicznych poprzedzonych udostępnieniem konsultowanego dokumentu w urzędzie lub na stronie internetowej oraz konsultacji „indywidualnych", polegających na przesyłaniu uwag i sugestii drogą mailową, ewentualnie pocztą tradycyjną lub składaniu ich w urzędzie. Popularnością cieszą się także sondy internetowe.

SONDAŻ PERSWAZYJNY

Badanie, które zrealizowaliśmy, wpisuje się w szeroki nurt konsultacji społecznych. Tym razem chodziło o zaprezentowanie zgromadzonemu audytorium wystąpień specjalistów w dziedzinie budowy i eksploatacji złóż węgla brunatnego (perswazja), a także zbadaniu przed wystąpieniami ekspertów i po tych wystąpieniach poziomu wiedzy i postaw wobec inwestycji (dwukrotny sondaż). W trakcie

[5] Por. Robert D. Putnam [2008], *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, s. 53; D. Długosz, J.J. Wygnański [2005], *Obywatele współdecydują. Przewodnik po partycypacji społecznej*, Warszawa: Stowarzyszenie na rzecz Forum Inicjatyw Pozarządowych, s. 23 lub A. Ferens, R. Kondas, I. Matysiak, G. Rzeźnik, M. Szyrski [2010], *Jak prowadzić konsultacje społeczne w samorządach? Zasady i najlepsze praktyki współpracy samorządów z przedstawicielami społeczności lokalnych. Przewodnik dla samorządów*, Warszawa: Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej; http://www.frdl.org.pl/main/monitoring_legislacji_n.htm (dostęp 12 stycznia 2012 r.).

spotkania, po wystąpieniu specjalistów, a przed drugim pomiarem (posttestem) odbyła się moderowana dyskusja. Realizacja całego projektu składała się z kilku etapów, których szczegółowe omówienie prezentujemy poniżej.

PROBLEM BADAWCZY

Z prowadzonych wcześniej sondaży reprezentatywnych na terenie gmin Gubin i Brody wiadomo było, że jednym z poważniejszych problemów, z którym zmagali się mieszkańcy, był niedostatek wiedzy na temat planowanej inwestycji energetycznej (kopalni i elektrowni). Chodziło o wiele aspektów przedsięwzięcia, począwszy od obszaru i terminów realizacji inwestycji, losów wysiedlonych osób, zasad rekompensowania utraconego mienia, a skończywszy na technologii prowadzenia odkrywki i jej szkodliwości dla zdrowia mieszkańców i środowiska. Niski poziom wiedzy powodował wiele niedomówień, a opinie mieszkańców o inwestycji często były formułowane na podstawie nieprawdziwych przesłanek. Taki stan rzeczy skłonił nas do zadania pytania, na ile uzyskanie rzetelnej wiedzy eksperckiej może wpływać na zmianę poziomu wiedzy i postaw wobec planowanej inwestycji. Zdecydowaliśmy, że w trakcie badania podjęte zostaną wątki dotyczące:

– wysiedleń i rekompensat z tym związanych,
– wpływu inwestycji na środowisko,
– rozwiązań technologicznych w planowanej kopalni odkrywkowej.

Wydawało nam się, że powyższe kwestie w największym stopniu zainteresują uczestników spotkania i skłonią do prowadzenia dyskusji z ekspertami.

ORGANIZACJA SONDAŻU PERSWAZYJNEGO

W badaniu uczestniczyło 100 mieszkańców gmin Gubin i Brody, którzy zostali zaproszeni na pięciogodzinne spotkanie. Z powodów logistycznych (dobrego dojazdu) na miejsce spotkania wybraliśmy miasto Gubin. Badanie odbyło się w sali jednego z liceów. Rekrutacja uczestników rozpoczęła się wcześniej. W trakcie realizowanego przez nasz zespół badania sondażowego ankieterzy – na koniec wywiadu – zadawali pytanie dotyczące chęci udziału w spotkaniu z ekspertami. Ci respondenci, którzy wyrazili zgodę, proszeni byli o podanie swoich danych kontaktowych. Tak stworzona baza posłużyła do rekrutacji uczestników spotkania. Dodatkowo wykorzystaliśmy informację o pozytywnym lub negatywnym nastawieniu do inwestycji. Zależało nam na tym, aby żadna z tak zdefiniowanych grup

nie zdominowała spotkania. Bezpośrednia rekrutacja miała charakter telefoniczny i odbywała się na podstawie krótkiej ankiety. Rekruterzy umawiali się na kolejną rozmowę, mającą charakter przypominający, dzień przed planowanym spotkaniem, zostawiali także swój numer telefonu z prośbą o kontakt, gdyby decyzja o udziale w badaniu potencjalnych uczestników uległa zmianie. Podobnie jak w zogniskowanych wywiadach grupowych staraliśmy się zaprosić większą liczbę uczestników, zakładając, że w ostatniej chwili część z nich może zmienić swoją decyzję i nie przyjść na spotkanie. Dodatkową motywacją dla zaproszonych była rekompensata finansowa, którą badani otrzymywali na zakończenie spotkania. Wszystkie opisane wyżej zabiegi miały zagwarantować udział odpowiedniej liczby uczestników charakteryzujących się określonymi cechami i cel ten został osiągnięty. Zaznaczyć musimy, że opisany dobór jednostek do badania nie miał na celu wyłonienia reprezentacji umożliwiającej wnioskowanie na całą populację. Tak dobraną próbę należy określić jako celową.

PRZEBIEG SPOTKANIA

Spotkanie rozpoczęło się od rejestracji uczestników, chodziło nam o ustalenie, kto ostatecznie będzie brał udział w badaniu. Przy okazji rejestracji wręczaliśmy uczestnikom spotkania bon na obiad, na każdym z nich wpisany został numer, którym posługiwali się respondenci podczas wypełniania ankiet. Umożliwiło to łączenie kwestionariuszy od jednego respondenta i dokonywanie analiz panelowych. Cała procedura wpisywania numerów była kontrolowana przez zespół prowadzący badanie. Po rejestracji uczestnicy zgromadzili się w sali, w której odbywało się badanie. Prowadzący spotkanie (moderator) przedstawił zespół i zaprezentował program spotkania. Następnie wręczono badanym kwestionariusze i poproszono o udzielenie odpowiedzi na zawarte w nich pytania (ankieta audytoryjna). Po zebraniu wszystkich ankiet rozpoczęły się trzy prezentacje dotyczące wskazanej wyżej problematyki. Zaproszeni goście (dwaj pracownicy naukowi i przedstawiciel inwestora) zaprezentowali swoje wystąpienia. Ustaliliśmy zasadę, że seria ewentualnych pytań, polemik, wygłaszania własnych opinii rozpocznie się po wszystkich prezentacjach. Dyskusja była dla nas bardzo ważnym elementem spotkania. Zakładaliśmy, że przyniesie nam szereg ciekawych informacji związanych z oceną wystąpień prelegentów, a także ujawni obawy lub nadzieje mieszkańców związane z ewentualną inwestycją. Liczyliśmy także na polemiki zwolenników i przeciwników. Przypomnijmy, że jednym z założeń rekrutacji uczestników spotkania było ustalenie jednakowych proporcji między

nimi. Tak jak się spodziewaliśmy, dyskusja była żywa, nie brakowało pytań, polemik, pojawiło się sporo emocji. Po zakończeniu dyskusji i podsumowaniu spotkania uczestnikom wręczono drugi kwestionariusz i ponownie poproszono o udzielenie odpowiedzi na zawarte w nim pytania. Kwestionariusze składały się z identycznych części (pytań), w drugim dodatkowo zamieściliśmy blok ewaluujący przebieg spotkania. Interesujące nas kwestie to między innymi:

– określenie poziomu zainteresowania problematyką budowy kompleksu energetycznego,

– ustalenie poziomu wiedzy dotyczącej powstania kopalni i elektrowni,

– identyfikacja największych uciążliwości związanych z budową i funkcjonowaniem kompleksu,

– pozytywne i negatywne konsekwencje w dłuższej perspektywie istnienia kompleksu,

– określenie się badanych po stronie zwolenników lub przeciwników inwestycji,

– ocena przebiegu spotkania (tylko w drugim kwestionariuszu).

USTALENIA EMPIRYCZNE

W trakcie badania uzyskaliśmy dwa rodzaje danych (ilościowe i jakościowe). Pierwsze pochodziły z dwukrotnego badania sondażowego (panel audytoryjny), drugie to zapis audio i transkrypcja całego spotkania, w tym dyskusji. Stały się one podstawą do analiz i próby udzielenia odpowiedzi na wcześniej postawione pytania badawcze.

Udało nam się ustalić, że konsekwencją spotkania jest zdecydowany wzrost wiedzy na temat planowanej inwestycji (różnych jej aspektów)[6]. Najwyższy wzrost wiedzy dotyczył lokalizacji inwestycji[7], planowanego terminu jej rozpoczęcia i stosowanej technologii. Niestety, nie jesteśmy w stanie odpowiedzieć na

[6] Różnice uzyskanych odpowiedzi na pytanie o **poziom wiedzy o inwestycji** można scharakteryzować następująco: bardzo niski poziom wiedzy – sondaż A: 19,1%; sondaż B: 1,7%; niski poziom wiedzy – sondaż A: 22,1%; sondaż B: 6,7%; średni poziom wiedzy – sondaż A: 25%; sondaż B: 11,7%; wysoki poziom wiedzy – sondaż A: 22,1%; sondaż B: 28,3%, bardzo wysoki poziom wiedzy – sondaż A: 11,8%; sondaż B: 51,7%

[7] Różnice uzyskanych odpowiedzi na pytanie o **poziom wiedzy o lokalizacji inwestycji** można scharakteryzować następująco: bardzo niski poziom wiedzy – sondaż A: 4,5%; sondaż B: 4,8%; niski poziom wiedzy – sondaż A: 16,4%; sondaż B: 4,8%; średni poziom wiedzy – sondaż A: 29,9%; sondaż B: 15,9%; wysoki poziom wiedzy – sondaż A: 26,9%; sondaż B: 30,2%, bardzo wysoki poziom wiedzy – sondaż A: 22,4%; sondaż B: 44,4%.

pytania, na ile trwały jest ten wzrost i czy inne źródła wiedzy (prasa, rozmowy z sąsiadami, Internet itp.) nie spowodują ponownego poczucia dezinformacji izagubienia.

Wyższy poziom wiedzy spowodował zmniejszenie poziomu obaw wobec niektórych negatywnych konsekwencji inwestycji. Zmiany dotyczyły przede wszystkim takich aspektów jak ekologia i ogólnie pojmowane kwestie społeczne. Niektóre obawy pozostały na tym samym poziomie, dotyczyły one takich kwestii jak hałas, pylenie, wyrobisko. Odnotowaliśmy także wzrost poziomu pozytywnego postrzegania wpływu inwestycji na różne wymiary funkcjonowania gminy (poziom zatrudnienia, korzyści finansowe, rozwój biznesu). Częściej prezentowane były także pozytywne opinie o pośrednim wpływie inwestycji na funkcjonowanie społeczności lokalnej (poprawa jakości służby zdrowia, rozwój szkolnictwa, wzbogacenie oferty spędzania czasu wolnego).

SONDAŻ PERSWAZYJNY NA TLE INNYCH PROCEDUR BADAWCZYCH

Zaproponowana procedura badawcza inspirowana jest wieloma uznanymi sposobami postępowania badawczego. Można odnieść się do sondażu deliberatywnego, panelu, schematów eksperymentalnych czy w końcu dyskusji grupowej. Elementy powyższych procedur znalazły się w sondażu perswazyjnym. Jaka jest w takim razie specyfika zaproponowanego podejścia badawczego? Najłatwiej będzie można ją pokazać, odnosząc się do innych metod i technik.

– W sondażu perswazyjnym, inaczej niż w sondażu deliberatywnym, nie chodzi o wybór najlepszego dla społeczności lokalnej rozwiązania z zaproponowanych i dyskutowanych w gronie eksperckim, tylko o przekazywanie wiedzy eksperckiej i umożliwienie na tej podstawie formułowania opinii i postaw.

– Dyskusja grupowa realizowana jest w bardzo dużym gronie osób (w naszym przypadku 100 uczestników), nie ma możliwości, aby każda z osób biorących udział w badaniu wyraziła swoją opinię. Najczęściej wypowiadają się osoby o specyficznych cechach (niemające problemów z wypowiadaniem się na forum, prezentujące skrajne opinie).

– W klasycznych badaniach eksperymentalnych powinna się pojawić grupa kontrolna, w sondażu perswazyjnym taki element nie występuje i realizacja dwóch pomiarów tego samego dnia z osobami, które nie uczestniczyły w spotkaniu, mijałaby się z celem. W tym wypadku można jedynie zrealizować posttest.

– Zastosowanie panelu (dwukrotnego pomiaru tych samych respondentów) umożliwiło identyfikacje przepływów netto (w wymiarze indywidualnym).

PODSUMOWANIE

Obserwowany wzrost zainteresowania promocją partycypacji obywatelskiej pozwala uznać, że tematyka ta będzie zyskiwać na aktualności. Dotychczasowe doświadczenia upoważniają nas do stwierdzenia, że konsultacje społeczne realizowane są w wąskim tego słowa znaczeniu i traktuje się je jako formalne procedury realizowane na podstawie obowiązujących przepisów.

Analizując tę sytuację z wielu perspektyw, można zadać sobie pytanie, czy i w jakim zakresie badacze społeczni mogą pomóc w prowadzeniu bardziej efektywnych konsultacji społecznych. Naszym zdaniem – tak. W naszym opracowaniu staraliśmy się pokazać, że formy konsultacji społecznych powinny się zmieniać i mogą przyjmować formę nowatorskich badań społecznych. Nowatorstwo nie polega w naszym projekcie na wymyśleniu zupełnie nowej procedury badawczej, ale na połączeniu już istniejących rozwiązań, tak by mogło to stanowić nową jakość. Drugim istotnym wątkiem jest zbliżanie badań socjologicznych do praktyki społecznej. Stają się one wówczas nie tylko podstawą do lepszego rozumienia mechanizmów życia społecznego, lecz także elementem pozwalającym na wypracowywanie optymalnych decyzji dla społeczności lokalnych. Wyniki naszych badań są wykorzystywane również w takim celu.

BIBLIOGRAFIA

Badera J. [2010], *Konflikty społeczne na tle środowiskowym związane z udostępnianiem złóż kopalin w Polsce*, „Gospodarka Surowcami Mineralnymi", tom 26, zeszyt 1.

Frankfort-Nachmias C., Nachmias D. [2001], *Metody badawcze w naukach społecznych*, Poznań.

Długosz D., Wygnański J.J. [2005], *Obywatele współdecydują. Przewodnik po partycypacji społecznej*, Stowarzyszenie na rzecz Forum Inicjatyw Pozarządowych, Warszawa.

Dyktat czy uczestnictwo? Diagnoza partycypacji publicznej w Polsce, [2012], tom I, red. Anna Olech, Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.

Ferens A., Kondas R., Matysiak I., Rzeźnik G., Szyrski M. [2010], *Jak prowadzić konsultacje społeczne w samorządach? Zasady i najlepsze praktyki współpracy samorządów z przedstawicielami społeczności lokalnych. Przewodnik dla samorządów*, Warszawa: Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej, <http://www.frdl.org.pl/main/monitoring_legislacji_n.htm> 12.01.2012.

Lisek-Michalska J., Daniłowicz P., (red.) [2004], *Zogniskowany wywiad grupowy, studia nad metodą*, Łódź.
Moore Ch. [2009] *Mediacje. Praktyczne strategie rozwiązywania konfliktów*, Warszawa.
Polityka Energetyczna Polski do 2030 roku, Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju
Strategia Rozwoju Województwa Lubuskiego do 2020.
Putnam R.D. [2008], *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
<www.mrr.gov.pl/ministerstwo/prawo/obowiazujace.../M20110423.pdf> 31.08.2012.
<http://lubuskie.pl/uploads/pliki/Biuro_prasowe/Za%C5%82o%C5%BCenia%20Strategii%20Rozwoju%20Polski%20Zachodniej_2.04.2012.pdf> 31.08.2012.
<http://www.partycypacjaobywatelska.pl/techniki> 15.12.2012.

Dorota Szaban
Krzysztof Lisowski

PERSUASIVE SURVEY - CHARACTERISTICS OF THE RESEARCH APPROACH

(Abstract)

There are two parallel ways nowadays, which decides of the background of social research – on one hand we have new methods and techniques associated with the technological development, on the other we can introduce new areas of research related to the idea of civil society. Public decisions are more often made on the basis of public consultations – sometimes they have simple forms, but sometimes use some kind of methodological innovation (such as deliberative polls, Delphi groups, etc.). Such studies combine the possibility of practical application of research results and scientific recognition of the social processes and dynamics. Preparing public consultations innovative researches use elements of classical methodology (surveys, interviews, observations), but put them in a slightly different context. That changes the nature of the procedures – f.e. conducting research become all day event, an increasing number of people participating in the discussion, new recruitment strategy.

The problem, which in our opinion is becoming popular and offers great opportunities to use different methods and techniques is public consultations. Public consultations are a required element in making decisions related to the implementation of major investment and major decision-making in local communities.

In this paper we present our experience with this type of research, for diagnosis expert reasoning power to change attitudes towards energy investment, which is expected to rise in Lubuskie. Survey research project called "persuasive survey". Our attention will focus on the presentation of the desirability of this type of conduct, the description of test procedures (including all stages of the research process) and evaluation of the project.

Key words: Persuasive survey, public consultation, civil society, social conflict, research methodology

JAKUB RYSZARD STEMPIEŃ
Uniwersytet Medyczny w Łodzi*
WŁODZIMIERZ ANDRZEJ ROSTOCKI
Uniwersytet Łódzki**

WYWIADY EKSPERCKIE I WYWIADY DELFICKIE W SOCJOLOGII – MOŻLIWOŚCI I KONSEKWENCJE WYKORZYSTANIA. PRZYKŁADY DOŚWIADCZEŃ BADAWCZYCH

Streszczenie

W artykule zaprezentowano technikę wywiadów eksperckich oraz ich szczególnej podklasy – wywiadów delfickich. Wskazano przyczyny, dla których zastosowanie tej techniki w socjologicznej praktyce badawczej jest współcześnie uzasadnione. Omówiono skrótowo doświadczenia z wykorzystaniem wywiadów eksperckich (w tym: delfickich) w innych dyscyplinach naukowych oraz w badaniach aplikacyjnych. Charakterystyka wywiadów eksperckich (w tym: delfickich) została uzupełniona o prezentację własnych doświadczeń badawczych. Artykuł kończą rozważania dotyczące konsekwencji, z jakimi wiąże się odwołanie w badaniach socjologicznych do wiedzy fachowej i doświadczenia aktorów społecznych. Odnosi się to przede wszystkim do konieczności przemodelowania dotychczasowej roli socjologa oraz respondenta. Sama relacja badacza i badanego powinna zostać przeformułowana w kierunku relacji partnerskiej, kosztem relacji władzy i/lub statusu. W artykule wskazane są te obszary dociekań socjologicznych, w których przypadku wykorzystanie wywiadów eksperckich (w tym: delfickich) jest szczególnie uzasadnione.

Słowa kluczowe: respondent, wywiad socjologiczny, wywiad ekspercki, wywiad delficki

* Zakład Socjologii; e-mail: j.r.stempien@wp.pl
** Instytut Socjologii; e-mail: rostower@gmail.com

WPROWADZENIE

Współcześnie doświadczamy dwóch szczególnego rodzaju zjawisk. Pierwszym z nich jest – niemające precedensu w historii i ściśle związane z rozwojem technologicznym oraz logiką działania mediów masowych – przyspieszenie tempa życia publicznego lub (szerzej) przyspieszenie tempa życia społecznego. Drugim zjawiskiem pozostaje postępująca komplikacja obszaru spraw publicznych. Oba te fenomeny są z sobą związane i przynoszą określone konsekwencje dla funkcjonowania zarówno jednostek, jak i całości społecznych[1]. Erik von Kuehnelt-Leddihn stwierdził w sposób kategoryczny: „nieustannie pogłębia się przepaść między *scita* a *scienda*, rzeczywistą wiedzą jednostki a zakresem wiedzy, która jest niezbędna, aby choć w pewnym stopniu zrozumieć poważne problemy kraju i współczesności. W naszych czasach nawet osoba bardzo wykształcona nie jest w stanie rozeznać się we wszystkich dziedzinach wiedzy i nauki. Przepaść ta nieustannie się zwiększa […]. Wszyscy stajemy się coraz większymi ignorantami i nic już nie powstrzyma tej nieuchronnej degradacji" [2008: 53–54].

Warto tu przypomnieć, że ostatnim człowiekiem „wiedzącym wszystko" (a więc w pełni kompetentnym we wszystkich obszarach ówczesnej wiedzy naukowej, filozofii i sztuki), był – według najczęstszej opinii – Gottfried Leibniz, który zmarł w początkach XVIII w. Nawet jeśli zgodzić się ze spotykaną rzadziej tezą, iż ostatnim „wszystko wiedzącym" nie był Leibniz, lecz zmarły sto lat później (w 1829 r.) Thomas Young, angielski fizyk, fizjolog, lekarz, poliglota, artysta, matematyk, egiptolog i botanik, to i tak należy uznać, że przynajmniej od 200 lat ludzkość doświadcza zjawiska specyficznej niekompetencji. W dyspozycji pozostaje bowiem wiedza (zapisana w umysłach, książkach i na twardych dyskach), której znaczne obszary na zawsze pozostaną dla poszczególnych jednostek niepoznane. Zarazem wiedza ta jest użyteczna i faktycznie wykorzystywana przez specjalistów z poszczególnych dziedzin; może być też przydatna w rozwiązywaniu konkretnych problemów społecznych[2].

---

[1] Zjawiska te mogą być nawet postrzegane w kategoriach wyzwań wobec systemów demokratycznych. Jak celnie stwierdziła Lucyna Rajca, „świat jest […] coraz bardziej skomplikowany. Do podejmowania trafnych decyzji potrzebni są eksperci. Przeciętni ludzie są zazwyczaj ignorantami w sprawach publicznych. Czy wobec tego można odpowiedzialność za losy narodu powierzać obywatelom o przeważnie niewystarczających kompetencjach?" [2007: 60].

[2] Osobnym problemem pozostaje, czy wytwarzana współcześnie „wiedza" w każdym przypadku jest użyteczna (w sensie instrumentalnym lub choćby poznawczym), a więc czy może zostać w sensowny sposób wykorzystana. Zdaniem Neila Postmana, obecne „przeładowanie informacją" przynajmniej po części wiązać należy z produkowaniem informacji bezużytecznych (w tym o charakterze statystycznym). Przekazy takie niosą z sobą pozór ważności i sensowności,

Nakreślona wyżej sytuacja (nasilająca się zgodnie z prawem Moore'a i jego interpretacją dokonaną przez Raya Kurzweila[3]) powoduje określone konsekwencje dla realizacji badań socjologicznych. Należy bowiem uznać, że przynajmniej w niektórych wypadkach socjologowie mogą obecnie dysponować niewystarczającym poziomem kompetencji do właściwej (z merytorycznego punktu widzenia) analizy badanych zjawisk. Socjologowi może bowiem brakować fachowej wiedzy (np. w zakresie znajomości obowiązujących interpretacji przepisów prawa, uwarunkowań gospodarczych, sieci zależności instytucjonalnych, kosztów wytwarzania nowych technologii) dla przeprowadzenia rzetelnego i pełnego opisu danego zjawiska społecznego (w jego wymiarze prawnym, gospodarczym, instytucjonalnym itd.) oraz zaprezentowania prób jego wyjaśnienia. Uzupełnianie tych niedoborów poprzez tworzenie interdyscyplinarnych zespołów badawczych (co postulowali autorzy Raportu Komisji Gulbenkiana [Flis 1999]) jest – zdaniem autorów niniejszego artykułu – tylko jednym z możliwych rozwiązań. Rozwiązaniem komplementarnym (nie zaś konkurencyjnym) byłoby odwołanie się do – traktowanych jako eksperckie – diagnoz i predykcji samych aktorów społecznych (np. działaczy pozarządowych, polityków, związkowców, samorządowców, biznesmenów, reprezentantów określonych środowisk). Być może socjologia – w niektórych obszarach badawczych – powinna się zatem skierować w stronę realizacji badań z udziałem ekspertów.

WYWIADY EKSPERCKIE – CHARAKTERYSTYKA METODOLOGICZNA

Obecnie wywiady eksperckie są stosowane w socjologii nieczęsto. Wskazuje na to choćby fakt, że podręczniki badań socjologicznych w ogóle nie poruszają kwestii realizacji przedsięwzięć badawczych z udziałem ekspertów [Babbie 2004;

lecz w praktyce nie jest możliwa ich racjonalna interpretacja i racjonalne wykorzystanie (choćby tylko w budowaniu obrazu danego obszaru społecznego) [Postman 2004: 165 i nast.]. Niemniej za sprawą produkcji takich bezużytecznych informacji postępuje swoiste zagubienie jednostek we współczesnym świecie.

[3] Tzw. prawo Moore'a głosi, że moc obliczeniowa mikroprocesorów podwaja się co 18 miesięcy. Zdaniem Ray'a Kurzweila, „prawo Moore'a wyraża ogólniejszą regułę, a jej doniosłość trudno zrozumieć, bo człowiek nawykł do myślenia liniowego. Pamięta, co się wydarzyło w ostatniej dekadzie, i myśli, że przez kolejnych dziesięć lat będzie obowiązywało podobne tempo zmian. Tymczasem […] wydarzy się tyle technologicznych innowacji, ile miało miejsce w ciągu ostatniego stulecia" [Bendyk 2007]. Oznacza to istotne przyspieszenie tempa, w jakim wytwarzana jest wiedza. Przyrost informacji i możliwości ich wykorzystania – także w praktyce społecznej – ma charakter wykładniczy, co powinno być uwzględniane w badaniach socjologicznych.

Frankfort-Nachmias, Nachmias 2001; Mayntz, Holm, Hübner 1985; Sztumski 2005; Lutyński 1994].

Wynikać to może z faktu, że socjologowie często sami aspirują – w określonym polu swoich dociekań – do miana ekspertów, a zarazem nie zawsze są zainteresowani niesocjologiczną wiedzą fachową w danym obszarze. Socjolog sam zatem wytwarza opisy, oceny i interpretacje określonych zjawisk, zaś opisy, oceny i interpretacje proponowane przez uczestników zdarzeń społecznych traktuje raczej jako przedmiot swoich własnych dalszych analiz niż jako bezpośrednie źródło inspiracji do kreowania deskrypcji lub eksplanacji określonych faktów.

Inaczej przedstawia się sytuacja w naukowych badaniach gospodarki, zwłaszcza koncentrujących się na tworzeniu prognoz rozwoju danego obszaru działalności gospodarczej (w układzie przestrzennym lub branżowym). Chodzi o tzw. metodę foresight'u. Tu naukowcy często korzystają z wiedzy i pomysłowości osób będących specjalistami w danej dziedzinie [Magruk 2005: 257 i nast.].

Wywiady eksperckie są realizowane nie tylko w naukowych badaniach nad przyszłością gospodarczą branż i regionów. Są one również bardzo popularne w aplikacyjnych badaniach rynkowych i nie zawsze dotyczą obszaru prognoz. Realizacja wywiadów eksperckich jest oferowana przez większość agencji badawczych w Polsce. Najczęściej są one przeprowadzane na niewielkiej, celowo dobranej próbie badawczej. Jak stwierdzają badacze agencji PMR Research, wywiad ekspercki to „wywiad z respondentem, o którym z założenia wiadomo, że posiada dużą wiedzę na temat przedmiotu badania. Uczestnikami wywiadów eksperckich mogą być profesjonaliści i specjaliści z określonej branży" [http://www.research-pmr.com/pl/baza-wiedzy-slownik – data dostępu: 20.10.2012; zob. też http://eei.com.pl/oferta/badania-rynku/badania-jakosciowe/ – data dostępu: 20.10.2012].

Można przyjąć, że na ogół wywiady eksperckie (między innymi ze względu na niewielkie rozmiary próby badawczej i różne doświadczenia respondentów) przybierają postać wywiadów niestandaryzowanych, które w badaniach rynkowych nazywane są pogłębionymi, zaś w socjologii akademickiej – wywiadami swobodnymi ukierunkowanymi [Przybyłowska 1978]. Poszczególne wywiady w danym projekcie badawczym mają zatem wspólną tematykę, wspólne jest też jej uszczegółowienie, jednak nie w każdym wywiadzie zostanie zadany zestaw tych samych (głównie otwartych) pytań w tej samej postaci i kolejności. Co więcej, nie wszystkie zagadnienia muszą zostać poruszone w rozmowie z każdym z respondentów [Babbie 2004: 327; Churchill 2002: 309–311].

W wywiadach eksperckich pytania zadane respondentom dotyczą nie tylko faktów lub stosunku do nich, lecz także prób ich wyjaśniania i przewidywa-

nia. Przyjmuje się zarazem, że respondenci cechujący się dużym dorobkiem zawodowym lub dobrą quasi-profesjonalną wiedzą na dany temat (np. sportu amatorskiego), mogą prezentować interesujące propozycje analityczne. Dzięki wiedzy fachowej i „wyobraźni osadzonej w realiach" mogą również tworzyć wartościowe (realistyczne) prognozy rozwoju sytuacji w danym fragmencie rzeczywistości społecznej.

WYWIADY DELFICKIE JAKO SZCZEGÓLNY PRZYPADEK WYWIADÓW EKSPERCKICH

Prognozy rozwoju sytuacji gospodarczej lub społecznej, wypracowywane z udziałem ekspertów, powstają często dzięki zastosowaniu tzw. wywiadów delfickich, które stanowią szczególny przypadek (podklasę) wywiadów eksperckich. Jerzy Supernat w następujący sposób charakteryzuje tę metodę predykcji: „metoda delficka pozwala ustalić przyszłe zdarzenia, istotne dla funkcjonowania poszczególnych organizacji, społeczeństwa czy ludzkości, a nawet – w miarę dokładne daty ich wystąpienia. Ustaleń tych dokonuje się przez badanie opinii specjalistów, przy czym dla metody delfickiej charakterystyczna jest izolacja ekspertów. Badań dokonuje się bowiem drogą korespondencyjną, a udzielający odpowiedzi nie ma żadnego kontaktu z innymi członkami ankietowanej grupy ekspertów" [Supernat 2005: 151; zob. też Dittmann 2008: 186–189]. Supernat podkreśla, że w metodzie delfickiej chodzi o predykcję, nie zaś o projekcję zdarzeń. Prognoza nie opiera się więc na wiedzy o zdarzeniach przeszłych i nie stanowi prostej ekstrapolacji w przyszłość dotychczas obserwowanych trendów. Chodzi tu raczej o przewidywanie wystąpienia pewnych nowych zjawisk i czynników, które w istotny sposób będą wpływać na przedmiot analizy [Supernat 2005: 151][4]. Po raz pierwszy ta technika badawcza została wykorzystana w 1964 r., służąc początkowo do antycypowania rozwoju innowacji możliwych do zastosowania w armii amerykańskiej [http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86196.asp?soid=D7F6E33F6A7B404E993F25B2AE47BEFF – data dostępu: 20.10.2012].

Na ogół wywiady delfickie przyjmują postać tzw. rund delfickich. Oznacza to, że badanie realizowane jest w co najmniej dwóch etapach. „Po pierwszej rundzie badania i analizie wyników organizator projektu przygotowuje kolejną

[4] Dobry i ciekawy przykład zastosowania metody wywiadów delfickich stanowi badanie dotyczące możliwości i kierunków transformacji tradycyjnych obszarów regionalnych kompetencji w województwie łódzkim, przeprowadzone w ramach projektu „Loris Wizja. Regionalny *foresight* technologiczny" [Rogut, Piasecki 2008].

wersję ankiety, zawężającą przedmiot badania, i rozsyła ją ponownie do tych samych ekspertów. Podczas ponownego wypełniania ankiety uczestnikom badania prezentowane są zbiorcze opinie wyrażone w pierwszej rundzie badania. Uczestnicy dokonują konfrontacji swojego poglądu z opiniami większości, popierając je lub pozostając przy swoim przekonaniu. Cykl ten jest powtarzany kilkakrotnie, aż do wypracowania pewnej zgody pomiędzy ekspertami. Prognozą jest więc uzgodniona opinia większości uczestników badania" [http://pentor-arch.tnsglobal.pl/48658.xml – data dostępu: 20.10.2012; zob. też Dittmann 2008: 186-189, http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86196.asp?soid=D7F6E33F6A-7B404E993F25B2AE47BEFF – data dostępu: 20.10.2012].

PRZYKŁAD DOŚWIADCZEŃ BADAWCZYCH

Tak przedstawiona technika wywiadu delfickiego została – przy pewnej modyfikacji – zastosowana (oprócz innych technik badawczych) w projekcie doktorskim Jakuba Ryszarda Stempnia, pt. „Obywatelski monitoring władzy państwowej i samorządowej w działalności wybranych organizacji pozarządowych". Obrona tej pracy odbyła się w czerwcu 2012 r. na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego [Stempień 2012].

Wywiady zostały przeprowadzone w latach 2010–2011 z udziałem ekspertów polskiego sektora non profit; byli to działacze pozarządowi kierujący organizacjami (prezesi stowarzyszeń, dyrektorzy oddziałów) oraz samodzielni urzędnicy szczebla samorządowego i rządowego, odpowiedzialni za współpracę z podmiotami sektora *non governmental*.

Same wywiady dotyczyły kwestii relacji sektora pozarządowego z sektorem publicznym w kontekście nadzoru obywatelskiego, sprawowanego nad instytucjami administracji publicznej w Polsce. Przedmiotem wywiadów była więc dotychczasowa, obecna oraz – przede wszystkim – przyszła aktywność tzw. organizacji strażniczych (*watchdog organisations*) w naszym kraju[5].

[5] Działalność organizacji strażniczych w następujący sposób charakteryzuje Wiktor Osiatyński: „tropią korupcję, badają sposób wydatkowania publicznych pieniędzy, sprawdzają przestrzeganie prawa i prawdziwość informacji podawanych przez urzędy oraz pilnują ochrony środowiska. Bronią także praw konsumentów, pacjentów oraz grup zagrożonych przez władze państwowe: więźniów, narkomanów, nosicieli wirusa HIV. Są tu także organizacje grup dyskryminowanych, organizacje reprezentujące interesy mniejszości narodowych czy religijnych, a także organizacje na rzecz praw kobiet i wiele innych. Wspólną cechą takich organizacji jest zdolność do monitorowania działalności organów państwa pod kątem zgodności z konstytucją, prawem krajowym i międzynarodowym, formułowania postulatów zmian prawa oraz występowania przeciw władzom i urzędnikom

Wywiady – w formule wywiadów swobodnych ukierunkowanych – były realizowane za pośrednictwem poczty elektronicznej. Przesyłane respondentom pytania miały charakter otwarty i zachęcały do dłuższych wypowiedzi. Ogółem zrealizowano 16 wywiadów eksperckich[6].

Należy tu podkreślić, że wykonane wywiady nie spełniały wszystkich kryteriów wywiadów delfickich w ich klasycznej postaci. W przypadku prezentowanego badania pomiar miał charakter jednokrotny[7], pytania zadane ekspertom nie dotyczyły tylko przyszłości, ale także diagnozy stanu obecnego i ocen niedawnej przeszłości. Zachowano wymóg izolacji ekspertów.

Wykonanie wspomnianego projektu badawczego – oprócz efektów merytorycznych – przyniosło określone doświadczenia w zakresie możliwości wykorzystania wywiadów eksperckich, w tym delfickich, w badaniach socjologicznych. Otóż okazuje się, że rola eksperta pozostawała dla respondentów czytelna, atrakcyjna i była przez nich chętnie przyjmowana, stanowiąc nawet źródło pewnej satysfakcji. Czytelna była również formuła wywiadu eksperckiego, na co wpływać mogła analogia (w samej formie „rozmowy") do wywiadów dziennikarskich. O osobach biorących udział w wykonanych wywiadach można zarazem powiedzieć, że – ze względu na swój wysoki status zawodowy – nawykły do roli osób wypowiadających swoje sądy w formie rozbudowanej i dość kategorycznej. Odpowiadało to w pełni przyjętym celom badawczym.

Należy zarazem podkreślić, że wykonane wywiady eksperckie spełniły swoją funkcję informacyjną, dostarczając interesującego materiału empirycznego. Respondenci przedstawiali ciekawe scenariusze dotyczące prognozowanych kierunków rozwoju działalności strażniczej w Polsce w nadchodzących latach. Wskazywali przy tym na czynniki, które mogą wpływać stymulująco bądź hamującą na rozwój analizowanego segmentu polskiego sektora pozarządowego (przykładowo: brak nowych możliwości finansowania, spodziewany rozwój

do rzecznika praw obywatelskich, parlamentu, sądu czy przed opinią publiczną" [Osiatyński 2004: 153; zob. też Nowicki, Fialova 2001: 11]. Dobrym przykładem takich organizacji i działań z terenu Polski są niewątpliwie Helsińska Fundacja Praw Człowieka, Sieć Obywatelska – Watchdog Polska, Laboratorium Monitoringu Budżetu czy Centrum Pomocy Prawnej im. Haliny Nieć.

[6] Wywiady były prowadzone w języku polskim. Wyjątek stanowi jeden wywiad udzielony w języku angielskim przez eksperta międzynarodowej organizacji strażniczej i grantodawczej, zajmującego się obszarem Europy Środkowo-Wschodniej. Do respondentów – w ramach podziękowania za udział w badaniu – przesłane zostały materiały multimedialne, ilustrujące najważniejsze wyniki dotychczasowych prac badawczych, prowadzonych w ramach projektu.

[7] Jednorazowy charakter pomiaru wynikał z faktu bardzo różnych perspektyw i doświadczeń zawodowych ekspertów. Uzgadnianie opinii respondentów mogłoby tu wiązać się ich „uśrednianiem", a więc poznawczymi stratami.

dialogu obywatelskiego). Prognozowano zatem między innymi deformalizację działań strażniczych oraz podejmowanie monitoringu w nowych obszarach (postępująca specjalizacja). Warto tu zaznaczyć, że uzyskanie porównywalnego materiału prognostycznego w inny sposób (w tym także w drodze własnych spekulacji badacza) nie wydaje się możliwe.

KONSEKWENCJE ZASTOSOWANIA WYWIADÓW EKSPERCKICH W BADANIACH SOCJOLOGICZNYCH

Już powyższa – z konieczności – skrótowa charakterystyka wskazuje, że odwołanie do wiedzy fachowej i doświadczenia aktorów społecznych powoduje określone konsekwencje w zakresie przemodelowania dotychczasowej roli socjologa jako samodzielnego, kompetentnego badacza konkretnego wycinka rzeczywistości społecznej. W istocie prowadzi to również do zaakceptowania odmienności w roli respondenta, a więc uznania jego bardziej partnerskiego, quasi-autorskiego wkładu w wyniki i ogólną wartość badania kosztem relacji władzy i statusu.

Można bowiem przyjąć (odwołując się do słów Earla Babbiego), że w obecnej praktyce badań socjologicznych, w tym zwłaszcza wywiadów socjologicznych, dominują relacje badacza i respondenta oparte na stosunku władzy. Babbie pisze wprost: „w tradycyjnym spojrzeniu na naukę ukryte są pewne różnice władzy i statusu, oddzielające badacza od badanych […]. Osoba prowadząca sondaż układa pytania, decyduje, kto będzie wybrany do badań i odpowiada za interpretację zebranych danych. Socjologowie często postrzegają związek tego rodzaju jako relację władzy czy statusu. W projektach eksperymentalnych i sondażowych badacz po prostu dysponuje większą władzą i wyższym statusem niż badani. Badacz ma specjalną wiedzę, która nie jest dostępna badanym. Badacze nie są tak niegrzeczni, by powiedzieć, że są lepsi od badanych, ale w pewnym sensie istnieje takie założenie" [Babbie 2004: 315–316] [podkreślenia – J.R. Stempień, W.A. Rostocki].

Z jednej strony występuje zatem respondent, który jest podporządkowany badaczowi, wykonuje zlecane przez niego zadania (odpowiada na pytania lub wypełnia polecenia ankietera) i nie zawsze dokładnie rozumie swoją rolę oraz uprawnienia, a także cele badania [Neyman-Mascarou 1985: 79–82]. Drugą stroną relacji pozostaje całkowicie podmiotowy, kompetentny oraz neutralny badacz, sterujący procesem badania i analizujący uzyskane wyniki. „Przewaga profesjonalisty [ankietera – przyp. J.R. Stempień, W.A. Rostocki] przejawia się

w typowym wywiadzie w każdym momencie jego trwania, w każdym jego aspekcie: do niego należy inicjatywa i zadawanie pytań" [Neyman-Mascarou 1985: 89].

Instrumentalny status ankietowanego w typowych badaniach socjologicznych trafnie scharakteryzowała Anna Giza, pisząc, że tzw. „respondent syntetyczny wkracza w sytuację wywiadu, definiując się przedmiotowo, tj. jako obiekt badania, a nie partner badacza w konstruowaniu wiedzy o społeczeństwie. Stosunek do ankietera postrzega jako nierównoważny – ankieter jest lepiej wykształcony, bardziej kompetentny, a nade wszystko lepiej wtajemniczony" [1985]. Zagadnienie to omawiają również Katarzyna Staszyńska [1989: 80–84] oraz Włodzimierz Andrzej Rostocki, według którego „badany nie tylko należy do części świata zewnętrznego wobec badacza, ale przyjęte w socjologii reguły naukowego postępowania każą go traktować jako obiekt, materialną rzecz, zasobnik z informacjami" [1999: 30; zob. też Rostocki 1992]. Elżbieta Neyman-Mascarou, analizując status respondenta w typowym wywiadzie socjologicznym, odwołuje się nawet do Marksowskiej kategorii alienacji [1985: 89–91].

Z kolei pozycję badacza można scharakteryzować, odwołując się do następujących słów Anny Wyki, relacjonującej składowe scjentystycznego, pozytywistycznego światopoglądu w socjologii: „zjawiska społeczne i tworzący je ludzie są jedynie zewnętrznymi wobec badacza obiektami – przedmiotem, «nad» którym socjolog prowadzi badania. Badacz staje niejako «ponad» rzeczywistością, i co więcej, uważa się go za wyposażonego w rodzaj szczególnej metaświadomości i kompetencji […]. Bywa, że relacja badawcza przybiera postać manipulacji rzeczą – badanym dla osiągnięcia celów badawczych" [1993: 47; zob. też Neyman-Mascarou 1985: 84].

Przywołane wyżej teksty i wypowiedzi (za wyjątkiem książki Babbiego) powstały w latach 80. i 90. XX w., mogą więc sprawiać wrażenie nie w pełni aktualnych. Ich bieżącą ważność potwierdzają jednak zapisy Kodeksu Etyki Socjologa uchwalonego przez Walne Zgromadzenie Delegatów Polskiego Towarzystwa Socjologicznego w dniu 25 marca 2012 r. Wydaje się szczególnie znaczące, że w rozdziale poświęconym relacjom socjologów z uczestnikami badań w ogóle nie występują takie terminy jak: „partnerstwo", „równość", „równoważność", „wzajemność" czy nawet „szacunek" lub „godność". Wskazane w kodeksie zobowiązania socjologa wobec respondentów są natomiast charakteryzowane z punktu widzenia odpowiedzialności silniejszego i mądrzejszego za słabszego i mniej kompetentnego.

Tymczasem realizacja wywiadów eksperckich wymaga odmiennego układu ról badacza i respondenta. Badacz musi tu pozostawać otwarty na merytoryczne propozycje, zgłaszane przez traktowanych partnersko uczestników badania. Pro-

pozycje te powinny nie tyle stanowić przedmiot analiz socjologicznych, ile być raczej – po odpowiednim opracowaniu merytorycznym – bezpośrednio włączane do obszaru wniosków badawczych.

ROLA RESPONDENTA – WYMOGI METODOLOGICZNE

W typowym wywiadzie socjologicznym (zarówno standaryzowanym, jak i swobodnym) wobec respondenta wysuwany jest stosunkowo wąski katalog oczekiwań lub wymogów metodologicznych. Do grona czynników, które wykluczają daną osobę z udziału w badaniu w charakterze respondenta (pomimo jej fizycznej dostępności i ewentualnego zainteresowania badaniem), zalicza się zatem: analfabetyzm i inne bariery językowe, upośledzenie umysłowe, ciężkie choroby, alkoholizm oraz narkomanię [Staszyńska 1989: 14; Pokorska, Sztabiński 2000: 305–306]. Powyższy wykaz autorzy „Podręcznika ankietera" uzupełniają o te dyskwalifikujące okoliczności, w których realizacja wywiadu z danym respondentem mogłaby wiązać się dla ankietera/ankieterki z określonym niebezpieczeństwem (np. pobicie, kradzież, molestowanie seksualne) [Pokorska, Sztabiński 2000: 305–306, 311–312]. Z grona potencjalnych ankietowanych powinny być również wykluczane osoby, które w niedalekiej przeszłości brały udział w badaniach socjologicznych, oraz te, które zawodowo zajmują się przygotowaniem, realizacją i opracowaniem badań społecznych (socjologicznych, marketingowych itd.), gdyż ich wiedza i doświadczenie czyni je respondentami „niereprezentatywnymi" [Sawiński 2000: 107–108].

Powyższe restrykcje można zatem streścić w czterech dyrektywach. Po pierwsze, nie należy realizować wywiadów z respondentami, o których a priori wiadomo, że nie będą w stanie udzielić wartościowych, sensownych odpowiedzi na zadane przez ankietera pytania. Po drugie, nie należy realizować wywiadów z respondentami dla ankietera niebezpiecznymi. Po trzecie, nie należy realizować wywiadów z osobami, które zawodowo zajmują się badaniami społecznymi. Po czwarte, nie należy realizować wywiadów z osobami, które niedawno brały udział w podobnym badaniu. Wszystkie pełnoletnie osoby, które nie zostały wykluczone przez powyższe restrykcje, kwalifikują się zatem jako kandydaci na respondentów w wywiadzie socjologicznym.

Tymczasem od respondenta-eksperta należy oczekiwać pewnych dodatkowych charakterystyk. Autorzy prezentowanego tekstu proponują uwzględnić tu przede wszystkim szczególną metaświadomość badanego, dotyczącą zdarzeń społecznych, których jest on uczestnikiem. Respondent-ekspert powinien zatem

cechować się umiejętnością przedstawiania własnej rzetelnej i pełnej analizy określonych (w pewien sposób mu bliskich) zjawisk społecznych, a nie jedynie relacjonowania tych zdarzeń i swojego wobec nich stanowiska. Taki uczestnik badania powinien więc sensownie i wiarygodnie wytłumaczyć, dlaczego dane zdarzenie przebiegło w konkretny (a nie inny) sposób i dlaczego w ogóle do niego doszło. Powinien również wskazać możliwe alternatywne scenariusze wydarzeń.

Ponadto respondent-ekspert powinien posiadać odpowiednie doświadczenie w działaniu społecznym (jako aktor społeczny projektujący i animujący działania w imieniu własnym lub swojego środowiska). Może to być przykładowo:

– działacz polityczny, którego własne doświadczenie wskazuje, jak pewne programy (społeczne, gospodarcze, polityczne) inicjowane przez struktury polityczne są przyjmowane/aprobowane przez społeczeństwo i realizowane przez odpowiednie instytucje;

– biznesmen, który posiada własne doświadczenia w zakresie tempa i logiki zmian w przepisach prawa dotyczących tego obszaru gospodarki, w którym prowadzi on swoją działalność;

– działacz społeczny, który posiadając doświadczenie we współpracy z instytucjami administracji publicznej, wie, w jaki sposób interpretowane są konkretne przepisy prawa.

Respondent-ekspert powinien zatem dobrze znać środowisko swojego działania. Dotyczy to zarówno instytucji lub grupy, którą sam reprezentuje, jak i jej partnerów w działaniu (rozumianych jako sojusznicy i przeciwnicy). Powinien więc znać ich motywacje, zasoby, style działania.

Mając taką wiedzę i doświadczenie respondent-ekspert powinien być zdolny do przedstawienia klarownej i spójnej wizji zdarzeń przyszłych, podając przyczyny, dla których pewne ze scenariuszy wydają mu się bardziej prawdopodobne niż inne.

PODSUMOWANIE – MOŻLIWOŚCI REALIZACJI W SOCJOLOGII BADAŃ Z UDZIAŁEM EKSPERTÓW

Realizacja w socjologii badań z udziałem ekspertów wydaje się właściwa w odniesieniu do tych obszarów życia społecznego, które współcześnie ulegają procesowi zaawansowanej profesjonalizacji. Chodzi zatem o te sfery życia społecznego, w których sprawne funkcjonowanie wymaga od aktorów społecznych dysponowania odpowiednią wiedzą fachową (której socjolog może być pozbawiony). Dotyczy to w pierwszym rzędzie problemów z zakresu działalności za-

wodowej (zagadnienia prawne, instytucjonalne, ekonomiczne lub ich wzajemne powiązania). Jednak współcześnie także aktywność pozazawodowa (zwłaszcza hobbystyczna, społecznikowska) ulega swoistej profesjonalizacji i tu również właściwe może być odwołanie się do propozycji analitycznych oferowanych przez samych aktorów społecznych. W takich właśnie obszarach realizacja wywiadów eksperckich w socjologii wydaje się właściwa i pożądana, niosąc określone korzyści poznawcze i organizując proces badawczy w sposób przyjazny i atrakcyjny dla samych respondentów, co – z etycznego punktu widzenia – również powinno mieć istotne znaczenie.

BIBLIOGRAFIA

Babbie E. [2004], *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Bendyk E. [2007], *Ray Kurzweil: Faust współczesny*, „Polityka" 8.03.2007.

Churchill G.A. [2002], *Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Dittmann P. [2008], *Prognozowanie w przedsiębiorstwie. Metody i ich zastosowanie*, Kraków: Wolters Kluwer Polska.

Flis A. (oprac.) [1999], *Wyzwania wobec nauk społecznych u progu XXI wieku*, Kraków: Universitas.

Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D. [2001], *Metody badawcze w naukach społecznych*. Poznań: Zysk i S-ka.

Giza A. [1985], *Językowe niepowodzenia respondentów w badaniach socjologicznych*, [w:] K. Lutyńska (red.), *Z metodologii i metodyki socjologicznych badań terenowych*, Warszawa: IFiS PAN.

Kodeks Etyki Socjologa uchwalony przez Walne Zgromadzenie Delegatów Polskiego Towarzystwa Socjologicznego w dniu 25 marca 2012 r.

Kuehnelt-Leddihn E. [2008], *Demokracja – opium dla ludu?*, Łódź-Wrocław: Thesaurus.

Lutyński J. [1994], *Metody badań społecznych. Wybrane zagadnienia*, Łódź: Łódzkie Towarzystwo Naukowe.

Magruk A. [2005], *Foresight – nowa metoda prognozowania heurystycznego*, [w:] L. Kiełtyka, J. Nazarko (red.), *Technologie i prognozowanie w zarządzaniu. Wybrane zagadnienia*, Białystok: Wydawnictwo Politechniki Białostockiej.

Mayntz R., Holm K., Hübner P. [1985], *Wprowadzenie do metod socjologii empirycznej*, Warszawa: PWN.

Neyman-Mascarou E. [1985], *Socjolog i maski*, [w:] E. Mokrzycki, M. Ofierska, J. Szacki (red.), *O społeczeństwie i teorii społecznej: księga poświęcona pamięci Stanisława Ossowskiego*, Warszawa: PWN.

Nowicki M., Fialova Z. [2001], *Human Rights Monitoring*, Warszawa: Helsińska Fundacja Praw Człowieka.

Osiatyński W. [2004], *Rzeczpospolita obywateli*, Warszawa: Rosner & Wspólnicy.

P o k o r s k a A., S z t a b i ń s k i F. [2000], *Ankieterzy o swojej pracy*, [w:] Z. Sawiński, P.B. Sztabiński, F. Sztabiński (red.), *Podręcznik ankietera*, Warszawa: SMG/KRC Poland Media SA i IFiS PAN.

P o s t m a n N. [2004], *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, Warszawa: Wydawnictwo Literackie „Muza".

P r z y b y ł o w s k a I. [1978], *Wywiad swobodny ze standaryzowaną listą poszukiwanych informacji i możliwości jego zastosowania w badaniach socjologicznych*, „Przegląd Socjologiczny" XXX.

R a j c a L. [2007], *Demokracja*, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Grado.

R o g u t A., P i a s e c k i B. [2008], *Delphi. Technologie przyszłości*, Łódź: Społeczna Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania w Łodzi.

R o s t o c k i W.A. [1992], *Bezradny respondent. Trudność pytań w wywiadzie kwestionariuszowym*, Łódź: Instytut Socjologii Uniwersytetu Łódzkiego.

R o s t o c k i W.A. [1999], *Socjologia a prywatność*, „Przegląd Socjologiczny" XLVIII.

S a w i ń s k i Z. [2000], *Metody doboru respondenta*, [w:] Z. Sawiński, P.B. Sztabiński, F. Sztabiński (red.), *Podręcznik ankietera*, Warszawa: SMG/KRC Poland Media SA i IFiS PAN.

S t a s z y ń s k a K.M. [1989], *Wiarygodność respondentów w socjologicznych badaniach ankietowych*, Warszawa, Kraków, Wrocław: ZN. im. Ossolińskich.

S t e m p i e ń J.R. [2012], *Obywatelski monitoring władzy państwowej i samorządowej w działalności wybranych organizacji pozarządowych* – praca doktorska obroniona na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego 18.06.2012, dostępna w Bibliotece Uniwersytetu Łódzkiego.

S u p e r n a t J. [2005], *Zarządzanie*, Wrocław: Kolonia Ltd.

S z t u m s k i J. [2005], *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Katowice: Wydawnictwo Naukowe „Śląsk".

<www.eei.com.pl>

<www.pentor-arch.tnsglobal.pl>

<www.pi.gov.pl>

<www.research-pmr.com>

W y k a A. [1993], *Badacz społeczny wobec doświadczenia*, Warszawa: IFiS PAN.

Podziękowania

Autorzy chcieliby serdecznie podziękować Pani dr Krystynie Dzwonkowskiej-Goduli za cenne i życzliwe komentarze, które stanowiły inspirację dla dokładniejszego scharakteryzowania statusu respondenta-eksperta w wywiadach eksperckich.

Autorzy uprzejmie dziękują również wszystkim dyskutantom, których uwagi dotyczące referatu „Wywiady eksperckie i wywiady delfickie w socjologii – możliwości i konsekwencje wykorzystania. Przykłady doświadczeń badawczych", zaprezentowanego podczas konferencji „Przyszłość technik badawczych w socjologii" w październiku 2012 r., pozwoliły na udoskonalenie zaproponowanych tez.

Jakub Ryszard Stempień
Włodzimierz Andrzej Rostocki

POSSIBILITIES AND CONSEQUENCES OF USING AN EXPERT OPINION SURVEY AND DELPHI INTERVIEWS IN SOCIOLOGICAL STUDIES. SOME EXAMPLES OF APPLICATION INTO RESEARCH PRACTICE

(Abstract)

In the article the technique of an expert opinion survey and Delphi interviews (as a kind of expert interviews) is described. Reasons for using those interviews in contemporary sociological investigations are presented as well. Experiences of implementing those interviews into research practice of other disciplines of science and among applied researches are shortly shown. The description of the expert opinion survey and Delphi interviews is enlarged with presentation of an own research experiences. In the article some consequences of referring among academic sociological investigations to expertise and experience of social actors are analyzed. Those consequences mean the necessity of redefining the role of a sociologist and a respondent. The relation of the sociologist and the respondent should be redefined in order to implement the factor of partnership and diminish significance of the aspect of power and status. In the article some areas of sociological researches are suggested as especially adequate for using the expert opinion survey and Delphi interviews.

Key words: respondent, sociological interview, expert opinion survey, Delphi interview

KAMIL ŁUCZAJ
Uniwersytet Jagielloński

WYWIAD GRUPOWY Z WYKORZYSTANIEM MATERIAŁÓW FILMOWYCH – REFLEKSJE BADACZA

Streszczenie

Artykuł prezentuje założenia metodologiczne oraz wskazówki praktyczne dotyczące prowadzenia wywiadu grupowego z wykorzystaniem materiałów filmowych. Rozważania oparte zostały na doświadczeniach własnych z okresu realizacji projektu, który dotyczył recepcji seriali tradycyjnych i seriali typu *post-soap*. W tym celu zorganizowałem i poprowadziłem w różnych częściach Polski cztery wywiady grupowe z mieszkankami wsi popegeerowskich (minigrupy, osoby znające się wcześniej). Celem artykułu jest pokazanie, że wywiady grupowe są dobrą techniką badań także w kontekście akademickim, a nie tylko, jak zwykło się przyjmować, w komercyjnych badaniach marketingowych. Artykuł składa się z pięciu części. W pierwszej prezentuję dorobek polskich studiów kulturowych w zakresie badania publiczności telewizyjnych. Następnie omawiam ogólne założenia wywiadów grupowych z wykorzystaniem materiałów filmowych. W trzeciej części przedstawiam przeprowadzony przez siebie projekt badawczy, na którego podstawie wyprowadziłem przedstawiane tu wnioski. Część czwarta stanowi analizę korzyści i zagrożeń, które powoduje zastosowanie tego typu wywiadów. W piątej części, podsumowującej, prezentuję zaś schemat przygotowania badania z wykorzystaniem materiałów filmowych.

Słowa kluczowe: FGI, badania wizualne, materiał filmowy

* e-mail: kamil.luczaj@gmail.com

WYWIADY GRUPOWE Z WYKORZYSTANIEM MATERIAŁÓW FILMOWYCH W POLSKICH STUDIACH KULTUROWYCH

Technika wywiadu grupowego z wykorzystaniem materiałów filmowych, choć dotychczas w polskiej socjologii kultury była wykorzystywana rzadko, jest w stanie zapewnić rezultaty nieosiągalne przy użyciu bardziej tradycyjnych sposobów wprowadzenia badań. Obszarem nauki, który – jak się wydaje – szczególnie potrzebuje tej techniki, są przede wszystkim badania różnych publiczności telewizyjnych. Chociaż w polskiej socjologii, a także kulturoznawstwie wiele prac poświęcono serialom telewizyjnym, to duża część z nich ma charakter analiz teoretycznych [por. np. Kisielewska 2004; 2008; 2009], które są oczywiście niezwykle potrzebne, jednak nie dostarczają danych dotyczących realnych procesów wiążących się z dekodowaniem przekazu medialnego. Gillian Rose wyróżniła trzy obszary związane z badaniem obrazu: obszar „wytwarzania obrazu" (produkcja, dystrybucja), „obszar samego obrazu" (treść) oraz „obszar odbiorczości" [Rose 2010: 33]. Znaczna część dotychczasowych badań prowadzonych tradycyjnymi metodami koncentrowała się na obszarze samego obrazu. Polski czytelnik może obecnie sięgnąć po kompleksowe analizy treści seriali telewizyjnych stworzone przez wielu autorów. Wśród nich wyróżniają się prowadzone od wielu lat badania Krzysztofa Arcimowicza [2003; 2008] na temat ról społecznych sprawowanych przez poszczególnych serialowych bohaterów. Podobne badania wykonała także Beata Łaciak [2007; 2008]. Znaczną liczbę artykułów poświęcono także poszczególnym serialom, w szczególności zaś serialom *post-soap* [por. np. Bokiniec 2011; Bożek 2011; Nowak 2011]. Badania dotyczące obszaru wytwarzania obrazu nie są tak bardzo rozwinięte, jednak można znaleźć pojedyncze przykłady prac naukowych podejmujących tę tematykę [por. Kowalski, Jung 2006], nieco popularniejsze są natomiast artykuły publicystyczne [por. np. Rancewska 2004]. Badania dotyczące odbiorczości seriali telewizyjnych należą w Polsce do prawdziwej rzadkości i zwykle mają charakter obserwacji etnograficznych [por. Halawa 2006], mimo że podobne projekty były prowadzone w innych krajach [por. np. Tulloch 2000; Abu-Lughod 2005; Ang 2005]. Jednym z możliwych wyjaśnień tego stanu rzeczy są trudności metodologiczne, które mogą zniechęcać badaczy potencjalnie zainteresowanych tego typu badaniami. Niniejszy artykuł został więc zaplanowany jako wyjaśnienie podstawowych zasad organizacji wywiadu grupowego z wykorzystaniem materiałów filmowych.

WYWIADY GRUPOWE Z WYKORZYSTANIEM MATERIAŁÓW FILMOWYCH: GŁÓWNE ZAŁOŻENIA

Prezentację omawianej techniki należy rozpocząć od przedstawienia głównych założeń dotyczących wywiadów grupowych. Zgodnie z definicją Dominiki Maison „zogniskowany wywiad grupowy to dyskusja prowadzona przez tzw. moderatora, w której uczestniczy jednocześnie kilka osób, tradycyjnie od 7 do 9. Zadaniem moderatora jest odpowiednie ukierunkowanie (zogniskowanie) wywiadu, tak aby dowiedzieć się jak najwięcej na temat będący przedmiotem badania" [Maison 2010: 61]. Obecnie praktyka badawcza dopuszcza jednak zmniejszenie liczebności tej grupy. Coraz popularniejszą formą staje się minigrupa, licząca 4–5 osób [Maison 2010: 68]. Forma ta umożliwia przezwyciężenie trudności, którą przy większej liczbie respondentów jest niemożność pogłębienia tematu wywiadu. Wyniki badań minigrupy umożliwiają ponadto lepszą obserwację niespójności pojawiających się w wypowiedziach respondentów. Współczesne trendy badawcze zachęcają również do rezygnacji z tradycyjnego postulatu doboru nieznających się wcześniej uczestników badania. W ten sposób w jednej grupie znajdują się osoby, które posiadają wiedzę o sobie, najczęściej łączą je również pewne zmienne społeczno-demograficzne (np. gdy do badania typu *affinity group* zaprasza się koleżanki z pracy, mieszkanki tej samej okolicy) [Maison 2010: 71]. Badanie takie minimalizuje lęk przed wyrażaniem opinii wśród nieznanych sobie osób. Projekt opierający się na badaniach z wykorzystaniem grup fokusowych powinien zakładać przeprowadzenie badań przynajmniej w dwóch lub trzech grupach, ponieważ – zdaniem ekspertów – jest to minimalna liczba pozwalająca na weryfikację przyjętych hipotez [Barbour 2011: 234].

Ze względu na podzielany przeze mnie pogląd, że fokus, aby osiągnął maksymalną efektywność, powinien być prowadzony w sposób „pomysłowy i kreatywny" [Barbour 2011: 240], idealnym jego uzupełnieniem wydają się odpowiednio dobrane materiały filmowe. W tym momencie dochodzimy do istot techniki, której opis stanowi główny cel niniejszego artykułu. Ironizując, Markus Banks zdefiniował ją jako „oglądanie ludzi oglądających telewizję, a potem rozmawianie z nimi na temat tego, co widzieli" [Banks 2009: 109]. Studium przypadku, na którym opiera się niniejszy artykuł, odpowiadało na pytanie, jak kobiety wykluczone społecznie dekodują kody pochodzące z seriali, które oglądają [por. Łuczaj 2013a][1]. W tym celu niezbędny wydawał mi się

[1] Określam respondentki mianem „wykluczonych", ponieważ zamieszkują one obszary defaworyzowane, za które w Polsce można uznać wsie popegeerowskie, gdzie prowadzono badanie.

quasi-eksperyment, którego założenia opisuję w kolejnej części tego artykułu. Przedstawiony tu przypadek korzysta więc z materiału filmowego na kilka różnych sposobów. Zdaniem Jukki Törrönena filmy (i inne materiały bodźcowe) mogą bowiem służyć jako: a) „wskazówki" (badamy wówczas skojarzenia i historie, które wywołuje przedstawiony materiał), b) „miniatury" (celem badacza jest porównanie świata zawartego w materiale i świata życia badanej osoby) lub c) „prowokacje", skłaniające respondenta do wyrażenia swojej opinii na pewien (często kontrowersyjny) temat, czemu zwykle towarzyszy przełamanie konwencji myślowych. Törrönen tłumaczy sens tego rozróżnienia na przykładzie badania z wykorzystaniem butelki wódki marki Smirnoff. Kiedy zapytamy badanego, co reprezentuje ten przedmiot, jego odpowiedź będzie dotyczyła skojarzeń i historii związanych z alkoholem (butelka jest w tym przypadku znakiem ikonicznym). Gdy jednak zapytamy, kim są osoby nadużywające tego trunku, butelka wódki będzie stanowiła wskaźnik pewnego stylu życia (w odniesieniu do własnego doświadczenia życiowego i wartości). Badacz może jednak zaprezentować tę samą butelkę, mówiąc, że symbolizuje ona „wyzwolenie i kobiecość", co prawdopodobnie sprowokuje rozmówców do wyrażenia swoich poglądów na temat związków pomiędzy męskością a kulturą picia alkoholu [Törrönen 2002: 345–346]. W przedstawionym projekcie badawczym materiały filmowe wykorzystano w każdy z tych trzech sposobów.

WYWIADY Z WYKORZYSTANIEM MATERIAŁÓW FILMOWYCH: PRZYKŁADOWE CELE BADAWCZE

Badanie prowadzone przeze mnie na przełomie 2011 i 2012 roku miało wyjaśnić przede wszystkim, w jaki sposób mieszkanki polskich obszarów wiejskich rozumiały przekaz zawarty w serialach telewizyjnych[2]. W tym kontekście interesowało mnie głównie to, czy respondentki wymienią wszystkie pojawiające się w przekazie wątki, motywy i symbole, które łatwo jest zinterpretować

W kontekście badania szczególnie istotne jest to, że miejsce zamieszkania uniemożliwiało (lub znacząco utrudniało) respondentkom kontakt z kulturą zinstytucjonalizowaną. Ponadto – zazwyczaj kobiety te posiadały wykształcenie nie wyższe niż średnie. Mówiąc językiem Pierre'a Bourdieu, miały one ograniczoną „kompetencję kulturową". Jako czynnik wykluczający może być potraktowana również płeć respondentek, ponieważ w kulturze zachodniej „kobiece" formy kultury traktowane są jako mniej znaczące i mniej poważne niż treści „męskie". Zagadnienia te omawiam szerzej w innym miejscu [Łuczaj 2013: 15–33].

[2] Przeprowadzono cztery wywiady fokusowe, w których wzięło udział piętnaście kobiet zamieszkujących cztery wsie popegeerowskie zlokalizowane w różnych rejonach Polski.

przeciętnemu młodemu członkowi miejskiej klasy średniej[3]. Innymi słowy, planowałem sprawdzić, czy dokonane przez nie odczytania będą koherentne z odczytaniami grupy docelowej seriali (problem „preferowanego odczytania" omawiam w dalszej części artykułu). Kolejna grupa pytań była związana ze sposobem odczytywania tekstów kultury, jakimi są seriale telewizyjne. Trzy kolejne pytania badawcze brzmiały więc w następujący sposób:

– Jaki typ odczytania tekstu (hegemoniczne/wynegocjowane/opozycyjne)[4] audiowizualnego przeważa w interpretacjach badanych?

– W jaki sposób respondentki reagują na treści społeczne i polityczne (ideologiczne) zawarte w serialu? Czy je dostrzegają?

– Jak respondentki reagują na treści niezgodne z ich światopoglądem?

Poza treścią samego obrazu i jego ideologiczną wymową badałem więc, czy respondentki wpisują oglądany obraz w szerszy horyzont społeczny. W tym punkcie interesujące były komentarze na temat aktorów, producentów serialu, reklamodawców (*product placement*) czy związków fabuły z „realnymi" wydarzeniami.

Każda z czterech przeprowadzonych przeze mnie sesji miała podobny przebieg[5]: zaczynała się od „rozgrzewki" na temat sposobów oglądania serialu „M jak miłość", następnie dochodziło do projekcji jednego z losowo dobranych odcinków tej produkcji, po czym przystępowaliśmy do właściwej części wywiadu. Druga część, dotycząca „Współczesnej rodziny", przebiegała podobnie, przy czym pozbawiona była już rozgrzewki, ponieważ w trakcie wywiadu kwestionariuszowego okazało się, że żadna respondentka wcześniej tego serialu nie oglądała. Wybór dwóch znacząco się od siebie różniących produkcji podyktowany był chęcią zbadania reakcji, które – jak można było założyć (i jak się w rzeczywistości okazało) – są zupełnie różne w wypadku obu seriali.

Przygotowanie takiego badania wymagało podjęcia szeregu wstępnych decyzji. Mając już wybraną próbę badawczą (respondentek i seriali) stanąłem przed ostatnim ważnym wyborem, który dotyczył metody mającej umożliwić (re) konstrukcję preferowanego znaczenia obrazu, co zwykle stanowi kwestię bardzo wrażliwą i podatną na krytykę [Ang 2005]. Konieczne wydawało się tu bowiem założenie, że badacz posiada dostęp do „właściwego", „typowego" odczytania. Zagadnienie to wiązało się z refleksyjnością mojego badania [Banks 2009:

[3] Mam na myśli zrozumienie prostych symboli kulturowych, takich jak wąsy czy „białe slipy". Odczytanie preferowane zostało zrekonstruowane z wykorzystaniem metody sędziów kompetentnych, którą omawiam w dalszej części artykułu.

[4] Jest to typologia zaproponowana przez Stuarta Halla (1987 r.).

[5] Każda z sesji została poprzedzona indywidualnymi wywiadami kwestionariuszowymi.

40]. Będąc mężczyzną, członkiem miejskiej klasy średniej, posiadając wyższe wykształcenie i „miejski" typ kapitału kulturowego, patrzyłem na serialowe przedstawienia w inny sposób niż przypuszczalnie czynią to respondentki. Moje umiejscowienie w strukturze klasowej społeczeństwa działało jednak na moją korzyść, ponieważ to raczej ja niż uczestniczki moich badań znajduję się w grupie docelowej analizowanych seriali[6]. Warunkiem koniecznym przeprowadzenia zaplanowanego „eksperymentu" było zakodowanie materiału według kanonów zrozumiałych dla członka miejskiej klasy średniej. Dokonałem więc osobiście analizy semiotycznej odpowiednich fragmentów seriali telewizyjnych. Chcąc uniknąć subiektywizmu przy nadawaniu kodów, poprosiłem o pomoc jeszcze pięć osób o podobnym statusie społeczno-ekonomicznym [por. Rose 2010: 98]. Z ich udziałem zorganizowałem badanie fokusowe (minigrupa znających się osób), które pomogło ustalić preferowane znaczenie seriali, jakie w dalszej części badań miały zostać zaprezentowane respondentkom. Strategia ta jest zbliżona do znanej w psychologii „metody sędziów kompetentnych" [Shaughnessy, Zechmeister, Zechmeister 2002: 128–130] lub „grupy delfickiej" (panelu ekspertów) w naukach o zarządzaniu [Barbour 2011: 244–245]. Badanie to połączone z interpretacją wylosowanych odcinków seriali stanowiło przygotowawczą, aczkolwiek konieczną fazę badania [Törrönen 2002: 346].

Celem tej części badania było ustalenie odpowiedzi na następujące pytania:

1. O czym opowiada oglądany odcinek?
2. Jakie wątki obyczajowe można wyróżnić?
3. Jakie tematy społeczne zostały w nim poruszone?
4. Jakie treści ideologiczne można wskazać? Kto je wyraził? W jaki sposób?
5. Jakie nawiązania do innych tekstów kultury pojawiły się w tym odcinku?
6. Jakie produkty były reklamowane w trakcie trwania serialu?
7. Co na podstawie obejrzanego odcinka można powiedzieć o producentach serialu?
8. Jakie subiektywne wrażenia odniósł widz po obejrzeniu tego odcinka?

Uzyskane w ten sposób wyniki stanowiły punkt odniesienia do analizy wypowiedzi respondentek w wywiadach grupowych, które były prowadzone według bardzo podobnego schematu. Scenariusz zakładał, że część wywiadu następującą bezpośrednio po projekcji filmu rozpoczynałem od prośby o opisanie historii, która właśnie została opowiedziana. Celem było wskazanie „tematów dyskursu"

[6] Na niekorzyść działała jedynie moja płeć, gdyż w grupie docelowej odbiorców seriali dominują kobiety, por. Informacje prasowe TVP: http://www.tvp.pl/o-tvp/centrum-prasowe/pytania--dziennikarzy/jaka-bedzie-oferta-nowego-kanalu-tematycznego-tvp-seriale/3154750 [12 XI 2011].

(*topics of discourse*). Jeżeli interesujące z badawczego punktu widzenia tematy nie pojawiały się samoistnie, to kierowałem na nie uwagę badanych [Tulloch 2000: 162]. Następnie zadawane były kolejne pytania, które w miarę możliwości zostawały pogłębiane. Istotne były również treści nieujęte w powyższym schemacie, które pojawiały się w czasie trwania dwuipółgodzinnego wywiadu.

Projekt badawczy, którego część scharakteryzowałem powyżej, pozwolił mi udzielić odpowiedzi na wiele pytań związanych z odbiorem stacji telewizyjnych, których nie będę w tym miejscu szczegółowo omawiał [por. Łuczaj 2013a]. Zadaniem, jakie stoi przed pozostałą częścią niniejszego tekstu, jest umożliwienie innym badaczom skorzystania z podstawowych zalet związanych z tego typu badaniami, a także wskazanie, jakie trudności mogą się z nimi wiązać. Chciałbym jednak zauważyć, że zastosowana tu metodologia pozwoliła lepiej zrozumieć szereg skomplikowanych procesów, które – jak sądzę – nie zostałyby wystarczająco dobrze zbadane z wykorzystaniem tradycyjnych narzędzi ilościowych (ankiety) i jakościowych (wywiady pogłębione). W trakcie rozmów z poszczególnymi grupami respondentek udało mi się bowiem ustalić, że:

– respondentki miały trudności z dekodowaniem prostych symboli kulturowych, takich jak „białe slipy" czy „wąsy" (nie potrafiły skojarzyć ich z jednoznacznie negatywną konotacją, którą wskazali wielkomiejscy sędziowie[7]);

– główną zaletą seriali, na którą zwracały uwagę respondentki, była realistyczność serialu, a także jego nieskomplikowana forma, która nie zakłóca odbioru;

– respondentki były skłonne akceptować treści niezgodne z ich światopoglądem, dlatego że uznawały serial za realistyczny (np. argumentowały, że homoseksualizm powinien zostać ukazany w serialu, ponieważ takie jest życie);

– ulubioną strategią interpretacyjną respondentek było odwoływanie się do własnego doświadczenia życiowego (np. przy omawianiu wychowania serialowych dzieci, mówiły o własnych dzieciach);

– niemal wszystkie respondentki, mimo niektórych deklaracji, doskonale orientuje się w fabułach serialowych, co pozwala uznać, że stanowią one ważny element ich świata, życia, wiedzy podręcznej [por. Schütz 2008];

– respondentki zazwyczaj przyjmowały bezrefleksyjnie hegemoniczny wizerunek miasta, nie godziły się jednak na taki wizerunek wsi, negocjując wiele znaczeń i wzbogacając interpretację [por. Hall 1987].

[7] W skład tej grupy wchodziły trzy kobiety i dwóch mężczyzn [por. Łuczaj 2013a: 182].

KORZYŚCI I ZAGROŻENIA

Główną zaletę wywiadów wspomaganych materiałami filmowymi stanowi możliwość dotarcia do treści, które nie byłyby możliwe do uchwycenia w tradycyjnym wywiadzie. Liczni badacze przekonywali się, że introspekcja nie zawsze odpowiada realnym preferencjom w dziedzinie sztuki czy szerzej – kultury [por. Zajonc 1968].

Ze względu na cel, jaki zazwyczaj stawiają sobie badacze publiczności telewizyjnych (uzgadnianie procesu odkrywania znaczeń), kluczowe znaczenia miały przede wszystkim interakcje pomiędzy badanymi oraz możliwość konfrontacji opinii. Wywiady grupowe, w przeciwieństwie do indywidualnych, umożliwiają dyskusję pomiędzy uczestnikami badania, którzy wzajemnie stymulują swoje wypowiedzi. Z punktu widzenia badań odbiorczości stanowi to podstawową zaletę. Minigrupa składająca się ze znanych sobie osób jest najodpowiedniejszą metodą badania odbioru codziennego przekazu telewizyjnego, ponieważ sytuacja wywiadu przypomina wówczas sytuację naturalnego oglądania telewizji. Wywiad grupowy nie każe bowiem traktować poszczególnych jednostek jako oderwanych od siebie atomów (w sytuacji „naturalnej" rzadko dokonujemy własnej, prywatnej interpretacji serialu, częściej dyskutujemy na ten temat z osobami z naszego otoczenia) [Rose 2010: 242][8]. Daje on ponadto możliwość uchwycenia procesów grupowych, które są nieuchronne przy odbiorze telewizji. Dyskusje na temat filmów – przynajmniej częściowo – pozwalają uniknąć problemu stałego „repertuaru interpretacyjnego" („dyżurne stwierdzenia"[9], banalne wnioski) [Rose 2010: 253]. Jeśli chodzi o moje badania, dekonstrukcja repertuaru interpretacyjnego była widoczna szczególnie w przypadku pytań dotyczących znajomości losów serialowych bohaterów. Już podczas niektórych wywiadów kwestionariuszowych okazywało się, że tematyka ta wchodziła do kanonu wiedzy, którą posiadał niemal każdy mieszkaniec badanych miejscowości. Znamienny był fakt, że nawet osoby deklarujące, że nie oglądały seriali („Jest tyle czasu, a człowiek niczego nie ogląda", S1), o których rozmawialiśmy, świetnie orientowały się w losach bohaterów. Ponadto, osoby, które przyznawały się do nieoglądania seriali, często miały świadomość własnej „nietypowości" („Wszyscy oglądają, a ja nie. Dziwny jestem człowiek", J2). Inna zaleta wywiadu grupowego z wykorzystaniem materiałów filmowych polegała na możliwości poruszenia ogólniejszej tematyki społecznej, wykraczającej poza sam

[8] Moje wywiady miały charakter quasi-etnograficzny, ponieważ odbywały się w domu badanych. Moja obecność tam była jednak zbyt krótka, aby można było określić ją mianem „badania etnograficznego".

[9] Obiegowe opinie na dany temat.

serial, np. poglądów na temat idealnej rodziny [por. Łuczaj 2013b]. Ten typ wywiadu składnia bowiem respondentów do wypowiedzi na temat dotyczący momentów innych niż chwila obecna czy aktualna sytuacja. Cecha ta stanowi przewagę w stosunku do podejść opartych na etnometodologii, które koncentrują się raczej na „tu i teraz" [Törrönen 2002: 348]. Czwartą kluczową zaletą stosowania wywiadów grupowych z wykorzystaniem materiałów filmowych jest stosunkowo krótki czas potrzebny do realizacji badania. Kwestia ta nie wymaga jednak szerszego omówienia. Piąta zaleta tego typu wywiadów polega na możliwości zebrania informacji dotyczących tematów istotnych (ze społecznego punktu widzenia) w atrakcyjny sposób z punktu widzenia respondentów. Dzięki wstępnej pracy rozpoznawczej można wyselekcjonować odcinki, które ukazują ważne treści społeczne (np. funkcjonowanie pomocy społecznej, systemu szkolnictwa), przedstawienia różnych kultur organizacyjnych czy też treści ideologicznych (np. wartości konserwatywne i lewicowo-liberalne), a jednocześnie nie nudzą respondetów.

Główną wadą tej techniki jest natomiast powierzchowność zbieranych informacji. W przeciwieństwie do pogłębionego wywiadu jakościowego prowadzący wywiad nie ma możliwości dokładnego dopytania respondenta (minigrupa jedynie ogranicza negatywny wpływ tej właściwości wywiadu grupowego). Badacz ponadto musi się liczyć z różnego rodzaju procesami grupowymi, które zachodzą w trakcie wywiadu [Malinowski 2007a; Malinowski 2007b]. Największym zagrożeniem jest oczywiście „uśrednianie opinii" przez grupę. W żadnym z prowadzonych przeze mnie wywiadów zjawisko to nie zaszło, jednak szczególnie w przypadku tematów kontrowersyjnych możliwe jest, że respondentki „uzgodnią" wspólną wersję wydarzeń, wyrażając opinię nieoddającą ich osobistego zdania.

W trakcie badania fokusowego bardzo trudno jest zachęcić wszystkie respondentki do angażowania się w dyskusję. Niektóre respondentki są po prostu nieśmiałe. Można założyć, że „z natury" nie chcą się one angażować w wypowiedzi. Zazwyczaj nie włączają się w dyskusję, a kiedy zostaną poproszone o komentarz, starają się skrócić go do minimum. Poniżej znajduje się kilka przykładów takich wypowiedzi. Zazwyczaj taki materiał bardzo ogranicza możliwości analityczne badacza. Nie wydaje się, niestety, że istnieje skuteczny sposób rozwiązania tego problemu.

I Pani uważa, że lepiej, by tego nie było... by rodziny bardziej tradycyjne były pokazywane?
St3 Tradycyjne, tak.
[...]

A Pani jeszcze? Podobało się pani w ogóle?
J1: Nie, nie za bardzo.

[...]
Ale ogólnie podobał się paniom ten odcinek?
J1, J2, J3, J4: Taaaak.
A Pani jak?
J1: Też, też.

Inny rodzaj „problemu" stanowią respondentki, które mówią zbyt wiele, zbaczając z tematu rozmowy. Dobrze ilustrują taką postawę wypowiedzi respondentki oznaczonej w poniższym fragmencie jako „J2".

Co Panie sądzicie o takiej postawie?
J2: Dla mnie to wariacja, żeby takie małe dziecko mówiło już o pieniądzach.
J1: Ale teraz już tak jest, żeby dziecku coś dać, i się cieszy.
J2: Ale, ciociu, czy to takie dobre jest?
To jest pytanie.
J2: Ja wam zaraz powiem, na czym to polega. My jeszcze zdołaliśmy... my odwiedzamy jeszcze swoich rodziców, ty już nie masz, nie odwiedzasz, ale ja jeszcze mam, odwiedzam. No i człowiek po prostu tym dzieciom swoim pokazuje. Ale my już od naszych dzieci... już będzie ciężko. A nasze dzieci swoim dzieciom, to już jest koniec. Na nas się kończy era, myślę, na tym pokoleniu, co ja jestem, że my potrafimy. Teraz młodzież już jest tylko od takiego uczona, żeby tylko wyrwać, żeby tylko kasę. Żeby tylko kasę, kasę zabierze i do widzenia. Jeszcze jak ci starsi rodzice... jak zdrowie im dopisuje, to oni se dają radę, ale jak upadają na zdrowiu? U nas kogoś oddać do domu starów, ten człowiek musi mieć pieniądze, a taki rolnik nie ma pieniędzy, żeby się dostał do domu starców, bo emerytura jest niska, wynosi tam 800–900 zł, to cię nikt nie przyjmie. Dzieci nie dołożą. A w tej chwili takie miejsce w domu starców – 3 tys. na miesiąc. Opieka społeczna siada. Tu wychodzi ten problem właśnie, że mali mówią o pieniądzach. Ja nigdy np. swoim dzieciom za pracę w domu nie płaciłam. Ale przyszedł czas, kiedy trzeba było dać i się daje. I nie przesadza się, a tu już...
A panie co sądzą o tym Mateuszu?
J4: Tzn. chęć posiadania każdy z nas ma, na pewno.
J2: Tak, ale bez przesady.
J4: Bez przesady, że to kosztem tam cygaństwa np. jakiegoś czy czegokolwiek, przecież wiadomo, że nie bezgranicznie, ale wiadomo, że jak dziecko potrzebuje czy w ogóle... trzeba to też kontrolować. [SZUM].
J1: Hanka zauważyła.
J3: No niedobre to jest z jednej strony, ale z drugiej strony to dziecko se kiedyś poradzi. Jak on już mówi, że babcia powiedziała, że... że mamy dużo kompotów, to może sprzedamy i już zarobimy pieniądze.
Czyli taka przedsiębiorczość?
J3: Oczywiście.
[SZUM]
J2: Straszny egoizm w tych ludziach jest, ja widzę, w tych młodych. Bo nawet, człowieku, gdybyś ty się starał wychować dziecko w miarę, to idzie pomiędzy inne dzieci, i one mówią inaczej. I oni mówią tak: boś ty zacofana. No, inne myślenie masz. A człowiek chce dobrze.

W cytowanej części wywiadu respondentki zostały poproszone o komentarz na temat zachowania serialowego bohatera, tymczasem powyższy fragment wska-

zuje, że owa respondentka chciała wyraźnie zakomunikować swój pogląd dotyczący „współczesnej młodzieży". Na samym początku przytoczonego fragmentu zabiera głos, który jednak szybko musi oddać innej respondentce. J2 nawiązuje więc do jej wypowiedzi i szybko wraca do podjętego przez siebie uprzednio tematu. Jej monolog (który zawiera oczywiście wiele ważnych informacji) nie był przerywany przez inne respondentki. Wymagało to interwencji moderatora, który wprost zapytał inne respondentki o ich opinie. W dalszej części wywiadu do głosu dochodzi jednak z powrotem J2 (wykorzystuje szum, nakładanie się na siebie wielu głosów), podsumowując niejako swoje stanowisko. Podobne sytuacje zdarzały się w trakcie opisywanego wywiadu często. Moderator wywiadu wspieranego materiałami filmowymi musi być bardzo uważny, aby nie pozwolić jednej respondentce na zdominowanie dyskusji. Często zdarza się bowiem tak, że jakieś materiały wizualne wzbudzają więcej emocji i skojarzeń u części respondentek. Wywiad zdominowany przez ich opinie nie byłby wywiadem grupowym, a użyteczność danych zebranych za jego pomocą byłaby zapewne ograniczona.

W JAKI SPOSÓB PRZYGOTOWAĆ BADANIE?

Chciałbym przedstawić teraz schemat pozwalający na zorganizowanie badania podobnego do tego, które analizowałem do tej pory. Poszczególne opisane tu kroki stwarzają możliwość zaplanowania badania, tak aby odpowiadało ono przyjętym celom badawczym. Oczywiście w wypadku każdego projektu poszczególne kroki będą się od siebie różniły, jednak większość reaktywnych badań publiczności wymaga odpowiedniego zaplanowania każdego z nich.

Warunkiem koniecznym organizacji badania publiczności telewizyjnej jest uprzednia analiza literatury przedmiotu. Podobnie jak w przypadku każdego badania społecznego pozwala ona wyprowadzić wstępne pytania badawcze i hipotezy. W badaniach publiczności znajomość literatury przedmiotu jest jednak o tyle ważna, że pozwala w odpowiedni sposób dobrać materiały filmowe, które będą pełniły funkcję materiału bodźcowego.

Badanie publiczności, w którego trakcie badacz korzysta z materiałów wizualnych, jest de facto rodzajem eksperymentu społecznego, dlatego bardzo ważną rolę odgrywają odpowiednio sformułowane pytania i hipotezy badawcze. W eksperymencie musimy być pewni, co chcemy badać (w prezentowanym studium przypadku była to m.in. umiejętność dekodowania prostych symboli kulturowych), ponieważ zawężenie badania do pewnych obszarów jest w tym wypadku nieodzowne. W trakcie jednej sesji badawczej trudno jest zbadać wiele

aspektów, które towarzyszą stylom oglądania telewizji. Bardziej kompleksowe badania wymagałyby zastosowania metody etnograficznej, co jest znacznie trudniejsze zarówno ze względów organizacyjnych, jak i finansowych. Zastosowanie eksperymentu nie wymaga jednak rezygnacji z podejść interpretatywnych, choć wyklucza ono niektóre wersje teorii ugruntowanej. W konceptualizacji takiego badania można jednak stosować tzw. rozumowanie abdukcyjne, które – według Kathy Charmaz – „wiąże się z rozważaniem wszystkich możliwych teoretycznych wyjaśnień danych, formułowaniem hipotez dla każdego możliwego wyjaśnienia, sprawdzeniem ich w sposób empiryczny za pomocą analiz danych, a także rozwijaniem najbardziej przekonującego wyjaśnienia" [Charmaz 2010: 135]. W tym sensie eksperyment z wykorzystaniem materiałów wizualnych stanowiłby „testowanie przeczuć".

Przy wykorzystaniu opisywanej tu metodologii obowiązują wszystkie tradycyjne ograniczenia dotyczące doboru próby. Jeżeli decydujemy się na studium przypadku, powinno ono obejmować zbiorowość charakterystyczną ze względu na przynajmniej jedną cechę społeczno-demograficzną lub kompleks takich cech (np. mieszkanki obszarów wiejskich; przedstawiciele kultury biedy; kibice piłkarscy). Oczywiście, badania na próbie reprezentatywnej są bardzo pożądane, ponieważ pozwalają na dokonanie szeregu porównań, jednak przeprowadzenie wywiadów grupowych na takiej próbie wymagałoby zaangażowania zespołu o znacznej liczebności (co z kolei wiąże się z koniecznością poniesienia znacznych nakładów finansowych). Odpowiednio przeprowadzone studium przypadku pozwala jednak uniknąć takich problemów metodologicznych jak subiektywizm wyników czy skrzywienie ku weryfikacji [Flyvbjerg 2005].

Dobór materiałów wizualnych ma znaczący wpływ na uzyskane rezultaty badawcze. Z tego względu powinien być on wyjątkowo przemyślany. Większość badaczy decyduje się na dobór celowy. Materiały powinny być wielokrotnie obejrzane, przeanalizowane[10] i odpowiednio zakodowane. Często analiza taka wymaga wspomnianych powyżej technik semiotycznych i hermeneutycznych, a także zastosowania metody sędziów kompetentnych.

Kluczowe znaczenie ma także sposób dotarcia do respondentów. Badania z wykorzystaniem materiałów filmowych ze względu na swoją złożoność wyma-

[10] Choć Gillian Rose sugeruje, że do analizy filmów najodpowiedniejsza jest analiza psychoanalityczna, to nie uważam, że jej uwaga jest w jakikolwiek sposób uzasadniona [Rose 2010: 53]. Gad Saad wskazuje, że analizy filmoznawcze oparte na freudyzmie lub marksizmie sprawdzają się dobrze jedynie w stosunku do „wyższych" tekstów kultury znajdujących się w elitarnym obiegu, nie sprawdzają się natomiast w popkulturze [Saad 2011: 169]. Z tego względu skupiłem się raczej na wykorzystaniu tradycyjnych narzędzi socjologicznych niż analizach tekstualnych.

gają długoterminowego zaangażowania respondentów. Jeśli chodzi o referowane przeze mnie badania, dostęp do respondentów został uzyskany przy pomocy gatekeeperów („odźwiernych"). Dzięki wcześniejszemu kontaktowi z sołtysem (lub inną postacią ważną w życiu lokalnej społeczności) respondentki stosunkowo chętnie przystawały na udział w badaniach. Oczywiście, niektóre z nich nie zdecydowały się na udział w części jakościowej, jednak znacząca większość, dzięki zapewnieniom i zaproszeniom ze strony znanych im osób, zgodziła się na wspólne oglądanie seriali i udział w wywiadzie grupowym[11]. Niemniej można założyć, że respondentki wiejskie chętniej niż ich odpowiedniczki mieszkające w mieście godziły się na udział w badaniu. Dzięki silnym na wsi więziom lokalnym wsparcie sołtysa miało duży wpływ na badane osoby.

Kolejnym ważnym krokiem w ustalaniu metodologii badania był wybór moderatora, co w badaniach fokusowych jest zawsze wyborem strategicznym, ponieważ ściśle wiąże się z refleksyjnością badania. Wydawało mi się, że najbardziej odpowiednią osobą do prowadzenia grup złożonych z mieszkanek wsi popegeerowskich byłaby kobieta o zbliżonym do nich statusie społecznym i wieku. Ze względu na fakt, że byłem zmuszony prowadzić to badanie samodzielnie, nie mogłem zatrudnić takiej moderatorki. Zdecydowałem się jednak na inny krok pozwalający na pewną redukcję (ewentualnego) wpływu płci na odpowiedzi badanych. Jako że moderator badań fokusowych zawsze potrzebuje asystenta, który czuwa nad pracą sprzętu elektronicznego, dba o poczęstunek oraz pomaga rozwiązywać trudne sytuacje, zdecydowałem, że w każdym wywiadzie udział weźmie również druga osoba z zewnątrz, o zbliżonym do mojego statusie społeczno-ekonomicznym, ale różnej płci. Sama obecność asystentki, chociaż nie brała ona aktywnego udziału w moderowaniu dyskusji[12], mogła pomóc rozładować ewentualne napięcie związane z rozmową z mężczyzną. Praktycy akademickich badań fokusowych zwracają jednak uwagę, że dobór moderatora dzielącego podstawowe cechy społeczno-demograficzne z członkami grupy nie zawsze jest najlepszym rozwiązaniem. Może on np. skłaniać do wypowiadania „oczywistych prawd", które podziela grupa. Posłużenie się moderatorem „z zewnątrz", który jawi się badanym jako obcy, przeciwnie, może mieć dobry wpływ na aktywność grupy. Rosaline Barbour podaje przykład, w którym z przyczyn technicznych grupę złożoną z mieszkających w Szkocji Afroamerykanów poprowadziła młoda Szkotka pochodzenia azjatyckiego. Okazało się, że ten przypadkowy dobór

[11] Należy przy tym zaznaczyć, że wywiady były realizowane w czasie wolnym od pracy (w soboty).

[12] Wywiad ten nie był więc klasycznym „wywiadem w parach".

moderatora pomógł zgłębić treści, które przypuszczalnie nie zostałyby ujawnione w razie klasycznego doboru moderatora [Barbour 2011: 95].

Niezwykle istotnym elementem badania fokusowego jest jego rejestracja. Zależnie od liczebności grupy uczestniczącej w badaniu, a także charakteru pomieszczenia, w którym przeprowadzone będzie badanie, należy gruntownie przemyśleć ilość i rodzaj potrzebnego sprzętu rejestrującego ścieżkę audio i wideo. Dla małego pomieszczenia i nielicznej grupy wystarczające okazały się jedna kamera i jeden dyktafon. Warto zadbać także o rodzaj sprzętu umożliwiający łatwe przeniesienie nagrań na dysk twardy komputera (niektóre starsze kamery używają złącza DVI, które sprawia kłopot wielu komputerom). Należy również pamiętać, że do rejestracji małego wywiadu grupowego doskonale nadaje się nawet aparat umożliwiający zapis filmów w jakości HD. Analizując dane z tak zebranego wywiadu, należy bardzo dokładnie przeczytać transkrypcje. Czasami konieczne jest wracanie do nagrań audio i wideo, ponieważ pozwalają one lepiej zrozumieć kontekst wypowiedzi respondenta. Powrót do nagrania pozwala także na ocenę takich cech wywiadu jak stopień spójności grupy [Malinowski 2007a; Malinowski 2007b]. Przy standardowej analizie transkrypcji niezwykle użyteczny może się okazać także któryś z popularnych programów komputerowych [por. np. Brosz 2012].

BIBLIOGRAFIA

A b u - L u g h o d L. [2005], *Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt*, Chicago-London: The University of Chicago Press.

A n g Ien [2005], *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, New York: Routledge.

A r c i m o w i c z K. [2003], *Obraz mężczyzny w polskich mediach: prawda, fałsz, stereotyp*, Gdańsk: GWP.

A r c i m o w i c z K. [2008], *Przemiany męskości w kulturze współczesnej*, [w:] M. Fuszara (red.), *Nowi mężczyźni? Zmieniające się modele męskości we współczesnej Polsce*, Warszawa: Trio, s. 21–60.

B a n k s M. [2009], *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Warszawa: WN PWN.

B o k i n i e c M. [2011], *„Big Love", czyli „to właśnie otwartość czyni z nas rodzinę"*, [w:] *Seriale. Przewodnik Krytyki Politycznej*, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej, s. 137–143.

B o ż e k R. [2011], *„Trawka", czyli o tym, co się pleni na przedmieściach i nie tylko tam*, [w:] *Seriale. Przewodnik Krytyki Politycznej*, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej, s. 204–213.

B r o s z M. [2012], *Komputerowe wspomaganie badań jakościowych. Zastosowanie pakietu NVivow analizie materiałów nieustrukturyzowanych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej",

t. 8, nr 1, s. 98–125, dostępny:http://www.qualitativesociologyreview.org/PL/Volume18/PSJ_8_1_Brosz.pdf [15 IV 2012].

Charmaz K. [2010], *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej, Warszawa: WN PWN.*

Halawa M. [2006], *Życie codzienne z telewizorem. Z badań terenowych*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

Hall S. [1987], *Kodowanie i dekodowanie*, „Przekazy i Opinie" nr 1–2, s. 58–71.

Flyvbjerg B. [2005], *Pięć mitów o badaniach typu studium przypadku*, „Studia Socjologiczne" 2: 41–69.

Kisielewska A. [2004], *Serial telewizyjny jako forma mitologizacji kultury*, [w:] Tejże (red.), *Między powtórzeniem a innowacją. Seryjność w kulturze*, Kraków: Rabid, s. 205–221.

Kisielewska A. [2008], *Serial telewizyjny – współczesna „Biblia pauperum"?*, [w:] E. Wilk i I. Kolasińska-Pasterczyk (red.), *Nowa audiowizualność – nowy paradygmat kultury?*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, s. 417–424.

Kisielewska A. [2009], *Polskie Tele-sagi – mitologie rodzinności*, Kraków: Rabid.

Kowalski T., Jung B. [2006], *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

Łaciak B. [2007], *Obraz polskiego domu w serialach telewizyjnych*, [w:] G. Woroniecka (red.), *Co to znaczy mieszkać?*, Warszawa: Trio, s. 173–197.

Łaciak B. [2008], *Obraz rodziny w polskich serialach obyczajowych*, [w:] J. Izdebska (red.), *Media elektroniczne – kreujące obraz rodziny i dziecka*, Białystok: Trans Humana, s. 115–131.

Łuczaj K. [2013a], *Świat z drugiej strony ekranu. Studium recepcji treści kultury popularnej przez kobiety wiejskie*, Kraków: Libron.

Łuczaj K. [2013b], *Zmieniająca się rodzina w zmieniającym się serialu*, „Interalia" 1, s. 147–158.

Maison D. [2010], *Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta*, Warszawa: WN PWN.

Malinowski H. [2007a], *Badanie dynamiki grupy w fokusie*, [w:] J. Lisek-Michalska i P. Daniłowicz (red.), *Zogniskowany wywiad grupowy. Studia nad metodą*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 127–155.

Malinowski H. [2007b], *Komunikacja w zogniskowanym wywiadzie grupowym*, [w:] J. Lisek-Michalska, P. Daniłowicz (red.), *Zogniskowany wywiad grupowy. Studia nad metodą*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 67–104.

Nowak S. [2011], *„Queer as Folk": telewizja, seks i polityka różnicy*, [w:] M. Filiciak, B. Giza (red.), *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, Warszawa: Scholar, s. 177–192.

Rancewska A. [2004], *Wojna producentów*, „Przegląd" nr 47, dostępny: http://www.przeglad-tygodnik.pl/pl/artykul/wojna-producentow [23 XI 2012].

Rose G. [2010], *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, Warszawa: PWN.

Saad G. [2011], *The Consuming Instinct. What Juicy Burgers, Ferraris, Pornography, and Gift Giving Reveal about Human Nature*, Amhers: Promethus Books.

Schütz A. [2008], *O wielości światów. Szkice z socjologii fenomenologicznej*, Kraków: Nomos.

Shaughnessy J.J., Zechmeister E.B., Zechmeister J.S. [2002], *Metody badawcze w psychologii*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
Törrönen J. [2002], *Semiotic theory on qualitative interviewing using stimulus texts*, „Qualitative Research" 2 (3), s. 343–362.
Zajonc R. [1968], *Attitudinal effects of mere exposure*, „Journal of Personality and Social Psychology" 9, s. 1–27.

Kamil Łuczaj

GROUP INTERVIEW SUPPORTED BY FILM MATERIAL – THE RESEARCHER'S REMARKS

(Abstract)

The article presents the methodological assumptions and practical guidance on conducting a group interview supported by film material. The discussion is based on my own experience from the project, which dealt with the reception of traditional TV series and post-soap series. To this end, I organized and led in various parts of Poland four focus groups with residents of the post-PGR villages (mini-group, affinity group). The aim of this paper is to show that the group interviews are a good research technique not only in commercial marketing research, as it is usually taken for granted, but also in an academic context. The article consists of five parts. First, I present the achievements of Polish cultural studies in the field of television audience research. Next, I discuss general assumptions of group interviews supported by film material. In the third part I present my research project, which helped me to draw the conclusions. The fourth part is an analysis of the benefits and risks of such interviews. In the fifth, summarizing part, I present a research scheme involving the group interviews supported by film material.

Key words: FGI, visual studies, film material, TV series.

JAGODA JEZIOR
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej*
Lublin

METODOLOGICZNE PROBLEMY ZASTOSOWANIA SKALI LIKERTA W BADANIACH POSTAW WOBEC BEZROBOCIA

Streszczenie

Celem artykułu jest analiza problemów zastosowania skali Likerta w badaniach surveyowych poświęconych problematyce pracy i bezrobocia. W pierwszej części omówiono własności skali Likerta i fazy jej przygotowania, przyjmowane w metodologii badań społecznych. W drugiej części przedstawiono efekty pracy koncepcyjnej i badawczej na przykładzie Skali Akceptacji Bezrobocia (SAB). Zaprezentowano etapy konstrukcji skali, zwracając szczególną uwagę na elementy składowe zmiennej złożonej, a następnie opisano rezultaty wykorzystania SAB. Jako materiał empiryczny posłużyły wyniki projektów badawczych wykonanych przez autorkę w latach 1998–2011 w województwie lubelskim wśród studentów, przedsiębiorców i pracowników najemnych. Replikacja skali w pięciu projektach umożliwiła przeprowadzenie analizy porównawczej wyników. Jednak zasadnicza część rozważań została poświęcona problemom metodologicznym, dotyczącym projektowania skali, analizy danych i zasad oceny uzyskanych rezultatów. Stanowi to przyczynek do dyskusji na temat możliwości przygotowania narzędzi pomiaru postaw, które znalazłyby wielokrotne zastosowanie w badaniach socjologicznych.

Słowa kluczowe: skala Likerta, bezrobocie, postawa, pomiar w badaniach socjologicznych, Skala Akceptacji Bezrobocia

* Instytut Socjologii; e-mail: j.jezior@poczta.umcs.lublin.pl

WPROWADZENIE

Skala Likerta należy do najczęściej stosowanych narzędzi pomiaru postaw. O jej popularności decyduje względna prostota budowy skali, standardowe zasady sprawdzania jednowymiarowości i rzetelności, możliwości uchwycenia wielu aspektów badanego zjawiska oraz dogodność posługiwania się formą zmiennej syntetycznej. Jednakże w praktyce badań empirycznych mianem skali Likerta bywają określane różne formy pytań kwestionariuszowych, a publikacje uzyskanych rezultatów stosunkowo rzadko zawierają szczegóły dotyczące warsztatu badawczego. Zadaniem artykułu jest podjęcie dyskusji na temat wielowymiarowych korzyści wynikających z wykorzystania tego rodzaju narzędzi w badaniach socjologicznych[1], jak również problemów metodologicznych związanych z jej konstruowaniem i z analizą danych. Jako materiał empiryczny posłużyły wyniki projektów prowadzonych przez autorkę na przestrzeni lat 1998–2011 na terenie Lublina i województwa lubelskiego, w których dokonano replikacji Skali Akceptacji Bezrobocia (SAB).

KONSTRUKCJA SKALI LIKERTA – ZASADY OGÓLNE

Metoda sumowanych ocen została opracowana i po raz pierwszy zaproponowana przez R. Likerta (1932 r.)[2]. Skala Likerta należy do złożonych skal pomiaru postaw, ale jednowymiarowych. Jest skalą szacunkową[3], a precyzyjniej – zbiorem pewnych pozycji, z których każda (ocena stwierdzenia) jest w zasadzie sama w sobie skalą. Jest też skalą zależnościową, ponieważ zakwalifikowanie elementów do zbioru opiera się na ich relacji wobec skali jako całości. Zwykle przyjmuje się niewielką liczbę tych pozycji, od kilku do kilkunastu, a dobór źródeł, na których podstawie są one przygotowywane, jest dogodny. Może to być literatura przedmiotu, wiedza na temat problemu i jego podstaw teoretycznych, wyniki badań empirycznych, doświadczenie badacza czy intuicja, a nawet informacje pochodzące z mediów.

Procedura konstrukcji skali składa się z kilku zasadniczych etapów[4]. Na ogół jako początek pracy wskazuje się kompletowanie stwierdzeń odnoszących się

---

[1] Zastosowane podejście ma bardziej opisowy niż normatywny charakter, przyjmując rozumienie stosowane przez S. Nowaka [1985: 23n.].

[2] Wskazuje się też wkład E.A. Randquista i R. Sletto w przedstawienie metody zgodności wewnętrznej [Goode, Hatt 1965: 300].

[3] Inne określenie to skala oceny kategorii [Churchill 2002: 425].

[4] Trzeba podkreślić, że większość podręczników z dziedziny metodologii badań społecznych (w tym socjologicznych) zawiera ogólną charakterystykę skali Likerta i podstawowych etapów

do różnych aspektów interesującego zjawiska, ale w zakresie mierzonej cechy. Zadaniem respondentów jest ustosunkowanie się do każdego z tych stwierdzeń, co zazwyczaj polega na określeniu stopnia, w jakim się z nim zgadzają (czy akceptują). Intensywność nastawienia jest mierzona za pomocą skali porządkowej dwubiegunowej, najczęściej pięciostopniowej, opisanej werbalnie, a niekiedy też liczbowo. Decyzja dotycząca zbioru stwierdzeń, które wejdą w skład skali, zapada na różnych etapach postępowania. Wybór może być oparty na kryteriach definicyjnych postawy i na arbitralnej ocenie przydatności kategorii, a w dalszym toku na efektach badań empirycznych[5].

Po przeprowadzeniu badań (pomiaru) przystępuje się do kolejnych działań konstrukcyjnych. Odpowiedziom nadaje się wartości liczbowe (np. od 1 do 5), zachowując zasadę, by przypisane wartości rosły zgodnie z charakterem i kierunkiem zdefiniowanej cechy. Nadawanie punktacji opiera się na założeniu, że odwzorowuje ona kontinuum nastawienia wobec obiektu postawy. Kolejny krok to sprawdzenie założonej jednowymiarowości[6]. Oblicza się sumy punktów uzyskanych przez każdego z respondentów, a następnie tworzy dwie grupy porównawcze. Jest to tzw. górna i dolna ćwiartka, czyli po 25% badanych, którzy otrzymali najwyższe i najniższe sumy ogólne. Podział ten umożliwia analizę mocy dyskryminacyjnej każdej pozycji skali[7]. Stwierdzenie powinno wejść do skali, gdy różnica między średnimi ocen w górnej i dolnej grupie jest istotna statystycznie[8]. Oznacza to, że różnicuje postawy, ponieważ inaczej reagowały na nie osoby nastawione pozytywnie i negatywnie. Po dokonaniu ewentualnej

jej konstrukcji. Przeważają informacje typu: „co zrobić", natomiast brakuje wskazówek: „jak to zrobić". Nieliczni autorzy przedstawiają zagadnienia analizy statystycznej, w tym procedury normalizacji, oceny jednowymiarowości i rzetelności. Z kolei w publikacjach wyników badań nie ujawnia się – zresztą z różnych powodów – szczegółów warsztatowych.

[5] Mogą to być badania wstępne czy pilotażowe, ale i badania właściwe, z zastrzeżeniem, że do ostatecznej wersji skali włącza się tylko te pozycje, które spełnią wymagane warunki (np. mocy dyskryminacyjnej).

[6] Opis zasad na podstawie: Mayntz, Holm, Hübner 1985: 72–74; Sagan 1998: 87–89.

[7] A. Sagan [ibidem: 89] określa moc dyskryminacyjną pozycji skali, jako: „[...] stopień, w jakim różnicuje ona badaną populację pod względem cechy, której dotyczy. Wyraża się ona współczynnikiem korelacji między daną pozycją skali (danym stwierdzeniem) a wynikiem ogólnym: im większa różnica między średnimi, tym większa moc dyskryminacyjna pozycji skali". Moc dyskryminacyjna jest też rozumiana, jako: „[...] właściwość testu pozwalająca na sprawdzenie, czy wybrana przez niego pozycja umożliwia odróżnianie ludzi o wysokich wynikach (zdecydowanie pozytywna postawa) od ludzi o niskich wynikach (zdecydowanie negatywna postawa)" [Frankfort-Nachmias, Nachmias 2001: 604].

[8] Ocena mocy dyskryminacyjnej jest przeprowadzana za pomocą współczynników korelacji, a istotność różnicy między średnimi mierzy się testem *t*.

korekty zestawu stwierdzeń dokonuje się analizy danych. Polega to na określeniu łącznej liczby punktów uzyskanych przez każdego respondenta lub wybrane grupy respondentów, która określa kierunek i siłę postawy. Przyjmuje się, że otrzymana w ten sposób skala Likerta jest w założeniu skalą interwałową, co wynika z podziału kontinuum „tak – nie" na równe odcinki i z praktyki stosowania testu *t*, którego warunkiem jest poziom pomiaru co najmniej interwałowy [Mayntz, Holm, Hübner 1985: 75][9].

Dodatkową zaletą korzystania z tej skali jest możliwość oceny jej rzetelności na podstawie stabilności pomiarów powtarzanych w kolejnych okresach czy analizy spójności wewnętrznej. Wskazuje się też kilka kryteriów oceny trafności skali. Za najistotniejszą jest uważana trafność teoretyczna, określająca stopień, w jakim badane jednostki posiadają cechy identyfikowane przez skalę. Może to być powiązane z próbą sprawdzenia, czy konstrukty teoretyczne mają swoje odpowiedniki empiryczne. Kolejne rodzaje trafności to: treściowa (pojęcia składowe jako próbki cech zjawiska); wewnętrzna (skala odpowiada założonej koncepcji, zawiera wszystkie aspekty, jakie z punktu widzenia wiedzy i doświadczenia badacza lub znajomości teorii są związane pojęciem); fasadowa (odmiana trafności treściowej, ale opartej na ocenie badacza); czynnikowa (oparta na analizie czynnikowej) [Sagan 1998: 90–95]. Wymienia się też trafność prognostyczną i diagnostyczną[10].

KONCEPCJA SKALI AKCEPTACJI BEZROBOCIA (SAB)

Skala Akceptacji Bezrobocia (SAB)[11] została skonstruowana w celu pomiaru postaw wobec bezrobocia, głównie w rozumieniu akceptacji (dopuszczania) obecności tego zjawiska na rynku pracy i percepcji jego powiązań z ważnymi

[9] Autorzy podkreślają, że słuszność założenia o poziomie interwałowym jest trudna do weryfikacji, ale to kontinuum z pewnością nie posiada naturalnego punktu zerowego.

[10] Trafność prognostyczna identyfikuje związek między wynikiem uzyskanym za pomocą danej skali a kryterium zewnętrznym po upływie czasu. Trafność diagnostyczna także jest oparta na kryterium zewnętrznym, ale zastosowanym w tym samym czasie. Mogą nim być rezultaty otrzymane za pomocą innych skal, mierzących podobne cechy (wysoka korelacja między wynikami skal to wysoka trafność zbieżna) i skal mierzących inne cechy (niska korelacja to wysoka trafność dyskryminacyjna) [Sagan *ibidem*: 94].

[11] Opracowana forma skali odwołuje się do podobnie nazwanych narzędzi, chociaż składających się z innych zestawów stwierdzeń [por.: Skarżyńska, Daab 1993; Reszke 1995]. Finalny zbiór stwierdzeń powstał w procesie doboru, testowania i modyfikowania kategorii, pochodzących z wielu źródeł.

obszarami życia społecznego[12]. W tym miejscu trzeba jednak podkreślić kilka kwestii, istotnych z punktu widzenia oceny całości przedsięwzięcia. Po pierwsze, zastosowano ją w kilku projektach badawczych, których koncepcje i przedmiot miały znacznie szerszy zakres niż problematyka bezrobocia. Za wspólny mianownik można uznać zagadnienia wartości pracy, wykształcenia i zawodu oraz recepcji sytuacji na rynku pracy. Po drugie, badania te były realizowane w odmiennych teoretycznie zbiorowościach i na przestrzeni kilkunastu lat. W tym okresie dokonywały się nie tylko przekształcenia sytuacji na rynku pracy w Polsce, lecz także zmiany świadomościowe, dotyczące znaczenia pracy i wykształcenia oraz możliwości wpływu jednostek na kształtowanie własnej pozycji zawodowej czy ekonomicznej. Procesy merytokratyzacji porządku społecznego tworzyły nowe ramy percepcji zjawiska bezrobocia. Po trzecie, na koncepcji skali zaważył fakt, że początkowo przygotowano ją dla potrzeb badań skierowanych do studentów. Mimo że celem posłużenia się narzędziem było określenie nastawienia wobec bezrobocia i jego wielowymiarowych konsekwencji w kontekście wartościowania pracy czy wykształcenia, to istotną rolę odegrały też dostępne wówczas wyniki badań. Wskazywały one, że wśród wykształconych młodych ludzi może występować podatność na tzw. ideologię bezrobocia[13]. Stąd też rodzaj przyjętych założeń, nazwa skali (SAB) i jej kierunek.

Po raz pierwszy narzędzie zastosowano w 1998 r. w badaniach 843 studentów studiów stacjonarnych wszystkich wydziałów Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej (dalej: UMCS). Po modyfikacji koncepcji badawczej, w latach 2000–2001 wykonano badania wśród studentów kilku lubelskich uczelni: UMCS, Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Akademii Rolniczej i Politechniki Lubelskiej (PL). Łącznie próby liczyły 2296 respondentów[14]. Następnie skala

[12] Pojęcie postawy jest tu rozumiane za S. Nowakiem [1973: 23] jako: „[...] ogół względnie trwałych dyspozycji do oceniania [...] przedmiotu i emocjonalnego nań reagowania oraz ewentualnie towarzyszących tym emocjonalno-oceniającym dyspozycjom względnie trwałych przekonań o naturze i własnościach tego przedmiotu i względnie trwałych dyspozycji do zachowania się wobec tego przedmiotu". Przyjęto, że komponent emocjonalno-oceniający ma podstawowe znaczenie, a posiadanie dokładnej wiedzy o przedmiocie nie jest konieczne. Najtrudniej mierzalny jest komponent zachowań. Zdaniem autora postawę można traktować jako zmienną, której atrybutywnie ujmowane cechy są wartościami [Ibidem: 27].

[13] Ogólnie ujmując, chodzi o rodzaj przekonania, że bezrobocie może pełnić korzystne funkcje (np. sprzyjać wzrostowi etyki pracy i zaangażowania), a źródłem braku pracy są niedobory odpowiednich kwalifikacji i postaw pracobiorców. Założenia te nawiązują do koncepcji i badań I. Reszke [ibidem].

[14] Badania wykonano w ramach grantu przyznanego autorce przez Prorektora UMCS ds. Badań Naukowych i Współpracy z Zagranicą. Pobrane próby miały charakter losowo-warstwowo-pro-

została wykorzystana w trzech projektach skierowanych do osób pracujących. Dwa z nich objęły przedsiębiorców: lata 2002–2003 – 739 respondentów (dalej: P1)[15], 2011 r. – 652 respondentów (P2). Trzeci wykonano w roku 2004 wśród 359 osób zatrudnionych w charakterze pracowników najemnych (PN)[16]. W wymienionych badaniach dokonano replikacji wybranych elementów koncepcji badawczej i wskaźników, w tym przedmiotowego pytania wskaźnikowego – skali Likerta. Powtarzanie pomiaru dostarczyło materiału do opisu postaw wobec bezrobocia, ale i do oceny użyteczności tego rodzaju narzędzia. Przy czym za każdym razem wracał dylemat, czy utrzymywać formę skali, mimo czynników różnicujących projekty i badane zbiorowości[17], upływu czasu, przeobrażeń rzeczywistości społeczno-gospodarczej i obserwowanych w społeczeństwie przewartościowań dotyczących sfery pracy. Jednak nawet stosunkowo niewielkie zmiany pytań kwestionariuszowych mogą spowodować trudne do oszacowania konsekwencje w zakresie udzielanych odpowiedzi, co utrudnia analizę porównawczą. Ostatecznie zachowano pierwotną formę pytania i tym samym skali.

PODSTAWY POMIARU I BUDOWA PYTANIA WSKAŹNIKOWEGO

Definicja nominalna postawy określonej mianem SAB została przygotowana w taki sposób, by umożliwiała przejście do definicji operacyjnej. Obiektem postawy było zjawisko bezrobocia, jego właściwości, przyczyny i skutki, zarówno w wymiarze indywidualnym, jak i społecznym. Wyodrębniono konteksty: psy-

porcjonalny, podstawą doboru były zbiorowości studentów IV roku studiów dziennych wszystkich wydziałów i kierunków studiów. Jednostką doboru próby były grupy ćwiczeniowe, a techniką badań – ankieta audytoryjna.

[15] Określenie „przedsiębiorcy" jest używane w ogólnym rozumieniu. Odnosi się do faktu założenia i prowadzenia własnej firmy, ale abstrahuje od jej wielkości, formy działalności i skali ekonomicznej. Zgodnie z kryteriami ilościowymi należałoby posługiwać się mianem „mikroprzedsiębiorcy". Próby losowe zostały przygotowane przez Urząd Statystyczny w Lublinie na podstawie rejestru REGON, ale z powodu licznych problemów w realizacji wykonane próby nie spełniały warunków reprezentatywności. W wypadku P1 terenem badań było województwo lubelskie (technika – wywiad kwestionariuszowy), w P2 zaś – Lublin (ankieta roznoszona).

[16] Projekt ten, podobnie jak badania przedsiębiorców, wykonano w ramach badań statutowych Instytutu Socjologii UMCS. Zastosowano dobór nielosowy, a technika to ankieta roznoszona. Badania zrealizowano na terenie województwa lubelskiego, głównie w powiecie bialskim.

[17] Struktury płci okazały się zróżnicowane, a odsetek kobiet wyniósł odpowiednio: UMCS – 64,9%; PL – 25,1%; PN – 61,2%; P1 – 43,8%; P2 – 51,4%. Respondentów cechował też relatywnie wysoki poziom wykształcenia. Udział osób z wyższym wykształceniem (poza oczywistą sytuacją studentów) to: PN – 49,6%; P1 – 29,4%; P2 – 50,9% (w tym 12,8% licencjackie).

chologiczny, etyczny, ekonomiczny, porządku prawnego i merytokratycznego, sytuacji pracy i zasobów pracy. Jednak, jak już zaznaczono, koncepcja skali była implikacją ogólnej koncepcji badań, w której kluczowe miejsce zajmowały problemy wartości pracy i jej funkcji. Uwzględniono to, konstruując i operacjonalizując kategorie SAB. Ponadto kierowano się zasadą, by elementy wypełniające treść cechy charakteryzowały wymiary jakościowe, ale i zachowywały pewne kontinuum postrzegania obiektu postawy (aspekty pozytywne – negatywne). Pytanie wskaźnikowe zbudowano w formie tabeli, która zawierała zestaw 11 stwierdzeń. W celu pomiaru intensywności „zgody" ze stwierdzeniami zastosowano skalę pięciostopniową, a wartości opisano werbalnie i liczbowo: 5 – zdecydowanie tak; 4 – raczej tak; 3 – ani tak, ani nie; 2 – raczej nie; 1 – zdecydowanie nie[18].

Logika pytania i zasady udzielania odpowiedzi odwoływały się do stopnia akceptacji, zatem celem procedury było przedstawienie respondentom spójnego opisu werbalnego i liczbowego, co sprzyjało komunikacji i standaryzacji pomiaru. Poprzestanie na słownym opisie wartości rodzi dylematy dotyczące poziomu pomiaru. Ma on zasadniczo charakter porządkowy, ponieważ sam fakt dodania opisu liczbowego nie sprawia, że pomiar nabiera wymiaru ilościowego, a zmienna – własności addytywnych. Liczby mogą być przecież użyte jako oznaczenia, symbole. W praktyce przedstawiania zasad budowy skali Likerta (sumowanych ocen!) ten kluczowy problem – uwarunkowania zakresu działań statystycznych przez osiągnięty poziom pomiaru[19] – jest na ogół przemilczany. Kolejna kwestia dotyczy reguły, że po etapie udzielania odpowiedzi przez respondentów następuje proces prowadzenia operacji na danych. Założonym efektem jest zmienna jednowymiarowa. Jednak uzyskuje się nową konstrukcję w postaci indeksu sumatywnego, przybierającego *r* wartości, z których każda odpowiada jakieś konfiguracji składników. Warto zauważyć, że punktem wyjścia jest konstrukt,

[18] W badaniach przedsiębiorców (2011 r.) wartość środkową opisano: „trudno powiedzieć (ani tak, ani nie)".

[19] Na problemy powiązania poziomów pomiaru i technik statystycznych, w tym dylematów posługiwania się pomiarem porządkowym, wskazuje wielu autorów. Omawiając zagadnienia relacji między działaniami operacyjnymi a działaniami statystycznymi (matematycznymi), zaleca się doskonalenie procedur pomiaru, a nie nieadekwatne korzystanie z technik statystycznych [Blalock 1975: 28–32]. Złożoność kwestii oddaje zestawienie argumentacji zwolenników i przeciwników stanowiska dotyczącego znaczenia liczb stosowanych w pomiarze porządkowym i możliwości obliczania średniej arytmetycznej, wariancji, testu *t* czy testów *F* [Francuz, Mackiewicz 2005: 387–394]. Jest to zresztą problem bardziej ogólnej natury, który ma wielowymiarowe konsekwencje w wypadku stosowania skal szacunkowych [Brzezińska, Brzeziński 2011: 373n.].

który bardziej nawiązuje do idei własności czy zmiennej ukrytej[20]. Cecha podlega konceptualizacji, przyjmuje się założenia o kierunku postawy i kontinuum nastawienia, a dalej dokonuje się operacjonalizacji, ale powstaje problem interpretacji finalnej postaci skali.

ANALIZA ZMIENNOŚCI, JEDNOWYMIAROWOŚCI I MOCY DYSKRYMINACYJNEJ

Zmienność odpowiedzi dotyczących poszczególnych pozycji skali (zawartych w pytaniu) w każdej z badanych zbiorowości została wstępnie oszacowana na podstawie frakcji procentowych, a następnie miar zmienności (tab. 1). Ogólnie rzecz biorąc, można zauważyć podobne tendencje w reakcjach na wymienione pozycje skali i zbliżoną zmienność odpowiedzi. Najczęściej zgadzano się ze stwierdzeniami wiążącymi bezrobocie z negatywnymi skutkami takimi jak: pauperyzacja, poczucie wykluczenia, marnotrawienie zasobów społeczeństwa, przestępczość. Zgodność w odrzucaniu zdań dotyczyła przede wszystkim lenistwa jako przyczyny braku pracy. Tabela zawiera bardzo obszerny zestaw danych, który na poziomie pojedynczych projektów umożliwia wieloaspektową analizę przekonań oraz wykorzystanie własności składników w opisie i interpretacji zmiennej złożonej SAB. Z perspektywy zadań analizy porównawczej ta forma prezentacji wyników, wobec zakresu i nasycenia danymi, stanowi niedogodność. Włączenie miar tendencji centralnej i rozproszenia nie eliminuje wszystkich trudności[21]. Korzyści posługiwania się zmienną syntetyczną wydają się więc oczywiste.

[20] Wskazuje się, że kategoria zmiennych ukrytych ma wielu zwolenników, ale i przeciwników. Różnice stanowisk przyjmują szersze uzasadnienia niż tylko odrębność charakteru, koncepcji czy metod w naukach społecznych i przyrodniczych. Dyskusje obejmują też rolę teorii i rozwój orientacji empirycystycznej w socjologii. Proponuje się, by posługiwać się pojęciami zdefiniowanymi „wyłącznie lub częściowo w terminach własności ukrytych" lub konstruktami hipotetycznymi [Nowak 1985: 75].

[21] Odmienność badanych zbiorowości i niespełnienie warunków reprezentatywności nie daje podstaw stosowania standaryzowanych procedur porównywania rezultatów powtórzenia pomiaru za pomocą SAB.

TABELA 1. Charakterystyka zmienności odpowiedzi – zestawienie porównawcze

Czy zgadza się pan/pani z następującymi stwierdzeniami? (dane w %)						Miary	
Kategorie	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Ani tak, ani nie	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Średnie	Odch. stand.
1. Bezrobocie mobilizuje ludzi do działania, do aktywności w życiu							
UMCS 2001	6,2	18,7	8,2	39,0	27,9	2,36	1,24
Politechnika Lub. 2001	5,3	22,9	24,2	30,8	16,8	2,69	1,15
Pracownicy najemni 2004	10,9	23,8	24,3	20,1	20,9	2,84	1,30
Przedsiębiorcy 2002–2003	7,7	23,5	23,2	26,5	19,1	2,74	1,23
Przedsiębiorcy 2011	4,7	19,6	30,8	28,5	16,4	2,68	1,10
2. Bezrobocie sprawia, że ludzie bardziej szanują pracę							
UMCS 2001	15,4	50,9	6,6	19,0	8,1	3,46	1,19
Politechnika Lub. 2001	23,1	48,4	14,4	10,1	4,0	3,77	1,04
Pracownicy najemni 2004	40,9	37,3	10,2	6,8	4,8	4,03	1,10
Przedsiębiorcy 2002–2003	27,7	42,0	13,2	11,1	6,0	3,74	1,15
Przedsiębiorcy 2011	13,1	39,8	19,9	19,6	7,6	3,31	1,15
3. Bezrobocie pozbawia ludzi i ich rodziny środków do życia							
UMCS 2001	58,0	29,8	1,6	4,1	6,5	4,28	1,13
Politechnika Lub. 2001	59,8	27,7	5,8	1,6	5,1	4,36	1,03
Pracownicy najemni 2004	85,0	11,6	2,3	0,6	0,5	4,80	0,56
Przedsiębiorcy 2002–2003	76,0	17,9	3,4	1,1	1,6	4,66	0,75
Przedsiębiorcy 2011	61,2	25,8	6,4	3,0	3,6	4,38	0,99
4. Bezrobocie to brak wykorzystania potencjału pracy społeczeństwa							
UMCS 2001	31,2	40,5	12,4	10,4	5,5	3,82	1,15
Politechnika Lub. 2001	33,3	41,9	16,8	5,1	2,9	3,98	0,98
Pracownicy najemni 2004	46,9	26,9	15,4	6,7	4,1	4,06	1,12
Przedsiębiorcy 2002–2003	39,3	35,2	17,7	5,2	2,6	4,03	1,01
Przedsiębiorcy 2011	29,4	37,5	26,7	4,7	1,7	3,88	0,94
5. Bezrobocie dotyczy ludzi leniwych							
UMCS 2001	4,9	8,8	5,1	32,1	49,1	1,88	1,15
Politechnika Lub. 2001	3,7	10,4	20,2	32,7	33,0	2,19	1,12
Pracownicy najemni 2004	3,1	6,6	9,7	21,9	58,7	1,74	1,08
Przedsiębiorcy 2002–2003	5,1	8,7	11,6	29,6	45,0	1,99	1,17
Przedsiębiorcy 2011	11,8	17,4	32,8	26,5	11,5	2,91	1,17
6. Bezrobocie dotyczy ludzi słabo wykształconych							
UMCS 2001	6,5	28,0	8,0	35,2	22,3	2,61	1,28
Politechnika Lub. 2001	4,3	29,5	26,3	22,3	17,6	2,81	1,16
Pracownicy najemni 2004	5,4	19,0	15,0	24,1	36,5	2,33	1,29
Przedsiębiorcy 2002–2003	4,3	23,5	17,2	29,1	25,9	2,51	1,22
Przedsiębiorcy 2011	5,0	23,2	28,5	30,0	13,3	2,77	1,10
7. Bezrobocie to łamanie prawa człowieka do pracy							
UMCS 2001	18,1	32,8	17,1	21,3	10,7	3,26	1,28
Politechnika Lub. 2001	21,9	30,5	30,5	11,8	5,3	3,52	1,12

TABELA 1 cd.

Czy zgadza się pan/pani z następującymi stwierdzeniami? (dane w %)						Miary	
Kategorie	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Ani tak, ani nie	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Średnie	Odch. stand.
Pracownicy najemni 2004	41,9	21,5	17,9	7,9	10,8	3,76	1,35
Przedsiębiorcy 2002–2003	36,8	24,9	20,3	10,7	7,3	3,73	1,26
Przedsiębiorcy 2011	11,1	18,9	30,3	23,9	15,8	2,85	1,22
8. Bezrobocie wpływa na wzrost przestępczości							
UMCS 2001	35,8	43,7	9,1	7,0	4,4	3,99	1,06
Politechnika Lub. 2001	48,1	36,8	8,5	4,2	2,4	4,24	0,95
Pracownicy najemni 2004	72,0	22,3	3,4	2,0	0,3	4,64	0,67
Przedsiębiorcy 2002–2003	59,3	32,0	5,5	2,0	1,2	4,46	0,79
Przedsiębiorcy 2011	33,1	38,9	18,3	7,2	2,5	3,93	1,01
9. Bezrobocie sprawia, że ludzie czują się niepotrzebni, mało wartościowi dla społeczeństwa							
UMCS 2001	36,6	43,3	9,2	8,2	2,7	4,03	1,02
Politechnika Lub. 2001	32,1	47,2	14,6	4,8	1,3	4,04	0,88
Pracownicy najemni 2004	52,6	29,7	11,1	5,7	0,9	4,27	0,93
Przedsiębiorcy 2002–2003	48,2	38,8	8,7	3,2	1,1	4,30	0,84
Przedsiębiorcy 2011	36,0	41,0	15,7	5,6	1,7	4,04	0,95
10. Bezrobocie daje ludziom dużo wolnego czasu, mogą nic nie robić i korzystać z zasiłków							
UMCS 2001	10,7	22,0	11,6	26,3	29,5	2,58	1,38
Politechnika Lub. 2001	9,6	17,9	27,7	23,7	21,1	2,71	1,25
Pracownicy najemni 2004	12,0	9,7	19,4	26,0	32,9	2,42	1,35
Przedsiębiorcy 2002–2003	9,5	13,1	26,4	25,3	25,7	2,56	1,26
Przedsiębiorcy 2011	15,4	25,6	27,5	22,7	8,8	3,16	1,20
11. Pewien poziom bezrobocia jest w gospodarce potrzebny							
UMCS 2001	11,7	24,8	24,8	20,7	18,0	2,92	1,28
Politechnika Lub. 2001	7,5	17,7	28,2	29,5	17,1	2,69	1,17
Pracownicy najemni 2004	12,3	17,9	18,0	23,6	28,2	2,62	1,38
Przedsiębiorcy 2002–2003	11,2	29,6	18,8	23,9	16,5	2,95	1,28
Przedsiębiorcy 2011	10,7	22,1	26,3	23,5	17,4	2,85	1,25

Uwagi: Tabela zawiera dane zebrane na podstawie odpowiedzi respondentów (przed nadaniem punktacji, zgodnej z przyjętym kierunkiem postawy). Kolejność umieszczenia stwierdzeń jest zgodna z ich kolejnością w pytaniu. Podano miary: średnie arytmetyczne, odchylenia standardowe.

Ź r ó d ł o: Badania i opracowanie własne.

Podstawę dalszych operacji stanowiły dane. Ustalono punktację odpowiedzi w zakresie każdego stwierdzenia, zgodnie z definicją i ogólnym kierunkiem postawy (im wyższa liczba punktów, tym wyższy stopień akceptacji). W zestawie (por. tab. 1) wystąpiło sześć pozycji wskazujących na pozytywne aspekty bezrobocia, które wiązały to zjawisko z aktywizacją i wzrostem morale (1, 2), uznawały brak pracy za efekt niedoborów wykształcenia i odpowiednich postaw

oraz skłonności do życia na koszt społeczeństwa (5, 6, 10), traktowały bezrobocie jako własność gospodarki rynkowej (11). Odpowiedzi punktowano: zdecydowanie tak – 5, raczej tak – 4, ani tak, ani nie – 3, raczej nie – 2, zdecydowanie nie – 1. W stwierdzeniach opisujących aspekty negatywne, odnoszące się do ekonomicznych, psychologicznych i społecznych skutków braku pracy (3, 4, 7, 8, 9), zastosowano odwrotną punktację, zaczynając od 1 dla „zdecydowanie tak", a kończąc na 5 dla „zdecydowanie nie".

Tok postępowania przygotowawczego związanego z budową skali był w poszczególnych projektach autonomiczny. Obliczano sumy uzyskane przez każdego z respondentów, tworzono skontrastowane grupy (górne i dolne ćwiartki) i przeprowadzano analizę różnic między średnimi ocen dla każdego stwierdzenia. Już w rezultacie badań wstępnych (1998 r.) do skali zakwalifikowano wyłącznie te stwierdzenia, które cechowało istotne statystycznie zróżnicowanie odpowiedzi osób z grup kontrastowych. Analizy wykonane na podstawie danych potwierdzały moc dyskryminacyjną 11 pozycji skali we wszystkich projektach. W wypadku studentów (obu uczelni) i przedsiębiorców (w obu badaniach) dwie pozycje skali charakteryzowało największe zróżnicowanie między średnimi grup „dolnych" i „górnych". To przede wszystkim kwestie prawa do pracy (7) i niechęci do pracy (5). Jednak można też wyodrębnić inne pozycje o dużej mocy dyskryminacji, które są ważne z punktu widzenia interpretacji wyników na temat interioryzacji zasad merytokratycznych i umiejętności skutecznego działania w warunkach rynku pracy. Testowanie danych z badań przedsiębiorców i pracowników najemnych wskazało na czynnik wykształcenia (pozycja 6), a w zbiorowościach przedsiębiorców i studentów była to również pozycja 11 (akceptacja reguł gospodarki rynkowej). We wszystkich próbach najsłabszą siłę miała pozycja 2. Warto zauważyć, że standardowo stosowana analiza mocy dyskryminacji może oznaczać, iż kryterium empiryczne i statystyczne w większym stopniu zadecyduje o ostatecznym zbiorze elementów skali niż kryterium definicyjne. Sprawdzanie jednowymiarowości przyniosło podobne rezultaty we wszystkich próbach[22]. Dodatkowo wykorzystano kryteria: treściowe; powiązanie każdej pozycji skali ze zmienną syntetyczną (SAB); analizę wielozmiennową, polegającą na sprawdzeniu macierzy korelacji w zbiorach 11 pozycji skali i ocenie śródkorelacji.

Na tym etapie należy ponownie odwołać się do analizy porównawczej. Zaobserwowano, że występują zbieżności między projektami, które obejmują: dominujące pozycje skali (najsilniejsze powiązanie z ogólnym wynikiem skali,

[22] Każdą pozycję składową cechowało istotne statycznie powiązanie ze zmienną SAB (w każdym projekcie).

poziom współczynników przekraczał 0,4, przy p<0,01) – łamanie prawa do pracy (7) i kwestię braku chęci do pracy (5); stwierdzenia o najsłabszych rejestrach powiązań z ogólnym wynikiem (skalą) – wzrost szacunku wobec pracy (2), utrata dochodów (3), niewykorzystanie zasobów pracy społeczeństwa (4). W wypadku dwóch ostatnich stwierdzeń oceny charakteryzowała stosunkowo mała zmienność i niska moc dyskryminacji. Po uzupełnieniu analizy własności liczbowo wymiernych przez analizę kryteriów jakościowych, odnoszących się do wymienionych tu składników skali, można zauważyć wspólny, zasadniczy kontekst postaw. Są nim fundamentalne funkcje pracy, które definiują jej wartość i przesądzają o generalnie niskiej akceptacji zjawiska bezrobocia, zarówno na poziomie indywidualnym, jak i mikro- czy makrospołecznym[23].

KONSTRUKCJA ZMIENNEJ SAB I WYNIKI WSTĘPNE

W każdym z opisywanych tu badań empirycznych procedury przygotowania wartości skali w formie zmiennej jednowymiarowej implikowały dylematy, a porównanie wyników kilku projektów i ogląd całości, przyczynił się do ich wzmocnienia. Po pierwsze, możliwa do uzyskania łączna punktacja mieści się w przedziale 11–55, ale empiryczne rozkłady były wyraźnie niższe. Po zestawieniu frakcji procentowych sumowanych ocen 11 pozycji okazało się, że badani podpadają głównie pod niskie i średnie wartości zmiennej syntetycznej (tab. 2). Stawia to pod znakiem zapytania użyteczność posługiwania się normą teoretyczną, a dokładniej tak przygotowaną zmienną pięciowartościową. Po drugie, brak empirycznego nasycenia wysokich rejestrów wartości spowodował problem, jak usytuować respondentów na skali i jakie przyjąć zasady jej przygotowania do analizy zależności między zmiennymi (tab. 3). Jednym z możliwych rozwiązań, które „przywraca" czułość skali, jest dopasowanie do danych empirycznych i tzw. norma grupowa. W procesie analizy materiału pochodzącego z każdego z badań opracowywano normy uwzględniające wartość mediany, wartość środkową empirycznych szeregów rozdzielczych i wartości średnich arytmetycznych[24]. Prowadzenie tego rodzaju operacji na danych i ich przetwarzanie łączy się z jakimś udziałem arbitralnych decyzji, zaś przyjęte rozwiązania kształtują opis

[23] Wniosek ogólny został oparty na analizach materiału pochodzącego z opisywanych tu projektów badawczych.

[24] Por. zasady ustalania norm w skali Likerta [Churchill *ibidem*: 418–419]. Szczegółowy opis norm grupowych przekracza ramy artykułu. Poza tym ich funkcje były związane z analizą danych w poszczególnych projektach.

statystyczny i obraz wyników. Pojawia się zatem trzecia kwestia – prawomocności normalizacji narzędzia. Jedna trudność to ustalenie wartości skali, gdy normy grupowe w kolejnych badaniach okazują się zróżnicowane. Druga ma charakter bardziej fundamentalny. Porównywanie rezultatów replikacji skali, dokonanej w różnym czasie i w odmiennych warunkach (rodzaj zbiorowości, zasady doboru prób i brak reprezentatywności, techniki zbierania danych[25]), nie daje uprawnień do użycia procedur statystycznych, skierowanych na standaryzację wartości skali.

TABELA 2. Struktura wartości SAB na podstawie sumowanych ocen – zestawienie porównawcze pomiarów

Kategorie	Dane w %					Miary				
	1 - b. niski	2 - niski	3 - średni	4 - wysoki	5 - b. wysoki	Średnie	Odch. stand.	Q25	M	Q75
UMCS 2001	10,6	56,5	29,2	3,5	0,2	26,35	5,69	23	26	30
PL 2001	7,5	57,9	32,6	2,0	0,0	26,69	5,15	23	27	30
PN 2004	17,4	60,5	21,5	0,6	0,0	24,38	5,27	21	24	28
P1 2002–2003	14,6	59,0	25,6	0,8	0,0	25,23	5,26	22	25	29
P2 2011	5,2	42,4	48,0	4,4	0,0	28,57	5,27	25	29	32
Przedziały	11-19	20-28	29-37	38-46	47-55	-	-	-	-	-

Uwagi: Braki danych usuwano przypadkami, mierzono wyłącznie postawy osób, które oceniły każde z 11 stwierdzeń. Utworzono zmienną jednowymiarową, pięciowartościową (1–5). Uzyskane wielkości sum: minimalne to 11 (wyjątek to P2 – 14), a maksymalne to odpowiednio: UMCS – 51; PL – 43; PN – 41; P1 – 39; P2 – 46). Podano miary: średnie arytmetyczne, odchylenia standardowe, mediany (M) i kwartyle (Q).

Ź r ó d ł o: Badania i opracowanie własne.

TABELA 3. Struktura wartości SAB zastosowana w analizie – zestawienie porównawcze[26]

Kategorie	Bardzo niski	Niski	Średni
UMCS 2001	25,0	42,1	32,9
PL 2001	20,9	44,0	35,1
PN 2004	36,9	40,7	22,4
P1 2002–2003	29,4	44,2	26,4

[25] Ogólnie rzecz biorąc, badania reprezentują typ badań surveyowych, w których stosuje się „standaryzowane techniki interrogacyjne" [Lutyński 1994: 264]. Wspólną własnością było posłużenie się kwestionariuszami badawczymi o wyższym stopniu standaryzacji, ale różniła się sytuacja zbierania danych.

[26] Dysponowanie zmienną pięciowartościową (i zrównoważoną) jest korzystniejsze. Zwiększa czułość skali, jest spójne z logiką budowy pytania skierowanego do respondentów i z logiką pomiaru. Nie zawsze jednak poprawia warunki analizy statystycznej, zwłaszcza w przypadku niewielkich liczebnie prób.

TABELA 2 cd.

Kategorie	Bardzo niski	Niski	Średni
P2 2011	12,6	34,8	52,6
Przedziały punktowe	11–22	23–28	29 i więcej

Uwagi: Dla celów analizy można przyjąć inną konwencję opisu wartości, typu: niski, średni, wysoki (stopień). W tym wypadku chodziło o podkreślenie usytuowania respondentów w stosunku do założonych wartości SAB.

Źródło: Badania i opracowanie własne.

W celu zestawienia konstruktu z efektami pomiarów wykonano analizę czynnikową (tab. 4)[27]. Zastosowanie tej metody nie należy do łatwych, zwłaszcza w wymiarze interpretacyjnym, a porównanie rezultatów kilku projektów zwiększa zakres trudności. Zadanie skierowano tu przede wszystkim na uchwycenie reguł organizujących złożoną strukturę pozycji skali. Jak się okazało dominują trzy aspekty, swoiste osie główne określające sposoby postrzegania bezrobocia. Pierwszy jest definiowany przez negatywne skutki indywidualne i społeczne (wykluczenie społeczne, pozbawienie prawa do pracy, patologie). Drugi to czynnik deficytu zasobów jednostek aktywnych na rynku pracy (wykształcenie, pracowitość, odpowiedzialność za własne utrzymanie). Trzeci to czynnik wzrostu aktywności i wartości pracy[28]. Ponieważ koncepcja skali opierała się na tych kryteriach i to one formują percepcję zjawiska bezrobocia (empiryczne odwzorowanie i podobieństwo reguł we wszystkich badanych zbiorowościach), uznano to za przejaw trafności skali na poziomie elementów składowych.

[27] Jeśli chodzi o skalę Likerta, analiza czynnikowa jest na ogół wykorzystywana w celu zredukowania liczby pozycji skali, gdy np. do początkowego zestawu weszła zbyt duża liczba stwierdzeń [Sagan ibidem: 90]. Tu jednak posłużono się analizą czynnikową jako metodą badania wewnętrznych związków między wskaźnikami, poszukiwania zmiennych ukrytych i krystalizacji założeń teoretycznych [Blalock *ibidem*: 431n.].

[28] Jest to bardziej adekwatne określenie niż funkcje higieniczne bezrobocia, które jest nieco zdezaktualizowane. W obecnych warunkach rynku pracy wysokie bezrobocie sprzyja raczej zjawisku „nadwartości" faktu posiadania pracy, nawet gdy ważne potrzeby pracownicze są niezaspokojone.

TABELA 4. Analiza czynnikowa zbiorów elementów składowych skali – zestawienie porównawcze

Pozycje skali (stwierdzenia)	UMCS 2001			PL 2001		
	I	II	III	I	II	III
1. B. mobilizuje ludzi do działania...	-0,06	**0,79**	0,02	-0,07	0,07	**0,83**
2. B. sprawia, że ludzie bardziej szanują pracę	0,09	**0,82**	-0,11	0,23	0,02	0,77
3. B. pozbawia ludzi [...] środków do życia	0,50	0,05	-0,19	0,57	0,07	0,05
4. B. to brak wykorzystania potencjału pracy...	0,55	-0,01	-0,21	0,59	0,05	-0,08
5. B. dotyczy ludzi leniwych	-0,18	0,02	**0,68**	-0,12	**0,79**	0,12
6. B. dotyczy ludzi słabo wykształconych	0,09	0,12	**0,68**	0,03	**0,68**	0,13
7. B. to łamanie prawa człowieka do pracy	**0,64**	-0,13	-0,18	**0,62**	-0,34	-0,05
8. B. wpływa na wzrost przestępczości	**0,69**	-0,05	0,19	**0,69**	-0,02	0,16
9. B. sprawia, że ludzie czują się niepotrzebni...	**0,71**	0,02	0,07	**0,64**	-0,14	-0,06
10. B. daje ludziom dużo wolnego czasu...	-0,09	-0,14	**0,61**	-0,04	0,64	-0,11
11. Pewien poziom b. jest [...] potrzebny	-0,19	0,37	0,33	-0,30	0,04	0,34
Wariancja wyjaśniana	2,04	1,49	1,57	2,12	1,65	1,47
Udział	0,19	0,14	0,14	0,19	0,15	0,13

Pozycje	Pracownicy najemni 2004			Przedsiębiorcy 2002–2003			Przedsiębiorcy 2011		
	I	II	III	I	II	III	I	II	III
1	-0,06	-0,18	**0,77**	0,07	0,06	**-0,79**	0,01	0,01	**0,77**
2	0,06	0,04	**0,81**	-0,13	-0,12	**-0,80**	0,07	-0,12	**0,79**
3	0,25	0,26	0,28	-0,41	-0,15	-0,15	**0,69**	-0,05	-0,07
4	0,58	-0,14	0,09	-0,54	0,01	-0,06	**0,60**	0,06	0,05
5	-0,28	**-0,71**	-0,02	0,07	**0,79**	0,03	-0,05	**0,83**	-0,00
6	-0,02	**-0,70**	0,21	0,02	**0,71**	-0,13	0,01	**0,63**	0,31
7	**0,69**	0,12	0,13	**-0,77**	-0,13	0,00	0,57	-0,30	-0,05
8	**0,64**	0,10	-0,14	**-0,68**	0,07	0,14	**0,68**	0,19	-0,12
9	**0,75**	0,14	-0,02	**-0,76**	-0,13	0,03	**0,65**	-0,17	0,11
10	0,07	**-0,64**	-0,23	0,10	**0,67**	0,24	-0,04	**0,76**	-0,12
11	-0,02	-0,49	0,08	0,29	0,31	-0,23	-0,13	0,23	0,47
Wariancja wyjaśniana	1,94	1,81	1,48	2,21	1,75	1,45	2,08	1,88	1,59
Udział	0,18	0,16	0,13	0,20	0,16	0,13	0,19	0,17	0,14

Uwagi: Zastosowano metodę głównych składowych (*Principal Components*) z rotacją *Varimax* znormalizowaną. Pełne brzmienie stwierdzeń w tab. 1; skrót: B – bezrobocie.

Ź r ó d ł o: Badania i opracowanie własne.

ANALIZA PORÓWNAWCZA NA PODSTAWIE ZASTOSOWANIA ZMIENNEJ SAB

Rezultaty projektów zrealizowanych we wszystkich badanych zbiorowościach wskazują na stosunkowo niewielkie obszary społecznego przyzwolenia na istnienie bezrobocia[29]. Wydaje się, że postawy mają względnie stałe własności, ukierunkowanie i nasilenie na przestrzeni tych kilkunastu lat, mimo wystąpienia licznych czynników, które powinny były spowodować zróżnicowanie (zewnętrzne, rynkowe; warunki powtarzania pomiaru). Jak już zaznaczono, występuje tu kilka kategorii problemów. Jeden dotyczy niedoreprezentowania założonych wartości pozytywnych skali i zasad stosowania SAB w analizie zależności między zmiennymi. Drugi to kwestia niewypełnienia warunków standaryzacji powtarzanych pomiarów i normalizacji narzędzia. Trzeci to możliwości analizy porównawczej (*ex post*) w warunkach zastanych. Każdy z nich jest na tyle złożony, że wymaga w zasadzie oddzielnego opracowania. A chociaż są to kwestie ważne, łączące się z normatywnymi regułami realizacji badań surveyowych, to ich (techniczne) rozwiązanie nie gwarantuje osiągnięcia znaczących rezultatów. W wypadku badań socjologicznych kluczową rolę odgrywa kontekst interpretacji wyników, zarówno teoretyczny, jak i metodologiczny. Przy tym na efekty badań wpływają też czynniki zewnętrzne wobec procesu badawczego, które pozostają poza kontrolą badacza.

Na podstawie całościowego oglądu wyników można sformułować kilka konkluzji. I tak analiza zależności między zmiennymi takimi jak poziom wykształcenia i wiek a postawami mierzonymi za pomocą SAB nie daje jednoznacznych podstaw do stwierdzenia o zwiększonej podatności młodych, wykształconych ludzi na tzw. ideologię bezrobocia[30]. Zaobserwowane prawidłowości w układach zmiennych dotyczą zresztą nie tyle powiązań SAB z pojedynczymi zmiennymi, ile z pewnymi syndromami cech. Najbardziej charakterystyczny jest rzeczywiście definiowany na podstawie poziomu i rodzaju wykształcenia oraz kategorii zawodów. Ale dopiero w połączeniu z orientacjami na określone wartości w sferze pracy tworzy on kontekst decyzji edukacyjnych i zawodowych oraz percepcji mechanizmów rynku pracy. Implikuje więc zróżnicowanie nastawienia także

[29] Warto zaznaczyć, że problemy niedoborów miejsc pracy lokalizowano głównie po stronie nieprawidłowych rozwiązań systemowych, polityki społeczno-ekonomicznej i działań rządu, które nie sprzyjają racjonalnemu zagospodarowaniu zasobów ludzkich.

[30] Upływ czasu, przeobrażenia rzeczywistości społeczno-gospodarczej w Polsce, a także obserwowane na podstawie badań zmiany postaw wobec pracy zweryfikowały wiele poglądów na temat zjawiska bezrobocia, występujących w literaturze przedmiotu z lat 90. XX w.

wobec zjawiska bezrobocia. Pamiętając jednak, że poziom wykształcenia w badanych zbiorowościach był relatywnie wysoki, a respondenci reprezentowali młodsze i średnie kategorie wiekowe, to brak wypełnienia wysokich wartości SAB wzmacnia wniosek o nieakceptacji zjawiska bezrobocia. Drugi jest wyznaczany przez zmienną „płeć", ale w rozumieniu czynnika powiązanego z szeregiem uwarunkowań karier zawodowych kobiet i ich sytuacji na rynku pracy. Można tu wymienić zarówno determinanty ról społecznych, predyspozycje czy preferowane wartości, które kształtują wybory edukacyjne i zawodowe kobiet oraz formują ich doświadczenia na rynku pracy, jak i oddziaływanie segmentacji. W spektakularny sposób ujawnia się to w postawach (tab. 5).

TABELA 5. Wartości SAB według zmiennej „płeć" (dane w %)

Kategorie	UMCS 2001		Pracownicy najemni 2004		Przedsiębiorcy 2002–2003		Przedsiębiorcy 2011	
	$C = 0{,}25$; $p < 0{,}0001$		$C = 0{,}21$; $p < 0{,}001$		$C = 0{,}14$; $p < 0{,}01$		$C = 0{,}22$; $p < 0{,}0001$	
	K	M	K	M	K	M	K	M
Bardzo niski	31,1	13,4	44,1	25,9	36,5	24,0	18,8	6,2
Niski	44,2	38,7	39,7	42,2	40,8	46,7	38,0	32,0
Średni	24,7	47,9	16,2	31,9	22,7	29,3	43,2	61,8

Uwagi: W wypadku studentów Politechniki brak zależności między zmiennymi. Zastosowane symbole: *C* – współczynnik kontyngencji *C*-Pearsona; K – kobiety, M – mężczyźni.

Ź r ó d ł o: Badania i opracowanie własne.

Charakterystyka powiązań zmiennej SAB w każdym z projektów przekracza ramy opracowania, tym bardziej że analizy materiału zebranego w efekcie podobnych tematycznie, ale nietożsamych badań wskazują na specyficzne relacje w układach zmiennych[31]. Jednakże można zaobserwować występowanie tych

[31] Na przykład wyższe wykształcenie i specjalistyczne przygotowanie zawodowe, zwłaszcza techniczne, koreluje dodatnio z wysokimi rejestrami orientacji merytokratycznej, profesjonalnej i samorealizacyjnej, a te własności zwiększają prawdopodobieństwo ponadprzeciętnych osiągnięć zawodowych i ekonomicznych. Jednak te reguły były czytelne głównie w zbiorowościach osób pracujących na własny rachunek (zwłaszcza P2), gdzie posiadanie atrakcyjnych na rynku pracy zasobów zawodowych było też powiązane z pragmatyzmem postaw. W wypadku pracowników najemnych występuje znacznie większy udział autotelicznej motywacji w sferze edukacji czy pracy, a strategie działania okazywały się mniej skuteczne. Jednak te badania wykonano na terenie powiatu bialskiego, gdzie rejestruje się jedne z najwyższych wskaźników poziomu bezrobocia, zarówno w województwie lubelskim, jak i w całej Polsce. W badaniach studentów czynnikiem różnicującym był głównie kierunek studiów, a w szerszym ujęciu – typ uczelni. W UMCS najwyższe wartości SAB wystąpiły u studentów ekonomii i prawa, a najniższe – pedagogiki, ale i osób studiujących na większości kierunków humanistycznych. Zmienna „kierunek studiów" to wskaźnik syndromu

samych kontekstów formujących postawy – z jednej strony jest to rola pracy i wykształcenia (w rozumieniu cenionych wartości), a z drugiej strony dramatycznie trudne warunki rynku pracy, których społeczna recepcja ma negatywny wymiar. Jako przykład warto podać prawidłowości zaobserwowane w zbiorowości przedsiębiorców (tab. 6).

TABELA 6. Orientacje na wartości a SAB – Przedsiębiorcy 2002–2003 (dane w %)[32]

Kategorie		Skala Akceptacji Bezrobocia – wartości (stopień akceptacji)		
		Bardzo niski	Niski	Średni
Orientacja merytokratyczna $R = 0{,}27$; $p < 0{,}0001$	Niska	42,3	39,2	18,5
	Średnia	25,8	48,0	26,2
	Wysoka	11,0	50,3	38,7
Orientacja materialna (socjalna) $R = -0{,}13$; $p < 0{,}01$)	Niska	25,5	43,7	30,8
	Średnia	30,7	48,5	20,8
	Wysoka	40,5	38,8	20,7
Orientacja społeczna $R = -0{,}20$; $p < 0{,}0001$)	Niska	17,7	48,2	34,1
	Średnia	30,2	45,6	24,2
	Wysoka	40,4	40,3	19,3
Pesymizm rynkowy $R = -0{,}30$; $p < 0{,}0001$)	Niski	17,9	44,4	37,7
	Średni	25,6	51,7	22,7
	Wysoki	52,2	36,9	10,9

Uwagi: Podano współczynnik korelacji rang *R*-Spearmana.

Ź r ó d ł o: Badania i opracowanie własne.

Relatywnie wysokie rejestry SAB łączą się z wyższym prawdopodobieństwem przyjęcia niełatwych reguł gospodarki rynkowej i z interioryzacją norm merytokratycznych, co jest skorelowane z posiadaniem atrakcyjnych na rynku

cech, ponieważ wykazywała powiązanie z typem środowiska pochodzenia młodzieży i z poziomem wykształcenia rodziców, różnicowała preferowane wartości w sferze pracy i motywację do studiów, oczekiwania kierowane wobec uczelni i ocenę ich realizacji, postrzeganie własnych perspektyw zawodowych.

[32] Orientacje na wartości (czy wartościujące) to zmienne złożone, które zostały utworzone za pomocą baterii wskaźników. Opracowano definicje nominalne cech, a ich formy jednowymiarowe i syntetyczne służyły do identyfikacji osób o określonych typach przekonań: merytoryczna – uznawanie wykształcenia, przygotowania zawodowego i pracy za skuteczne czynniki osiągania korzystnej pozycji zawodowej oraz materialnej; materialna (socjalna) – ukierunkowanie na aspekty finansowe pracy, ale w rozumieniu strategii przetrwania, zachowania środków do życia; społeczna – definiowanie celów pracy i jej wartości na podstawie relacji społecznych, więzi, dobrej atmosfery międzyludzkiej; pesymistyczna – postrzeganie reguł aktywności zawodowej i reguł wymiany na rynku pracy (w tym zatrudnienia) przez pryzmat protekcji, układów, łamania prawa, zagrożeń. Koncepcja orientacji, metodologia i szczegółowa analiza danych zob. [Jezior 2009].

pracy zasobów zawodowych. Przede wszystkim jednak musi wystąpić czynnik umiejętności wykorzystania tych zasobów i skutecznego działania (aktywność zawodowa, ekonomiczna) oraz wskaźniki sukcesu (wymierne – np. dochody lub/i subiektywne – satysfakcja). Respondentów przypisanych do najniższych wartości SAB cechuje skłonność do postrzegania rzeczywistości przez pryzmat barier i zagrożeń, w tym patologii życia społecznego (układy i znajomości, korupcja). Na ogół są to osoby dysponujące niekorzystnymi zasobami zawodowymi i nieradzące sobie w warunkach współczesnego rynku pracy.

PODSUMOWANIE

Celem artykułu było omówienie problemów związanych z przygotowaniem skali Likerta i jej aplikacji w badaniach socjologicznych, poświęconych zagadnieniom wartości pracy, w tym postaw wobec bezrobocia. Postępowanie koncepcyjne i analityczne zostało oparte na wynikach projektów badawczych, wykonanych przez autorkę w latach 1998–2011 w województwie lubelskim, w których zastosowano Skalę Akceptacji Bezrobocia (SAB).

Z perspektywy całościowej oceny efektów tych projektów i replikacji SAB można wymienić kilka zasadniczych zalet zastosowania tego typu skali. Po pierwsze, służy ona wzmocnieniu trafności pomiaru w stosunku do posługiwania się pojedynczymi wskaźnikami. Ma to nieocenione znaczenie w badaniach zjawisk społecznych, zwłaszcza trudno dostępnych dla obserwacji, do jakich należy sfera świadomościowa. Po drugie, w formie zmiennej jednowymiarowej i syntetycznej, jako swoista wypadkowa przekonań, stanowi użyteczne narzędzie w procesie sprawdzania powiązań występujących w wielowymiarowych układach badanych zmiennych. Przy czym fakt, że zawsze można wrócić do poziomu analizy elementów składowych, sprawia, że otrzymany obraz percepcji zjawiska, w tym przypadku bezrobocia, jest bogatszy treściowo i interpretacyjnie. Po trzecie, jest dogodną podstawą analizy porównawczej wyników pochodzących z wielu projektów. Po czwarte, powtarzanie pomiaru dostarcza interesujących spostrzeżeń natury poznawczej, ale i metodologicznej oraz technicznej, związanej z zastosowaniem tego typu pytań wskaźnikowych w surveyach. Powstają warunki „badań nad badaniami", co sprzyja doskonaleniu technik pomiarowych.

Opis SAB i historii jej zastosowania miał również na celu zwrócenie uwagi na problemy, które pojawiły się w toku pracy. Po pierwsze, sama konstrukcja skali i jej wykorzystanie w badaniach nie są tak proste, jak się twierdzi, a opracowania metodologiczne nie zawierają wielu potrzebnych wskazówek. Po drugie,

posługiwanie się zmienną w postaci syntetycznej zmniejsza zakres informacji oraz osłabia wrażliwość zmiennej w analizie powiązań w układzie zmiennych[33]. Po trzecie, występują dylematy dotyczące zasad standaryzacji skali na podstawie badań niespełniających warunków reprezentatywności. Implikuje to trudności stosowania precyzyjnych miar na poziomie realizacji pojedynczego badania, a tym bardziej w sytuacji analizy porównawczej danych pochodzących z wielu pomiarów. Odnosi się to także do oceny rzetelności skali. Po czwarte, powstaje pytanie, jakie znaczenie dla ostatecznego efektu skali ma sam przedmiot postawy i kontekst problematyki badań.

Nie lekceważąc problemów, warto wymienić argumenty przemawiające na rzecz tej skali, pozostawiając na razie dylematy dotyczące jej formy i potrzeb ewentualnej modyfikacji. Po pierwsze, chociaż pełniła ona nieco inne funkcje w poszczególnych projektach, biorąc pod uwagę przedmiot badań i miejsce w układach zmiennych, to zawsze była użyteczna jako podstawa porządkowania i interpretacji złożonych konfiguracji przekonań. Po drugie, cykl projektów nie miał charakteru badań porównawczych w klasycznym w socjologii rozumieniu metody porównawczej. Podjęte *ex post* działania można w jakimś zakresie zaliczyć do metaanalizy, a całościowo ujmując – do nurtu metodologii empirycznej[34]. Jednakże wielokrotne zastosowanie SAB i analiza porównawcza wyników, w tym reguł powiązania tej zmiennej z innymi kluczowymi zmiennymi, dowiodła występowania szeregu podobieństw między projektami. Gdyby nie puryzm metodologiczny, można by to uznać za przejaw rzetelności skali. Ów fakt, że upływ czasu, zmiana warunków społeczno-gospodarczych i różnice cech badanych zbiorowości nie znalazły proporcjonalnego odwzorowania w uzyskanych rezultatach badawczych, może mieć też inne ważne konteksty. Są to kulturowe podstawy kształtowania postaw wobec pracy, i ten rodowód sprawia, że nie dochodzi do zbyt łatwego naruszania struktur elementarnych ładów aksjonormatywnych, na przykład pod wpływem bieżących zdarzeń i sytuacji. Poza wszystkim trzeba podkreślić powszechność społecznego doświadczenia bezrobocia i bardzo trudnych warunków panujących na rynku pracy w województwie lubelskim[35].

---

[33] W przypadku analizy powiązań zmiennych wyjaśniających z pojedynczymi elementami skali wystąpił większy zakres tych powiązań i ich siła (mierząc wielkością współczynników korelacji). Jednak jest to spostrzeżenie wyprowadzone wyłącznie na podstawie badań autorki.

[34] Jest to odwołanie do koncepcji metodologii empirycznej podanej przez A. Sułka [2002: 18–19].

[35] Opisywane badania autorki wykazywały odwzorowanie obiektywnych mierników dotyczących bezrobocia w świadomości społecznej (przewaga negatywnych opinii na temat polityki

Przedmiotowa skala nie jest propozycją gotowego narzędzia. Zresztą, patrząc z obecnej perspektywy, można by przyjąć nieco inne rozwiązania koncepcyjne i metodologiczne. Podjęte rozważania stanowią raczej przyczynek do dyskusji na temat zastosowania skal pomiaru postaw w badaniach socjologicznych i zasad ich replikacji w kolejnych projektach i przez wielu badaczy. Wymiana doświadczeń i reguła „odkrytych kart" w prezentowaniu metodologii prowadzonych badań przyczyniłyby się do tworzenia wzorów „dobrych praktyk", podnoszenia jakości badań socjologicznych i wzmacniania ich wartości poznawczej.

BIBLIOGRAFIA

Blalock H.M. [1975], *Statystyka dla socjologów*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Brzezińska A.I., Brzeziński J.M. [2011], *Skale szacunkowe w badaniach diagnostycznych*, [w:] J. M. Brzeziński (red.), *Metodologia badań społecznych. Wybór tekstów*, Poznań: Zysk i S-ka Wydawnictwo.

Churchill G.A. [2002], *Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Francuz P., Mackiewicz R. [2005], *Liczby nie wiedzą, skąd pochodzą. Przewodnik po metodologii i statystyce nie tylko dla psychologów*, Lublin: Wydawnictwo KUL.

Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D. [2001], *Metody badawcze w naukach społecznych*, Poznań: Zysk i S-ka Wydawnictwo s.c.

Goode W.J., Hatt P.K. [1965], *Metody pomiaru w badaniach socjologicznych*, [w:] S. Nowak (red.), *Metody badań socjologicznych*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Jezior J. [2009], *Społeczno-kulturowe i rynkowe czynniki kształtowania sytuacji pracy przedsiębiorców. Na podstawie badań małych firm w województwie lubelskim*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii-Curie Skłodowskiej.

Likert R. [1932], *A Technique for the Measurement of Attitudes*, „Archives of Psychology" 1932, nr 140.

Lutyński J. [1994], *Metody badań społecznych. Wybrane zagadnienia*, Łódź: Łódzkie Towarzystwo Naukowe.

Mayntz R., Holm K., Hübner P. [1985], *Wprowadzenie do metod socjologii empirycznej*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Nowak S. [1973], *Pojęcie postawy w teoriach i stosowanych badaniach społecznych*, [w:] S. Nowak (red.), *Teorie postaw*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Nowak S. [1985], *Metodologia badań społecznych*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Reszke I. [1995], *Stereotypy bezrobotnych i opinie o bezrobociu w Polsce*, Warszawa: Fundacja im. Friedricha Eberta.

---

ekonomicznej państwa i nieskutecznego rozwiązywania kwestii braku pracy, nasilenie pesymistycznych nastrojów, dominacja krytycznych ocen stopnia merytokratyzacji porządku społecznego).

S a g a n A. [1998], *Badania marketingowe. Podstawowe kierunki*, Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.

S k a r ż y ń s k a K., D a a b W.Z. [1993], *Opinie Polaków na temat bezrobocia*, [w:] Z. Ratajczak (red.), *Człowiek w procesie przemian gospodarczych*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

S u ł e k A. [2002], *Ogród metodologii socjologicznej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Jagoda Jezior

METHODOLOGICAL PROBLEMS OF APPLICATION OF LIKERT SCALE

Summary

The aim of the paper is the analysis of the problems in the application of the Likert Scale in the studies devoted to work and unemployment. The first part discussed properties of Likert scale and phases of its preparation accepted in methodology of social researches. The second part presented the results of the concept and research work on the example of *Skala Akceptacji Bezrobocia* (SAB) [Unemployment Acceptance Scale]. The stages of construction of the scale, with particular attention to the components of a complex variable, were presented. Then, the results of the use of SAB. The results of research projects made by the author in 1998–2011 in Lublin province among students, entrepreneurs and employed persons were used as empirical material. Scale replication in five projects enabled the author to conduct the comparative analysis of the results. However, the major part of the deliberation was devoted to methodological problems referring to the design of the scale, the analysis of the data and the principles of the evaluation of the obtained results. It is a contribution to a discussion on the possibility to prepare the tools for measuring attitudes that could be applied repeatedly in sociological research.

Key words: Likert scale, unemployment, attitude, measurement in sociological researches, Unemployment Acceptance Scale

IZABELA ŚLĘZAK
Uniwersytet Łódzki*

NOWE TECHNIKI, STARE PROBLEMY? REFLEKSJE NA TEMAT BADAŃ SPOŁECZNYCH REALIZOWANYCH W ŚRODOWISKU OSÓB ŚWIADCZĄCYCH USŁUGI SEKSUALNE

Streszczenie

W artykule zaprezentowane zostaną metody i techniki stosowane w przeszłości i obecnie w badaniach społecznych realizowanych w środowisku osób prostytuujących się. Odwołując się do rosnącej popularności wykorzystania Internetu na różnych etapach projektu badawczego, rozważone zostaną główne zalety badań online prowadzonych w środowisku osób świadczących usługi seksualne. Jednocześnie, odnosząc się do badań zrealizowanych sposobami „tradycyjnymi", wskazane zostaną potencjalne problemy stojące przed badaczami, którzy planują zastosować badania online we wskazanym środowisku, a także w projektach dotyczących innych populacji ukrytych.

Słowa kluczowe: prostytucja, praca seksualna, badania populacji ukrytych, badania online

Prostytucja jest zjawiskiem złożonym i wielowymiarowym, które znajduje się w obszarze zainteresowań wielu dyscyplin naukowych, takich jak socjologia, pedagogika, psychologia, psychiatria, seksuologia, kryminologia, medycyna czy prawo. Badacze reprezentujący każdą z nich podejmują dociekania naukowe we właściwy dla siebie sposób, stawiając nieco odmienne cele, stosując specyficzne techniki i metody, dostosowując refleksję i przyjęte rozwiązania metodologiczne do dyskusji aktualnie toczących się na polu danej dyscypliny [por. Lutyński 2000; Flick 2010]. Na przebieg procesu badawczego wpływ ma także status prawny prostytucji w okresie prowadzenia badań oraz dyskurs publiczny, w którego

* Instytut Socjologii; e-mail: iza.slezak@gmail.com

ramach badacze pochylają się nad tym zjawiskiem. Kombinacja tych kilku czynników daje obraz zróżnicowanego dorobku publikacyjnego dotyczącego zjawiska prostytucji, nawet jeśli obszar zainteresowań zawęzimy jedynie do pozycji polskojęzycznych.

Celem niniejszego artykułu jest refleksja nad rozwiązaniami metodologicznymi stosowanymi przez polskich badaczy prostytucji od okresu dwudziestolecia międzywojennego po czasy nam współczesne. Ze względu na to, że prostytucja jest zjawiskiem dynamicznym, które nieustannie dostosowuje formy organizacyjne i zasady działania do przemian kontekstu, w którym istnieje, ewoluować muszą również sposoby projektowania i prowadzenia badań oraz ich cele. Także rosnące znaczenie nowych technologii i Internetu przyczynia się do zmian zarówno w sposobach realizowania badań społecznych, jak i funkcjonowaniu świata seksbiznesu. W konsekwencji Internet jest coraz chętniej wykorzystywany na wszystkich etapach projektów badawczych, zarówno dotyczących tradycyjnych form prostytucji, jak i tych zjawisk, które powstały i istnieją dzięki sieci (np. komercyjne kamery internetowe, seksczaty, cyberseks, blogi, strony WWW, anonse i grupy dyskusyjne zarówno osób oferujących usługi, jak i klientów, itd.) [por. Döring 2010; Jenkins 2010; Cunningham, Kendall 2011]. W związku z tym w artykule zaprezentowane zostaną możliwości i ograniczenia, jakie wiążą się z wykorzystaniem badań internetowych w projektach dotyczących seksbiznesu. Rozważania dotyczyć będą przede wszystkim tych wybranych cech badań online, które mogą przyczynić się do przezwyciężenia trudności towarzyszących projektom realizowanym za pomocą metod „tradycyjnych".

BADANIA PROSTYTUCJI WCZORAJ I DZIŚ

Zwolennicy badań online zwracają uwagę, iż często są one wygodniejsze niż badania realizowane metodami „tradycyjnymi" [Batorski, Olcoń-Kubicka 2006: 103]. W kontekście badań zjawiska prostytucji możliwość zebrania danych bez konieczności kontaktu twarzą w twarz z respondentami, przebywania w „podejrzanych" okolicach o późnych porach, negocjowania dostępu z „opiekunami" badanych lub osobami zarządzającymi agencjami wydaje się szczególnie interesująca. Tym bardziej że w badaniach prowadzonych w sposób „tradycyjny" badacze niejednokrotnie opisywali interakcje z respondentkami[1] jako trudne, zaś słabo przygotowani do tej wymagającej sytuacji ankieterzy (często studenci) nie

[1] Zdecydowana większość badań realizowanych w Polsce dotyczyła kobiet i dziewcząt zaangażowanych w prostytucję.

zawsze byli w stanie sobie z nią poradzić [Jędrzejko 2006: 52]. W przeciwieństwie do „tradycyjnych" technik interakcje zapośredniczone przez Internet dają badaczowi poczucie bezpieczeństwa[2] zarówno fizycznego, jak i psychicznego. Sposobem na zdobywanie informacji o świecie prostytucji bez konieczności bezpośredniego z nim kontaktu są także analizy zawartości blogów, czatów, grup dyskusyjnych oraz stron internetowych pośredniczących między osobami świadczącymi usługi seksualne i ich klientami [por. Pruitt 2005; Castle, Lee 2008]. Szczególnie interesującą drogą są jakościowe badania forów i grup dyskusyjnych skupiających klientów korzystających z usług seksualnych [Soothhill, Sanders 2005; Blevins, Holt 2009]. Ze względu na trudności, między innymi z doborem próby i uzyskaniem zgody na udział w badaniu, w naszym kraju zrealizowano niewiele badań poświęconych klientom kobiet prostytuujących się [Izdebski 2012]. Być może badania online mogłyby pomóc wypełnić tę lukę.

Nawiązując do zagadnienia doboru próby, należy wspomnieć, iż badania online umożliwiają szybkie i niewymagające dużych nakładów finansowych dotarcie do rozproszonej geograficznie populacji [Batorski, Olcoń-Kubicka 2006: 104]. Polskie badania zjawiska prostytucji prowadzono zazwyczaj w miastach, w których badacz zamieszkiwał bądź z którymi był związany zawodowo (np. w Warszawie [Surmacka 1939, Jasińska 1967, 1976]; Łodzi [Sztobryn-Giercuszkiewicz 2004, Ślęzak 2010, 2011]; Krakowie [Pabian 1973]; Trójmieście i Włocławku [Antoniszyn, Marek 1985], Bydgoszczy [Kowalczyk-Jamnicka 1998]). Internet daje możliwość nawiązania kontaktów z badanymi z terenu całej Polski, których trudno byłoby w inny sposób zaprosić do udziału w projekcie. Jest to szczególnie cenne w sytuacji trudności z uzyskaniem dostępu do przedstawicieli populacji ukrytych (*hidden populations*), a więc także osób świadczących usługi seksualne [Jenkins 2010]. W projektach dotyczących prostytucji realizowanych przy wykorzystaniu „tradycyjnych" metod dostęp do badanych uzyskiwano na kilka sposobów. W nielicznych przypadkach badanie było prowadzone przez osoby, które ze względu na wykonywany zawód miały kontakt z osobami prostytuującymi się. Przykładem mogą być badania Joanny Moczydłowskiej [1994, 1995, 1996a, 1996b] dotyczące wybranych aspektów prostytucji nieletnich dziewcząt, przeprowadzone wśród podopiecznych placówki resocjalizacyjnej, w której autorka pracowała. Innym sposobem było nawiązanie przez badacza współpracy z instytucjami, które powołano do pracy z osobami prostytuującymi się. Drogę tę wybrała np. Irena Surmacka

[2] W tym miejscu można przywołać badania Renaty Gardian dotyczące mężczyzn „sponsorujących" młode kobiety w zamian za stosunki seksualne. Zostały one przeprowadzone online „ze względu na własne bezpieczeństwo" autorki (Gardian 2007: 66).

[1939], korzystając z pomocy policji oraz Oddziału IV Sanitarno-Obyczajowego Wydziału Zdrowia Komisarijatu Rządu m. st. Warszawy. W próbie badawczej znalazło się 600 prostytuujących się kobiet, które w czasie trwania projektu (a więc przez okres 5 miesięcy) zgłosiły się na badania do przychodni wenerycznej lub były aresztowane i doprowadzone do tegoż oddziału. Współpraca z milicją była dominującym sposobem identyfikowania i pozyskiwania respondentek w okresie PRL-u. Polegała ona na tym, iż przypadki do próby były wskazywane przez pracowników MO, którzy informowali badacza o aktualnie wezwanej lub zatrzymanej osobie (np. Jasińska [1967, 1976], Pabian [1973], analogiczne procedury zastosowano w badaniach A. Marka we Włocławku [Antoniszyn, Marek 1985] i Kowalczyk-Jamnickiej [1998]). Niestety, bez odpowiedzi pozostaje pytanie, czy pracownicy MO, wskazując konkretne osoby do badań, nie selekcjonowali ich według dodatkowych kryteriów nieujawnionych badaczom, wpływając w ten sposób na uzyskiwane dane. Źródłem informacji o osobach świadczących usługi seksualne były także dokumenty sądowe czy rejestry więzienne, pozwalające badaczowi na zidentyfikowanie potencjalnych respondentek i dotarcie do nich [Jasińska 1967]. W konsekwencji w próbach badawczych większości projektów realizowanych w Polsce do połowy lat 90. znajdowały się jedynie te osoby, które weszły w konflikt z prawem i w związku z tym figurowały w milicyjnych spisach i kartotekach (choć wyniki tychże badań nierzadko uogólniano na całą populację prostytuujących się kobiet). Współcześnie, poszukując dostępu do respondentów, badacze korzystają z pomocy pracowników i wolontariuszy stowarzyszeń i fundacji pracujących z osobami świadczącymi usługi seksualne. Dzięki ich wiedzy o środowisku i zaufaniu, jakim się w nim cieszą, streetworkerzy przejmują rolę ankieterów, dobierając przypadki i gromadząc dane dla badaczy [Izdebski 2012]. Należy zaznaczyć, że i w tej sytuacji ostateczny kształt próby może być konsekwencją tego, jak respondenci postrzegają konkretną organizację i czy chcą z nią współpracować. Inną drogą stosowaną przez badaczy jest nawiązywanie kontaktu z osobami zaangażowanymi w działanie świata seksbiznesu, których można, używając określeń Ervinga Goffmana [2005], nazwać zorientowanymi i swoimi (np. pracownicy lokali rozrywkowych, hoteli, agencji towarzyskich, taksówkarze). Pełnią oni funkcję odźwiernych [Hammerslay, Atkinson 2000], wprowadzając badacza w świat badanych, w których on sam (bez pomocy ankieterów) realizuje badania (np. M. Antoniszyn [Antoniszyn, Marek 1985], I. Ślęzak [2009, 2010, 2011], M. Wojciechowska [2012]). Badacz zyskuje w ten sposób pewną kontrolę nad sytuacją badania, jednakże kluczowe znaczenie dla doboru przypadków ma ustanowienie odpowiednich relacji z odźwiernym,

tak by nie wpływały one negatywnie na pozycję badacza w danej społeczności [Hammerslay, Atkinson 2000].

Dla zwolenników badań online sposobem na przezwyciężenie trudności z uzyskaniem dostępu do badanych jest potraktowanie Internetu jako swoistej „bazy danych" potencjalnych respondentów [Jenkins 2010]. O ile bowiem bez pomocy odźwiernego trudno jest zidentyfikować konkretne prostytuujące się osoby, nawiązać z nimi kontakt i uzyskać zgodę na udział w badaniu, jest to możliwe dzięki gromadzeniu adresów e-mail osób ogłaszających swe usługi w Internecie, na stronach z anonsami, blogach, forach i czatach [np. Gardian 2007; Jenkins 2010]. W tym wypadku badacz nie potrzebuje osoby wprowadzającej go w środowisko, gdyż nie musi zabiegać o zgodę właścicieli lokali na prowadzenie w nich badań. Nie potrzebuje także osoby, która wskaże miejsce czy sposób nawiązania kontaktu z potencjalnym respondentem – badacz jest w stanie zrobić to samodzielnie, korzystając z danych dostępnych w Internecie i komunikacji np. poprzez e-mail, która ułatwia również różnego rodzaju eksperymenty z przyjmowaną przez niego tożsamością (np. podawanie się za potencjalnego klienta, por. Pruitt 2008]. Ten na pierwszy rzut oka prosty sposób wymaga jednak od badaczy refleksji nad konsekwencjami wyboru m.in. konkretnej wyszukiwarki, sposobu doboru stron internetowych i ogłoszeń, z których pobierano adresy mailowe, wreszcie istnienia stron nieaktywnych i nieaktualnych adresów [por. Pruitt 2008: 74–75; Castle, Lee 2008: 111]. Należy także pamiętać, iż nie zawsze strona z anonsem osoby świadczącej usługi seksualne jest faktycznie przez nią tworzona i odsyła bezpośrednio do niej. W wielu przypadkach jest to inicjatywa agencji, w której dana osoba pracuje, zaś adres mailowy czy telefon jest wspólny dla wielu pracowników. Nie można zatem mieć pewności, do kogo faktycznie trafia mail od badacza. Pojawiają się natomiast wątpliwości, czy korzystając z dostępnego dla innych adresu e-mail, respondenci zechcą wziąć udział w badaniu. Należy także pamiętać, że – jak populacja użytkowników Internetu różni się od populacji Polski [Batorski, Olcoń-Kubicka 2006: 106] – tak populacja osób świadczących usługi seksualne i aktywnie korzystających z Internetu różni się od populacji osób prostytuujących się w ogóle (choć w tym przypadku nie sposób stwierdzić, jak kształtują się te różnice). Korzystając z dostępnych na forach czy portalach informacji o osobach świadczących usługi seksualne jako swoistej bazy danych, należy więc pamiętać, że dociera się do specyficznej kategorii respondentów, która nie jest reprezentatywna dla całej populacji.

Zwolennicy badań online podkreślają, że pozwalają one na gromadzenie danych w środowisku przyjaznym dla badanych, tam, gdzie czują się oni komfortowo, i jeśli są to badania asynchroniczne, w dowolnym momencie czasowym.

Jest to szczególnie ważne, gdy przedmiotem eksploracji są kwestie drażliwe czy intymne. W takiej sytuacji brak bezpośredniego kontaktu z badaczem może wzmacniać poczucie anonimowości respondenta, skłaniając go do bardziej otwartych i szczerych wypowiedzi [Batorski, Olcoń-Kubicka 2006: 105; Jenkins 2010]. Cecha ta jest niezmiernie ważna, tym bardziej że często wywiady dotyczące działań stygmatyzowanych prowadzone są w miejscach, które nie gwarantują respondentom komfortu. Większość wywiadów czy ankiet w badaniach prostytucji realizowanych przed 1989 r. prowadzono na terenie komisariatów, komend MO [Jasińska 1967, 1976, Pabian 1973; Antoniszyn, Marek 1985], przychodni czy szpitala [Surmacka 1939]. Tę niekorzystną dla zachowania przez respondentów anonimowości i poczucia bezpieczeństwa sytuację badacze próbowali zneutralizować np. upewniając badanych, że nie są pracownikami instytucji, na której terenie prowadzono wywiad, dbając o to, by spotkanie odbywało się bez udziału osób trzecich, starając się zbudować odpowiednią atmosferę [Pabian 1973; Antoniszyn, Marek 1985] i uzyskać możliwość ponownego spotkania w bardziej sprzyjających warunkach [Jasińska 1967]. Aby nawiązać nić porozumienia z badanymi proponowano także udzielenie pomocy np. związanej ze sprawami meldunkowymi, interwencjami w sprawach rodzinnych itd. [Jasińska 1967: 14–15]. Niezależnie od tych działań, można jednak zakładać, że taka sytuacja wywiadu nie była bez znaczenia dla jakości uzyskiwanych danych i charakteru nawiązanego kontaktu. Respondenci w okresie PRL-u identyfikowali badaczy i sam fakt badań z działalnością państwa i jego agend, co – jak można przypuszczać – nie pozostawało bez wpływu na ich odpowiedzi [Lutyński 2000; Sułek 2002]. Podczas wywiadów, np. na terenie komendy MO, efekt ten mógł być jeszcze silniejszy.

Również badania współczesne, prowadzone na terenie agencji towarzyskich [Sztobryn-Giercuszkiewicz 2004; Ślęzak 2009] mają swoje minusy. Prowadząc wywiady w godzinach pracy lokalu, trzeba być przygotowanym na przerwy i „wytrącenie" rozmówczyń z atmosfery wywiadu spowodowane na przykład przyjściem klienta. Gdy w lokalu przebywa wielu klientów, trudno także znaleźć spokojne miejsce na przeprowadzenie wywiadu. Zazwyczaj badani nie są skłonni zapraszać badacza do swojego domu (chociażby ze względu na utrzymywanie informacji o prostytuowaniu się w tajemnicy przed bliskimi). Z tej perspektywy wywiady czy ankiety internetowe, szczególnie asynchroniczne, są niezwykle ciekawym rozwiązaniem.

Jednakże problemem badań online, nie tylko tych dotyczących zjawisk stygmatyzowanych, jest nikłe zainteresowanie respondentów i niski stopień realizacji próby (*response rate*) [Batorski, Olcoń-Kubicka 2006: 112; Grzeszkiewicz-Radulska 2009]. Mailowe zaproszenie do udziału w badaniu, nawet jeśli nie wymaga

ono dużego zaangażowania potencjalnych respondentów, nie zawsze przynosi oczekiwany efekt, czego przykładem jest projekt Matthew Pruitta [2008]. Autor, korzystając z adresów mailowych zamieszczonych w anonsach internetowych, dwukrotnie wysyłał do badanych (mężczyzn świadczących usługi seksualne mężczyznom) e-maile z prośbą o udzielenie informacji o cenie spotkania. Za pierwszym razem występował w roli socjologa realizującego projekt badawczy, zaś po sześciu tygodniach podawał się za zainteresowanego usługami klienta. Odsetek zwrotów wynosił odpowiednio 15% dla maila od socjologa i 60% dla maila od klienta [Pruitt 2008: 77]. Różnicę tę autor tłumaczy niechęcią badanych i szerzej – respondentów świadczących usługi seksualne do udziału w badaniach społecznych. Przykładem tego zjawiska jest także projekt zrealizowany przez Renatę Gardian [2007]. Poszukując rozmówczyń (młodych kobiet „sponsorowanych" przez mężczyzn) do tradycyjnych wywiadów swobodnych badaczka wysłała zaproszenia pod 150 adresów e-mail pozyskanych z anonsów internetowych. Jednak wszystkie odpowiedzi (niestety, autorka nie podaje ile), jakie otrzymała, były odmowne, zaś jako przyczyny odmów podano obawy o właściwą ochronę udzielonych informacji i sposób wykorzystania danych, a także oczekiwanie gratyfikacji finansowej, której badaczka nie zapewniała. Ostatecznie R. Gardian zrezygnowała z tej drogi dobierania przypadków. Osiem rozmówczyń, z jakimi udało się jej przeprowadzić wywiady, pozyskała dzięki pomocy znajomych[3], którzy przekonali znane sobie sponsorowane kobiety do udziału w badaniu, ręcząc za to, że badaczka potrafi zachować dyskrecję, nie będzie oceniać ani krytykować swoich rozmówczyń, a także stworzy odpowiednią atmosferę podczas wywiadu [Gardian 2007: 68–69]. Tak więc sytuacja badacza prowadzącego projekt online jest pod pewnymi względami podobna do tej, w jakiej znajduje się badacz wykorzystujący „tradycyjne" metody. Choć względnie łatwo można zidentyfikować miejsca świadczenia usług seksualnych, zdecydowanie trudniej jest nawiązać kontakt z ich pracownikami i uzyskać zgodę na przeprowadzenie badań [Ślęzak 2009]. Podobnie to, że badacz zgromadzi adresy e-mail osób świadczących usługi seksualne, nie oznacza, że ktokolwiek odpisze i zgodzi się na badanie. Wydaje się, że w świecie prostytucji, który w dużej mierze opiera się na dyskrecji, ale i swoistych grach interakcyjnych, powodzenie badacza zarówno w zdobywaniu zgody na udział w badaniu, jak i w gromadzeniu danych

[3] Dla porównania – w badaniach A. Krzewińskiej dotyczących lesbijek najbardziej skutecznym sposobem pozyskania badanych było przekazanie respondentkom ankiety przez zaufaną osobę (*multisnowball*) (48 ankiet). Opublikowanie jej w piśmie „Seksrety" (13 ankiet) czy przekazywanie przez oddział stowarzyszenia Lambda (2 ankiety) było mniej skuteczne.

zależy od tego, na ile jest on wiarygodny dla badanych. Prowadząc na co dzień gry tożsamościowe [Ślęzak 2010], badani nie są skłonni wierzyć w zapewnienia, jakie socjolog składa w mailu, tym bardziej że mają oni świadomość częstego podawania fałszywych danych na swój temat przez użytkowników Internetu i wykorzystywania zdobytych danych do własnych celów (np. dziennikarskich). Bazując na doświadczeniach z badań własnych, dotyczących kobiet świadczących usługi seksualne w agencjach towarzyskich, mogę ocenić, że kluczowe znaczenie dla ich powodzenia miał „odźwierny", który – pomagając ustalić zasady przebywania w terenie – negocjował dla mnie swoisty „kredyt zaufania" u badanych osób, co z kolei dało szansę, abym swoim zachowaniem mogła dowieść, że nie stanowię dla nich zagrożenia [Ślęzak 2009]. Dzięki odźwiernemu udało się otrzymać zgodę właścicieli agencji na długotrwałe badania terenowe opierające się na obserwacji oraz wywiadach z wszystkimi kategoriami pracowników. Częsta obecność w lokalach umożliwiała „oswojenie się" badanych z moją obecnością, co pozwoliło na zgromadzenie różnorodnych danych, ale i łatwiejsze nawiązanie kontaktu z kolejnymi rozmówczyniami. Środowisko osób świadczących usługi seksualne jest bowiem niezwykle hermetyczne i często przekonane o tym, że nikt „z zewnątrz" nie jest w stanie w pełni zrozumieć jego uczestników. Kontakt z badaczem wiąże się natomiast z uczuciem wstydu, zażenowania, którego łatwo można uniknąć, odmawiając udziału w badaniu. Innymi słowy, badacz jest obcym, któremu się nie ufa, natomiast dla jakości danych (szczególnie w badaniach jakościowych) kluczowe znaczenie ma nawiązanie odpowiednich relacji między badaczem a rozmówcami. Aby zdobyć zaufanie kobiet świadczących usługi seksualne, potrzeba czasu, a odźwierny daje szansę na to, by ten czas z nimi spędzić [Sanders 2006: 455].

Powyższe rozważania wskazują więc na to, że korzystanie z badań online w wypadku projektów dotyczących prostytucji wymaga pogłębionej refleksji nad tym, jak je zaplanować, aby zachęcić respondentów do udziału [Zając, Batorski 2007], w sytuacji gdy brak jest wsparcia ze strony odźwiernego. Ciekawe rozwiązanie zastosowała Suzanne Jenkins [2010], która w zaproszeniu do udziału w badaniu pozostawiła respondentom wybór, czy preferują badanie online czy też woleliby spotkać się z badaczką twarzą w twarz. W rezultacie 47% ze 108 badanych respondentów wybrało kontakt online, 42% – kontakt bezpośredni, zaś 11% zaproponowało badaczce rozmowę przez telefon, mimo że taka opcja realizacji badania nie była zamieszczona w zaproszeniu. Wywiad telefoniczny był w tym przypadku rozwiązaniem pośrednim, pozwalającym respondentom na zachowanie anonimowości, ale także dającym im wgląd w spontanicznie ujawniające się emocje badacza. Zdaniem S. Jenkins, oferując kilka możliwych

form kontaktu, pozwala się badanym wybrać taki poziom anonimowości, jakiego potrzebują, by zgodzić się na udział w badaniu [Jenkins 2010: 98]. Jednocześnie niektórzy respondenci przyznali, że sama możliwość wyboru zmieniła ich sposób postrzegania badania. Dzięki niej uznali, iż intencje badaczki są szczere, nie próbuje ona ich oszukać i z większym prawdopodobieństwem mogą jej zaufać, a w konsekwencji wzięli udział w projekcie.

W kontekście internetowych badań prostytucji pojawia się także kwestia tego, w jaki sposób zweryfikować, czy osoba biorąca udział w badaniu, jest tą, za którą się podaje [Batorski, Olcoń-Kubicka 2006: 119]. Problem weryfikacji w badaniach prostytucji jest niezwykle ważny także w wypadku badań „tradycyjnych". Charakterystyczne – szczególnie dla badań okresu PRL-u, ale i ostatnich dwóch dekad – są szeroko zakreślone ramy projektów badawczych oraz stosowanie wielu technik gromadzenia danych, zarówno ilościowych, jak i jakościowych, o różnym stopniu standaryzacji. Dane z ankiet czy wywiadów uzupełniane były także np. testami psychologicznymi czy dokumentacją urzędową. Widoczna jest duża determinacja badaczy w dotarciu do jak najbardziej pełnych danych, które przedstawiałyby badanego (głównie badaną) w szerokim kontekście życia rodzinnego, szkolnego, zawodowego, w instytucjach penitencjarnych itd. Przykładem takiego podejścia są badania Magdaleny Jasińskiej [1967, 1976] nad „heteroseksualną prostytucją «zawodową»". Główne techniki wykorzystane w badaniu to wywiady z kobietami, przeprowadzane w komisariatach MO, w miejscach zamieszkania respondentek, w lokalu Ligi Kobiet lub w więzieniu, wywiady środowiskowe z osobami, które były odpowiedzialne za wychowanie dziewczyny, ale i sąsiadami czy nawet dozorcą, a także pracownikami szkół i miejsc pracy badanych. W wypadku osób pochodzących spoza Warszawy korzystano z pomocy funkcjonariuszy MO, którzy gromadzili informacje w terenie, zgodnie z przygotowanym przez badaczkę kwestionariuszem [Jasińska 1967: 16]. Jeśli chodzi o kobiety przebywające w więzieniu, zastosowano również badania psychologiczne i lekarskie. Informacje uzyskiwane od badanych były więc weryfikowane w kilku źródłach [Jasińska 1967: 17]. Bogaty repertuar technik zastosowano także w badaniach Michała Antoniszyna i Andrzeja Marka [1985]. Głównymi technikami były obserwacja jawna i ukryta oraz „wywiad skategoryzowany na podstawie kwestionariusza", który zaplanowano tak, by odpowiedzi na poszczególne pytania wzajemnie się weryfikowały. Autorzy uzyskane tymi drogami informacje porównywali z ustaleniami z milicyjnych kartotek, materiałów operacyjnych MO, a także „niesformalizowanego sondażu opinii" pracowników MO i pracowników lokali gastronomicznych rozeznanych w badanym środowisku. Analizowali także życiorysy spisane przez respondentki.

Zastosowanie wielu dopełniających się technik badawczych miało zapewnić wiarygodność danych i opartego na nich opisu [Antoniszyn, Marek 1985: 4]. Niezwykle ważnym elementem procedury badawczej była więc kontrola uzyskiwanych danych, przede wszystkim drogą weryfikacji zewnętrznej[4] [Lutyński 2000] poprzez odniesienie ich do danych zgromadzonych przez MO czy pracowników innych instytucji. Rozmówczynie były traktowane jako potencjalnie niewiarygodne respondentki, skłonne do zatajania prawdy lub kłamstw, dlatego uzyskane informacje konfrontowano z „prawdziwymi" danymi z dokumentów urzędowych (nie poddając jednak krytycznej refleksji ich jakości czy specyfiki [por. Sułek 2002]). Podejście to, można odnaleźć także np. w badaniach M. Kowalczyk-Jamnickiej [1998]. Współcześnie badacze [np. Jędrzejko 2006, Kurzępa 2012] także starają się wykorzystać wiele technik w celu ich wzajemnej kontroli oraz uzyskania pełniejszego obrazu zjawiska, co można powiązać z procedurą triangulacji danych bądź/i triangulacją metodologiczną [Kubinowski 2010]. Z tej perspektywy badania internetowe mogłyby stanowić jedno z podejść stosowanych w projektach wykorzystujących także inne techniki i metody. Takie połączenie mogłoby być także odpowiedzią na trudności wynikające z natury internetowej komunikacji, uboższej o wymiar niewerbalny [Batorski, Olcoń-Kubicka 2006: 119], a także ograniczenia związane z barierami technicznymi w korzystaniu z Internetu [Batorski, Olcoń-Kubicka 2006: 118].

PODSUMOWANIE

Badania prostytucji nieustannie ewoluują, tak jak zmienia się samo zjawisko oraz jego społeczne postrzeganie. Ze względu na rosnące znaczenie Internetu w badaniach społecznych można oczekiwać, że badania online dotyczące prostytucji będą coraz częstsze. Także rozwój seksbiznesu w sieci będzie skłaniał do stosowania internetowych technik badania związanych z nim zjawisk. Zmiany te stanowić mogą nie tylko wyzwanie metodologiczne, ale i źródło nowych, ciekawych pytań badawczych, możliwych do rozstrzygnięcia za pomocą technik mieszanych (np. badania zrealizowane przez zespół Jeffreya Parsonsa, dotyczące porównania warunków pracy mężczyzn świadczących usługi seksualne mężczyznom w zależności od tego, czy zdobywają klientów na ulicy, czy poprzez anonse w Internecie [Castle, Lee 2008: 109]).

[4] Choć jednocześnie nie poddawano pogłębionej analizie narzędzia badawczego, roli badacza, ankietera, czynników mikro- i ogólnospołecznych [Sztabiński 2011: 38–39].

Odpowiadając na pytanie postawione w tytule, można stwierdzić, że badania online mogą być pomocne w rozwiązaniu niektórych problemów towarzyszących badaniom prostytucji i szerzej – seksbiznesu. Dzięki poczuciu anonimowości, jakie daje Internet, dla wielu użytkowników jest on przestrzenią, w której, jak pisze Jenkins, mogą być sobą [2010: 96]. Badacze mają więc szansę uzyskania szczerych i obszernych[5] wypowiedzi badanych, np. osób świadczących usługi seksualne, ale i przedstawicieli innych ukrytych populacji, którzy ze względu na ochronę swojej prywatności niechętnie decydują się na kontakt twarzą w twarz z badaczem społecznym. Techniki wykorzystywane w badaniach online mogą być także nieocenione w projektach dotyczących zjawisk, które powstały dzięki Internetowi i w jego przestrzeni się odbywają. Nie są one jednak panaceum na wszelkie bolączki, jakie na swojej drodze napotykają badacze prostytucji. Jak wszystkie techniki mają swoje zalety, ale też wady, tak wszystkie sposoby eksploracji wymagają rozważnego przemyślenia i dokonania świadomych wyborów i starannego zaplanowania projektu badawczego. Zagadnieniem do rozważanie nie jest więc to, czy w ogóle prowadzić tego typu badania, lecz raczej, w jaki sposób to robić [por. Batorski i Olcoń, 2006]. Wydaje się, że na gruncie badań akademickich, które mają inne potrzeby i specyfikę, a także inne możliwości finansowe i technologiczne niż firmy komercyjne, refleksja nad standardami i wytycznymi metodologicznymi przy realizacji badań online jest ciągle potrzebna. Krokiem w dobrą stronę jest także dbanie autorów o ujawnianie zaplecza metodologicznego, szczególnie jeśli stosują w swoich projektach nowatorskie rozwiązania metodologiczne.

BIBLIOGRAFIA

A n t o n i s z y n M., Marek A. [1985], *Prostytucja w świetle badań kryminologicznych*, Warszawa: Wydawnictwo Prawnicze.

B a t o r s k i D., O l c o ń - K u b i c k a M. [2006], *Prowadzenie badań przez Internet: Podstawowe zagadnienia metodologiczne*, [w:] „Studia Socjologiczne", 3 (182): 99–132.

B e r n s t e i n E. [2007], *Sex work for the middle classes*, „Sexualities" 10(40), 473–488.

B l e v i n s K.R., H o l t T.J. [2009], *Examining the Virtual Subculture of Johns*, „Journal of Contemporary Ethnography" 38(5) 619–648.

C a s t l e T., L e e J. [2008], *Ordering sex in cyberspace: a content analysis of escort websites*, „International Journal Of Cultural Studies". Volume 11(1).

C u n n i n g h a m S., K e n d a l l T.D. [2011] *Prostitution 2.0: The changing face of sex work*, „Journal of Urban Economics", Volume 69, 3: 273–287.

[5] Choć niektórzy badacze mają wątpliwości, czy wywiady przeprowadzane za pośrednictwem Internetu mogą osiągnąć tę samą głębię co wywiady *face-to-face* [Davis i In.2004].

D a v i s M., B o l d i n g G., H a r t G., S h e r r L., E l f o r d J. [2004], *Reflecting on the experience of interviewing online: perspectives from the Internet and HIV study in London*, „AIDS CARE", vol. 16(8): 944–952.

D ö r i n g N. [2010], *Internet Sexualities*, [w:] J. Hunsinger i inni (red.), *International Handbook of Internet Research*, Springer.

F l i c k U. [2010], *Projektowanie badania jakościowego*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

G a r d i a n R. [2007], *Zjawisko sponsoringu jako forma prostytucji kobiecej*, Oficyna Wydawnicza IMPULS.

G o f f m a n E. [2005], *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*, tłum. A. Dzierżyński, J. Tokarska-Bakir, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

G r z e s z k i e w i c z - R a d u l s k a K. [2009], *Respondenci niedostępni w badaniach sondażowych*, Łódź: Wydawnictwo UŁ.

H a m m e r s l a y M., A t k i n s o n P. [2000], *Metody badań terenowych*, Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.

I z d e b s k i Z. [2012], *Seksualność Polaków na początku XXI wieku. Studium badawcze*, Kraków, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

J a s i ń s k a M. [1967], *Proces społecznego wykolejania młodocianych dziewcząt*, Warszawa: Wydawnictwo Prawnicze.

J a s i ń s k a M. [1976], *Problematyka prostytucji w Polsce*, [w:] A. Podgórecki (red.), *Zagadnienia patologii społecznej*, Warszawa: PWN.

J ę d r z e j k o M. [2006], *Prostytucja jako problem społeczny, moralny i zdrowotny.* Warszawa: Aspra.

J e n k i n s S. [2010], *New Technologies, New Territories: Using The Internet to Connect with Sex Workers and Sex Industry Organizers*, (w:) K. Hardy, S. Kingston, T. Sanders (red.), *New Sociologies of Sex Work*, Ashgate.

K o w a l c z y k - J a m n i c k a M. [1998], *Społeczno-kulturowe uwarunkowania prostytucji w Polsce*, Bydgoszcz: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej.

K r z e w i ń s k a A. [2001] *Metodologiczne problemy badania grup mniejszościowych. Na przykładzie badań nad lesbijkami*, [w:] P. Daniłowicz, Z. Gostkowski (red.), *Analizy i próby technik badawczych w socjologii*, w cyklu: *Sondaże opinii społecznej. Samowiedza współczesnych społeczeństw*, t. X, Łódź: Instytut Socjologii UŁ.

K u b i n o w s k i D. [2010], *Jakościowe badania pedagogiczne. Filozofia, metodyka, ewaluacja*, Lublin: Wydawnictwo: UMCS.

K u r z ę p a J. [2012], *Młodzi piękne i niedrodzy. Młodość w objęciach seksbiznesu*, Kraków, Wydawnictwo Rubikon

L u t y ń s k i J. [2000] *Metody badań społecznych. Wybrane zagadnienia*, Łódź, Łódzkie Towarzystwo Naukowe.

M o c z y d ł o w s k a J. [1994], *Obraz świata dziewcząt trudniących się prostytucją*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze" 9: 34–36.

M o c z y d ł o w s k a J. [1995], *Obraz mężczyzny w percepcji nieletnich prostytutek*, „Problemy Alkoholizmu" 11–12: 28–30.

M o c z y d ł o w s k a J. [1996a], *Obraz siebie nieletnich trudniących się prostytucją*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze" 5: 37–39.

M o c z y d ł o w s k a J. [1996b], *Poziom poczucia sensu życia w grupie nieletnich prostytutek*, „Problemy Alkoholizmu" 10: IV–VII.

P a b i a n J. [1973], *Analiza psychiatryczna i środowiskowa prostytutek krakowskich*, „Archiwum Medycyny Sądowej i Kryminologii" XXIII, nr 1, s. 167–175.
P r u i t t M.V. [2005], *Online Boys: Male-for-Male Internet Escorts*, „Sociological Focus", Vol. 38, Iss. 3.
P r u i t t M.V. [2008], *Deviant Research: Deception, Male Internet Escorts, and Response Rates*, „Deviant Behavior" 29(1):70–82.
S o o t h h i l l K., S a n d e r s T. [2005], *The Geographical Mobility, Preferences and Pleasures of Prolific Punters: A Demonstration Study of the Activities of Prostitutes' Clients*, „Sociological Research On-Line" 10(1).
S a n d e r s T e e l a [2006], *Sexing Up the Subject: Methodological Nuances in Researching the Female Sex Industry*. Sexualities 9: 449.
S u ł e k A. [2002], *Ogród metodologii socjologicznej*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe Scholar.
S u r m a c k a I. [1939], *Czynniki prostytucji oraz charakterystyka prostytutek. Ankieta zebrana wśród prostytutek warszawskich. Biblioteka Wydziału Opieki Społecznej i Zdrowia Publicznego Zarządu Miejskiego w m. st. Warszawie.*
S z t a b i ń s k i F. [2011], *Ocena jakości danych w badaniach surveyowych*, Warszawa, Wydawnictwo IFiS PAN.
S z t o b r y n - G i e r c u s z k i e w i c z J. [2004], *Psychologiczne aspekty prostytucji*, Łódź: Dajas.
Ś l ę z a k I. [2011], *Ryzyko i gra. Relacje rodzinne a tożsamość kobiet prostytuujących się*, [w:] E. Litak, R. Furman, H. Bożek (red.), *Pejzaże tożsamości. Teoria i empiria w perspektywie interdyscyplinarnej,* Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
Ś l ę z a k I. [2010], *Być prostytutką – problematyka konstruowania tożsamości kobiet prostytuujących się*, [w:] K. Konecki, A. Kacperczyk, *Procesy Tożsamościowe. Symboliczno-interakcyjny wymiar konstruowania ładu i nieładu społecznego*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
Ś l ę z a k I. [2009], *Metodologiczne problemy badań nad zjawiskami „trudnymi" na przykładzie prostytucji*, [w:] A. Bąk, Ł. Kubisz-Muła (Red.), *Metody, techniki i praktyka badań społecznych,* Bielsko-Biała: ATH w Bielsku-Białej.
W o j c i e c h o w s k a M. [2010], *Agencja towarzyska. (Nie) zwykłe miejsce pracy*. Kraków: Nomos.
Z a j ą c J.M., D. B a t o r s k i. [2007], *Jak skłonić do udziału w badaniach internetowych: Zwiększanie realizacji próby*, [w:] „Psychologia Społeczna" 4: 234–248.

Izabela Ślęzak

NEW TECHNIQUES, OLD PROBLEMS? REFLECTIONS ON SOCIAL RESEARCH UNDERTAKEN ON PEOPLE PROVIDING SEX SERVICES

(Abstract)

This article will present methods and techniques employed in the past and nowadays in social research conducted among people who practice prostitution. As the Internet is being more frequently used on different levels of a research project, main advantages of online research undertaken on people providing sex services will be considered. At the same time, when referring to research conducted by „traditional" means, one will learn about all possible problems that researchers who

plan to apply online research in the given circle or in other projects dealing with hidden populations may encounter.

Key words: prostitution, sex work, research on hidden populations, internet research.

JAKUB NIEDBALSKI
Uniwersytet Łódzki*

CAQDAS – OPROGRAMOWANIE DO KOMPUTEROWEGO WSPOMAGANIA ANALIZY DANYCH JAKOŚCIOWYCH. HISTORIA, EWOLUCJA I PRZYSZŁOŚĆ

Streszczenie

Celem artykułu jest przybliżenie polskiemu czytelnikowi najważniejszych informacji dotyczących oprogramowania CAQDAS jako swoistej rodziny programów wspomagających analizę danych jakościowych. Aby zaś nakreślić ogólny obraz tej kategorii programów, przedstawiam rys historyczny i początki powstania oprogramowania wspomagającego analizę danych jakościowych, ich rozwój oraz ewolucję, jaką przeszły od swoich narodzin do obecnych czasów. Zadaniem artykułu jest także pobudzenie czytelników do refleksji i skłonienie do zastanowienia się nad kierunkami dalszego rozwoju oraz przyszłości tego typu narzędzi wspomagających pracę badaczy jakościowych.

Słowa kluczowe: badania jakościowe, CAQDAS, komputerowe wspomaganie analizy danych

WYJAŚNIENIE POJĘCIA CAQDAS

CAQDAS to inaczej „komputerowe oprogramowanie wspomagające analizę danych jakościowych". Termin ten został wprowadzony przez naukowców z University of Surrey w Wielkiej Brytanii na przełomie lat 80. i 90. ubiegłego wieku i odnosi się do kategorii oprogramowania służącego do realizacji projektów badawczych prowadzonych zgodnie ze zróżnicowanymi podejściami analitycznymi z zakresu badań jakościowych [Seale 2008: 232–233].

* Instytut Socjologii; e-mail: jakub.niedbalski@gmail.com

Aby lepiej zrozumieć idee przyświecające powstaniu i rozwojowi oprogramowania wspomagającego analizę danych jakościowych, warto dokładniej przyjrzeć się nazwie tej kategorii programów. Rozkładając ją na czynniki pierwsze, otrzymamy trzy podstawowe składowe. Po pierwsze, będzie to komponent technologiczny, a więc całe zaplecze informatyczne i nowoczesne rozwiązania techniczne, a także stojący za nim profesjonalni informatycy, zaangażowani w realizację nowatorskich projektów oraz w implementowanie osiągnięć technologicznych do oprogramowania CAQDAS. Po drugie zaś, to komponent metodologiczny, a więc szeroko rozumiane podejście jakościowe w badaniach społecznych oraz grupa badaczy, którzy wykorzystując programy komputerowe, realizują jakościowe projekty badawcze. Tym, co zaś je łączy, jest komponent „ideologiczny", obrazujący sprzężenie zwrotne istniejące pomiędzy poprzednio wymienionymi komponentami. W tym kontekście pojęcie „wspomaganie" oznacza, że powstanie oprogramowania CAQDAS wiąże się z ideą zaprzęgnięcia technologii na rzecz rozwoju nauk humanistycznych i jej wykorzystaniu na użytek prowadzenia badań społecznych [por. Trutkowski 1999: 117]. Oprogramowanie CAQDAS dostarcza zatem specjalistycznych narzędzi odgrywających rolę służebną w stosunku do metod badań jakościowych [Kelle 2005].

Biorąc pod uwagę powyższe stwierdzenia, można uznać, że programy wspomagające analizę danych jakościowych, ich powstanie oraz rozwój są wynikiem zastosowania nowoczesnej technologii w projektach badawczych realizowanych zgodnie z zasadami metodologii badań jakościowych[1].

GENEZA I ROZWÓJ OPROGRAMOWANIA WSPOMAGAJĄCEGO ANALIZĘ DANYCH JAKOŚCIOWYCH

Charakteryzując obecny stan rozwoju programów CAQDAS oraz proces kształtowania się narzędzi wspomagających analizę jakościową, warto spojrzeć na tę kategorię oprogramowania z perspektywy historycznej. Można bowiem zauważyć, że komputery najwcześniej wykorzystywane były w naukach ścisłych,

[1] Warto przy tej okazji zaznaczyć, że proces wdrażania nowych technologii w realizacji badań jakościowych nie ogranicza się wyłącznie do stosowania specjalistycznego oprogramowania. Nowoczesne rozwiązania informatyczne dotyczą m.in. cyfryzacji danych, co przekłada się na ich większą dostępność i możliwość wymiany pomiędzy badaczami. Proces ten widoczny jest także w Polsce, gdzie za sprawą grantu „Badania 'rozumiejące' stylu życia: digitalizacja – archiwizacja – rewizyta metodologiczna. Pilotażowy projekt Archiwum Danych Jakościowych przy IFiS PAN", realizowanego w Instytucie Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk (prof. Hanna Palska i dr Piotr Filipkowski), mamy do czynienia z dynamicznym rozwojem Archiwum Danych Jakościowych.

technicznych, medycynie czy naukach przyrodniczych. Dopiero później, stopniowo wykorzystywane na coraz szerszą skalę, zadomowiły się także w naukach społecznych i humanistycznych, przy czym w przypadku socjologii w pierwszej kolejności dostrzeżono potencjał nowych technologii w badaniach prowadzonych przy użyciu metod ilościowych. Komputery wykorzystywane były do przetwarzania liczb oraz ilościowych analiz nienumerycznych, tj. frekwencyjnej analizy tekstów [Bieliński, Iwańska, Rosińska-Kordasiewicz 2007: 92]. Badacze jakościowi początkowo nie byli zainteresowani włączaniem nowych technologii do procesu badawczego, nie widzieli także możliwości ich zastosowania na etapie analizy danych. U podstaw takiego sposobu myślenia leżało między innymi pragnienie, by podkreślić swoją odrębną tradycję i odmienny sposób prowadzenia analiz od badaczy ilościowych, którzy nowe technologie komputerowe przyjęli znacznie szybciej. Spory między zwolennikami ilościowych i jakościowych metod badań społecznych na pewien czas odsunęły więc możliwość powstania oprogramowania przeznaczonego specjalnie dla „jakościowców". Jednak stopniowo, w miarę dochodzenia do głosu kolejnych pokoleń badaczy oraz tworzenia narzędzi, które mogły skuteczniej wspomagać proces analizy danych, komputery i specjalistyczne oprogramowanie zaczęło rozpowszechniać się w środowisku badaczy jakościowych [Niedbalski, Ślęzak 2012: 127].

W historii oprogramowania wykorzystywanego w badaniach prowadzonych metodami jakościowymi można wyróżnić kilka kluczowych okresów, które wyznaczają etapy rozwoju tego typu narzędzi analizy danych. W literaturze przedmiotu wskazuje się na tak zwane generacje w rozwoju programów do analizy danych jakościowych [por. Bieliński, Iwańska, Rosińska-Kordasiewicz 2007]. Należą do nich:

- **pierwsza generacja** – obejmująca oprogramowanie stosowane w dziedzinach, w których występowały wyraźne procedury badawcze możliwe w prosty sposób do przetworzenia na algorytmiczne polecenia. Były to programy do ilościowej analizy zawartości tekstu, mające takie funkcje jak: tworzenie alfabetycznych i frekwencyjnych list słów obecnych w tekście, wyszukiwanie słów w kontekście czy wyszukiwanie powtarzających się zbitek słownych;
- **druga generacja** – której okres przypada na lata 80. ubiegłego wieku, to narzędzia należące do grupy tzw. *code-and-retrieve programs*, czyli programów, które wyposażone zostały w opcje wyszukiwania danych oraz ich kodowania (dwa najpopularniejsze z nich to: Etnograph oraz NUD*IST)[2];

[2] Jednym z pierwszych, obok programu NUD*IST, był opracowanym z myślą o wspierania procesu jakościowej analizy danych legendarny już ETHNOGRAPH (http://www.qualisresearch.

• **trzecia generacja** programów zapoczątkowana została w latach 90. XX w. Rozwój oprogramowania polega w tym wypadku na udostępnieniu badaczowi procedur umożliwiających tworzenie powiązań między kodami, a w dalszej kolejności także do konstruowania teorii. Przykładami tego rodzaju oprogramowania są: NVivo, Atlas.ti czy MAXQDA [Seale 2008: 233–234][3];

• **czwarta generacja** – zapoczątkowana po roku 2000. To kolejne wersje programów z rodziny CAQDAS, w których widoczny jest rozwój funkcji znanych z poprzedników, a dodatkowo pozwalające m.in. na tworzenie złożonych map pojęciowych, korzystanie z różnych rodzajów danych (tekstowych, audiowizualnych) czy współpracę zespołową nad projektem.

Początkowo programy należące do rodziny CAQDAS, które tworzone były z myślą o badaniach jakościowych, oferowały podstawowe funkcje, a więc kodowanie i wyszukiwanie. Niemniej już w pierwszych latach ich istnienia zaczęły rysować się między nimi pewne różnice. Wynikało to z faktu, że projektantami oprogramowania byli często naukowcy, którzy konstruowali je z myślą o realizacji konkretnego projektu badawczego. W konsekwencji oznaczało to, że wymagania stawiane przez dane, a także konkretne tematy badawcze i wybrane podejście metodologiczne miały wpływ na rozwój oprogramowania i jego charakterystykę. I tak na przykład MaxQDA został zaprojektowany, aby wspierać podejście fenomenologiczne odwołujące się do koncepcji Alfreda Schütza, natomiast rozwojem ATLAS.ti kierował zespół, który potrzebował narzędzia umożliwiającego realizację badań opartych na takich metodach jak hermeneutyka i teoria ugruntowana. To koncepcyjne dziedzictwo widoczne jest i dzisiaj w niektórych funkcjach dostępnych w tych programach. Tak więc programy komputerowe są ostatecznie produktem konkretnych wydarzeń, a do pewnego stopnia każdy z nich ma własną historię [Gibbs 2011: 188–189].

Współcześnie podkreśla się, że rozwój oprogramowania wspomagającego analizę danych jakościowych oznacza: po pierwsze, możliwości wykorzystywania coraz szerszej gamy źródeł danych, nie tylko tekstowych, lecz także zdjęć, obrazów i materiałów audiowizualnych. Po drugie, rozwój oprogramowania zmierzać ma w kierunku poszerzenia oferowanych funkcji i umożliwienia reali-

com), stworzony przez Johna Seidela (z wykształcenia socjologa) w 1984 r. na użytek osobisty w celu opracowania danych podczas pracy nad doktoratem. Wersja druga tego programu została udostępniona znajomym Johna, natomiast trzecia stała się programem dostępnym komercyjnie.

[3] W roku 1995 Prein, Kelle i Bird przedstawili przegląd dwunastu programów; Weitzman i Miles opisali w tym samym roku dziesięć programów. Większość z nich istnieje do dzisiaj. Obecnie dołączyło do nich wiele nowych pakietów, a proces rozwoju oprogramowania CAQDAS trwa nadal.

zacji kolejnych, bardziej zaawansowanych etapów analizy danych (od prostego przeszukiwania i gromadzenia informacji do tworzenia teorii i wizualizacji modeli teoretycznych). Po trzecie zaś, w kolejnych generacjach programów w coraz większym stopniu przywiązuje się uwagę do funkcjonalności, intuicyjności oraz prostoty posługiwania się programem przez potencjalnego użytkownika [Niedbalski, Ślęzak 2012: 129].

RODZAJE OPROGRAMOWANIA CAQDAS

Wspomagana komputerowo analiza danych jakościowych ma więc już swoją tradycję. Wydaje się również, że rozwój oprogramowania CAQDAS można rozpatrywać w dwóch aspektach: technologicznym oraz metodologiczno-analitycznym. Pierwszy odnosi się do technicznych możliwości nowoczesnych narzędzi informatycznych, a także konkretnych rozwiązań technologicznych zawartych w specjalistycznym oprogramowaniu komputerowym. Drugi aspekt dotyczy zaś dostosowywania oprogramowania do oczekiwań i wymagań badaczy oraz naukowców zajmujących się określonymi metodami jakościowymi [Niedbalski, Ślęzak 2012: 128]. Biorąc pod uwagę powyższe aspekty rozwoju oprogramowania CAQDAS, można wskazać na korespondujące z nimi kryteria oceny użyteczności tego typu narzędzi. Obok możliwości elastycznego dopasowywania funkcji programu do potrzeb użytkownika, łatwości wykonywania określonych działań czy po prostu intuicyjności interfejsu dla analityka ważny jest przede wszystkim stopień dopasowania konkretnego programu do przyjętego przez niego podejścia badawczego [Saillard 2011].

Obecne większość programów CAQDAS jest kombinacją sześciu następujących typów, a ich kategoryzację tworzy się, biorąc pod uwagę oferowane przez dane oprogramowanie funkcje [Fielding 2007: 454–464; Wilk 2001: 54–55]:

- oprogramowanie służące do edycji (przetwarzania) tekstów (*Word Processors*) – jest ono pomocne w edytowaniu notatek, transkrypcji uzyskanego materiału oraz przygotowaniu plików do zakodowania. Programy te pozwalają na wyszukiwanie słów lub fraz w tekście, a także kreowanie hiperłączy oraz tworzenie makr (np. Microsoft Word);
- przeszukiwarki tekstowe [wyszukiwarki słów i zwrotów] (*Text Retrievers*) – (np. Metamorph, Orbis, Sonar Professional, ZyINDEX, Text Collector, Text Cruncher). Umożliwiają one wyszukiwanie w jednym lub jednocześnie w kilku plikach tekstowych słów, fraz oraz ich kombinacji. Ich zaletą jest umiejętność odnalezienia słów i wyrażeń, które zostały zapisane błędnie, lecz brzmią podobnie

albo znaczą to samo, przy czym niektóre programy mogą wyszukiwać słowa we wszystkich przypadkach gramatycznych oraz określać ich kontekst. Przeszukiwarki potrafią również sortować teksty i utworzyć z nich nowy plik;

- programy do zarządzania tekstem [menedżery tekstów] (*Textbase Managers*) – (np. askSam, Folio Views, MAX oraz Tabletop). W porównaniu z poprzednim typem posiadają – poza organizowaniem, sortowaniem i systematycznością – funkcje tworzeniem podgrup wyrażeń występujących w analizowanym tekście, a także możliwość nadania pożądanej struktury tekstowi i pogrupowania go w całości obejmujące określone przypadki;
- programy kodujące i wyszukujące tekst (*Code-and-Retrieve Programs*) – (np. HyperQual2, Kwalitan, The Ethnograph, OpenCode, Weft QDA). Do podstawowych funkcji tych programów należą: zaznaczenie poszukiwanych części tekstu, jego sortowanie oraz reorganizowanie. Programy te mogą także dzielić analizowane teksty na segmenty oraz służyć do przyłączania kodów w wyodrębnionych fragmentach tekstu i wyświetlania ich wraz z nadanymi już kodami lub ich kombinacjami. Programy te posiadają także funkcję kreowania notatek poprzez zapisywanie poszczególnych kroków analizy prowadzonej przez badacza [zob. Niedbalski 2012];
- programy służące do tworzenia map pojęciowych (*Conceptual Network--Builders*) – (CmapTools, HyperRESEARCH). Wyniki analizy prezentowane są na monitorze w formie graficznej: zmienne tworzą węzły, które za pomocą linii lub strzałek określają wzajemne zachodzące logicznie zależności (np. „prowadzi do", „jest typem", „należy do" itd.);
- programy pełniące funkcję pomocniczą przy tworzeniu teorii (*Code-Base Theory-Builders*) – (NVivo, Atlas.ti, MAXQDA). Oprogramowanie tego typu pomaga w tworzeniu powiązań logicznych i kontekstowych pomiędzy kodami analizowanych danych. Dzięki temu powstają bardziej szczegółowe i uporządkowane klasyfikacje oraz kategorie służące dalszej interpretacji. Nie kreują jednak samej teorii na podstawie materiału badawczego, jednakże za pomocą oferowanych funkcji mogą istotnie wspomagać proces ich tworzenia.

ZAKRES I CHARAKTER WSPARCIA BADACZA JAKOŚCIOWEGO KORZYSTAJĄCEGO Z OPROGRAMOWANIA CAQDAS

Programy należące do rodziny CAQDAS są stale udoskonalane. Coraz większe zainteresowanie nimi ze strony badaczy oraz ich niezwykle cenny wkład ekspercki i merytoryczny, z drugiej strony zaś tempo przemian technolo-

gicznych, sprzyjają rozwojowi oprogramowania, co odnosi się zarówno do ich wzbogacania o nowe funkcje, jak i do usprawniania funkcji już istniejących. Tym samym możliwości tego rodzaju narzędzi nieustannie rosną, a ich rozwój zmierza w kierunku doskonalenia funkcji, które mają jak najlepiej odpowiadać wymogom jakościowych metod badawczych.

Jednak bez względu na rodzaj oprogramowania należącego do rodziny CAQDAS oraz stopień jego technicznego zaawansowania, należy bezwzględnie pamiętać, że programy te:

- nie wspierają analizy statystycznej i obliczeń statystycznych (choć niektóre programy mogą tworzyć proste liczbowe zestawienia);
- nie przeprowadzą w sposób automatyczny analizy i nie zwalniają badacza przed myśleniem oraz refleksją;
- samodzielnie nie zakodują materiałów (choć należy tutaj zrobić pewne zastrzeżenie, bowiem niektóre programy pozwalają na automatyczne kodowanie przeprowadzone na podstawie wyników przeszukiwania danych – lecz nadal jest to jedynie wtórny proces w stosunku do wcześniej wprowadzonych przez analityka ustawień i określenia wstępnych założeń. Co więcej, takie automatyczne kodowanie wymaga dokładnego sprawdzenia i niejednokrotnie wprowadzenia pewnych korekt przez badacza. Innym słowy to do analityka zależy, czy to, co sugeruje program, jego zdaniem ma sens);
- nie spowodują, że analityk uchroni się przed swoimi własnymi błędami, zwłaszcza zaś stronniczością, brakiem rzetelności czy nieumiejętnością interpretacji danych (choć istnieją funkcje, które mogą być wykorzystane w celu weryfikacji postępowania badacza).

Ponadto, o czym należy koniecznie pamiętać, programy z rodziny CAQDAS mają też pewne ograniczenia, czasami określane jako ich wady [Kelle 2005: 482–486].

Po pierwsze, często zwraca się uwagę na tak zwaną „wewnętrzną architekturę" oprogramowania, czyli wpływ rozwiązań technologicznych, które powodują konieczność podporządkowania analizy rozwiązaniom zaimplementowanym przez autorów danego programu. Oznacza to, że konstrukcja programu może narzucać określone sposoby segregowania, przeszukiwania czy analizy zebranych materiałów.

Ponadto mogą się pojawić zarzuty dotyczące trudności w zakresie wsparcia dla złożonych oznaczeń i stosowania skomplikowanych formatów. Wynika to z faktu, że nadal część programów obsługuje jedynie prosty format tekstu, co uniemożliwia wprowadzanie złożonych oznaczeń w tekście (na szczęście w miarę rozwoju oprogramowania CAQDAS coraz więcej narzędzi posiada możliwość

obsługi dokumentów zapisanych w różnych formatach, bez utraty większość informacji).

Co więcej, zdaniem krytyków, niektórzy użytkownicy mogą czuć się przytłoczeni szerokim spektrum zastosowań i możliwości, jakie oferują nowoczesne i rozbudowane programy. Narzędzia te posiadają długą listę funkcji, które nierzadko znacznie przewyższają potrzeby przeciętnego badacza, zaś ilość dostępnych opcji może dla niedoświadczonych użytkowników stanowić wyzwanie, zwłaszcza przy pierwszym zetknięciu z oprogramowaniem.

Powyższy zarzut koresponduje bezpośrednio z argument formułowany przez krytyków, że skoro czołowe programy CAQDAS (m.in. MaxQDA, NVivo, Atlas. ti) pretendują do miana narzędzi „uniwersalnych" – a więc takich, które mogą być wykorzystane przez badaczy reprezentujących różne szkoły badawcze i projektujących swoje badania przy zastosowaniu rozmaitych metod jakościowych – może się okazać, że nie są one w pełni dostosowane do żadnej z metod badawczych i w związku z tym mogą nie spełniać oczekiwań większości analityków [Niedbalski, Ślęzak 2012: 160].

Inny zarzut dotyczy tego, że technologie mogą być wykorzystywane przez niektórych autorów badań nie ze względu na ich faktyczne możliwości, ale dla wykreowania wizerunku badacza czy projektu jako innowacyjnego i nowatorskiego. Program CAQDAS pełni w takim wypadku jedynie funkcję dekoracyjną lub też stosowany jest bezrefleksyjnie, bez świadomości jego związku z wybraną metodologią [Travers 2009: 172].

Sceptycy formułują wreszcie zarzut, iż posługiwanie się oprogramowaniem komputerowym wymaga od badacza nie tylko sprawności metodologicznej i teoretycznej, lecz także poznania specyfiki konkretnego programu, jego funkcji i zasad ich wykorzystywania. Badacz, który chce wykorzystać określony program, musi zaangażować nieco wysiłku oraz przeznaczyć trochę czasu, by poznać możliwości oprogramowania. W takich sytuacjach wykorzystanie pakietów CAQDAS może paradoksalnie wydłużyć czas przygotowywania projektu [Bringer, Johnston and Brackenridge 2006: 262].

Z drugiej strony, pomimo wymienionych wyżej ograniczeń i ewentualnych wad, korzystanie z oprogramowania CAQDAS ma szereg plusów i bez wątpienia, jeśli będzie stosowane świadomie, w sposób zgodny z zasadami określonej metody badawczej, może wzmocnić dążenie badacza do osiągnięcia pozytywnych efektów jego pracy. Dla potwierdzenia tych słów podam kilka wybranych i przykładowych zalet związanych z posługiwaniem się oprogramowaniem CAQDAS, sformułowanych na postawie literatury przedmiotu oraz osobistych doświadczeń jako użytkownika programów wspomagających analizę danych jakościowych, przy

czym muszę od razu zaznaczyć, że w żadnym razie nie wyczerpują one niniejszej problematyki, a wyeksplikowanie określonych zalet i korzyści wynikających z posługiwania się oprogramowaniem CAQDAS wiążę się zarówno z przyjętą przez danego badacza metodologią, jak i osobistymi preferencjami jako użytkownika konkretnego programu[4]. Poniżej przedstawiam kilka najważniejszych i najbardziej chyba uniwersalnych funkcji oprogramowania CAQDAS, tworząc w ten sposób swoiste ich zestawienie.

Przede wszystkim oprogramowanie CAQDAS pozwala na zorganizowanie jednej obszernej bazy danych składającej się nawet ze znacznej liczby materiałów. Po drugie, zaletą programów CAQDAS jest możliwość kontrolowania i organizowania danych, bowiem narzędzia wspomagające analizę jakościową pozwalają na porządkowanie różnych elementów projektu, między innymi dzięki grupowaniu danych, zgodnie z preferencjami badacza [Wiltshier 2011].

Warto przy tym podkreślić, że w wypadku najnowszych i zaawansowanych technologicznie programów możliwe staje się minimalizowanie efektu redukcji informacji zawartych w materiałach empirycznych, między innymi poprzez importowanie materiałów audio czy wideo oraz zdjęć do projektu utworzonego w programie, z zachowaniem specyfiki danych oraz niuansów, jakie w sobie kryją. Oznacza to również, że badacz może wykorzystać zalety płynące z triangulacji danych.

Oprócz tego, oprogramowanie CAQDAS wyposażone jest w narzędzia ułatwiające wprowadzenie w projekcie badawczym procedur triangulacji badaczy, bowiem niektóre z programów umożliwiają współpracę wielu badaczy zaangażowanych w jeden projekt [Konecki 2000: 86].

Programy CAQDAS oferują również opcje wyszukiwania zarówno w obrębie tekstu (lub opisów materiałów audiowizualnych), jak i utworzonych kodów, memo, notatek i innych wytworów działalności badacza. Dzięki temu możliwe jest dokonywanie porównań w obrębie występujących w badaniu przypadków (którymi mogą być na przykład całe organizacje czy pojedynczy ludzie) i poszukiwaniu wszelkiego rodzaju różnic oraz podobieństw, jakie między nimi występują. Programy CAQDAS pozwalają też na definiowanie takich przypadków, nadając im różne własności, co także może być niezwykle pomocne przy dokonywaniu przeszukiwania danych oraz prowadzeniu analizy porównawczej.

[4] Doświadczenia własne czerpię przede wszystkim z pracy w środowisku programów NVivo, OpenCode czy Weft QDA, które wykorzystywałem w analizie danych prowadzonej zgodnie z metodologią teorii ugruntowanej [Glaser, Strauss 1967; Konecki 2000].

Co więcej są to narzędzia pozwalające w czytelny sposób tworzyć oraz wizualizować powiązania między kategoriami, na przykład za pomocą hiperlinków modeli, sieci i diagramów [Bringer, Johnston and Brackenridge 2006].

Oprogramowanie wspomagające analizę danych jakościowych stwarza też możliwość ciągłej modyfikacji większości elementów projektu oraz dodawanie nowych danych w miarę gromadzenia ich przez badacza.

Programy CAQDAS pozwalają badaczowi na tworzenie różnego rodzaju notatek, umożliwiają płynne przeplatanie się z sobą czynności gromadzenia danych oraz ich analizy, a więc przechodzenie od surowych danych w kierunku teoretyzowania na coraz wyższym poziomie analitycznym. A zatem programy te umożliwiają opracowanie materiału zgodnie z logiką indukcyjnego postępowania. Oznacza to, że badacz wyposażony zostaje w takie funkcje i opcje oprogramowania, które pozwalają na podążanie ścieżką wiodącą od szczegółowych danych do wygenerowania ogólnych wniosków.

Co więcej, architektura większości programów niejako wymusza na badaczu nieustanne myślenie o związkach między kodami i kategoriami, ich porównywanie i modyfikowanie tworzonego przez badacza układu. Sprzyja także koncentracji na kategorii centralnej, wokół której powinny się skupiać działania badacza [Niedbalski, Ślęzak 2012: 157].

Warto też wspomnieć o tym, że programy CAQDAS coraz częściej pozwalają na integrowanie danych jakościowych z ilościowymi. Trzeba jednak przy tym pamiętać, że programy te nie służą w żadnym razie do przeprowadzania zaawansowanej analizy statystycznej. Dane ilościowe mogą być jednak importowane do programu CAQDAS z innych programów służących analizie ilościowej, a następnie zintegrowane z odpowiednimi danymi jakościowymi w jednym projekcie.

Biorąc pod uwagę przedstawione wyżej wady i zalety programów CAQDAS, można stwierdzić, że posługiwanie się tego rodzaju oprogramowaniem, choć nie jest pozbawione pewnych ograniczeń, zdecydowanie przyspiesza proces analizy zebranego materiału i wpływa korzystnie na systematyczność, uporządkowywanie i zorganizowanie całego przedsięwzięcia badawczego [Miles i Huberman 2000]. Należy przy tym zawsze pamiętać, że programy te nie wyręczą badacza w procesie analizy danych, mogą jednak wspomóc go w tym zakresie, choć i sposób ich wykorzystania, i ostateczne wyniki takiej analizy będę zależały wyłącznie od wiedzy, umiejętności i zaangażowania samego badacza.

PODSUMOWANIE

Od momentu swojego powstania do czasów nam współczesnych oprogramowanie CAQDAS przeszło znaczną ewolucję, od prostych programów służących do zliczania częstotliwości występowania danych słów i fraz w tekście, poprzez narzędzia umożliwiające kodowanie i przeszukiwanie danych, aż po złożone programy wspomagające proces tworzenia hipotez i budowania teorii. Widać zatem, że ogólny trend rozwoju zmierza w kierunku opracowywania coraz to nowszych rozwiązań w coraz większym stopniu odpowiadających wymaganiom badaczy jakościowych.

Niemniej trudno jest przewidzieć dokładny scenariusz dalszego rozwoju tego rodzaju oprogramowania. Na pewno zaś można już dzisiaj powiedzieć nieco więcej o samych konsekwencjach tak dynamicznego rozwoju programów z rodziny CAQDAS.

Przede wszystkim większa różnorodność wśród produktów CAQDAS przyniosła zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje. Wśród pozytywnych konsekwencji można wymienić: rozwój nowych funkcji oprogramowania, ich doskonalenie i konstruowanie coraz lepszych pakietów. Z drugiej strony coraz trudniej jest jednej osobie, nawet z dużym doświadczeniem w tym obszarze, posiąść szczegółową wiedzę na temat różnych programów.

Co więcej, taka mnogość programów może również wprowadzać pewien chaos i zamieszanie, zwłaszcza wśród osób niezorientowanych, które dopiero poszukują właściwego dla siebie narzędzia. Z tej perspektywy ważne jest, aby pamiętać, że każdy program ma swoją charakterystykę i sposób organizowania poszczególnych działań w ramach procesu analitycznego. Każdy z programów jest bowiem swoistym „środowiskiem", w którym badacz pracuje i wykonuje określone czynności zgodnie z tak zwaną „architekturą oprogramowania", a więc technicznymi rozwiązaniami użytymi przez jego konstruktorów [Saillard 2011: 2]. W związku z tym bardzo trudno jest mówić o najlepszym programie czy wybrać ten najbardziej udany i przydatny w analizie danych. Wiele zależy bowiem od tego, jakie są potrzeby danego badacza, jakich dokładnie metod używa, jakie problemy bada i jakie są jego osobiste preferencje naukowe. Każdy analityk powinien być świadom zarówno możliwości, jak i ograniczeń, jakie może nieść z sobą zastosowanie komputerowego wspomagania analizy danych jakościowych w postaci konkretnego programu [Saillard 2011: 3, zob. Lonkila 1995].

Jednocześnie tak dynamiczny rozwój i ciągłe udoskonalanie oprogramowania CAQDAS nie rozwiązało w sposób jednoznaczny i satysfakcjonujący dla wszystkich użytkowników problemu technologicznych uwarunkowań i metodo-

logicznej zgodność procedur badań jakościowych. Innymi słowy, nadal pojawiają się głosy, że architektura oprogramowania narzuca określone rozwiązania, które nie są w pełni kompatybilne z potrzebami badaczy jakościowych oraz wymaganiami określonych metod badawczych. Należy bowiem pamiętać, że język programowania oraz współczesna technologia narzucają określone ramy konstrukcyjne. A chociaż CAQDAS oferują funkcje, które wspierają poszczególne etapy jakościowych projektów badawczych, architektura oprogramowania może mieć pewien wpływ na sposób prowadzenia analizy. Z drugiej strony wydaje się, że ideą przyświecającą producentom i twórcom oprogramowania jest to, aby programy wspomagające analizę jakościową nie nakładały żadnych ograniczeń natury metodologicznej, lecz pozwalały badaczowi zastosować różne strategie analizy. Co więcej, obecnie używane programy są rezultatem współpracy wielu badaczy, którzy pracując z danym oprogramowaniem, w praktyce sprawdzali jego możliwości i poprzez zgłaszanie autorom programu swoich opinii, przyczyniali się do udoskonalania poszczególnych narzędzi. I chociaż nadal dużo jest w tym zakresie do zrobienia, zaś kierunków rozwoju oprogramowania CAQDAS nie sposób dokładnie określić, to jedno wydaje się niemal pewne – kolejne pokolenia naukowców będą nadal poszukiwać nowych sposobów prowadzenia badań. Być może jednym z nich będzie właśnie rozwój komputerowego wspomagania analizy danych jakościowych.

BIBLIOGRAFIA

Bieliński J., Iwańska K., Rosińska-Kordasiewicz A. [2007], *Analiza danych jakościowych przy użyciu programów komputerowych*, „ASK", nr 16, s. 89–114.

Bringer J.D., Johnston L.H., Brackenridge C.H. [2004], *Maximizing Transparency in a Doctoral Thesis1: The Complexities of Writing About the Use of QSR*NVIVO Within a Grounded Theory Study*, „Qualitative Research", vol. 4, no. 2, s. 247–265, <http://qrj.sagepub.com/content/4/2/247> 10.10.2012.

Bringer J.D., Johnston L.H., Brackenridge C.H. [2006], *Using Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software to Develop a Grounded Theory Project*, „Field Methods", vol. 18, no. 3, s. 245–266, <http://fmx.sagepub.com/content/18/3/245> 10.10.2012.

Brosz M. [2012], *Komputerowe wspomaganie badań jakościowych. Zastosowanie pakietu NVivo w analizie materiałów nieustrukturyzowanych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej", t. 8, nr 1, s. 98–125, <http://www.przegladsocjologiijakosciowej.org> 20.11.2012.

Fielding N. [2007], *Computer Applications in Qualitative Research*, [w:] „Handbook of Ethnography", red., P. Atkinson, A. Coffey, S. Delamont, J. Lofland, L. Lofland, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage.

Gibbs G. [2011], *Analizowanie danych jakościowych*, przeł M. Brzozowska-Brywczyńska, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

G l a s e r B.G., S t r a u s s A.L. [1967], *The discovery of grounded theory. Strategies for qualitative research*, Chicago: Aldine Publishing Company.

K e l l e U. [2005], *Computer-Assisted Qualitative Data Analysis*, [w:] „Qualitative Research Practise", (red.), C. Seale, G. Gobo, J. Gubrium, D. Silverman, London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

K o n e c k i K.T. [2000], *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

L o n k i l a M. [1995], *Grounded theory as an emerging paradigm for computer-assisted qualitative data analysis*, [w:] Udo Kelle (red.) *Computer-Aided Qualitative Data Analysis*, London: Sage, s. 41–51.

M i l e s M.B., H u b e r m a n M.A. [2000], *Analiza danych jakościowych*, przeł. S. Zabielski, Białystok: Transhumana.

N i e d b a l s k i J., Ś l ę z a k I. [2012], *Analiza danych jakościowych przy użyciu programu NVivo a zastosowanie procedur metodologii teorii ugruntowanej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej", t. 8, nr 1, s. 126–165, <http://www.przegladsocjologiijakosciowej.org> 20.11.2012.

N i e d b a l s k i J. [2012], *OpenCode – narzędzie wspomagające proces przeszukiwania i kodowania danych tekstowych w badaniach jakościowych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej", t. 8, nr 1, s. 220–228, <http://www.przegladsocjologiijakosciowej.org> 20.11.2012.

P r e i n G., K e l l e U., B i r d K. [1995], *Computer-Aided Qualitative Data Analysis: Theory, Methods and Practice*, London: Sage.

S a i l l a r d E.K. [2011], *Systematic Versus Interpretive Analysis with Two CAQDAS Packages: NVivo and MAXQDA*, „Forum: Qualitative Social Research", vol. 12, no. 1, <http://www.qualitative-research.net/index.php/ fqs/article/view/1518> 30.09.2012.

S c h ö n f e l d e r W. [2011], *CAQDAS and Qualitative Syllogism Logic—NVivo 8 and MAXQDA 10 Compared*, „Forum: Qualitative Social Research", vol. 12, no. 1, <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/ article/view/1514> 30.09.2011.

S e a l e C. [2008], *Wykorzystanie komputera w analizie danych jakościowych*, [w:] D. Silverman (red.), *Prowadzenie badań jakościowych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 233–256.

T r a v e r s M. [2009], *„New Methods, Old Problems". A Sceptical View of Innovation In Qualitative Research*, „Qualitative Research", vol. 9, no. 2, s. 161–179, <http://qrj. sagepub.com/content/9/2/161> 30.09.2012.

T r u t k o w s k i C. [1999], *Analiza treści wspomagana komputerowo*, „ASK", nr 8, s. 113–133.

W e i t z m a n E., M i l e s M. [1995], *Computer Programs for Qualitative Analysis*, Thousand Oaks: California.

W i l k K.M. [2001], *Komputerowe wspomaganie jakościowej analizy danych*, „ASK", nr 10, s. 49–63.

W i l t s h i e r F. [2011], *Researching With NVivo. „Forum: Qualitative Social Research"*, vol. 12, no. 1, <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/ issue/view/36> 30.09.2012.

Jakub Niedbalski

CAQDAS – COMPUTER-ASSISTED QUALITATIVE DATA ANALYSIS SOFTWARE. HISTORY, EVOLUTION AND FUTURE

(Abstract)

The main aim of the article is to introduce the Polish readers to the most important information about CAQDA software, as a kind of specific programs to help conduct the analysis of qualitative data. This paper presents the historical background and foundation of the creation of this software. The purpose of the article is to present the development and evolution of CAQDAS. The aim of the article is also to identify the capabilities and constraints of using CAQDA programs in qualitative data analysis.

Key words: qualitative methods, CAQDAS, Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software

KAROL HARATYK
Uniwersytet Warszawski*
ANNA KORDASIEWICZ
Uniwersytet Warszawski**

MIĘDZY WIZERUNKIEM A PRAKTYKĄ – DIAGNOZA STANU WYKORZYSTANIA PROGRAMÓW KOMPUTEROWYCH WSPOMAGAJĄCYCH ANALIZĘ DANYCH JAKOŚCIOWYCH W POLSCE[1]

Streszczenie

Programy komputerowe wspomagające analizę danych jakościowych (PADJ) są tworzone i rozwijane od lat 80. XX wieku. Ich pojawienie się wiązało się m.in. z postulatem systematyzacji analizy danych jakościowych. Od początku wzbudzały kontrowersje wśród badaczy jakościowych. Najczęściej formułowane były obawy, iż pozbawią one analizę jakościową charakteru interpretatywnego [m.in. Seale 2008]. Współcześnie ich wykorzystanie jest częstsze, ale nie powszechne; również nie wszystkie podręczniki metodologiczne zalecają ich wykorzystanie bądź podkreślają przewagę nad tradycyjnymi technikami analizy (np. sceptyczni wobec wykorzystania programów: Lofland i in. 2010).

W tym tekście pokażemy, dlaczego obraz programów komputerowych w literaturze przedmiotu nazywamy „wizerunkiem" oraz w jaki sposób wizerunek tworzony przez literaturę przedmiotu rozmija się z praktykami analizy zdiagnozowanymi w trakcie badań przeprowadzonych na potrzeby niniejszego tekstu.

* karolharatyk@gmail.com
** anna.kordasiewicz@gmail.com

[1] Tekst w pierwotnej wersji został wygłoszony jako referat na konferencji „Przyszłość technik badawczych w socjologii", która odbyła się w dniach 25–26 października 2012 r. w Łodzi. Dziękujemy współuczestnikom konferencji za wszystkie inspirujące uwagi oraz dyskusje w kuluarach.

Autorzy tekstów na temat komputerowej analizy danych jakościowych (KADJ), szczególnie w polskiej literaturze, angażują się w ciągłe ich legitymizowanie. Przybiera ono postać koncentracji na technicznych aspektach analizy w duchu instruktażu, budowania pozytywnego obrazu KADJ oraz wsparcia KADJ o względnie powierzchowne nawiązania do podejścia teorii ugruntowanej. Może to wywoływać wrażenie kreowania wizerunku programów zamiast krytycznej analizy ich możliwości i praktyk ich wykorzystania. Nie sprzyja też rozwojowi dyscypliny. Komunikat płynący z literatury wydaje się częściowo skuteczny. Z jednej strony użytkownicy PADJ doceniają użyteczność KADJ. Z drugiej jednak strony zdają się nie wykorzystywać zaawansowanych opcji tego oprogramowania oraz stwierdzają, że zastosowanie PADJ może utrudniać pogłębienie analizy.

Słowa kluczowe: badania jakościowe, analiza danych jakościowych, komputerowa analiza danych jakościowych (KADJ), metodologiczne zaplecze analizy, teoria ugruntowana

WPROWADZENIE

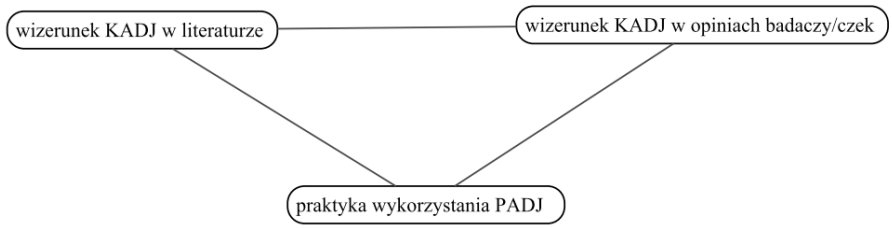
Socjologia jako dyscyplina od swoich początków w ponadprzeciętny sposób zaangażowana była w dyskusję nad swoją istotą i prawomocnością, co zaowocowało określaniem jej stanu jako „chronicznego kryzysu" [Merton 1975] oraz „przerostu refleksji i samokrytycyzmu" [Szacki 1977], który tym bardziej niepokoił, że równolegle upowszechniał się ideał socjologii jako nauki „normalnej" [Szacki 1977: 6].

Dyskurs wokół komputerowej analizy danych jakościowych (KADJ) odzwierciedla te rozterki socjologii. Z jednej strony badacze stosujący programy do analizy danych jakościowych (PADJ) są entuzjastami tego technicznego rozwiązania, z drugiej strony jednak, wobec sceptycyzmu części środowiska badawczego, zmuszeni są ciągle udowadniać rzetelność analiz prowadzonych za pomocą PADJ, a same te praktyki zaświadczają o braku powszechnej akceptacji dla KADJ. Podobnie jak w swoim czasie socjologia, KADJ powoli toruje sobie drogę do obywatelstwa wśród prawomocnych praktyk badawczych.

Główna różnica polega na tym, że autorzy tekstów na temat KADJ w większym stopniu legitymizują, niż krytycznie analizują ich możliwości, tj. przedstawiając swoje rozważania, koncentrują się na budowie pozytywnego wizerunku PADJ. Skutkuje to napięciem i rozbieżnościami pomiędzy trzema wymiarami funkcjonowania KADJ w obiegu naukowym i badawczym w Polsce: „wizerun-

kiem" w literaturze, obrazem wśród osób stosujących PADJ oraz ich rzeczywistym wykorzystaniem. Trzy wymiary funkcjonowania KADJ przedstawiliśmy schematycznie na rysunku 1.

RYSUNEK 1. Schemat pojęciowy. Wizerunek i praktyka komputerowej analizy danych jakościowych



Nasz tekst jest uporządkowany według tego schematu: omawiamy kolejno wizerunek KADJ w literaturze, przedstawiamy praktykę wykorzystania PADJ i obraz KADJ wśród użytkowników, obie te kwestie rekonstruujemy na podstawie przeprowadzonej przez nas ankiety. W opisie funkcjonowania KADJ w Polsce odwołujemy się również do własnej praktyki analitycznej, na której podstawie rekonstruujemy możliwości programów. Tekst, który proponujemy, jest z jednej strony przejawem „refleksji i samokrytycyzmu" w obszarze KADJ. Z drugiej jednak strony mamy nadzieję, że postawiona w nim rzetelna diagnoza przyczyni się do rozwoju teorii i praktyki analizy danych jakościowych w Polsce.

KONCEPCJA I OPIS BADANIA

W ramach badań nad funkcjonowaniem KADJ w Polsce przeprowadziliśmy wtórną analizę literatury dotyczącej KADJ oraz analizę danych z ankiety internetowej, poświęconej kwestii analizy danych jakościowych, w której wzięli udział polscy badacze akademiccy i pozaakademiccy. Ankieta została przeprowadzona w dniach od 1 października do 31 grudnia 2012 r. i wypełniło ją 201 badaczy i badaczek. Ankieta była poprzedzona pilotażem, połączonym z uzyskaniem obszernych komentarzy i uwag do poszczególnych pytań, które zostały uwzględnione przy opracowaniu ostatecznego kształtu narzędzia. Przewodnie pytania badawcze dotyczyły rzeczywistych praktyk analizy danych jakościowych oraz zaplecza teoretycznego analizy. Badanie to – z tego, co nam wiadomo – jest

pierwszą w Polsce próbą przyjrzenia się analizie danych jakościowych w sposób systematyczny[2].

Informacja o ankiecie była rozsyłana do instytucji akademickich, firm badawczych, organizacji pozarządowych oraz do konkretnych badaczy w Polsce. Badanie nie miało charakteru reprezentatywnego. Scharakteryzujemy krótko respondentów, którzy wzięli udział w ankiecie. 64% respondentów stanowiły kobiety, 36% mężczyźni. 56% uczestników badania należało do grupy wiekowej 25–34 lata, kolejne 22% do grupy 35–44 lata. 6% było młodszych niż 25 lat, a 17% – starszych niż 44 lata. Najwięcej odpowiedzi uzyskaliśmy od osób, które jako główne miejsce pracy wskazały województwa mazowieckie (49%), małopolskie (16%), łódzkie (9%) i wielkopolskie (8%); z większości pozostałych województw uzyskaliśmy po kilka odpowiedzi. 86% uczestników zadeklarowało, że badania stanowiły najważniejszą lub co najmniej ważną część ich aktywności zawodowej w ciągu ostatnich 3 lat. Tylko 14% badanych prowadziło wyłącznie badania ilościowe – te osoby były pytane o opinie, a nie o praktykę analizy danych jakościowych. 28% pracowało tylko na uczelni, 18% tylko w firmie badawczej, 46% osób łączyło te dwa rodzaje miejsc pracy. 7% pracowało badawczo w innych podmiotach, głównie organizacjach pozarządowych. 93% uczestników badania ma wykształcenie wyższe, wśród nich 33% stanowią osoby ze stopniem doktora, 40% osoby w trakcie studiów doktoranckich, 10% osoby ze stopniem doktora habilitowanego. 66 osób zadeklarowało korzystanie z programów do analizy danych jakościowych (stanowi to 35% uczestników badania).

OGRANICZENIA I SPECYFIKA PRÓBY

Jak widać z powyższego zestawienia, w badaniu nadreprezentowani byli badacze młodsi, silnie związani z akademią, w większości zatrudnieni w wiodących ośrodkach akademickich w Polsce. Z dwóch powodów sądzimy, iż udział osób korzystających z programów komputerowych do analizy danych jakościowych (35%) jest przeszacowany. Po pierwsze, ankieta została rozesłana m.in. za pomocą sieci osób zainteresowanych KADJ. Po drugie, w odpowiedzi na pytanie o powszechność zastosowania PADJ w badaniach akademickich oraz pozaakademickich w Polsce odpowiednio 53% i 41% respondentów oświadczyło, iż KADJ

[2] Ankieta została zaprojektowana przez autorów tekstu i stanowi pierwszy etap większego projekt badawczego dotyczącego analizy danych jakościowych. Składała się z następujących części: Dane wykorzystywane w badaniach, Zaplecze teoretyczne badań, Praktyka analizy danych jakościowych oraz Stan jakościowych badań w Polsce.

jest niemal niestosowana lub stosowana przez mniejszość badaczy, natomiast 33% osób w przypadku badań akademickich i 38% w przypadku badań pozaakademickich zadeklarowało, że nie ma wiedzy w tej kwestii. Wynika z tego, że respondenci byli dość wysoko wyspecjalizowanymi przedstawicielami swojego środowiska i w ten sposób będą traktowane ich wypowiedzi.

Wyniki ankiety potraktujemy ilustracyjnie ze względu na jej niereprezentatywny charakter. Z powodu wielkości próby oraz celu badania przy analizie danych posłużymy się prostymi technikami i potraktujemy te dane ilościowe możliwie „jakościowo", koncentrując się na zależnościach oraz zróżnicowaniach. Zdajemy sobie sprawę z wyzwania, jakim jest prowadzenie badań ilościowych na temat analizy jakościowej. Dzięki ankiecie udało nam się uzyskać pewien ogólny obraz, od którego pragniemy rozpocząć bardziej pogłębione badania metodologiczne poświęcone kwestii KADJ przy użyciu technik jakościowych. Powyższy dobór próby paradoksalnie nie musi zostać uznany za wadę naszych badań. Jeśli założymy, że wypełnieniem ankiety w większym stopniu zainteresowani byli badacze bardziej zorientowani na kwestie metodologiczne oraz częściej stosujący PADJ, wówczas naszego wnioskowania nie osłabiałby nielosowy dobór próby.

WIZERUNEK KADJ W LITERATURZE

Niejasność postępowania analitycznego w badaniach jakościowych wymienia się jako jedną z barier ich rozwoju i zagrożenie dla ich wiarygodności [m.in. Silverman 2004, 2007, Lofland i in. 2010]. Eksplikacja analizy należy do rzadkości, przez co powstaje wrażenie anegdotyzmu [Silverman 2004] lub ilustracyjnego traktowania materiałów empirycznych. Jako remedium powtarza się postulat systematyzacji indywidualnej praktyki analizy danych jakościowych (m.in. przy użyciu programów komputerowych). Za postulatem tym zazwyczaj nie postępują jednak metodologiczne projekty badawcze, które miałyby, podobnie jak to ma miejsce w przypadku np. studiów nad wpływem sformułowania pytania w ankiecie na odpowiedzi (np. Sułek 2001), przyczyniać się do wypracowania rzetelnej i powszechnie akceptowanej metodologii badań jakościowych. Problemem analizy danych jakościowych wspomaganej komputerowo jest brak refleksji z poziomu meta. Zazwyczaj mamy do czynienia z metodyką, a nie metodologią analizy komputerowej. Proponowane w niniejszym tekście podejście wychodzi naprzeciw tym niedostatkom. Poniżej przedstawiamy specyfikę literatury dotyczącej KADJ w Polsce.

SPECYFIKA POLSKICH TEKSTÓW O KADJ

Wykorzystanie PADJ nie jest w Polsce rozpowszechnione. Również w polskiej literaturze metodologicznej występują jedynie pojedyncze opracowania tego tematu: Trutkowski 1999, Wilk 2001; Bieliński, Iwińska, Kordasiewicz 2007; Budziszewska 2010; Brosz 2012 oraz Niedbalski, Ślęzak 2012 (wydaje nam się, że ta lista jest wyczerpująca)[3]. Przedmiotem analizy w tej części tekstu będą wspólne tendencje tych nielicznych opracowań przedmiotu.

W związku z zastrzeżeniami, jakie budzą programy, i brakiem ich powszechnego zastosowania, szczególnie w Polsce, autorzy tekstów angażują się w ciągłe legitymizowanie przedmiotu swoich tekstów. Przybiera ono postać, po pierwsze, koncentracji na technicznych aspektach analizy w duchu instruktażu, po drugie, budowania jednoznacznie pozytywnego obrazu KADJ, po trzecie, wspierania KADJ o względnie powierzchowne nawiązania do podejścia teorii ugruntowanej.

KONCENTRACJA NA TECHNICZNYCH ASPEKTACH ANALIZY

Analizowane teksty zawierają zawsze wprowadzenie w tematykę KADJ. Na przykład Budziszewska [2010] oraz Niedbalski i Ślęzak [2012] przedstawiają w obszerny sposób możliwości programów (Atlas.ti i NVivo). Niedbalski, Ślęzak [2012] oraz Bieliński, Iwińska, Kordasiewicz [2007], a także Wilk [2001] poprzedzają tekst obszernym wprowadzeniem dotyczącym rodzajów programów i ich rozwoju w czasie. Brosz [2012] swój tekst, zawierający ciekawe rozważania o ogólnych problemach analizy jakościowej, opatruje zrzutami ekranu z opisywanego programu nVivo. W artykule Wilka [2001] znajdziemy część zatytułowaną „Jak wybrać dobry program komputerowy do analizy treści". Wszystko to sprawia, że teksty mają miejscami charakter raczej instruktażowy czy propedeutyczny niż krytyczny.

BUDOWANIE POZYTYWNEGO OBRAZU KADJ

Opisane powyżej przedstawianie możliwości programów oraz ogólny propedeutyczny charakter tekstów sprawiają, że przeważa w nich zachęta do stosowania programów, oswajanie czytelników z możliwościami i praktyczne wskazówki dla

[3] Można zauważyć, że grono osób zajmujących się analizą komputerową stanowią rozproszeni badacze niewiedzący o sobie nawzajem. Dopiero ostatnio (grudzień 2012 r.) w Instytucie Socjologii UW odbyło się pierwsze nieformalne seminarium poświęcone KADJ, zorganizowane przez autorów tekstu oraz Jakuba Niedbalskiego z UŁ.

osób początkujących. Podkreśla się duży potencjał KADJ w zakresie ułatwienia, usprawnienia oraz uwiarygodnienia analizy, co kreuje pozbawiony ambiwalencji, jednoznacznie pozytywny wizerunek PADJ. Paradoksalne potwierdzenie tej tendencji w literaturze dotyczącej KADJ stanowi artykuł Bielińskiego, Iwińskiej oraz Kordasiewicz [2007]. Autorzy wprawdzie na poziomie deklaratywnym odżegnują się od wizji PADJ jako analitycznej „magicznej różdżki", niemniej nie przedstawiając żadnych negatywnych aspektów KADJ oraz koncentrując się na korzyściach przyczyniają się do wytworzenia jednoznacznie pozytywnego wizerunku PADJ. Podobne uwagi można wysunąć wobec tekstu Niedbalskiego i Ślęzak [2012]. W związku z tym powstaje wrażenie kreowania wizerunku programów w wyżej wymienionych artykułach zamiast krytycznej analizy ich możliwości i praktyk ich wykorzystania.

ODWOŁANIA DO STRATEGII TEORII UGRUNTOWANEJ

Zarówno w literaturze zagranicznej [np. Lonkila 1995], jak i polskiej autorzy odwołują się do związków podejścia teorii ugruntowanej z KADJ [Niedbalski 2012, Niedbalski, Ślęzak 2012, Budziszewska 2010]. Zwraca się uwagę na terminologię, m.in. programu Atlas.ti, zaczerpniętą wprost z podręczników teorii ugruntowanej [Bieliński, Iwińska, Kordasiewicz 2007][4], rodowód programu i fakt napisania przedmowy do niego przez Anselma Straussa [Budziszewska 2010]. Tropi się pokrewieństwo opcji programu NVivo z zaleceniami teorii ugruntowanej [Niedbalski, Ślęzak 2012]. Jednocześnie ci sami autorzy podkreślają, iż nie ma koniecznego związku pomiędzy wyborem strategii ugruntowanej a zastosowaniem PADJ [Budziszewska 2010]; jak również że odwoływanie się do teorii ugruntowanej ma charakter zabiegu marketingowego – teoria ugruntowana, jako rozpoznawane podejście systematyzujące badania jakościowe, ma działać jako „rękojmia systematyczności" analizy komputerowej [Bieliński, Iwińska, Kordasiewicz 2007, Kelle 1997]. Jak pisali Bieliński, Iwińska, Kordasiewicz [2007], programy do KADJ można stosować zarówno w procesie badawczym, którego logika zbliżona jest do strategii teorii ugruntowanej, jak i w obrębie po-

[4] W programie Atlas.ti, jak i w wielu innych PADJ, występują terminy zaczerpnięte z teorii ugruntowanej. Należą do nich, m.in. „open coding" oraz „memoing" (tworzenie notatek, „memo"), ale także samo określenie „kodowanie", używane również przez nas w tym artykule w sensie „oznaczania kategorią danego fragmentu tekstu" (w programie QSR N6 czynność tę określa się jako „indexing"). Terminy te występują w wielu miejscach na kartach książek twórców strategii teorii ugruntowanej [Glaser i Strauss 1967; Strauss 1987].

dejścia ustrukturowanego, m.in. wykorzystując wcześniej wypracowany klucz kodowy. Mimo tych zastrzeżeń powtarzające się odwołania do teorii ugruntowanej w polskiej literaturze dotyczącej KADJ mogą wytworzyć mylne wrażenie konieczności stosowania podejścia ugruntowanego w przypadku korzystania z PADJ. Według nas nie jest to konieczne. Co więcej, mamy wątpliwości, czy rzeczywiście wspomniany Atlas.ti jest programem ułatwiającym analizę danych w duchu teorii ugruntowanej.

Przykładowo, w procesie analizy danych, w podejściu teorii ugruntowanej kluczowe znaczenie ma tzw. metoda ciągłego porównywania podgrup[5]. Niemniej Atlas.ti po pierwsze, nie oferuje specjalnych funkcjonalności ułatwiających zastosowanie tej dyrektywy, po drugie, w stosunku do niektórych innych programów (np. nVivo) wręcz utrudnia systematyczne porównywanie przypadków, poprzez brak możliwości dodania informacji o przypadku[6].

W konsekwencji można by uznać, że odwołania do teorii ugruntowanej pojawiają się w literaturze w znacznym stopniu ze względów strategicznych – w celu zalegitymizowania KADJ za pomocą względnie akceptowanego podejścia systematyzującego badania jakościowe.

PADJ W LITERATURZE – PODSUMOWANIE

Wobec ciągle nowatorskiego charakteru analizy danych jakościowych wspomaganej komputerowo, nie dziwi, że literatura przedmiotu każdorazowo konstytuuje przedmiot swojego zainteresowania, zakładając (prawdopodobnie trafnie) niewielką wiedzę potencjalnych odbiorców. Ów propedeutyczny charakter tekstów o PADJ w Polsce sprawia jednak, że trudno jest o rzetelne i metodologicznie krytyczne ujęcie tej praktyki, ponieważ autorzy bardziej koncentrują się na uprawomocnianiu i wprowadzeniu do PADJ, niż na jej krytycznym ujęciu. Mimowolnie rekonstruują KADJ jako magiczne usprawnienie analizy. Z kolei powszechne odwołania do teorii ugruntowanej budują mylne wrażenie o konieczności prowadzenia analiz komputerowych w zgodzie z dyrektywami Straussa

[5] [Patrz: Konecki 2000: 60–76; Glaser, Strauss 1967: 101–116; Strauss 1987: 82–108; Silverman 2004: 179–180]; *theoretical sampling* patrz: [Silverman 2004: 105–108; Glaser, Strauss 1967: 45–78].

[6] Oczywiście kwestię tę można rozwiązać przez przykładowo odpowiednie posłużenie się opcją przyłączania dokumentów do zbiorów (tzw. *families*) lub zakodowanie pierwszej linijki informacjami o przypadku, a następnie ustawianie w opcjach przeszukiwania zakresu współwystępowania analizowanego kodu z owym kodem informującym o cechach przypadku na cały dokument. Te możliwości nie są jednak wbudowane w program.

i Glasera, pełniąc w istocie w większym stopniu funkcje wizerunkowe niż analityczne. Efektem jest seria zbliżonych publikacji, z których każda odkrywa KADJ na nowo, nie przyczyniając się do rozwoju w tej dziedzinie. Odwołując się do zasygnalizowanych we wprowadzeniu trzech wymiarów funkcjonowania KADJ w Polsce, uważamy, że występuje rozdźwięk pomiędzy jednostronnym wizerunkiem KADJ w literaturze przedmiotu a możliwościami zastosowania programów. Analizując dane z ankiet, będziemy się starali skonfrontować ten wizerunek, po pierwsze, z praktykami wykorzystania PADJ; po drugie, z wizerunkiem KADJ u badaczy. Sposób wykorzystania programów zostanie także skonfrontowany z naszą wiedzą o niektórych możliwościach zastosowania tych programów.

OBRAZ (K)ADJ WŚRÓD UCZESTNIKÓW I UCZESTNICZEK BADANIA

Omawiając wyniki badania, najpierw przedstawimy cele, jakie analizie danych jakościowych stawiają respondenci, oraz ich inspiracje teoretyczne i metodologiczne, koncentrując się w szczególności na deklarowanym przez nich stosunku wobec TU. Następnie omówimy niektóre praktyki KADJ, analizując ich zgodność z dyrektywami TU oraz dwiema strategiami wykorzystania PADJ: jako narzędzia budowania teorii oraz jako narzędzia zmniejszającego praco- i czasochłonność analizy. Analizując wymieniane przez badanych słabe i mocne strony KADJ, odtworzymy obraz KADJ w ich oczach.

INSPIRACJE TEORETYCZNE ORAZ METODOLOGICZNE

Naszych respondentów prowadzących badania jakościowe spytaliśmy, co jest „celem analizy jakościowej w prowadzonych przez nich badaniach". Zapytaliśmy również o „podejście lub perspektywę teoretyczną, które są im szczególnie bliskie w związku z prowadzonymi przez nich w ostatnich trzech latach badaniami" oraz, „czy w swoich badaniach zazwyczaj stosują konsekwentnie dyrektywy jakiejś metodologii, rozumianej jako podejście opisane w artykułach naukowych bądź podręcznikach" lub też jako „uznane w środowisku podejście badawcze". Odpowiedzi, które uzyskaliśmy, obrazują poniższe chmury pojęciowe. (Liczba przy etykiecie wskazuje liczbę badaczy wymieniających dany cel lub podejście).

RYSUNEK 2. Chmura pojęciowa: cele analizy danych jakościowych (*uwzględniamy te, które wskazały przynajmniej dwie osoby)*

RYSUNEK 3. Chmura pojęciowa: inspiracje teoretyczne w badaniach (*uwzględniamy te, które wskazały przynajmniej dwie osoby*)

Polska socjologia jakościowa nie wydaje się narażona na problem tzw. płaskiego empiryzmu. Wprawdzie niektórzy badacze wśród swoich inspiracji wymienili konkretne techniki (np. wywiad indywidualny lub grupowy, badania online, obserwacja uczestnicząca). Niemniej większość respondentów odwoływała się do szerokich podejść teoretyczno-metodologicznych, a ich celem jest zrozumienie rzeczywistości społecznej, a nie tylko opis badanego kontekstu lub wsparcie przy tworzeniu ankiet. Choć teoria ugruntowana dominowała wśród nich, nie jest prawdą – jak nierzadko się twierdzi – że stanowi ona jedyne „ugruntowane" podejście w badaniach jakościowych. Szczególnie popularna wśród respondentów była analiza dyskursu, fenomenologia, podejście interpretatywne, podejście antropologiczne, interakcjonizm symboliczny, konstruktywizm społeczny oraz socjologia wizualna. Gdy jednak naszych respondentów realizujących badania jakościowe zapytaliśmy wprost o teorię ugruntowaną, aż 2/3 spośród nich przyznało, że teoria ugruntowana stanowiła dla nich w ciągu ostatnich trzech lat jeden

z punktów odniesienia (94 osoby; 52%) lub najważniejszy punkt odniesienia (29; 16%).

Jak wskazywaliśmy wcześniej, teoria ugruntowana bywa środkiem legitymizacji nie tylko badań jakościowych, lecz także KADJ. Oczekiwanie, iż badacze stosujący PADJ częściej będą odwoływać się do TU, znalazło w pewnym stopniu potwierdzenie w uzyskanych przez nas danych (tabela 1).

TABELA 1. Teoria ugruntowana oraz programy do komputerowej analizy danych jakościowych

W ciągu ostatnich trzech lat strategia teorii ugruntowanej…	Czy na etapie analizy tekstowych danych jakościowych posługuje się pan\i wyspecjalizowanymi programami wspomagającymi analizę danych jakościowych?		Ogółem
	Tak	Nie	
…nie stanowiła dla mnie ważnego punktu odniesienia w badaniach jakościowych	22%	38%	N=59 33%
…stanowiła dla mnie jeden z punktów odniesienia w badaniach jakościowych	60%	47%	N=93 51%
…stanowiła najważniejszy punkt odniesienia w prowadzonych przeze mnie badaniach jakościowych	18%	15%	N=29 16%
Ogółem liczebność	63 100%	118 100%	N=181 100%

PRAKTYKA WYKORZYSTANIA PADJ WŚRÓD UCZESTNIKÓW BADANIA

Czy TU jest jednak przede wszystkim środkiem legitymizacji badań jakościowych oraz KADJ, czy też stanowi zbiór dyrektyw wyznaczających styl praktyki badawczej? Kluczowy w TU jest proces kodowania, który ma służyć wyłonieniu kategorii, określeniu ich własności i ugruntowaniu teorii w toku wielokrotnego kodowania tych samych danych za pomocą kodów wyłaniających się w trakcie samego procesu kodowania [por. np: Charmaz 2009: 59–96; nt. kodowania obrazów: Konecki 2008]. Ponadto PADJ są zaprojektowane przede wszystkim w celu ułatwienia procesu kodowania oraz analizowania zakodowanych danych. Z tych względów „styl" kodowania uznaliśmy za wskaźnik rzeczywistego zastosowania dyrektyw TU. „Styl" kodowania zdefiniowaliśmy poprzez biegunowe stwierdzenia zamieszczone w tabeli 2. Respondent określał swoje preferencje na czterostopniowej skali, w której wartości skrajne odpowiadały opozycyjnym stwierdzeniom, a wartości środkowe oznaczały większą bliskość praktyki analitycznej respondenta do jednego ze skrajnych stwierdzeń niż do drugiego.

TABELA 2. Praktyka badaczy stosujących PADJ oraz TU[7] (*X – średnia, S – odchylenie standardowe; w nawiasach kwadratowych – procent respondentów zgadzających się z danym skrajnym twierdzeniem spośród tych, dla których TU stanowiła punkt odniesienia*)

W ciągu ostatnich trzech lat zazwyczaj… (prosimy o zaznaczenie na skali od 1 do 4, które stwierdzenie lepiej opisuje pana/i działania)	Czy w ciągu ostatnich trzech lat strategia teorii ugruntowanej stanowiła dla pani/pana punkt odniesienia w badaniach jakościowych?					
	Tak		Nie		Ogółem	
	X	*S*	X	*S*	X	*S*
1 – najpierw opracowywałem/łam kody, a następnie kodowałem/łam za ich pomocą dane, raczej nie zmieniając listy kodów lub zmieniając ją nieznacznie [10%]. 4 – listę kodów tworzyłem/łam wyłącznie w trakcie kodowania danych[31%]	2,88	0,971	2,21	0,975	2,73	1,003
1 – kodowałam/em dane jednokrotnie (raczej nie powracałem/łam do wcześniej kodowanych fragmentów w celu ponownego ich zakodowania) [10%] 4 – kodowałem/łam dane wielokrotnie (powracałem/łam do wcześniej kodowanych fragmentów w celu ponownego ich zakodowania) [29%]	2,84	0,965	2,00	0,877	2,65	1,003
1 – używałem/łam kodów przede wszystkim jako sposobu na odnalezienie interesujących mnie fragmentów [10%] 4 – kody były dla mnie przede wszystkim narzędziem tworzenia uogólnień: po zakodowaniu danych tworzę kolejne kody o ogólniejszym charakterze, za których pomocą koduję ponownie dane lub część danych [22%]	2,63	0,951	1,93	0,829	2,48	0,965
1 – już w trakcie kodowania analizowałem/łam dane: przeglądałem/łam zakodowane fragmenty, zliczałem/łam kody, wykonywałem/łam analizy krzyżowe kodów lub analizowałem współwystępowanie kodów itp. (nie wliczając testów rzetelności) [14%] 4 – dopiero po zakodowaniu danych analizowałem/łam je: przeglądałem/łam zakodowane fragmenty, zliczałem/łam kody, wykonywałem/łam analizy krzyżowe kodów lub analizowałem/łam współwystępowanie kodów itp. (nie wliczając testów rzetelności) [16%]	2,51	0,938	2,50	1,019	2,51	0,948
Ogółem	49		14		63	

Powyższa tabela pokazuje, iż praktyka badaczy stosujących PADJ oraz deklarujących przywiązanie do TU w większym stopniu zbliża się do jej strategii,

[7] Podane średnie oraz odchylenia standardowe mają charakter ilustracyjny, a ich celem nie jest statystyczny opis polskich badaczy ani nawet tych spośród nich, którzy wzięli udział w referowanym badaniu, ale wskazanie istotnych różnic oraz ich braków. Po pierwsze, sposób dystrybucji ankiety nie pozwala na uprawnione statystycznie uogólnienia na temat populacji badaczy. Po drugie, pozostaje kwestią dyskusyjną sens obliczania średniej oraz odchylenia standardowego na podstawie skali zastosowanej w niniejszych pytaniach. Dlatego też w tabeli w aneksie podajemy liczbę respondentów, którzy dokonali poszczególnych wyborów.

niż to ma miejsce w wypadku pozostałych analityków wykorzystujących PADJ. Również w ich przypadku odbiega ona jednak znacznie od „podręcznikowych" dyrektyw TU. Większość badaczy zdaje się przystępować do kodowania z tzw. startową listą kodów, modyfikując ją w trakcie analizy. 33% badaczy, dla których TU stanowiła ważny lub najważniejszy punkt odniesienia, zazwyczaj nie zmieniała w trakcie kodowania owej początkowej listy kodów lub zmieniała ją nieznacznie. Większości badaczy zdarzało się wielokrotnie kodować te same fragmenty, jednak trzydziestu pięciu procentom zwolenników TU bliżej było do deklaracji kodowania danych jednokrotnie, a 49% spośród nich w większym stopniu używała kodów jako sposobu na odnalezienie interesujących fragmentów danych, a nie jako narzędzia tworzenia uogólnień.

Nieortodoksyjny charakter TU w praktyce polskich badaczy społecznych potwierdza również poniższa tabela. Zgodnie z założeniami TU w jej pierwotnej wersji (1967) proces gromadzenia danych oraz proces ich analizy powinny być równoczesne i prowadzić do ugruntowania teorii w samych danych, co wymagać miało od badaczy powstrzymania się od porównywania uzyskanych rezultatów z zastanymi teoriami oraz badaniami tak długo, jak to jest możliwe[8]. Ta dyrektywa nie odnajduje żadnego odzwierciedlenia w uzyskanych przez nas odpowiedziach.

TABELA 3. Strategia porównywania wyników badań oraz TU w praktyce badaczy stosujących PADJ

PORÓWNANIA Z INNYMI TEORIAMI I BADANIAMI W ciągu ostatnich trzech lat zazwyczaj…	Czy w ciągu ostatnich trzech lat strategia teorii ugruntowanej stanowiła dla pani/pana punkt odniesienia w badaniach jakościowych?		Ogółem
	Nie	Tak	
…już podczas kodowania lub analizy starałem/łam się porównywać dane z istniejącymi teoriami lub badaniami	39%	73%	40 66%
…starałem\łam się nie porównywać danych z istniejącymi teoriami lub badaniami, aż do zakończenia analizy	62%	27%	21 34%
Ogółem liczebność	13 100%	48 100%	61 100%

Praktyka wykorzystania PADJ w Polsce odbiega nie tylko od strategii TU, lecz także od możliwości opisywanych przez przywołanych wyżej autorów tekstów na ich temat. Programy te są wykorzystywane przez naszych respondentów przede

[8] Jest to obiegowe ujęcie TU. W późniejszych wersjach teorii ugruntowanej, explicite doceniono rolę zastanej wiedzy i wiedzy doświadczeniowej w budowaniu teorii ugruntowanej (np. Strauss 1987: 10–14).].

wszystkim do kodowania tekstów (59 osób na 61, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie) oraz do wyszukiwania fragmentów zakodowanych przy użyciu jednego kodu (42 osoby, 69%); rzadziej w celu wyszukiwania fragmentów zakodowanych przez kombinację dwóch lub więcej kodów (35; 58%); jeszcze rzadziej w celu obliczenia liczby zastosowań kodu, informującej, jak często dany kod lub kody pojawiają się w dokumencie, w całości materiału lub w wybranej grupie przypadków (31; 51%), czy też w celu ustalenia zakresu zastosowania kodu, informującego, jaka część dokumentu lub dokumentów została zakodowana za pomocą danego kodu lub kodów (14; 23%). Analizy korelacji, współwystępowania kodów w obrębie dokumentu/jednostki analizy (41%; 25) są jeszcze rzadsze. Ponadto, niewielu respondentów wykonywało za pomocą tych programów testy rzetelności, pozwalające porównać sposób kodowania tych samych fragmentów przez różnych badaczy lub przez tego samego badacza w różnych momentach (14; 23%), czy wizualizacje (20; 33%), choć ponad połowa badaczy (35; 56%) twierdziła, że wykonywała w toku swojej analizy wizualizacje, co oznacza, że znaczna część tych osób korzystała z innych programów niż wykorzystywane w toku kodowania. Wizualizacje natomiast również przedstawiane są w literaturze nie tylko jako sposób prezentacji danych, lecz także jako narzędzie budowania teorii (np. w przypadku programu Atlas.ti). W tym celu jednak najdogodniej jest je wykonywać w programie, w którym koduje się dane, wykorzystując kody, relacje pomiędzy nimi, zakodowane fragmenty, memo (notatki analityczne) itp. To właśnie te mniej popularne metody pracy z PADJ umożliwiają osiągnięcie rezultatów analitycznych, które bez ich użycia prawdopodobnie nie byłyby możliwe; to one sprawiają, iż KADJ niesie potencjał nie tylko przyspieszenia tradycyjnej analizy danych jakościowych, lecz także zmiany jej metodologii.

PADJ JAKO SPOSÓB NA ZMNIEJSZENIE PRACOCHŁONNOŚCI ORAZ CZASOCHŁONNOŚCI ANALIZY

PADJ prezentowane są w polskiej literaturze przede wszystkim jako narzędzie budowania teorii (ugruntowanej), niemniej traktowane mogą być również jako sposób nie tyle na „wysubtelnienie" teorii, ile na przyspieszenie analizy. Szczególnie dwie funkcje PADJ mogą być w tym celu pomocne. Kodowanie automatyczne umożliwia przypisywanie kodów do wyszukiwanych automatycznie przez program fragmentów tekstu (transkrypcji, notatek, danych zastanych) za pomocą określonych przez badacza słów kluczy. Z opcji tej korzystała jednak tylko połowa osób posługujących się PADJ (31 osób; 51%). Ponadto nowsze wersje tych programów (np.

Atlas.ti, Nvivo, MaxQDA oraz istniejący od 2001 r. program Transana) umożliwiają kodowanie nagrań dźwiękowych i audiowizualnych oraz sporządzanie notatek do tych nagrań, co pozwala na zrezygnowanie z czasochłonnego i pracochłonnego procesu transkrybowania, w wypadku braku konieczności prowadzenia bardziej wnikliwych analiz, jak również na rzetelniejszą selekcję danych do transkrypcji w celu przeprowadzenia dokładniejszej analizy jedynie części zgromadzonego materiału. Z kodowania nagrań korzystała jednak tylko 1/4 respondentów (14; 23%). Nieco więcej osób (17; 28%) kodowało w PADJ obrazy lub zdjęcia, co potwierdza wzmiankowaną wyżej popularność tzw. socjologii wizualnej.

NIESPEŁNIONE OCZEKIWANIA. WIZERUNEK KADJ W OPINIACH BADACZY I BADACZEK

Wizerunek KADJ w opiniach badaczy i badaczek ma charakter znacznie bardziej ambiwalentny niż w literaturze przedmiotu. Poniżej przedstawimy jego zarysy, a następnie rozważymy przyczyny tego rozdźwięku.

Paradoksalnie, efekty teoretyczne, metodologiczne oraz praktyczne KADJ prezentowane w literaturze przedmiotu – 1) teoretyczne wysubtelnienie analizy danych jakościowych; 2) jej metodologiczne ugruntowanie oraz 3) zmniejszenie jej praco- i czasochłonności – uzyskują nierzadko znacznie bardziej ambiwalentny charakter lub wręcz obracają się w swoje przeciwieństwo w percepcji KADJ wielu respondentów stosujących PADJ, co prezentuje poniższa tabela. Wyliczone w niej zostały argumenty wymienione przez respondentów, które przyporządkowaliśmy do dwóch szerokich kategorii.

TABELA 4. Wady i zalety PADJ. (*Odpowiedzi na pytania otwarte osób posługujących się PADJ. W nawiasach liczba osób wymieniająca dany argument lub typ argumentów*).

Jakie są według pani/a	**Mocne strony KADJ**	**Słabe strony KADJ**
typ argumentów	**pozytywne efekty metodologiczne PADJ (15)**	**negatywne efekty metodologiczne PADJ (19)**
argumenty wymienione przez respondentów	poprawa systematyczności, rzetelności, „dokładności" analizy (7); możliwość tworzenia wizualizacji (3); możliwość wielokrotnej analizy tych samych danych (2); tworzenie zestawień danych i częstości występowania kodów (2); możliwość kwantyfikacji i statystycznej analizy, jak również hierarchizacji cech badanych zjawisk (1); możliwość uchwycenia kontekstu (1)	PADJ krępują socjologiczną wyobraźnię; ograniczają kreatywność badacza, zawężają interpretację (9); utrata kontekstu, trudność uchwycenia związków pomiędzy danymi (7); zawężenie analizy do tego, co można zakodować (3); ograniczenia metodologiczne programów („narzucanie przyjętych przez autorów programów rozwiązań konstrukcyjnych") (3); „wymuszenie" analizy nadmiernie rozległych materiałów (1)

TABELA 4 cd..

Jakie są według pani/a	**Mocne strony KADJ**	**Słabe strony KADJ**
typ argumentów	**„techniczne" usprawnienie analizy przez PADJ (39)**	**pozametodologiczne ograniczenia KADJ (20)**
argumenty wymienione przez respondentów	przyspieszenie analizy (26); ułatwienie porządkowania i analizy obszernego materiału badawczego (19); łatwość wyszukiwania cytatów, zakodowanych fragmentów (6); ułatwienie pracy zespołowej, również zdalnej (4); brak konieczności drukowania materiałów (3); wygoda kodowania (2); „łatwość przechodzenia pomiędzy analizami" (1)	wysoka cena programów i konieczność ich aktualizowania (5); pracochłonność i czasochłonność analizy (4); trudność obsługi (3); trudność integracji materiałów analizowanych zespołowo (2); niska jakość wizualizacji lub „outputów" (2); niedogodność pracy przy komputerze (2); niedostosowanie PADJ do pracy w języku polskim (1); zawieszanie się programów, ich niekompatybilność (1); konieczność konwertowania plików (1);
Inne argumenty	elastyczność PADJ (2); łatwość obsługi PADJ (1); brak (1)*	brak (5)*; niedostateczne rozpowszechnienie programów komputerowych do analizy w Polsce, brak standardów i dobrych praktyk analizy (2); brak spójnych, wystandaryzowanych metod kodowania danych (1);
Liczba respondentów, którzy wymienili przynajmniej jeden argument		
	43	36
Liczba wszystkich argumentów wymienionych w sumie przez respondentów (bez uwzględnienia odpowiedzi „brak")		
	80	49

* Liczba respondentów, którzy explicite stwierdzili w odpowiedzi na pytanie, iż PADJ pozbawione są wad lub zalet. Nie wliczono do tej liczby respodnentów, którzy nie udzielili odpowiedzi na te pytania.

Nieco więcej respondentów dostrzegało mocne (43 osoby), niż słabe strony (36 osób) KADJ. Istotniejsze jest jednak, iż stosunkowo niewielu respondentów wymieniło tylko mocne (10) lub tylko słabe (3) strony. Co interesujące, wśród słabych stron niemal równie często pojawiały się opinie o negatywnym wpływie PADJ na metodologię badań jakościowych (19), co i narzekania na pozametodologiczne ograniczenia KADJ (20). Jeśli chodzi o mocne strony, badacze znacznie częściej chwalili techniczne udogodnienia analizy dzięki PADJ (39) niż ich pozytywny wpływ na metodologię badań jakościowych (15). Nieco więcej osób (19) wskazało na negatywne efekty metodologiczne niż na pozytywne (15). Połowa spośród nich (8) wskazała na oba te efekty.

Powyższy obraz kontrastuje nie tylko z wizerunkiem KADJ w literaturze przedmiotu, ale i z celami analizy naszych respondentów oraz charakterem podejść teoretycznych i metodologicznych, w których są one zanurzone (por: rysunki 2 i 3). Co więcej, wobec celów, jakie analizie danych jakościowych stawiali respondenci, waga argumentów na rzecz negatywnej oceny wpływu PADJ na

metodologię badań zdaje się większa niż waga argumentów przeciwstawnych. Podstawowa zaleta PADJ w świetle tych wypowiedzi ma charakter przede wszystkim ilościowy, a nie jakościowy – umożliwiają one szybsze uzyskanie efektów analitycznych, które bez tych programów również byłyby możliwe do osiągnięcia. Nie pojawiły się natomiast opinie o niemożności uzyskania identycznych efektów bez zastosowania PADJ, co obrazuje poniższa wypowiedź: „Szybkość, dokładność, możliwość uchwycenia relacji, które «na piechotę» «wyszłyby» może znacznie później; łatwość przechodzenia pomiędzy analizami, możliwość analizy grupowej i wiele, wiele innych zalet".

W świetle uzyskanych przez nas opinii stosowanie PADJ obarczone jest jednak ryzykiem niespełnienia misji socjologii, czyli oddalenia się od celów analizy (rysunek 2); ich techniczne możliwości stanowią nie tylko ułatwienie pracy badawczej, lecz także pokusę krępującą wyobraźnię socjologiczną, co ilustrują przykładowe wypowiedzi badanych przez nas osób: „Ryzyko polega na poświęceniu większej uwagi programowi i opcjom, które oferuje, niż materiałowi, który ma być analizowany. Po wstępnym kodowaniu odkryłam, że dużo więcej pomysłów interpretacyjnych przychodzi mi do głowy, gdy tworzę tekstowe notatki interpretujące wywiady, zamiast dalej pracować nad drzewem kodowym i raz jeszcze kodować materiał"; „Ograniczenia wielkości monitora, czasem tapczan jest większy i pojemniejszy"; „Materiały tracą kontekst, trzeba je dobrze opisać wcześniej"; „Istnieje problem pomijania części materiału, jeżeli jego zawartość nie pokrywa się z ramami kodowania"; „Kodowanie może zablokować twórczą analizę przy badaniach o złożonych metodologiach – np. badaniach terenowych. Programy takie są użyteczne w niewielkim stopniu, np. tylko do analizy wywiadów"; „Automatyzja – brak empatii".

PRZYCZYNY ROZDŹWIĘKU

Jakie są przyczyny rozdźwięku pomiędzy obrazem KADJ w literaturze przedmiotu oraz w opiniach praktyków badań jakościowych? Jak wskazywaliśmy, możliwości PADJ nie są w pełni wykorzystywane w praktyce badawczej w Polsce. Po pierwsze, związane może to być z brakiem odpowiedniego programu kształcenia w kierunku KADJ na polskich uczelniach. Połowa spośród respondentów stosujących PADJ (34 osoby) przyznała, że ich obsługi nauczyła się samodzielnie; znacznie mniej osób nauczyło się tego w trakcie zajęć na uczelni (11; 17%), komercyjnego szkolenia (8; 13%) lub od znajomego (6; 10%). Po drugie, wynikać to może jednak również z presji czasu oraz z presji ekonomicznej. Wśród respondentów prowadzą-

cych akademickie badania jakościowe połowa (68 osób) stwierdziła, że w swoich badaniach akademickich stosuje konsekwentnie dyrektywy jakiejś metodologii opisanej w artykułach naukowych, podręcznikach lub uznanej w środowisku badaczy; połowa z nich natomiast (66 osób) temu zaprzeczyła. Jako przyczyny 1/5 spośród nich podała ograniczenia finansowe (15; 23%) lub czasowe (12; 18%) badań. W wypadku badań pozaakademickich, prowadzonych przez firmy badawcze lub organizacje pozarządowe, dyrektywy uznanej metodologii konsekwentnie realizuje 1/3 (42 osoby) badaczy, natomiast 2/3 (87) przyjmuje bardziej eklektyczne podejście, motywując to częściej presją czasu (20 osób; 25%) niż presją ekonomiczną (13; 16%). Po trzecie, może to być również spowodowane niedostatkami istniejących podejść metodologicznych lub niedostosowaniem PADJ do podejść preferowanych przez badaczy. Brak metodologicznej ortodoksji najwięcej osób (48; 73% w wypadku badań akademickich oraz 60 osób; 74% w wypadku badań pozaakademickich) uzasadniało potrzebą lub koniecznością stosowania podejścia eklektycznego i łączenia elementów różnych metodologii.

Niektóre utrudnienia w stosowaniu strategii TU za pomocą KADJ wskazaliśmy wyżej. Ograniczenia PADJ w prowadzeniu analizy konwersacyjnej czy też analizy narracyjnej wywiadów biograficznych zdają się jeszcze większe. Powodować to może zniechęcenie do stosowania PADJ mimo początkowego zainteresowania nimi.

ZAKOŃCZENIE

W polskiej socjologii występuje podwójny rozdźwięk dotyczący PADJ: pomiędzy wizerunkiem KADJ w literaturze metodologicznej a obrazem w opiniach samych badaczy ją stosujących, jak również pomiędzy możliwościami oferowanymi przez te programy a praktykami ich zastosowania. W polskiej literaturze PADJ przedstawiane są jako magiczne rozwiązanie problemów analitycznych, autorzy koncentrują się na technicznych aspektach i wpisują zastosowanie PADJ w logikę teorii ugruntowanej. Bardziej ambiwalentny charakter zyskują one w opiniach ich użytkowników, którzy doceniają techniczne udogodnienia oferowane przez nie (w szczególności przyspieszenie pracy i porządkowanie danych), nierzadko twierdząc jednak, że mogą one utrudniać osiągnięcie celu analizy jakościowej – pogłębionej interpretacji świata społecznego.

Ponadto teoria ugruntowana – wskazywana często jako metodologia leżąca u podstaw KADJ – pełni w większym stopniu funkcję legitymizacji badań jakościowych i KADJ aniżeli rzeczywiście ukierunkowuje praktykę analityczną.

Sposób wykorzystania PADJ przez osoby deklarujące, iż TU stanowi dla nich ważny punkt odniesienia, odbiega istotnie od jej dyrektyw. Zarazem przynajmniej część PADJ pozbawiona jest istotnych funkcji, które rzeczywiście umożliwiałyby konsekwentne rozwijanie TU.

PADJ wciąż stosowane są w polskich badań jakościowych w nader ograniczonym stopniu w dwojakim znaczeniu: po pierwsze, KADJ stosuje mniejszość analityków danych jakościowych, po drugie, funkcje oferowane przez te programy wykorzystywane są w niewielkim zakresie.

ANEKS

TABELA: Praktyka badaczy stosujących PADJ oraz TU – liczebności (*W nawiasach kwadratowych – procent respondentów zgadzających się z danym skrajnym twierdzeniem spośród tych, dla których TU stanowiła punkt odniesienia*).

W ciągu ostatnich trzech lat zazwyczaj... (prosimy o zaznaczenie na skali od 1 do 4, które stwierdzenie lepiej opisuje pana/i działania)		Czy w ciągu ostatnich trzech lat strategia teorii ugruntowanej stanowiła dla pani/pana punkt odniesienia w badaniach jakościowych?		
		Tak	Nie	Ogółem
1 – najpierw opracowywałem/łam kody, a następnie kodowałem/łam za ich pomocą dane, raczej nie zmieniając listy kodów lub zmieniając ją nieznacznie [10%] 4 – listę kodów tworzyłem/łam wyłącznie w trakcie kodowania danych [31%]	1	5	3	8
	2	11	7	18
	3	18	2	20
	4	15	2	17
1 – kodowałam/em dane jednokrotnie (raczej nie powracałem/łam do wcześniej kodowanych fragmentów w celu ponownego ich zakodowania) [10%] 4 – kodowałem/łam dane wielokrotnie (powracałem/łam do wcześniej kodowanych fragmentów w celu ponownego ich zakodowania) [29%]	1	5	4	9
	2	12	7	19
	3	18	2	20
	4	14	1	15
1 – używałem/łam kodów przede wszystkim jako sposobu na odnalezienie interesujących mnie fragmentów [10%] 4 – kody były dla mnie przede wszystkim narzędziem tworzenia uogólnień: po zakodowaniu danych tworzę kolejne kody o ogólniejszym charakterze, za których pomocą koduję ponownie dane lub część danych [22%]	1	5	5	10
	2	19	5	24
	3	14	4	18
	4	11	0	11
1 – już w trakcie kodowania analizowałem/łam dane: przeglądałem/łam zakodowane fragmenty, zliczałem/łam kody, wykonywałem/łam analizy krzyżowe kodów lub analizowałem współwystępowanie kodów itp. (nie wliczając testów rzetelności) [14%] 4 – dopiero po zakodowaniu danych analizowałem/łam je: przeglądałem/łam zakodowane fragmenty, zliczałem/łam kody, wykonywałem/łam analizy krzyżowe kodów lub analizowałem współwystępowanie kodów itp. (nie wliczając testów rzetelności) [16%]	1	7	2	9
	2	18	6	24
	3	16	3	19
	3	8	3	11
Ogółem		49	14	63

BIBLIOGRAFIA

B e l i ń s k i J., I w i ń s k a K., K o r d a s i e w i c z A. [2007], *Analiza danych jakościowych przy użyciu programów komputerowych*, „ASK", 16, s. 89–115.

B r o s z M. [2012], *Komputerowe wspomaganie badań jakościowych. Zastosowanie pakietu NVivo w analizie materiałów nieustrukturyzowanych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej", Tom VIII, Numer 1, s. 98–125.

B u d z i s z e w s k a M. [2010], *Możliwości wykorzystania programu wspierającego jakościową analizę danych – Atlas.ti w psychologicznych badaniach nad narracją*, [w:] M. Straś-Romanowska, B. Bartosz, M. Żurko (red.), *Badania Narracyjne w Psychologii*, Warszawa: Eneteia.

C h a r m a z K. [2009], *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

F r a n z o s i R.S., D o y l e L.E., M c C l e l l a n d C., P u t n a m Rankin and S. V i c a r i, [2012] *Quantitative narrative analysis software options compared: PC-ACE and CAQDAS (ATLAS. ti, MAXqda, and Nvivo)*, *Quality & Quantity*.

G l a s e r B., S t r a u s s A. [1967], *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine Publishing Company.

J o n e s M., D i m e n t K. [2010], *The CAQDA Paradox: A divergence between research method and analytical tool*, [w:] *The International workshop on Computer-Aided Qualitative Research Asia (CAQRA2010)* (p. 82–86), The Netherlands: MerlienInstitute.

K e l l e U. [1997], *Theory Building in Qualitative Research and Computer Programs for the Management of Textual Data*, „Sociological Research Online", 2.

K o e n i g [bez daty], <http://www.restore.ac.uk/lboro/research/software/caqdas_primer.php>.

K o n e c k i K. [2000], *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

K o n e c k i K. [2008], *Wizualna teoria ugruntowana. Rodziny kodowania wykorzystywane w analizie wizualnej*, „Przegląd socjologii jakościowej", tom IV, numer 3, s. 89–115.

L e w i n s A., S i l v e r C. [2007], *Using qualitative software: a step-by-step guide*, London: SAGE.

L o f l a n d J. i in. [2009], *Analiza układów społecznych. Przewodnik metodologiczny po badaniach jakościowych*, Warszawa: WN Scholar.

L o n k i l a M. [1995], *Grounded Theory as an Emerging Paradigm for Computer-Assisted Qualitative Data Analysis*, [w:], U. Kelle (red.), *Computer-Aided Qualitative Data Analysis*, London: Sage Publications.

M a c M i l l a n K. [2005], *More Than Just Coding? Evaluating CAQDAS in a Discourse Analysis of News Texts*, „FQS", Volume 6, No. 3, Art. 25, <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/28/59>.

M e r t o n R. [1975], *Structural analysis in sociology*, [w:] P. Blau (red.), *Approaches to the study of social structure*, New York.

M i l l e r G., D i n g w a l l R. [1997], *Context and Method in Qualitative Research*, London: Sage Publications.

N i e d b a l s k i J. [2012], *CAQDAS – oprogramowanie do komputerowego wspomagania analizy danych jakościowych. Historia, ewolucja i przyszłość*, referat na: „Przyszłość technik badawczych w socjologii", 25–26.10.2012, Łódź.

N i e d b a l s k i J., Ś l ę z a k I. [2012], *Analiza danych jakościowych przy użyciu programu NVivo a zastosowanie procedur metodologii teorii ugruntowanej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej", tom VIII, numer 1, s. 126–165.

S e a l e C. [2008], *Wykorzystanie komputera w analizie danych jakościo*wych, [w:] D. Silverman (red.), *Prowadzenie badań jakościowych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
S i l v e r m a n D. [2009], *Interpretacja danych jakościowych*, Warszawa: WN PWN.
S i l v e r m a n D. (red.). [2008], *Prowadzenie badań jakościowych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
S i n k o v i c s R., A l f o l d i E. [2012], *Facilitating the interaction between theory and data in qualitative research using CAQDAS*, [w:] G. Symon, C. Cassell (red.), *Qualitative organizational research: Core methods and current challenges*, London: Sage Publications, s. 109–131.
S t r a u s s A.[1987], *Qualitative analysis for social scientists*, Cambridge: Cambridge University Press.
S u ł e k A. [2001], *Jak działa kwestionariusz? Forma pytania jako źródło zmienności odpowiedzi ankietowych*, [w:] t.a.Sondaż Polski, Warszawa: IFiSPAN, s. 143–173.
S z a c k i J. [1977], *Czy kryzys socjologii*, Warszawa: PWN.
T r u t k o w s k i C.[1999], *Analiza treści wspomagana komputerowo*, „ASK", 8, s. 113–133.
W i l k K.M. [2001], *Komputerowe wspomaganie jakościowej analizy danych*, ASK, nr 10, s. 49–63.

Karol Haratyk
Anna Kordasiewicz

BETWEEN THE IMAGE AND PRACTICE: DIAGNOSIS OF THE USE OF COMPUTER ASSISTED QUALITATIVE DATA ANALYSIS SOFTWARE IN POLAND

(Abstract)

Since the beginning in the '80 there were reservations toward CAQDAS among qualitative researchers (e.g. Seale 2000: 154–5). Currently in Poland their use is more common, but not universal and the reservations remained. Taking this into consideration the Polish literature of the subject engage in continuous CAQDAS legitimizing practices instead of offering critics of their capabilities. The legitimizing strategies consist of 1) exploiting the grounded theory (GT) approach to theoretically support the CAQDA, 2) creating the image of an analytical "magic wand", and 3) each time providing introductory detailed descriptions of software procedures which impedes the papers to develop beyond this basic description. Our paper is based on the pioneer meta-methodological research on practice and opinions of Polish researchers on qualitative analysis and especially computer based analysis. Our results include the diagnosis of a dual gap within Polish sociology in the area of CAQDAS. First one is between image of CAQDAS in the methodological literature and in the opinions of the researchers themselves. Second gap is between the image among the users and actual practices of their use. There is also inconsistency between opinions commonly repeated in the methodological literature about close links between CAQDAS and GT and the lack of functions essential for the analysis inspired/required by the GT in CAQDAS.

Key words: qualitative research, qualitative data analysis, computer assisted qualitative data analysis (CAQDA), methodology of analysis, grounded theory

KAMIL WAIS
Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie*

ACCESS PANEL I JEGO SPECYFIKA JAKO WYZWANIE NOWYCH TECHNIK BADAWCZYCH OPARTYCH NA TECHNOLOGIACH INTERNETOWYCH

Streszczenie

Dokonujący się na świecie rozwój nowych technik ilościowych badań społecznych, opartych na nowych technologiach, jest szczególnie związany ze wzrostem popularności internetowych access paneli. Internetowe access panele umożliwiają szybką realizację różnego rodzaju interdyscyplinarnych badań na niespotykaną dotąd skalę, jednak same w sobie także generują nowe problemy i wyzwania, konieczne do przezwyciężenia przez zarządzających panelami, badaczy i metodologów. Do wyzwań tych można zaliczyć konieczność: sprecyzowania, przeformułowania lub uzupełnienia wielu definicji; przyjęcia odpowiednich standardów badań; wypracowania porównywalnych z sobą, precyzyjnie i formalnie zdefiniowanych wskaźników jakości paneli itp. Dobrym punktem wyjścia do takich rozważań są zapisy normy ISO 26362:2009 oraz wskazówki ESOMAR, dotyczące wykorzystania i funkcjonowania access paneli. Zapisy te nie rozwiązują jednak wielu problemów i konieczne jest ich dalsze precyzowanie i aktualizowanie. Szczególnie istotnymi kwestiami, wartymi rozważenia, są wyzwania związane ze wskaźnikiem *response rate* oraz reprezentatywnością badań realizowanych na internetowych access panelach. Kluczowym wyzwaniem rozwoju badań tego typu jest również zapewnienie panelistów/respondentów online chętnych do udziału w badaniach społecznych. Doświadczenia różnych access paneli pokazują, że ich potencjał badawczy stale rośnie i może być intensywniej wykorzystywany również w Polsce – zarówno w bliższej, jak i dalszej przyszłości.

* Wydział Ekonomiczny, Katedra Metod Ilościowych w Ekonomii; e-mail: Kamil.wais@gmail.com

Słowa kluczowe: internetowe access panele, CAWI, badania reprezentatywne, *response rate*, rekrutacja panelistów

Od kilku lat coraz bardziej istotną rolę w rozwoju badań społecznych odgrywają techniki badawcze oparte na nowych technologiach, w szczególności na technologiach internetowych. Jedną z przyczyn tego trendu jest rozwój internetowych access paneli (*online access panels*), których zadaniem jest budowanie baz kontaktowych potencjalnych respondentów przyszłych badań. Specyfika i różnorodność funkcjonujących access paneli powoduje, że pojawiają się liczne dylematy związane ze standardami i wskaźnikami jakości badań realizowanych na access panelach, dostępnością respondentów online i definicjami kluczowych pojęć.

ROZWÓJ INTERNETOWYCH ACCESS PANELI I BADAŃ CAWI

Uzasadnione wydaje się stwierdzenie, że techniki badawcze oparte na nowych technologiach (umownie nazywane niekiedy „nowymi technikami badawczymi" w opozycji do „technik tradycyjnych") powoli zmierzają do osiągnięcia dominującej pozycji wśród innych, bardziej tradycyjnych, ilościowych technik badawczych, wykorzystujących np. kontakt telefoniczny lub ankieterski. Świadczą o tym dane z rynku badań, które mówią, że największy odsetek globalnych wydatków na badania przypada właśnie na badania typu CAWI (*Computer Aided Web Interviewing*). Już w 2009 r. odsetek ten osiągnął ponad jedną piątą wydatków globalnych (22%), pozostawiając w tyle techniki wywiadu telefonicznego (17%) i ankieterskiego (13%) [ESOMAR 2010].

Podobny trend widoczny jest w Polsce. Według audytu Polskiego Towarzystwa Badań Rynku i Opinii (PTBRiO) odsetek wydatków na badania CAWI wzrósł w kraju z 3,5% w 2010 r. do 4,9% w 2011 r. [PTBRiO 2012: 28]. Choć odsetek ten jest znacznie mniejszy niż średnia światowa, to jednak trend wzrostowy – choć opóźniony – jest widoczny, szczególnie we wzroście liczby osób, przebadanych technikami CAWI. W 2010 r. było ich 1 mln 286 tys., natomiast w roku 2011 już ponad 1 mln 777 tys., czyli ponad 21% wszystkich przebadanych w tym roku osób. Pamiętać przy tym trzeba, że audyt PTBRiO, choć obejmuje swym zasięgiem największe instytuty badania rynku i opinii, to jednak nie jest w stanie uwzględnić dużej liczby badań CAWI realizowanych przez inne, mniejsze podmioty. Dlatego też faktyczna liczba przebadanych w ten sposób osób jest zapewne istotnie większa. Nie zmienia to faktu, że tendencja wzrostowa tych

wskaźników jest w ostatnich latach konsekwentna – jeszcze w 2008 r. odsetek wydatków na badania CAWI wynosił 1,1%, a liczba przebadanych osób przekraczała nieznacznie 300 tys. [PTBRiO 2012: 30].

Na liczbę wywiadów zrealizowanych technikami CAWI składają się wywiady przeprowadzone na podstawie różnych źródeł prób. Można wymienić trzy zasadnicze ich typy: próby pozyskane z internetowych access paneli (*online access panels*), próby RTS (*Real Time Sampling*) oraz bazy zewnętrzne. Bazy zewnętrzne to listy adresowe będące najczęściej w posiadaniu zleceniodawców badań, takie jak: listy mailingowe klientów, pracowników, uczestników programów lojalnościowych, użytkowników portalu internetowego itp. Ich cechą charakterystyczną jest to, że wyniki badań prowadzonych na bardzo dużych listach (liczących nawet kilkaset tysięcy kontaktów) można odnosić tylko do nich samych, bez możliwości uogólniania na szersze populacje. Dobór próby za pomocą metody RTS polega na pozyskiwaniu każdorazowo do kolejnych badań respondentów wśród aktywnych internautów „w czasie rzeczywistym", czyli aktualnie przeglądających wybrane strony internetowe, współpracujące z realizatorem takiego badania. Współpraca polega na zamieszczeniu odpowiedniego skryptu w treści kodu witryny internetowej, który umożliwia wyświetlenie zaproszenia do badania. Treść zaproszenia wyświetlana jest za pomocą wyskakującego okienka (*pop-up*) wybranym osobom. Niektóre badania oparte na doborze próby metodą RTS określa się mianem „reprezentatywnych dla populacji internautów", co pozostaje ciągle jednak kwestią kontrowersyjną, ze względu na to, że taka próba nie jest losowana ze znanego operatu, ale pozyskiwana z przypadkowo aktywnych w danym okresie użytkowników określonych serwisów internetowych. Niemniej metoda ta jest rozwijana i wykorzystywana, głównie ze względu na niski średni koszt zrealizowania jednego wywiadu (11 zł w stosunku do 28 zł w pozostałych badaniach CAWI) [PTBRiO 2012: 28]. Dynamiczny rozwój badań CAWI i wzrost liczby wywiadów generują jednak, przede wszystkim, access panele, zwane również – nie do końca precyzyjnie – „internetowymi panelami badawczymi". Przykładowo w Danii 90% respondentów internetowych badań rynkowych opartych jest na próbach pozyskanych z 19 dużych internetowych access paneli [de Leeuw, Matthijsse 2012].

Obecnie zauważalna jest ogromna różnorodność internetowych access paneli. Można spotkać małe krajowe panele liczące kilkadziesiąt tysięcy panelistów i globalne, działające również w Polsce, w których łączna liczba panelistów liczona jest w milionach, np. panel ResearchNow, liczący 6,5 mln aktywnych panelistów [PTBRiO 2012: 11]. Najważniejszą klasyfikację access paneli można przeprowadzić ze względu na sposób rekrutacji panelistów: probabilistyczny vs.

nieprobabilistyczny. Przykładem rekrutacji opartej na doborze probabilistycznym jest rekrutacja za pomocą wywiadów telefonicznych, prowadzonych na losowych numerach telefonów, tzw. RDD (*Random Digit Dial*). W ten sposób rekrutuje do swego panelu między innymi Instytut Gallupa w USA [GALLUP 2012]. Rekrutację telefoniczną stosuje też Norstat Panel, liczący obecnie 350 tys. respondentów z krajów Skandynawii i państw bałtyckich (w tym Polski) [NORSTAT 2012: 3]. Z kolei panele rekrutujące probabilistycznie można dalej klasyfikować ze względu na stopień rygoryzmu metodologicznego związany z tym, jaka procedura obowiązuje w wypadku możliwości zrekrutowania do access panelu osoby, która nie ma dostępu do komputera lub Internetu. Możliwe rozwiązania to wyłączenie takiej osoby z panelu, realizowanie z takimi osobami wywiadów techniką tradycyjną (*mix mode*) lub zapewnienie dostępu do komputera i Internetu na koszt zarządzającego panelem. Interesującym przykładem tego ostatniego postępowania jest holenderski projekt *Measurement and Experimentation in the Social Sciences* (MESS), w którego ramach działa access panel składający się z 5 tys. gospodarstw domowych – tzw. *Longitudinal Internet Studies for the Social Sciences* (LISS) [Das 2012: 10]. W panelu tym gospodarstwa domowe, które nie posiadały dostępu do Internetu, wyposażono w trakcie procesu rekrutacji w urządzenia umożliwiające uproszczony dostęp do szerokopasmowego Internetu (tzw. *simPC*) [Das 2012: 19]. Ciekawym przykładem szerokich możliwości zastosowań internetowych access paneli jest również prowadzony przez centrum badawcze Uniwersytetu w Bergamo we Włoszech projekt PAADEL (*Panel Agro-Food and Demographic in Lombardy*), w którego ramach działają probabilistycznie rekrutowane panele producentów i konsumentów produktów z branży rolniczej. Realizowane badania śledzą trendy i innowacje występujące w tym sektorze na obszarze Lombardii [Biffignandi, Artaz 2012: 14].

STANDARDY I DEFINICJE

Kluczowym dokumentem, którego zadaniem jest regulowanie kwestii definicyjnych i wyznaczanie standardów związanych z wykorzystaniem w badaniach access paneli, jest norma ISO 26362:2009, opracowana przez Międzynarodową Organizację Normalizacyjną, zatytułowana: „Access panels in market, opinion and social research. Vocabulary and service requirements" [ISO 2009]. Za zbiór ważnych wskazówek można natomiast uznać dokument Europejskiego Stowarzyszenia Badaczy Opinii Publicznej i Rynku (ESOMAR), zatytułowany „28 Questions to Help Buyers of Online Samples" [ESOMAR 2012], który uzupełnia

normę o kilka istotnych kwestii, zwracając między innymi uwagę na potencjalne skutki zastosowania w access panelach routerów ankiet (*survey routers*), które optymalizują dobór respondentów do poszczególnych badań, o których norma wydana w 2009 r. jeszcze nie wspomina [ESOMAR 2012: 9]. Można jednak przypuszczać, że w jej kolejnej nowelizacji kwestie te będą już poruszone, gdyż stosowanie tego typu rozwiązań, szczególnie w panelach globalnych, będzie coraz częstsze, a jednocześnie ich wpływ na realizację badań online może stawać się również coraz bardziej istotny.

Norma ISO definiuje „access panel" jako bazę danych potencjalnych respondentów przyszłych badań, którzy zadeklarowali, że wezmą w nich udział, jeśli zostaną do tego wyznaczeni [ISO 2009: 1]. Definicja ta jest dość szeroka i obejmuje access panele wykorzystywane i rekrutowane zarówno online (przez Internet), jak i offline (tradycyjnymi technikami nieinternetowymi). Oznacza to, że może z powodzeniem istnieć access panel, który nie jest „internetowym panelem badawczym", gdyż nie wykorzystuje się w nim technologii internetowych ani do rekrutacji panelistów, ani do realizacji badań. Z kolei mianem „internetowego panelu" bywa określany również tzw. *audience measurement panel,* czyli panel do badań typu *user-centric* (służący do pomiaru aktywności Internautów w sieci), do którego norma ISO 26362 nie ma zastosowania, podobnie jak do panelu definiowanego przez ten dokument jako panel badań ciągłych (*continuous panel*), który w Polsce określany jest również jako „panel badań podłużnych" (*longitudinal panel*) [ISO 2009: 4]. Nie oznacza to jednak, że internetowego access panelu nie można wykorzystać do realizacji pomiarów cyklicznych na tej samej grupie respondentów. Do takich zastosowań access panele zresztą doskonale się nadają. Biorąc pod uwagę powyższe definicje, nieuprawnione jest nazywanie „internetowym panelem" ani portalu społecznościowego (gdyż użytkownicy nie deklarowali tam *explicite* chęci udziału w badaniach), ani badania typu *web-survey*, polegającego na wypełnianiu ankiet zamieszczonych na stronach internetowych przez przypadkowo odwiedzających je Internautów. Jednak również badania tego typu mogą dostarczyć interesujących danych, zwłaszcza jeśli są prowadzone na dużą, międzynarodową skalę, czego przykładem może być niemiecki projekt *LohnSpiegel*, którego ankiety online realizowane są rocznie na grupie 22–25 tys. respondentów [Öz F. 2012].

Nie we wszystkich kwestiach norma jest jednak równie precyzyjna i jednoznaczna. Jedną z kluczowych definicji związanych z funkcjonowaniem access panelu i jakością realizowanych badań jest definicja „aktywnego panelisty", czyli faktycznie biorącego udział w badaniach (przynajmniej w części z nich), a nie będącego „martwą duszą", która widnieje w statystykach panelistów, ale

nie umożliwia dotarcia do panelisty o określonym profilu. Norma definiuje więc „aktywnego panelistę" jako tego, który: uczestniczył w przynajmniej jednej ankiecie, zaktualizował swój profil lub dopiero zarejestrował się w panelu [ISO 2009: 2]. Te trzy alternatywne sytuacje same w sobie nie budzą wątpliwości. Kontrowersyjny jest jednak fakt, że według normy dopuszcza się, by któraś z tych trzech sytuacji wystąpiła w bardzo długim okresie 12 ostatnich miesięcy [ISO 2009: 3]. Oznacza to, że uznaje się za wystarczające, gdy np. nowy panelista raz w roku dokona drobnej korekty w swoim profilu (np. aktualizując poziom swojego wykształcenia lub stan dowolnej innej cechy profilowej), aby przez długi czas mógł być zaliczany do grona „aktywnych" panelistów, mimo że nie wypełnił ani razu żadnej ankiety pochodzącej z panelu. Co interesujące, ta sama norma w innym miejscu wskazuje, że access panele powinny być aktywnie zarządzane, tj. powinna odbywać się ciągła komunikacja pomiędzy zarządzającymi panelem a panelistami [ISO 2009: 3]. W kontekście obowiązującej definicji „aktywnego panelisty" taka „aktywna komunikacja" może łatwo być sprowadzona do zupełnie szczątkowej formy. W efekcie możliwe stają się przypadki, kiedy to access panel komunikuje posiadanie 100 tys. „aktywnych panelistów" i jednocześnie przyznaje się do 80 tys. zrealizowanych wywiadów w tym samym roku, co wyraźnie wskazuje na to, że kilkadziesiąt tysięcy panelistów przez cały rok nie wzięło udziału w żadnym badaniu. Pytanie kluczowe w takich sytuacjach dotyczy tego, czy taki „aktywny" panelista, który przez rok nie wziął udziału w żadnym badaniu, wziąłby w nim udział, gdyby został o to poproszony. Definicja „aktywnego panelisty" w obecnym brzmieniu tego nie gwarantuje i oczywiście taka pełna gwarancja nie jest możliwa, ale można przypuszczać, że istotne skrócenie 12-miesięcznego okresu wymaganej aktywności uprawdopodobniłoby status aktywnego panelisty, jako tego, który bierze lub który gotów jest brać udział w badaniach. Wskazane by tu również mogło być podawanie trzech powiązanych wskaźników składowych, tj. liczby panelistów, które w tym samym okresie: przystąpiły do panelu (ale nie brały jeszcze udziału w badaniach), zweryfikowały aktualność profilu (potwierdzając jego aktualność lub wprowadzając do niego zmiany, ale bez udziału w badaniach), wzięły udział w badaniu (niezależnie od dwóch pozostałych przypadków). Konieczne wydaje się więc tutaj doprecyzowanie definicji „aktywnego panelisty" jako definicji jednego z kluczowych wskaźników, które mają opisywać potencjał danego access panelu.

RESPONSE RATE I INNE WSKAŹNIKI

Norma podejmuje również wyraźną próbę uporządkowania kwestii terminologicznych, związanych z „responsywnością" w badaniach opartych na próbach pochodzących z access paneli. Termin *response rate* jest często różnie i nieprecyzyjnie definiowany, a dodatkowym problemem jest stosowanie jego polskojęzycznego odpowiednika. Termin „response" jest definiowany przez słownik oksfordzki jako „słowna lub pisemna odpowiedź" lub „reakcja na coś" (tłum. własne) [Oxford University Press 2012]. Słowo „respons" występuje również w języku polskim i oznacza „odpowiedź" [PWN 2012]. Respons w kontekście realizacji badań oznacza więc reakcję osoby badanej (respondenta). W polskiej praktyce badawczej przyjęło się stosowanie terminu *response rate* do oznaczania wskaźnika realizowalności próby. Brak jednak formalnych, wystandaryzowanych definicji tego wskaźnika, a także warunków i sposobów jego obliczania powoduje, że różne wskaźniki *response rate* często nie są z sobą porównywalne [AAPOR 2008: 49]. Dotyczy to szczególnie przypadków badań opartych na *access panelach*. Wspomniana norma ISO 26362 wyraźnie stwierdza, że termin ten może być używany tylko w odniesieniu do prób probabilistycznych i nie powinien być używany do opisu stopnia współpracy respondentów w access panelu [ISO 2009: 11]. Jednym z powodów takiego zalecenia jest zapewne fakt, że wskaźnik *response rate* nie uwzględnia opartej na samodzielnym wyborze panelisty jego samorekrutacji do panelu (samoselekcji) i braku operatu losowania znanego z prób probabilistycznych. Dodatkowo wysokie wskaźniki realizowalności próby mogą być spowodowane doborem grup panelistów, którzy dobrze reagują na zaproszenia do badania, i pominięciem tych, którzy istotnie rzadziej odpowiadają pozytywnie [DiSogra, Callegaro 2009: 5309; Bethlehem, Stoop 2007; Loosveld, Sonck 2008: 96]. W konsekwencji takie wskaźniki realizowalności próby nie są w żadnym stopniu porównywalne, zwłaszcza do wskaźników *response rate* z tradycyjnych badań, szczególnie tych opartych na doborze probabilistycznym, czyli np. na ogólnopolskich próbach peselowych.

Podejmowane próby redefinicji wskaźnika *response rate* w stosunku od internetowych access paneli nie przyniosły uporządkowania terminów, zwiększając przy tym liczbę jego możliwych definicji, czego przykładem może być określenie przez IMRO (*Interactive Marketing Research Organization*) wskaźnika *response rate* jako „bazującego na liczbie osób, które zaakceptowały zaproszenie do badania i rozpoczęły wypełnianie ankiety". Jednocześnie IMRO sugerowało obliczanie uzupełniającego wskaźnika *completion rate* jako „proporcję tych, którzy rozpoczęli, zakwalifikowali się do badania i zakończyli wypełniane ankiety" [IMRO

2006: 13]. Podobnie ten wskaźnik definiował inny dokument, zatwierdzony przez MRA (*Market Research Association*), jednocześnie precyzując definicję *response rate* jako „sumę wszystkich prób odpowiedzi podzieloną przez liczbę zaproszeń", przy czym ta liczba zaproszeń miała zostać pomniejszona o zaproszenia zwrócone, błędne i prośby o usunięcie [Lederer 2008: 17].

Oryginalne podejście zaproponowali DiSogra i Callegaro, którzy akceptując brak możliwości obliczenia wskaźnika *response rate* dla access panelu rekrutowanego w sposób nieprobabilistyczny, zaproponowali obliczanie złożonego wskaźnika *cumulative response rate* dla paneli opartych na rekrutacji probabilistycznej, który uwzględniać będzie wartości kilku wskaźników składowych (*recruitment rate*, *profile rate*, *retention rate*, *completion rate*) [Callegaro, DiSogra 2008; DiSogra, Callegaro 2009: 5317]. Z kolei w panelu gospodarstw domowych CentERpanel, prowadzonym przez instytut badawczy Uniwersytetu w Tilburgu (Holandia), obliczany jest całkowity początkowy *response rate* (*total initial response rate*), uwzględniający kilka stadiów rekrutacji probabilistycznej do access panelu, w tym: odpowiedź na ankietę rekrutacyjną, zadeklarowanie uczestnictwa w panelu oraz umówienie spotkania w celu instalacji wymaganego sprzętu i oprogramowania [Hoogendoorn, Daalmans 2009: 69–71]. Traktowanie jednak skumulowanego *response rate* jako głównego wskaźnika jakości prób – na co sami jego twórcy wskazują – może być zwodnicze. Niska, nawet jednocyfrowa wartość tego wskaźnika nie musi oznaczać złej jakości pozyskanej próby, gdyż nie daje ona pełnego obrazu stopnia skrzywienia próby, choć wysoki wskaźnik jest z oczywistych względów bardziej pożądany i zapewne będzie pozytywnie korelować z jakością prób w sytuacji, gdy wszystkie inne czynniki pozostają na tych samych poziomach (*ceteris paribus*) [DiSogra, Callegaro 2009: 5138; AAPOR 2010: 26].

Według twórców normy ISO 26362 odrzucony wskaźnik *response rate*, jako wskaźnik współpracy panelistów w access panelu, należałoby zastąpić wskaźnikiem *participation rate*, definiowanym jako: liczba panelistów, którzy odpowiedzieli na wszystkie wymagane pytania w kwestionariuszu (także jeśli byłyby to tylko pytania wstępnej ankiety, tzw. screenera), podzielona przez liczbę wszystkich panelistów zaproszonych do udziału w badaniu. Dodatkowym warunkiem jest to, że paneliści winni zostać zaproszeni skutecznie, a więc jeśli zaproszenie do badania z jakiegoś powodu nie zostało paneliście prawidłowo doręczone, a tym samym nie mógł on się z nim zapoznać i na nie odpowiedzieć, to takie zaproszenia należy wyłączyć z mianownika [ISO 2009: 3]. Propozycja takiego wskaźnika jest krokiem w dobrym kierunku, trzeba jednak pamiętać, że pełnego obrazu access panelu nie da się stworzyć na podstawie jednego czy kilku

prostych wskaźników. Również rolą formalnie zdefiniowanych wskaźników jest dostarczenie wystandaryzowanej, syntetycznej informacji o jakości realizowanych badań. W praktyce jednak często niewłaściwie interpretuje się dane wskaźniki, wyciągając z nich nie do końca uprawnione wnioski. Przykładem takiego postępowania jest określanie jakości access panelu na podstawie liczby panelistów, co – jak stwierdzono wyżej – może być zwodnicze, biorąc pod uwagę już samą definicję aktywnego panelisty. Autorzy normy ISO bardzo wyraźnie stwierdzają, że „[...] liczba panelistów nie jest sama w sobie adekwatnym kryterium jakości dla access panelu. Jakość access panelu, a w konsekwencji jakość prób z niego pozyskanych jest determinowana przede wszystkim: procedurami rekrutacji i selekcji panelistów, strukturą panelu i jego wykorzystaniem" (tłum. własne) [ISO 2009: 7]. W każdym z tych wymienionych przez normę obszarów możliwe jest określenie dedykowanych im wskaźników, na których podstawie bardziej wykonalna stałaby się kompleksowa ocena jakości panelu i ich analiza porównawcza w czasie i pomiędzy panelami. Byłoby to bardzo pożądane, biorąc pod uwagę fakt, że poszczególne access panele, zarówno w skali globalnej, jak i krajowej, potrafią się od siebie znacząco różnić np. zaangażowaniem panelisty respondenta, które uważane jest za istotny składnik jakości panelu i realizowanych za jego pomocą badań [Gittelman, Trimarci 2012].

Wskaźniki takie mogłyby dotyczyć różnych obszarów funkcjonowania access panelu, a także różnić się charakterem i stopniem szczegółowości; od ogólnych, syntetycznych wskaźników jakości panelu do szczegółowych wskaźników dotyczących poszczególnych badań, respondentów i ich grup. Swoim zakresem powinny one obejmować również problematykę rzetelności panelisty (w danym badaniu, historycznej oraz przewidywanej), dostępności panelisty (historycznej i potencjalnej), „responsywności" rozumianej jako stopień współpracy zarówno całego panelu, jak i poszczególnych panelistów, jakości narzędzi badawczych (skuteczności zaproszeń, atrakcyjności i profesjonalności kwestionariusza ankiety), historycznej skuteczności czynników motywacyjnych i ich prognozowanym wpływie na realizację badania itp. Wskaźniki takie umożliwiłyby śledzenie dynamiki zmian w czasie, ich predykcję oraz możliwość dokładniejszych porównawczych analiz międzypanelowych.

Potrzebę konstrukcji lepszych miar i wskaźników jakości badań opartych na internetowych access panelach podkreślana jest również w amerykańskiej branży badawczej, między innymi przez AAPOR (*Association for Public Opinion Research*) [AAPOR 2010: 54]. W raporcie poświęconym internetowym access panelom, przygotowanym przez zespół zadaniowy komitetu wykonawczego AAPOR, można znaleźć sugerowaną przez tę instytucję grupę wskaźników. Są

to m.in.: *absorption rate* (wskaźnik tego, ile zaproszeń wysłanych do panelistów rzeczywiście do nich dociera), *completion rate* (wskaźnik ukończonych ankiet przez wyznaczonych panelistów), *break-off rate* (odsetek ankiet rozpoczętych, ale nieukończonych), *screening completion rate* (odsetek panelistów, którzy nie zostali włączeni do badania na podstawie pytań wstępnego kwestionariusza – tzw. „screenera"), *eligibility rate* (wskaźnik kwalifikowalności, będący ilorazem liczby panelistów, którzy po wypełnieniu screenera zakwalifikowali się do badania, w stosunku do tej samej wartości powiększonej o liczbę niezakwalifikowanych panelistów), *attrition rate* (odsetek panelistów, którzy odpadli z panelu w trakcie zdefiniowanego okresu), *profile rate* (iloraz liczby osób, które wypełniły – całkowicie lub częściowo – kwestionariusz profilowy w stosunku do wszystkich osób zaproszonych do panelu) [AAPOR 2010: 25–26]. Do listy tej można dodać również inne wskaźniki postulowane w dokumencie „Platforms for data quality progress: The client's guide to rapid improvement of online research", takie jak: wskaźniki przeciętnej, minimalnej i maksymalnej długości wypełniania ankiety (bazujące np. na medianie, odporne na przerwy i wznowienia w wypełnianiu kwestionariusza); odsetki dyskwalifikacji (dla każdego pytania lub kryterium screenera oraz z powodu przekroczonych kwot); *mid-termination rate* (odsetek porzucających badanie lub przerywających je bez wznowienia w stosunku do wszystkich zakwalifikowanych przez screener); *mid-termination points* (miejsca porzuceń wypełniania ankiety); liczbę wysłanych przypomnień (zachęcających do wznowienia przerwanej ankiety) i zaproszeń powtórnych; *non-response conversion rate* (stosunek respondentów powracających do skutecznych, powtórnych kontaktów z respondentami, którzy nie wypełnili jeszcze swoich ankiet); wskaźniki analizy lingwistycznej (np. przeciętna liczba słów w odpowiedziach na pytania otwarte) [Lederer 2008: 22–23, 28].

Przy tym tworzenie nowych i dodefiniowywanie starych wskaźników koniecznie powinno uwzględniać różne złożone sytuacje i porządkować przestrzeń miar tego typu, zamiast ją komplikować. Takim nieuporządkowaniem jest kolidowanie z sobą niektórych wskaźników, czego przykładem może być kwestia pominiętych pytań kluczowych vs. obowiązek odpowiedzi vs. nadużywanie odpowiedzi „nie wiem" i porzucanie wypełniania ankiety (*drop-out*). Norma ISO wskazuje, że w ramach walidacji danych jednym ze wskaźników powinna być liczba pominiętych pytań kluczowych [ISO 2009: 10], z kolei ESOMAR stwierdza, że jednym z raportowanych po badaniu wskaźników powinien być wskaźnik rezygnacji z badania (*drop-out rate*) [ESOMAR 2012: 12]. W praktyce badawczej ustalił się jednak zwyczaj, że kluczowe (a często wszystkie) pytania w ankiecie online są pytaniami obowiązkowymi, których respondent nie może

pominąć, jeśli chce przejść do dalszych części kwestionariusza. To powoduje, że wskaźnik pominiętych pytań kluczowych traci swój sens, a jednocześnie zwiększa się *drop-out* w krytycznych miejscach kwestionariusza lub ilość odpowiedzi typu „nie wiem" (lub też i jedno, i drugie), modyfikując tym samym wielkości powiązanych wskaźników. Tym samym wspomniane wskaźniki z badania opartego na pytaniach nieobowiązkowych będą inne niż w przypadku tego samego badania, ale opartego na pytaniach obligatoryjnych. Dlatego też porównywanie niektórych wskaźników bez uwzględnienia kontekstu wynikającego z praktyki realizacji badań nie zawsze jest uprawnione.

REPREZENTATYWNOŚĆ

Innym problemem terminologicznym jest kwestia związana z „reprezentatywnością" badań opartych na access panelach. Norma ISO 26362 stwierdza, że termin ten powinien być używany tylko wtedy, gdy został ściśle zdefiniowany [ISO 2009: 6]. Przyjęcie takiej zasady powoduje jednak, że w wypadku każdego badania online można mówić o jakiejś jego „reprezentatywności", wystarczy ją tylko każdorazowo zdefiniować. W ten sposób znaczenie tego terminu rozmywa się i zaczyna oddalać od jego ścisłego, statystycznego rozumienia, w którym badanie reprezentatywne oznacza, że każdy element populacji ma większe od zera prawdopodobieństwo znalezienia się w próbie i jest ono znane. W wypadku badań internetowych nie ma dostępnego operatu, z którego można by losować próby jak z bazy PESEL w badaniach tradycyjnych. Stąd trudno jest mówić w takim sensie o badaniach online reprezentatywnych dla całego społeczeństwa, choć nie wyklucza to badań, które są reprezentatywne dla ściśle określonych subpopulacji, w których możliwe jest losowanie próby ze znanego operatu lub przeprowadzenie badania na całej subpopulacji, o ile charakteryzuje się ona pełną penetracją Internetu.

Próby pozyskane z access paneli, do których rekrutacja prowadzona była metodami nieprobabilistycznymi, są najczęściej próbami kwotowymi, w których kwoty zostają wyznaczone a priori na podstawie znanych parametrów populacji generalnej. Mogą to być kwoty odnoszące się zarówno do populacji Internautów, jak i do całego społeczeństwa. Uzyskane wyniki mogą odbiegać od rzeczywistości, a błąd taki będzie większy i częstszy dla wyników odnoszących się do całego społeczeństwa, gdyż można się spodziewać, że w wypadku większości rozważanych cech częściej i w większym stopniu populacja nieinternautów i niepanelistów będzie się różnić od populacji panelistów internautów niż populacja

internautów i niepanelistów od internautów panelistów. Jeśli chodzi o badania na nieprobabilistycznych, internetowych access panelach, które mają być reprezentatywne dla całej populacji, problemem jest więc to, że nie wszyscy członkowie populacji korzystają z Internetu (i istotnie różnią się od internautów), a także to, że paneliści, którzy z własnej inicjatywy zapisali się do panelu, różnią się od pozostałych internautów [Hoogendoorn, Daalmans 2009: 59].

Należy się więc liczyć z systematycznym błędem w wynikach badań internetowych, który nie jest dokładnie znany i nie można go oszacować tak jak w wypadku badań tradycyjnych. Jednak możliwość wystąpienia takiego błędu, zwłaszcza w badaniach rynkowych, często bywa w wystarczającym stopniu rekompensowana względami praktycznymi, w tym niższymi kosztami badań. Kluczową kwestią jest w takich sytuacjach pytanie, czy decyzje podjęte na podstawie wyników badań internetowych (z trudnym do oszacowania błędem) byłby inne, gdyby podjęto je na podstawie wyników opartych na tradycyjnych technikach badawczych z probabilistycznym doborem próby. Mając na uwadze rosnącą popularność technik CAWI w sektorze badań rynkowych, można sądzić, że coraz częściej odpowiedź na powyższe pytanie jest negatywna i rynek ten na swój sposób weryfikuje ich skuteczność, dając coraz częściej swoistą akredytację nowym technikom badawczym, nawet jeśli te oparte są na słabszych fundamentach metodologicznych.

Z problemem reprezentatywności prób pozyskanych z internetowych access paneli można sobie radzić dwojako: prowadząc rekrutację panelistów opartą na metodach probabilistycznych i dokonując odpowiedniego ważenia wyników. Możliwe jest również podejście, w którym najpierw prowadzona jest probabilistyczna rekrutacja do access panelu metodą RDD, a następnie badania prowadzone są na próbie obejmującej samych internautów. Wyniki takich badań wymagają ważenia respektującego wagi uwzględniające najczęściej dodatkowe zmienne np. wykształcenie, status zatrudnienia, posiadanie dzieci, stan cywilny itp. Tak przeważone wyniki pozwalają już uzyskać estymatory satysfakcjonująco bliskie badaniom referencyjnym [Dever, Rafferty, Vallian 2008: 49].

W wypadku nieprobabilistycznych access paneli rozwiązaniem redukującym błędy pokrycia i samodoboru panelistów może być zarówno ważenie poststratyfikacyjne, jak i metodą *propensity scoring*. Celem ważenia poststratyfikacyjnego jest zredukowanie różnic demograficznych pomiędzy próbą a badaną populacją. Jednakże błąd wynikający z samodoboru panelistów niekoniecznie musi być zredukowany przez ważenie poststratyfikacyjne, gdyż niektóre zmienne zależne mogą nie mieć silnego związku ze zmiennymi demograficznymi wykorzystywanymi do stworzenia wag. Ważenie takie może skorygować proporcje cech respon-

dentów w próbie, ale może niekoniecznie będzie zwiększać jej reprezentatywność [Loosveldt, Sonck 2008: 94]. Ważenie metodą *propensity scoring* ma na celu korektę różnic wynikających z tego, że poszczególne grupy respondentów cechują się różną skłonnością do udziału w badaniu. W metodzie tej wykorzystuje się dane z niezależnego badania referencyjnego przeprowadzonego tradycyjną techniką probabilistyczną (np. RDD lub *face-to-face*), które powiela część zmiennych demograficznych, psychograficznych oraz związanych z aktywnością respondenta w Internecie tzw. zmiennych webograficznych (*webographics variables*) z badania internetowego. Wykorzystując regresję logistyczną, oszacowuje się prawdopodobieństwo udziału każdego respondenta w badaniu internetowym na podstawie wspomnianych zmiennych, traktując je jako zmienne niezależne. Dla respondentów z tą samą „oceną skłonności" (*propensity score*) obserwowane różnice są przypisywane bardziej czynnikom losowym niż systematycznemu błędowi [Loosveldt, Sonck 2008: 94–95, 104; Hoogendoorn, Daalmans 2009: 59]. Krytyka tej metody ważenia wyników badań internetowych wskazuje na kilka jej potencjalnych słabości: badanie referencyjne samo w sobie może być obciążone błędami, zmienne webograficzne mogą okazać się nie dość dobrym predykatorem bycia respondentem w badaniu internetowym, a mała liczebność próby w badaniu referencyjnym może skutkować wysoką wariancją wyników w badaniu głównym [Hoogendoorn, Daalmans 2009: 59].

Choć metodologia reprezentatywnych badań tego typu dopiero zaczyna się powoli rozwijać, to już teraz można wskazać wyniki badań świadczące o tym, że potrafią one dostarczać nawet bardziej wiarygodnych wyników niż badania tradycyjne. Najbardziej znane przykłady takich badań to sondaże przedwyborcze z 2008 r. w USA, prowadzone na panelu Harris Interactive, oraz z 2003 r., prowadzone na brytyjskim panelu YouGov. W stosunku do wyników głosowań błąd w obu tych badaniach nie przekraczał dwóch punktów procentowych i był mniejszy niż w wypadku sondaży prowadzonych za pomocą tradycyjnych technik probabilistycznych [Harris Interactive 2008, Kellner 2004]. Zastosowanie metody *propensity scoring* może więc dawać bardzo dobre rezultaty, jednak metoda ta jest trudna do reprodukcji ze względu na konieczność posiadania badania referencyjnego i doboru grupy zmiennych odpowiednich do konstrukcji wag, które jednocześnie uwzględniają specyfikę danego badania. Reprezentatywne dla populacji generalnej badania internetowe są jednak na tyle atrakcyjne, że coraz częściej inicjowane są nowe, międzynarodowe projekty poruszające tę tematykę np. projekt „Web surveys for the general population: How, why and when?" pilotowany przez Sieć Innowacji Metodologicznych Narodowego Centrum Metod Badawczych w Wielkiej Brytanii [NCRM 2012].

Wyzwaniem badań opartych na access panelach pozostaje więc zarówno zapewnienie odpowiedniej ich reprezentatywności w wypadku uogólniania wyników na całe populacje, jak i standardy komunikowania tego, czy i na ile takie uogólnienia są w danej sytuacji w ogóle uprawnione. W szczególności jeśli chodzi o ilościowe badania internetowe, które pretendują do jakiegoś stopnia reprezentatywności, wskazane byłoby podawać, skąd pozyskana była próba (*web-survey*, access panel, RTS, a jeśli z access panelu, to jakiego), jak prowadzona była rekrutacja do tego panelu (probabilistyczna vs. nieprobabilistyczna, a jeśli probabilistyczna, to jak rozwiązywana jest kwestia osób nieposiadających dostępu do Internetu), w jaki sposób została dobrana próba (jeśli był to dobór kwotowy, to o jakie kwoty chodziło), czy i jaką metodę ważenia wyników zastosowano itp. Zamieszczenie w komunikatach z badań tego typu bardziej szczegółowych informacji pozwoliłoby lepiej budować wiarygodność tych badań niż zamieszczanie lakonicznych informacji typu: „badanie zostało wykonane na reprezentatywnej próbie polskich Internautów".

DOSTĘPNOŚĆ RESPONDENTÓW ONLINE

Kolejnym wyzwaniem badań społecznych, związanym nie tylko z nowymi technikami, jest potrzeba wypracowania rozwiązań zapewniających możliwie wysoką dostępność respondentów badań. Problem jest więc szerszy i nie ogranicza się tylko do badań CAWI, jednak warto się zastanowić, czy wykorzystanie nowych technologii internetowych w powiązaniu z lepszym uwzględnieniem perspektywy respondenta pozwoliłoby osłabić lub nawet odwrócić negatywne zjawiska, które zmniejszają potencjał badań społecznych, jednocześnie zwiększając ich koszty.

W pierwszej kolejności należy stwierdzić, że zwiększająca się penetracja Internetu nie gwarantuje wprost większego wykorzystania i większej popularności technik CAWI, choć na pewno temu sprzyja. Przykładem może być porównanie stopnia penetracji Internetu oraz odsetka wydatków na badania CAWI w Polsce i Bułgarii. Kraje te mają podobną penetrację Internetu, która według raportu badania TGI 2012 (Target Group Index) wynosiła 56% dla Bułgarii i 53% dla Polski (rok wcześniej kolejno: 49% i 48%) [TGI 2011: 52, TGI 2012: 52]. Jednocześnie odsetek wydatków na badania CAWI wynosił według ESOMAR [2010] w Polsce 2%, a w Bułgarii 43% (przy średniej światowej 22%). Nie zmienia to jednak faktu, że odsetek ten jest wyższy od średniej w wielu krajach europejskich o wysokiej penetracji Internetu (np. w Finlandii, Holandii, Niemczech, Szwecji, Wielkiej Brytanii) [ESOMAR 2010].

Można więc przyjąć, że wysoka penetracja Internetu stanowi dobry fundament rozwoju technik opartych na technologiach internetowych, choć są to bardziej kwestie większej skali i łatwiejszego doboru prób niż inne kwestie metodologiczne i realizacyjne, które można już teraz intensywnie rozwijać. Czynnikiem, o którym się dyskutuje w kontekście pozyskania respondenta, jest czynnik wynagrodzenia. Omawiana już norma ISO postuluje, żeby nagrody dla panelistów za udział w badaniu były „tak neutralne, jak to tylko możliwe, aby nie wpływały na odpowiedzi badanych" (tłum. własne) [ISO 2009: 8]. W praktyce okazuje się nawet możliwe funkcjonowanie komercyjnych access paneli, które nie wynagradzają swoich panelistów, np. panel Instytutu Gallupa (GALLUP 2012) lub niemieckiego SoSci Panel, który dodatkowo potrafił w ciągu trzech lat kilkakrotnie powiększyć liczbę swoich panelistów (z 12,5 tys. w 2008 r. do 66,5 tys. w 2011 r.) [Leiner 2012]. Niezależnie znane są wyniki badań eksperymentalnych, które pokazują, że wynagrodzenie pieniężne respondenta jest bardziej skuteczne niż wynagrodzenie materialne w innej postaci i że jego wysokość wpływa na respons w badaniu. Co ciekawe, okazuje się, że rzadko stosowane w komercyjnych access panelach bezwarunkowe wynagrodzenie panelisty „z góry" daje najlepszy efekt motywacyjny [Biffignandi, Artaz 2012: 9]. Rozwiązania te są z powodzeniem stosowane m.in. w holenderskim panelu badań społecznych [Das 2012: 11].

Potencjał rozwoju internetowych access paneli jest ciągle jeszcze bardzo duży. Świadczą o tym badania SSI (*Survey Sampling International*), w których pytano respondentów, dlaczego nie zostali dotąd panelistami. Aż 18% z nich odpowiadało, że nigdy nie słyszało o takim panelu, a 36% – że nigdy nie miało okazji się od niego przyłączyć [Cavallaro 2012: 2]. Z kolei paneliści, którzy zrezygnowali z udziału w access panelu, pytani o przyczyny tej rezygnacji, twierdzili m.in., że nigdy nie kwalifikowali się do żadnej ankiety (34%) lub było za mało ankiet (24%). Tylko 13% stwierdzało, że ankiet było za dużo [Cavallaro 2012: 3]. Jak pokazują inne badania SSI, wydaje się, że wiele prostych czynników, powszechnie uważanych za skłaniające panelistów do rezygnacji z członkostwa w panelu, nie ma w wypadku internetowych access paneli istotnego wpływu (chodzi o liczebność i długość ankiet czy średnią wysokość wynagrodzenia) [Johnson, Schiers 2012]. Brak analogicznych badań ogólnokrajowych, ale można przypuszczać, że zarówno ekstensywny rozwój access paneli, jak i intensyfikacja ich użytkowania są ciągle możliwe, zwłaszcza że respondenci czerpią większą przyjemność z uczestnictwa w badaniach CAWI niż w badaniach tradycyjnymi technikami. Prawie 90% respondentom sprawia przyjemność uczestnictwo w badaniach CAWI „zawsze" lub „zwykle", a tylko 43% w badaniach CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) [Cierpicki i in. 2009]. Mimo że utrzymanie wysokiej satys-

fakcji respondentów badań CAWI powinno być jednym z celów zarządzających access panelami, to norma ISO 26362 te kwestie pomija. Znajdują one jednak odzwierciedlenie we wskazówkach ESOMAR, które zwraca uwagę na pomiar satysfakcji panelistów, choć nie precyzuje sposobu jego realizacji [ESOMAR 2012: 12]. IMRO sugeruje za to przeprowadzenie po każdym badaniu ankiety ewaluacyjnej, zawierającej zestaw 7 krótkich pytań, z których każde mierzy satysfakcję respondenta na pięciopunktowej skali. Pytana te dotyczą oceny, czy ankietę dało się ukończyć w rozsądnym czasie, czy nie wymagała zbyt dużego wysiłku, czy była dobrze napisana i przygotowana, czy rekompensata za udział w badaniu była odpowiednia, czy temat ankiety był ważny dla respondenta oraz jaka jest ogólna ocena satysfakcji z udziału w badaniu [Lederer 2008: 22].

Kluczową kwestię, czyli dostępność respondenta, można rozpatrywać w dwóch kategoriach: jako dostępność potencjalnego panelisty w procesie rekrutacji i jako dostępność panelisty w wypadku realizacji konkretnych badań. Prace nad obiema tymi kwestiami wydają się warte prowadzenia i są czynione. Jednym z przykładów optymalnego wykorzystania dostępności panelisty jest wykorzystanie wspomnianego już routera ankiet (*survey router*) [ESOMAR 2012: 9; Cape 2010], który przekierowuje respondenta do innej ankiety, jeśli np. nie zakwalifikuje go screener ankiety wcześniejszej. Respondent więc, nie spełniając warunków kwalifikujących do jednego badania, może wziąć udział w innym, do którego będzie się kwalifikował z większym prawdopodobieństwem. W ten sposób oszczędza się zarówno koszty, jak i czas oraz motywację respondenta, który wykazując się chęcią udziału w jakimś wywiadzie CAWI (jak nie jednym, to innym), może go częściej zakończyć sukcesem.

Przyszłe badania nad dostępnością internetowego respondenta panelisty muszą uwzględniać złożoność i interakcję różnych czynników wpływających na decyzje respondenta, w tym materialne i niematerialne gratyfikacje, charakter badań (akademickie, rynkowe, sondażowe), szczegółowa tematyka, cel i skutki badania, przyjemność z samego kontaktu z narzędziem badawczym, obawy dotyczące prywatności i poufności, doniosłość społeczną oraz inne [Biffignandi, Artaz 2012: 9]. Podobne tematy są już podejmowane w badaniach dotyczących nowych technik badawczych. Wyniki analizowane z uwzględnieniem modelowania strukturalnego wskazują między innymi na wpływ postaw, norm, nakazów moralnych, reputacji instytucji badawczej, zaufania w pozytywne skutki badań itp. na decyzje udziału i zaangażowanie respondenta w badanie prowadzone online [Fang, Chao 2012]. Można przypuszczać, że do właściwej predykcji tego, jacy respondenci będą gotowi brać udział w jakich badaniach i za pomocą jakich narzędzi, będą potrzebne coraz bardziej złożone modele.

PODSUMOWANIE

Niezależnie od nieuniknionego rozwoju technik badawczych, opartych na probabilistycznych metodach rekrutacji do access paneli i badań internetowych, należy też poświęcić więcej uwagi różnym sposobom rekrutacji nieprobabilistycznej. Być może wskazane byłoby również rozpoczęcie w Polsce prac nad tworzeniem operatu do badań internetowych opartych na próbach probabilistycznych – swoistego internetowego odpowiednika bazy adresowej PESEL. Uzupełnienie danych gromadzonych przy różnych czynnościach administracyjnych (np. przy wydawaniu dowodu osobistego) o moduł, w którym dorosły obywatel może podać swój kontakt elektroniczny (np. adres e-mail) i wyrazić zgodę na otrzymywanie zaproszeń do istotnych badań społecznych, mogłoby z czasem znacząco zwiększyć potencjał takich badań. Oczywiście, powodzenie takiego projektu uzależnione byłoby od skutecznej i przyjaznej procedury „rekrutacyjnej" do takiego specyficznego access panelu i przemyślanego wykorzystania gotowości obywatela panelisty do udziału w badaniach, która nie mogłaby być nadużywana np. przez odsprzedaż jego danych kontaktowych i profilowych w celu realizacji komercyjnych badań rynkowych czy sondaży przedwyborczych. Wykorzystanie takiego panelu musiałoby podlegać transparentnym regułom i być nadzorowane przez niezależną interdyscyplinarną radę naukową. Mimo dużego wyzwania, jakim jest realizacja tego typu przedsięwzięć, doświadczenia m.in. holenderskiego projektu MESS pokazują, że projekt access panelu działającego w służbie badań społecznych, przygotowany przez badaczy społecznych, jest możliwy do przeprowadzenia. Stworzony w ramach tego projektu access panel gospodarstw domowych wykorzystywany jest do realizacji istotnych badań społecznych, prowadzonych przez środowiska akademickie także spoza Holandii (np. Uniwersytet Harvarda, Uniwersytet Stanforda i inne) oraz finansowany jest całkowicie z centralnego budżetu ze środków krajowych, zgodnie z założeniem, że „innowacyjne pomysły nie powinny być hamowane przez brak infrastruktury lub budżetu" [Das 2012: 19].

Wydaje się więc, że jeśli znaczący rozwój technik badawczych wspieranych nowymi technologiami ma się dokonać również w Polsce, należy już teraz podejmować zarówno teoretyczne, jak i praktyczne wyzwania z tym związane. Konieczne są zatem dalsze prace nad precyzowaniem specjalistycznych standardów, definicji i zasad konstruowania wskaźników mających świadczyć o jakości poszczególnych internetowych access paneli. Niezbędne jest również poświęcenie większej uwagi tematom związanym z metodologią badań społecznych, wykorzystujących nowe technologie oraz z odpowiednim wyprzedzeniem uwzględnianie

przez metodologów w ich planach badawczych zarówno rosnącego potencjału nowych technik, jak i zapotrzebowania na nie ze strony badaczy, zleceniodawców i odbiorców badań.

BIBLIOGRAFIA

AAPOR [2008], *Standard Definictions. Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys*, American Association for Public Opinion Research.

AAPOR [2010], *Report on Online Panels*, American Association for Public Opinion Research.

Bethlehem J., Stoop I. [2007], *Online Panels – A Theft of a Paradigm?*, [w:] *The Challenges of a Changing Word*, *5. International Conference of the Association of Survey Computing*, Berkeley.

Biffignandi S., Artaz R. [2012], *Online Data Collection in the Agro-Food Sector* [on-line], *Fourth International Conference on Establishment Surveys* (ICES IV), Montreal–Quebec, <http://www.amstat.org/meetings/ices/2012/papers/302105.pdf>.

Callegaro M., Disogra C. [2008], *Computing response metrics for online panels*, „Public Opinion Quarterly", 72(5), 1008–1032.

Cape P. [2010], *The pros and cons of survey routers in online research*, „Quirk's Marketing Research Review", July 2010, s. 22–27.

Cavallaro K. [2012], *Revealing the Answer to Life's Most Difficult Market Research Question: Why Don't People Join Panels?*, Survey Sampling International.

Cierpicki S., Alexander-Head, Rubie L., Poynter R., Alchin S. [2009], *It Works For Us But Does It Work For Them? An Investigation Of How Online Research Communities Work For Consumers Invited To Participate*, ESOMAR Conference, Online Panels And Beyond, Chicago.

Das M. [2012], *Innovation in online data collection for scientific research: the Dutch MESS project*, „Methodological Innovations Online" (2012) 7(1) 7–24.

de Leeuw E.D., Matthijsse S. [2012], *Professional Respondents in Internet Panels: Who are They and What Do They Do to Our Data?*, AAPOR 67th Annual Conference.

Dever J.A., Raffertya A., Valliant R. [2008], *Internet Surveys: Can Statistical Adjustments Eliminate Coverage Bias?* [w:] „Survey Research Methods", Vol. 2, No. 2., p. 47–62.

Di Sogra Ch., Callegaro M. [2009], *Computing Response Rates for Probability-Based Web Panels, Proceedings of the Survey Research Methods Section, Session 273: Estimating and Adjusting for Nonresponse Bias*, American Statistical Association.

ESOMAR [2010], *Global Prices Study 2010*, European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.

ESOMAR [2012], *28 Questions to Help Buyers of Online Samples*, European Society for Opinion and Marketing Research, Amsterdam.

Fang J., Chao W. [2012], *Predicting potential respondents' decision to participate in web surveys*, International Journal of Services Technology and Management, Vol. 18, Nr 1–2, s. 16–32.

GALLUP [2012], *The Gallup Panel. Methodology* <http://www.gallup.com/panel/19744/methodology.aspx>.

G i t t e l m a n S.H., Trimarchi E. [2012], *Consistency in Global Non-Probabilistic Online Samples*, CASRO Online Research Conference, Las Vegas.
Harris Interactive [2008], *Election Results Further Validate Efficiency of Harris Interactive's Online Methodology*, Harris Interactive Inc.
H o o g e n d o o r n A.W., D a a l m a n s J. [2009], *Nonresponse in the Recruitment of an Internet Panel Based on Probability Sampling*, „Survey Research Methods", Vol. 3, No. 2., p. 59–72.
IMRO [2006*], IMRO Professional Standards for Online Research Guidelines and Best Practices Recommendations*, Interactive Marketing Research Organization.
ISO [2009], ISO 26362:2009, *Access panels in market, opinion and social research. Vocabulary and service requirements*, International Organization for Standardization, Geneva.
J o h n s o n P., S c h i e r s J. [2012] *Preventative care to extend panelist's lifetime: A driver analysis on panelist engagement*, Survey Sampling International.
K e l l n e r P. [2004], *Can online pools produce accurate findings?*, „International Journal of Market Research", March 22.
L e d e r e r B. [2008], *Platforms for data quality progress: The client's guide to rapid improvement of online research*, RFL Communications, Skokie, Illinois.
L e i n e r S. [2012], *SoSci Panel Panel. The Noncommercial Online Access Panel*, General Online Research 2012, University Mannheim.
L o o s v e l d t G., S o n c k N. [2008], *An evaluation of the weighting procedures for an online access panel survey*, [w:] Survey Research Methods, Vol. 2, No. 2, p. 93–105.
NCRM [2012], *Web surveys for the general population: How, why and when?* [on-line], National Centre for Research Methods. Dostępne w Internecie: <http://www.ncrm.ac.uk/research/NMI/2012/websurveys.php>.
NORSTAT [2012], *Panelbook 2012*, Norstat.
Oxford University Press [2012], *Oxford Dictionaries Online*. Dostępne w Internecie: <http://oxforddictionaries.com>.
Öz F. [2012], *Continuous large-scale volunteer web-surveys. The experience of LohnSpiegel and Wageindicator*, www.lohnspiegel.de.
PTBRiO [2012], *Badania marketingowe. Rocznik Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii*, Edycja XVII Polskie Towarzystwo Badaczy Rynku i Opinii, Warszawa.
PWN [2012], *Słownik języka polskiego PWN*. Dostępne w Internecie: <http://sjp.pwn.pl>.
TGI [2011], *The 2011 TGI product book*, Global TGI, Londyn.
TGI [2012], *The 2012 TGI product book*, Global TGI, Londyn.

Kamil Wais

THE SPECIFICITY OF ACCESS PANEL AS A CHALLENGE OF NEW RESEARCH TECHNIQUES BASED ON INTERNET TECHNOLOGIES

(Abstract)

The development of new techniques of quantitative social research, which is performing in the world, is particularly associated with an increase in popularity of online access panels. Internet access panels enable rapid implementation of different types of interdisciplinary research on an unprecedented scale, but they also generate new problems and challenges, which are necessary to

overcome by panels managers, researchers and methodologists. The challenges include the need to: clarify, reformulate or complete many definitions; adopt appropriate standards of research, develop comparable with each other, precisely and formally defined indicators of panels' quality, etc. A good starting point for such considerations is the ISO 26362:2009 standard and ESOMAR guidelines concerning the use and functioning of the access panels. These documents, however, do not solve many problems and further refining and updating them is a necessity. Particularly relevant issues worth considering are the challenges associated with the response rate and the representativeness of studies, carried out in online access panels. The key challenge in the development of this type of research is also to ensure the panelists / on-line respondents willing to participate in social research. Experiences from a variety of access panels show that their research capacities continue to grow and can be used more intensively also in Poland – both in the near and distant future.

Key words: on-line access panels, CAWI, representative samples, response rate, panelists' recruitment

DANIEL MIDER
Uniwersytet Warszawski*

JAK BADAĆ OPINIĘ PUBLICZNĄ W INTERNECIE? EWALUACJA WYBRANYCH TECHNIK BADAWCZYCH

Streszczenie

Niniejszy artykuł zawiera próbę porównania i ewaluacji dwóch klasycznych i internetowych technik badań opinii: ankiet internetowych oraz internetowych grupowych wywiadów zogniskowanych. Przeprowadzona analiza uwzględnia następujące wymiary: metodologiczny (odnoszący się do mniej lub bardziej ugruntowanych standardów wykonywania badań), techniczno-organizacyjny (informatyczny i praktyczny) oraz etyczny (ogniskujący się na dyspozycjach formułowanych w branżowych kodeksach etycznych badaczy lub innych uregulowaniach normatywnych). Zadaniem tekstu jest porządkowanie dorobku teoretycznego i praktycznego badań opinii w Internecie oraz – w efekcie – wskazanie obszarów wymagających dalszych refleksji i prac. Analizy ujawniły znaczną asymetrię w wymiarze metodologicznym pomiędzy klasycznymi i internetowymi technikami badań opinii na niekorzyść tych ostatnich oraz asymetrię w wymiarze techniczno-organizacyjnym na niekorzyść technik klasycznych.

Słowa kluczowe: socjologia Internetu, badania Internetu, badania społeczne, opinia publiczna

Szczególną rolę w naukowej i komercyjnej praktyce badawczej odgrywają badania opinii. Prekursor tych badań – George H. Gallup – postrzegał zjawisko opinii publicznej jako „puls demokracji" umożliwiający sprawowanie rządów zgodnie z wolą suwerena – narodu [Gallup, Rae 1940], a Napoleon Bonaparte opinię publiczną widział jako potęgę, której nie sposób ani pojąć, ani się jej opierać.

* Instytut Badań nad Człowiekiem i Społeczeństwem im. Elżbiety Mider z d. Korzun; e-mail: daniel@mider.biz

Owa nieuchwytna opinia publiczna decyduje – również współcześnie – o „być albo nie być" rządów państw i korporacji. Nierzadko staje się ona zbiorowym orężem obywateli broniącym przed nadużyciem silniejszych, dzierżących władzę – zarówno polityczną, jak i finansową – dlatego skupienie uwagi na metodach pomiaru opinii wydaje się oczywiste. Badania opinii stanowią przeważającą większość badań prowadzonych zarówno w celach naukowych, jak i komercyjnych. Zalicza się do nich sondaże prowadzone z użyciem standaryzowanych kwestionariuszy wywiadu, zogniskowane wywiady grupowe oraz indywidualne wywiady pogłębione. Nowe horyzonty dla badań opinii stworzył Internet, który nader szybko został zaadaptowany przez badaczy do tego celu[1]. Rozwinęły się również liczne subdyscypliny adaptujące i rozwijające zastaną metodologię, by uczynić ją adekwatną do badań nowego zjawiska – są to informatyka społeczna [Sawyer i Rosenbaum 2000: 89–95], socjologia Internetu, cybersocjologia i cyberpsychologia [Kubczak 2002: 183–190; Batorski i Olechnicki 2007: 5–14; Suler 2006]. Najczęściej stosowaną i najlepiej ugruntowaną techniką badawczą są internetowe ankiety określane w literaturze przedmiotu mianem ankiet internetowych, sondaży online lub w języku angielskim *Computer Assisted (Aided) Web Interviews* (CAWI). Nieco mniej rozpowszechnione są prowadzone w Internecie zogniskowane wywiady grupowe.

Niniejszy artykuł zawiera próbę ewaluacji dwóch wymienionych technik badań opinii. Uwzględnia ona następujące wymiary: metodologiczny (odnoszący się do mniej lub bardziej ugruntowanych standardów wykonywania badań), techniczno-organizacyjny (informatyczny i praktyczny) oraz etyczny (ogniskujący się na związanych rozmaitymi kodeksami etycznymi lub innymi uregulowaniami normatywnymi). Tekst ma porządkować dorobek teoretyczny i praktyczny badań opinii w Internecie oraz – w efekcie – wskazywać obszary wymagające dalszych refleksji i prac.

1. ILOŚCIOWE BADANIA OPINII – ANKIETY INTERNETOWE (SONDAŻE ONLINE)

Sondaże internetowe stanowią najczęściej wykorzystywaną w Internecie technikę badawczą. Technika ta jest spadkobierczynią dwóch klasycznych technik

[1] Taką możliwość przewidywała pod względem technicznym już pierwsza edycja podstawowego elementarnego języka Internetu, jakim jest HTML. HTML 2.0 (pierwsza oficjalna, upubliczniona specyfikacja tego języka) została stworzona w 1995 r. przez HTML Working Group i obejmowała formanty umożliwiające tworzenie interaktywnych formularzy zawierających listy wyboru.

badawczych: ankiety oraz standaryzowanego wywiadu kwestionariuszowego (dalej będę się posługiwał anglojęzycznym akronimem nazwy tego badania – PAPI – *Paper And Pencil Interviews*). Dziedziczy więc ich wady i zalety. Stanowi ich nadbudowę i jednocześnie modyfikację do wymogów stawianych przez oprogramowanie komputerowe oraz socjopsychologiczną specyfikę Internetu. Początkowo występowały liczne odmiany tej techniki, lecz z czasem przyjęła się i upowszechniła forma polegająca na zamieszczeniu na stronie internetowej ankiety wypełnianej przez respondenta. Respondent trafiający na taką stronę odczytuje pytania i zaznacza standaryzowane, predefiniowane odpowiedzi.

1.1. Wymiar metodologiczny

Liczne kontrowersje dotyczą wymiaru metodologicznego tej techniki badawczej. Ustalone w klasycznych badaniach ilościowych standardy nie są w pełni przekładalne ze względu na odmienne socjopsychologiczne i fizyczne charakterystyki Internetu [Mider 2012]. Stan taki jest źródłem zarówno wad, jak i korzyści. Do zalet (w porównaniu z klasycznymi wywiadami kwestionariuszowymi oraz ankietami) należy przede wszystkim możliwość zbierania informacji intymnych i drażliwych [por. Forster i McCleery 1999]. Brak kontroli społecznej i poczucie względnej anonimowości w Internecie sprawia, że w ankietach internetowych można poruszać tematy, które są objęte społecznym tabu, krępujące, intymne lub drażliwe. Egzemplifikację stanowi badanie „Seks Polaków w Internecie. Raport Polpharmy na temat seksualności Polaków w Internecie" przeprowadzone w styczniu 2010 r., kierowane przez Zbigniewa Izdebskiego, a przeprowadzone przez jedną z polskich firm badawczych. Tematyka badania dotyczyła sfery seksualności dorosłych Polaków: inicjacji seksualnej, poziomu satysfakcji z życia seksualnego, częstotliwości i rodzaju kontaktów seksualnych, kontaktów seksualnych poza stałym związkiem, używania środków urozmaicających życie seksualne, a także zdrowia seksualnego i korzystania z pomocy specjalistów oraz aktywności internetowej związanej z seksem. Poziom zwrotów oraz zakresu i treści uzyskanych w badaniu był więcej niż zadowalający (braki danych poniżej 3%). Przewagą sondaży internetowych jest także możliwość bezpośredniego i złożonego oceniania przez respondentów treści multimedialnych. Na ekranie komputera można prezentować obraz ruchomy (np. filmowy spot wyborczy lub reklamowy, teledysk), obraz statyczny (plakat, reklamę prasową lub fotografię) lub dźwięk (reklamę radiową, utwór muzyczny, fragment wypowiedzi). Jest to oczywista przewaga nad wywiadami kwestionariuszowymi czy ankietami pro-

wadzonymi tradycyjnie, z użyciem kwestionariuszy papierowych. W porównaniu z wywiadami bezpośrednimi prowadzonymi z użyciem laptopa lub tabletu (rzadziej smartfonu czy palmofonu) ta przewaga jednak zanika – obecność ankietera w takich przypadkach sprzyja nawet w większym stopniu standaryzacji odpowiedzi respondenta i redukuje możliwość popełnienia przez respondenta błędów związanych z obsługą urządzeń elektronicznych. Za przewagę tej techniki należy uznać wysoką dostępność niektórych grup respondentów, przede wszystkim młodzieży, osób związanych z subkulturami Internetu (*hard-users*, informatyków, hakerów i crakerów), pracowników przedsiębiorstw, instytucji trzeciego sektora oraz instytucji, które zobligowane są do udostępniania kontaktów mailowych: pracowników instytucji pierwszego sektora oraz samorządów. Ankiety internetowe umożliwiają stosowanie narzędzi badawczych o większej logicznej złożoności. Skale, indeksy i kafeterie mogą być znacznie bogatsze i bardziej obszerne w porównaniu z badaniami telefonicznymi (*Computer Assisted Telephone Interviews*, CATI), przede wszystkim ze względu na możliwość wizualizacji. Z kolei nad klasycznym wywiadem kwestionariuszowym czy ankietą technika ta ma przewagę w postaci nośnika: w pierwszym wypadku jest to komputer (zapewniający dynamiczną wizualizację), w drugim – zadrukowana kartka (umożliwiająca wizualizację tylko statyczną). W związku z tym możliwe jest projektowanie narzędzi badawczych bardziej złożonych pod względem technicznym, na przykład w zakresie reguł przejścia (tzw. filtrów). Niewątpliwą zaletą tej techniki jest możliwość sprawowania wysokiego stopnia kontroli nad procesem badawczym. Brak opóźnień informacyjnych (wszelkie dane są natychmiast dostępne, bowiem trafiają bezpośrednio na serwer) pozwala na bieżąco kontrolować jakość, liczbę i rodzaj zrealizowanych jednostkowych pomiarów oraz określać stopień braków danych, a także na bieżąco reagować na wszelkie anomalie.

Obok zalet metodologicznych pojawiają się również liczne wady. Najpoważniejszy, szeroko dyskutowany zarzut dotyczy niedostępności pełnego operatu losowania internautów. Mówi się o braku reprezentatywności tego typu badań i niemożności wnioskowania ze zbadanej próby na populację. Zarzut ten może być formułowany bardziej zdecydowanie: tam, gdzie nie ma pełnego lub niemal pełnego operatu losowania (a więc zbioru, który posłuży do dobrania próby), nie można mówić o badaniach ilościowych. Badacze w różny sposób starają się rozwiązać ten problem. Wokół tego zagadnienia ogniskuje się większość sporów metodologicznych dotyczących tej techniki, dlatego zostało ono szerzej opisane [Couper i in. 1998; Vehovar, Berzelak 2012].

Najobszerniejszą klasyfikację sposobów doboru respondentów zaproponował Mick Couper [2000], który wyróżnił aż osiem sposobów doboru respondentów

w Internecie. W polskiej praktyce badawczej (szczególnie tej komercyjnej) początkowo uznawano za wystarczające rekrutowanie respondentów za pomocą mailingu prowadzonego na największych portalach internetowych. Szczególnym zainteresowaniem cieszyły się takie portale jak Tlen, Wirtualna Polska, Onet, a później Gmail. Nie pokrywały one jednak całości populacji internautów: bowiem nie wszyscy (choć większość) posiadają adresy e-mail, nie wszyscy również korzystają z poczty na portalach internetowych, na których odbywała się rekrutacja. Brak kontroli próby (dobór odbywał się przecież na zasadzie samorekrutacji) powodował niedoreprezentowanie lub nadreprezentację określonych kategorii socjo- i psychograficznych respondentów. Błędy powodowane żywiołową samorekrutacją respondentów modyfikowano za pomocą doboru kwotowego, a stosunkowo duży stopień zwrotów i niewielkie koszty badania umożliwiały powtarzanie mailingu do momentu, w którym zbadano możliwe kategorie socjodemograficzne. Równolegle stosowano również procedurę ważenia poststratyfikacyjnego. Takie rozwiązanie problemu było jednak niesatysfakcjonujące, a wyniki badań otrzymywały etykietę quasi-reprezentatywnych. Uważa się, że pokrycie populacji posiadanym operatem losowania powinno wynosić co najmniej 50% lub nawet 75%, by uznać dany dobór (przy spełnieniu pozostałych warunków sztuki doboru próby) za reprezentatywny [Sobieszczek 2006: 372–376]. Z rachunkowego punktu widzenia Polska przekroczyła pierwszą barierę i – antycypując trend – wkrótce pokona drugą z barier. Według badania NetTrack z 2011 r. internauci stanowili już 55,4% populacji tych, którzy ukończyli 15 rok życia (16,7 mln osób). Granicę przekroczyła już Islandia, gdzie kwalifikowana większość populacji korzysta z Internetu [Czarnecki 2001: 55–56]. Badacze wypracowali akceptowane przez większość (choć wciąż niesatysfakcjonujące) techniki doboru próby pozwalające na wnioskowanie o populacji przy niepełnym operacie losowania. Po pierwsze, proponuje się tak zwany algorytm ważenia niestratyfikacyjnego. Spośród polskich agencji badawczych wdrożyła go między innymi jedna z firm badawczych w ramach pragmatycznego przedsięwzięcia badawczego IniTech, dofinansowanego przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (2010 r.). Wagi zostały skonstruowane nie tylko na zasadzie korygowania cech socjodemograficznych do pożądanych proporcji. Pod uwagę wzięto również inne niż socjodemograficzne parametry (i stąd nazwa: niestratyfikacyjne): psychograficzne charakterystyki wpływające na szanse wypełnienia ankiety (częstotliwości oraz chęci brania udziału w badaniach ankietowych online) [por. Fang i Wen 2012]. Tak przygotowane wagi pozwalają – zdaniem twórców – wnioskować zarówno o populacji internautów, jak i populacji dorosłych Polaków. Drugim, lepiej ugruntowanym sposobem uzyskiwania możliwości wnioskowania o populacji dorosłych Polaków lub

dorosłych internautów jest tworzenie tak zwanych paneli badawczych, a ściślej – paneli selekcyjnych (nazywanych także w literaturze *access panels*). Terminu „panel selekcyjny" używa się dla odróżnienia tego tworu od panelu ciągłego. W tym ostatnim rekrutacja uczestników jest podporządkowana jednemu ściśle określonemu celowi. Zakłada się, że w badaniu takim każdorazowo biorą udział wszystkie osoby należące do panelu oraz że badania odbywają się regularnie [Gregor i Stawiszyński 2005: 334–335]. Z kolei istotną cechą panelu selekcyjnego jest fakt, że kontakty odbywają się nieregularnie, a respondent zapraszany jest do udziału w danym pomiarze tylko wówczas, gdy spełnia on wymogi rekrutacyjne (socjodemograficzne lub psychograficzne) dla danego badania. Uczestnicy panelu to osoby, które wyraziły zgodę na udział w badaniach, najczęściej w zamian za drobne gratyfikacje rzeczowe lub finansowe [Zagar, Lozar Manfreda 2012].

W branży badawczej funkcjonuje wiele paneli internetowych. Do największych międzynarodowych paneli zaliczają się Ipsos Access Panels (liczący 60 tys. panelistów w Polsce oraz 4 mln w 43 krajach Europy, Azji i obu Ameryk), panel Brand Institute (obejmujący 7 mln panelistów na całym świecie), panel Ask GfK (gromadzący panelistów na pięciu kontynentach, w tym około 100 tys. w Polsce). Istnieją też polskie panele internetowe obejmujące od kilku do kilkudziesięciu tysięcy internautów dobranych wedle rozmaitych kryteriów. Z panelu respondenci dobierani są kwotowo na podstawie znanych (ujawnionych przez nich podczas rejestracji do panelu) charakterystyk. Doświadczenie badawcze uczy, że chociaż nie jest to dobór losowy, wyniki uzyskiwane w badaniach, gdzie próba została dobrana w ten sposób, mają jakość porównywalną z wynikami pomiaru przeprowadzonego drogą bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych lub badań telefonicznych[2]. Niezbyt obszernych regulacji, a przez to ogólnikowych (lecz pozwalających wyciągnąć praktyczne wnioski) dotyczące doboru próby dokonuje Europejskie Stowarzyszenie Badaczy Opinii Publicznej i Rynku (European Society for Opinion and Marketing Research), czuwające nad standardami metodologicznymi badań empirycznych. Szczególne znaczenie mają w tym zakresie następujące dokumenty: „ESOMAR guideline for online research" [2011] oraz „28 Questions to Help Buyers of Online Samples guide" [2012]. Należy podkreślić, że istniejące rozwiązania wciąż pozostają pod tym względem nie w pełni satysfakcjonujące pod względem metodologicznym, choć

[2] Takie metodologiczne doświadczenie przeprowadził zespół Zakładu Socjologii i Psychologii Polityki INP UW podczas realizacji grantu badawczego „Formy i treść ekspresji kultury politycznej Polaków w Internecie w kampaniach wyborczych 2010 i 2011 roku", finansowanego ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (projekt badawczy: N N 116 280338).

są powszechnie akceptowane w praktyce badawczej zarówno naukowej, jak i komercyjnej [Das 2012].

Pozostałe wady ankiet internetowych mają charakter drugorzędny w stosunku do problemu nakreślonego powyżej. Przede wszystkim technika ta posiada ograniczenia co do zakresu gromadzonych danych: czas trwania pojedynczego pomiaru nie może być tak długi, jak w wypadku tradycyjnych wywiadów kwestionariuszowych (tu wywiad z respondentem nierzadko trwa ponad godzinę) lub wywiadów telefonicznych (gdzie normą obecnie są wywiady półgodzinne, a nawet wywiady trwające pełną godzinę). Optymalny czas trwania pomiaru sondaży ilościowych online jest natomiast porównywalny z czasem trwania ankiet audytoryjnych ocenia się go na mniej więcej 15 minut [Czarnecki 2001: 56] lub 25–30 pytań [Mącik 2005: 110]. Warto zwrócić uwagę na fakt, że wraz ze wzrostem czasu trwania pomiaru wzrasta liczba przerwanych, porzuconych ankiet; przy ankiecie online dziesięciominutowej wynosi ona 9%, a przy trzydziestominutowej – aż 50%. [MacElroy 2000]. Wadą tej techniki jest także niski stopień kontroli pomiaru pod względem socjopsychologicznym. Wiąże się to z faktem, że nazwa CAWI stanowi nadużycie metodologiczne. Sugeruje ona, że w tej technice prowadzimy wywiad, podczas gdy w istocie jest to ankieta[3]. Przy prowadzeniu ankiety online poczynań respondenta nie modyfikuje ankieter: brak jest istotnego zjawiska kontroli społecznej, co może skutkować odpowiedziami o mniejszej wartości ze względu na konfabulację respondenta lub błędną interpretację zadanego pytania. Istotnym parametrem jest także nieco niższa jakość odpowiedzi na pytania w ankietach online niż w wypadku klasycznych sondażowych technik badawczych. Dotyczy to wszystkich typów pytań (otwartych i zamkniętych). W klasycznych badaniach sondażowych trud zanotowania wypowiedzi respondenta na pytanie otwarte spoczywa na ankieterze, z tego względu odpowiedzi respondentów są obszerniejsze i bardziej treściwe. W wypadku ankiet w Internecie, gdzie respondent samodzielnie musi zredagować i napisać

[3] Nazwa CAWI związana jest z historią tej techniki badawczej. Początkowo stosowano ankiety wysyłane za pomocą poczty elektronicznej lub zamieszczane w grupach dyskusyjnych. Po zapisaniu takiej ankiety na dysk badany samodzielnie wypełniał ankietę i odsyłał ją badaczowi. Z kolei badanie zamieszczane na stronie internetowej stanowiło nowe rozwiązanie metodologiczne: badany nie widział wszystkich pytań jednocześnie (udostępniano mu je po kolei), ponadto sekwencje zadawanych pytań (w zależności od nałożonych filtrów) były wybierane przez komputer. Z tego właśnie powodu, to jest utraty przez badanego kontroli nad przebiegiem pomiaru, technikę tę nazwano wywiadem, twierdząc (w sposób nieuprawniony), że rolę ankietera odgrywa działający na serwerze program udostępniający respondentowi odpowiednie sekwencje pytań. Jednak mechaniczna kontrola nad przebiegiem pomiaru nie wyczerpuje wszystkich funkcji pełnionych przez ankietera, a więc również tych społecznych i psychologicznych (aspekt kontroli społecznej).

tekst, odpowiedzi są zazwyczaj nader zdawkowe. Z kolei w wypadku pytań zamkniętych zachodzi zjawisko polaryzacji odpowiedzi, to jest nadreprezentacji odpowiedzi o wartościach skrajnych. Zjawisko to jest wyraźnie widoczne, gdy porównuje się ankiety internetowe z badaniami metodą wywiadów bezpośrednich, a porównywalne w wypadku badań CATI, gdzie również obserwujemy taką polaryzację. Ważną negatywną charakterystyką tej techniki badawczej jest stosunkowo duży odsetek przerwanych pomiarów w stosunku do innych technik badawczych. W miarę zwiększania czasu trwania pomiaru w ankietach online zwiększa się liczba przerwanych ankiet, a także omijanych pytań. Orientacyjny odsetek udzielających odpowiedzi to 25,3%, przerywających wypełnianie internetowej ankiety – 21,6%, udzielających odpowiedzi, ale pomijających część pytań – 36,6% [Bosjak i Tuten 2001]. Wadą tej techniki badawczej jest nieco **niższa jakość danych.** Błędy popełnione przez respondentów oraz potencjalne akty wandalizmu interakcyjnego każą traktować zebrane w toku ankiet prowadzonych w Internecie dane bardzo ostrożnie. Dane te wymagają drobiazgowej, bardzo krytycznej weryfikacji [por. de Leeuw 2012]. Jakość danych jest również obniżana przez nieobecność metadanych – o kontekście prowadzonego pomiaru oraz o reakcjach respondenta na badanie. Są to informacje nader pomocne dla badacza i analityka; dotyczą one zachowań niewerbalnych i parawerbalnych respondenta podczas prowadzenia pomiaru.

1.2. Wymiar techniczno-organizacyjny

Ankiety internetowe różnią się znacznie *in plus* pod względem parametrów techniczno-organizacyjnych od klasycznych badań kwestionariuszowych lub badań telefonicznych wspomaganych komputerowo. Przede wszystkim prowadzenie takich badań generuje znacznie niższe nakłady finansowe w porównaniu z badaniami PAPI i nieco niższe w wypadku badań CATI ze względu na ograniczenie liczby ludzi w procesie badawczym i znacznie tańszy koszt organizacji badania. Prowadzenie ankiet w Internecie wymaga również niższych nakładów czasowych. W badaniach tego typu mamy do czynienia z minimalną liczbą pośredników, dane zbierane są równocześnie, niezależnie od ankieterów czy koordynatorów. Proces zbierania danych jest bardzo szybki – typowe internetowe badanie ankietowe wykonywane jest w ciągu dni, a nawet godzin, natomiast CATI trwa od kilku do kilkunastu dni, a PAPI od kilkunastu do kilkudziesięciu dni [Zając i Batorski 2007: 234–248; Mącik 2001: 43]. Znacznie niższe są również wymagane nakłady organizacyjne. Trudom przebycia całości procesu badawczego jest w stanie sa-

tysfakcjonująco sprostać zaledwie jeden badacz. Jeśli chodzi o badania PAPI, jest to zespół składający się z kilkudziesięciu lub nawet paruset osób, a w badaniach CATI zespół musi liczyć co najmniej kilka lub kilkanaście osób.

1.3. Wymiar etyczny

Technika ankiet internetowych budzi wątpliwości natury etycznej. Przede wszystkim uzyskuje się dane o trudnym lub niemożliwym do ustalenia poziomie wiarygodności. Badacz nie może być pewny, czy zebrane przezeń dane są bez zarzutu; centralną rolę odgrywa tu fakt względnej anonimowości respondenta. Badacz w ograniczonym stopniu (mniejszym niż wynikałoby to z jego możliwości technicznych) jest w stanie kontrolować, czy badany udzielał odpowiedzi zgodnych z prawdą. Problem ten jest ściśle powiązany z dylematem etycznym związanym z wykorzystywaniem automatycznie zbieranych danych niezależnie od woli badanego. W toku prowadzenia ankiety online możliwe jest zbieranie metadanych niezależnie od woli badanego (o jego przybliżonej lokalizacji, typie sieci, rodzaju systemu komputerowego i przeglądarki internetowej). Kwestię tę częściowo reguluje Europejskie Stowarzyszenie Badaczy Opinii Publicznej i Rynku w dokumentach „ESOMAR guideline for online research" (2011 r.) oraz „ESOMAR practical guide on cookies" (2012 r.). Pierwszy z wymienionych przedstawia ogólne normy etycznego postępowania badacza wobec respondenta, w szczególności świadomej zgody oraz poszanowania prywatności badanego. Drugi z przewodników wskazuje właściwe używanie zebranych danych, które mogą być zbierane bez wiedzy przeciętnego użytkownika komputerów – tak zwanych cyfrowych odcisków. Cyfrowe odciski (cyfrowe DNA, ID maszyny) są to unikalne charakterystyki każdego komputera pozwalające za pomocą ciasteczek (*cookies*) lub sygnalizatorów sieci (*web beacons*) zidentyfikować każdego użytkownika bez jego wiedzy i zgody[4]. Dodatkowo kwestie te regulowane są bardzo ogólnie przez dokumenty takie jak „Guideline on Social Media Research" (2011 r.) oraz „Mutual rights and responsibilities of researchers and clients" (2010 r.). Niskie bariery finansowe i technologiczne umożliwiają zastosowanie tej techniki właściwie każdemu, niekoniecznie uprawnionemu pod względem

[4] Taki układ programowo-sprzętowy jest unikalny. Pozwala się o tym przekonać program Panopticlick stworzony przez The Electronic Frontier Foundation (http://panopticlick.eff.org/). Wyświetla on obszerny i ogólnodostępny dla innych zbiór informacji o użytkowniku: konfiguracji jego przeglądarki, zainstalowanych wtyczkach, a także konfiguracji sprzętowej i programowej komputera.

merytorycznym podmiotowi, co prowadzi do deprecjacji tej techniki badawczej. W toku popularyzacji tej techniki i coraz szerszego jej stosowania daje się zaobserwować coraz mniejsze zainteresowanie nią badanych – drastycznie zwiększa się odsetek odmów, jak również nasila zjawisko wymieralności paneli internetowych. Stopa zwrotów w latach 90. wynosiła mniej więcej 50–70%, obecnie kształtuje się ona na poziomie 5–10% [Zając, Batorski 2007: 234–248; Mącik 2005: 109], a nawet 2–3%. Pomysł tworzenia paneli internetowych na pewien czas rozwiązał problem niskiego poziomu zwrotów. Na tym tle umotywowane wydaje się postawienie pytania o zasadność stworzenia i promocji określonych barier, na przykład w rodzaju postępowania certyfikującego dla wykonywania tego typu badań.

2. JAKOŚCIOWE BADANIA OPINII W INTERNECIE – INTERNETOWE ZOGNISKOWANE WYWIADY GRUPOWE

Zogniskowane wywiady grupowe należą do klasycznych jakościowych narzędzi badawczych [Morgan 1997]. W naukowej i komercyjnej praktyce badawczej są one stosowane i jako samodzielna metoda badawcza, i jako metoda uzupełniająca dla badań sondażowych [Barbour i Kitzinger 1999]. Wraz z umasowieniem Internetu, a konkretnie jego części – World Wide Web – w drugiej połowie lat 90. rozpoczęto próby prowadzenia badań jakościowych z użyciem sieci. W Polsce pierwsze badania metodą zogniskowanych wywiadów grupowych w Internecie przeprowadzono w maju 2001 r. na zlecenie Polskiego Domu Wydawniczego. Ich celem było zapoznanie się z opiniami użytkowników serwisu sekretykobiet.pl [Grzanka 2001: 43]. Badania tego typu znajdują się *in statu nascendi*, nie ustaliła się jeszcze ich nazwa: jak na razie używa się nazwy tradycyjnej, to jest „zogniskowane wywiady grupowe" z określeniem „wirtualne", „online" lub „internetowe". Badania tego typu można prowadzić na trzy następujące sposoby: po pierwsze, z transmisją obrazu i dźwięku, co najmocniej zbliża je do klasycznych badań fokusowych. Po drugie, tylko z użyciem dźwięku, ich uczestnicy porozumiewają się za pomocą technologii VoIP (*Voice over Internet Protocol*), co jest odpowiednikiem telekonferencji. Jednak najbardziej obecnie rozpowszechnionym sposobem jest porozumiewanie się za pomocą tekstu. Forma takiego badania przypomina wówczas internetowy czat lub forum dyskusyjne. Wszystkie trzy typy badań mogą być realizowane z wykorzystaniem narzędzi informatycznych zarówno nieodpłatnych, jak i komercyjnych. W Stanach Zjednoczonych oferowane jest oprogramowanie komercyjne tego typu. Na rynku dominuje kilka

programów służących do tego celu – jest to między innymi Itracks Online Focus Group (http://itracks.com/) umożliwiający kompleksowe, wielokanałowe (obraz, dźwięk, tekst) badania metodą zogniskowanych wywiadów grupowych i indywidualnych wywiadów pogłębionych. Obiecujący jest również zestaw narzędzi firmy 20/20 Research (http://www.2020research.com). Do wykonywania badań metodą zogniskowanych wywiadów grupowych oraz indywidualnych wywiadów pogłębionych służy QualMeeting, umożliwiający transmisję obrazu i dźwięku w czasie rzeczywistym. Narzędzie opracowane przez VisionsLive (http://www.visionslive.com), noszące nazwę Live Online Focus Groups 2.0, oraz Online In-Depth Interviews umożliwiają z kolei realizację grupowych wywiadów zogniskowanych oraz indywidualnych wywiadów pogłębionych w postaci tekstowej. Poniższe analizy dotyczą zogniskowanych wywiadów grupowych prowadzonych w formie tekstowej – są one najczęściej wykorzystywane w praktyce badawczej.

2.1. Wymiar metodologiczny

Techniki jakościowych badań opinii w Internecie dają możliwość poruszania tematyki intymnej, trudnej, drażliwej, a także możliwość bezpośredniego i złożonego oceniania przez respondentów treści multimedialnych. Podobnie jak w przypadku ilościowych badań opinii w Internecie jest to istotna przewaga nad klasycznymi metodami badawczymi. Istotną charakterystyką metodologiczną jest również fakt wyraźniejszego wyeksponowania poglądów respondentów. Poglądy są wyrażane przez respondentów w sposób bardziej syntetyczny i przemyślany, bo prezentowane w formie pisemnej. Ponadto fakt fizycznego odizolowania badanych od siebie i moderatora wpływa na bardziej zdecydowane, mniej stonowane wypowiedzi uczestników. Zwraca także uwagę łatwiejsza „mechaniczna", ilościowa analiza danych ze względu na gotowość i dostępność tekstu oraz na fakt odpowiedniego „otagowania" wypowiedzi badanych (ich standaryzowane identyfikatory, znaczniki czasu wypowiedzi). Pociąga to za sobą również łatwiejszą interpretację jakościową danych. Uzyskiwane w toku badania dane są już przetworzone przez respondentów, stąd proces ich interpretacji jest łatwiejszy i szybszy [Stewart, Williams 2005: 395–416]. Zdaniem części badaczy grupowe wywiady zogniskowane prowadzone w Internecie są odrębną metodą badawczą, która z klasycznych grupowych badań zogniskowanych zachowała jedynie swoją nazwę [Mann, Stewart 2000]; niektórzy wprost nazywają tę technikę quasi-jakościową [Nikodemska-Wołowik 2002: 166]. Zarzut dotyczy socjopsychologicznego kontekstu prowadzenia badań. Podkreśla się, że opinia ma genezę społeczną,

opinie są tworzone i wzmacniane w interakcji między rozmówcami, a w internetowych grupowych wywiadach zogniskowanych zjawisko takie (nazywa się je synergią) nie występuje z racji braku kontaktu fizycznego, twarzą w twarz [Olcoń 2006: 409; Nikodemska-Wołowik 2002: 165]. W celu ewaluacji internetowych wywiadów zogniskowanych przeprowadzono metodologiczny eksperyment porównawczy [Schneider i in. 2002: 21–42], w którym równolegle wykonano klasyczne i internetowe zogniskowane wywiady grupowe. Eksperyment dowiódł, że uczestnicy badania internetowego wygłosili co prawda liczniejsze komentarze, jednak były one niepogłębione. Ponadto odnotowano w grupie słabszą więź, była ona bardziej egalitarna, nie odnotowano zjawiska polaryzacji grupy, mniejszy był udział komentarzy odbiegający od tematyki spotkania, a uczestnicy byli bardziej skoncentrowani na temacie dyskusji [Batorski, Olcoń-Kubicka 2006: 120]. Do metodologicznych wad należy zaliczyć również przeszkody w badaniu emocjonalnego komponentu postawy. Prowadzenie badań z użyciem wyłącznie czatu tekstowego ogranicza adekwatne odczytywanie przez badacza emocji badanych. Poza percepcją badacza pozostają liczne elementy werbalne i parawerbalne. Własne doświadczenia potwierdzają, że emotikony – służące do wyrażania treści emocjonalnych w Internecie – nie oddają w pełni reakcji badanych[5]. Warto także zwrócić uwagę na barierę badań tematyki złożonej lub wymagającej dużej dynamiki wywiadu. Często zdarza się, że uczestnicy odpowiadają na pytania poprzednie, nie nadążając za tempem dyskusji, co znacznie zaburza interakcję. Do wad należy zaliczyć również wyraźnie uboższą treść gromadzonych danych, bowiem ze względu na tekstową formę wypowiedzi należy się spodziewać niezbyt obszernych treści uzyskiwanych w toku badania. Wyraźnie ograniczony jest także zakres gromadzonych danych. Standardowy grupowy wywiad zogniskowany trwa 1,5–2 godz. Utrzymanie zainteresowania uczestników i tempa wywiadów przez więcej niż godzinę jest trudne do uzyskania. Z doświadczeń własnych wynika, że optymalny czas trwania takiego wywiadu wynosi 60–70 min. Do wad metodologicznych należy także zaliczyć niższy stopień kontroli nad procesem rekrutacji respondentów, zwłaszcza w sytuacji rekrutacji w Internecie. Respondenci w mniejszym stopniu czują się zobowiązani do uczestnictwa, a także istnieją niższe bariery przerwania wywiadu i opuszczenia grupy, na co wskazują zarówno doświadczenia własne, jak i literatura przedmiotu [Sobocińska 2005:

[5] Wirtualne zogniskowane wywiady pogłębione przeprowadził zespół realizujący grant badawczy „Formy i treść ekspresji kultury politycznej Polaków w Internecie w kampaniach wyborczych 2010 i 2011 roku" finansowany ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (projekt badawczy: N N 116 280338). Wywiady w trybie tekstowym zostały przeprowadzone na przełomie 2011 i 2012 r.

202]. Z kolei w wypadku rekrutacji telefonicznej lub potwierdzenia telefonicznego udziału w wywiadzie poziom absencji jest porównywalny. Wadę stanowi również niższy poziom kontroli nad respondentami i przebiegiem wywiadu. Składa się na to cała wiązka przyczyn: fakt, że moderator nie ma możliwości kontroli poczynań respondentów, ograniczona jest możliwość sankcjonowania przez moderatora niekorzystnych dla przebiegu wywiadu zachowań respondentów (możliwa wyłącznie sankcja werbalna lub wykluczenie), fakt, że respondenci często skłonni są traktować uczestnictwo w wywiadzie jako niepubliczne, półprywatne (na przykład podczas przygotowywania przekąski lub napoju). Ponadto zaobserwowano zjawisko rozgałęziania się wywiadu na „wiązki" – angażowania się w wymianę zdań w podgrupach.

2.2. Wymiar techniczno-organizacyjny

Internetowe zogniskowane wywiady grupowe mają liczne przewagi nad klasycznymi grupowymi wywiadami zogniskowanymi. Przede wszystkim zwracają uwagę niższe niż w badaniach klasycznych nakłady finansowe. W wypadku internetowych fokusów stosunkowo drogie zaaranżowanie własnej pracowni lub jej wynajem zastępujemy darmowym oprogramowaniem. Stosunek cen ma się nieco gorzej, gdy zechcemy skorzystać z oprogramowania komercyjnego, w pełni profesjonalnego. Na przykład użycie Live Online Focus Groups 2.0 to koszt 150 euro za godzinę, bez możliwości wykupienia stałej licencji. Wymienić należy także niskie nakłady czasowe w fazie rekrutacji oraz przygotowywania badania do analizy. Rekrutacja jest bardzo szybka, możliwa za pomocą poczty elektronicznej, badaną grupę możemy zgromadzić niemal ad hoc (pomiar może się odbyć tego samego wieczoru lub następnego dnia od rozpoczęcia rekrutacji). Ponadto w tego typu badaniach pomijany jest całkowicie jakże pracochłonny proces transkrypcji, co znacznie przyspiesza moment uzyskania wyników końcowych. Istotną zaletą są niskie nakłady organizacyjne. Z przeprowadzeniem badania tego typu radzi sobie zespół złożony zaledwie z dwóch osób, po nabyciu doświadczenia i w nieskomplikowanych projektach – wystarczy nawet jedna osoba. Zwracają uwagę także niskie nakłady sprzętowe: nie jest konieczne wyposażenie w drogi sprzęt rejestrujący (kamery, mikrofony oraz urządzenia utrwalające zapis).

2.3. Wymiar etyczny

Paraprawne kodeksy etyczne regulują zasady zachowania się badacza wobec badanych, lecz nie regulują zachowania samych badanych. Stąd wynika problem zagrożenia poufności danych zebranych podczas badania. Treść tekstowego czatu, rozmowy VoIP czy strumienia wideo może być w łatwy sposób utrwalona przez każdego uczestnika badania. Zapis badania dostępny dla badanego może zostać upubliczniony wbrew woli badacza i badanych. Istotnym problemem o charakterze etycznym jest również używanie nazwy grupowych wywiadów zogniskowanych w odniesieniu do metody badawczej. Podmioty takie jak Millward Brown International i Digital Marketing Service odmawiają prowadzenia tego typu badań, podkreślając, że brak możliwości bezpośredniego kontaktu moderatora z grupą pozbawia taką dyskusję najbardziej charakterystycznych cech tej metody. Z drugiej strony firmy badawcze takie jak Greenfield Online, NFO Interactive, Harris Black International uznają, że w ten sposób można zbierać dane nieustępujące jakością badaniom fokusowym tradycyjnym [Mącik 2005: 140].

* * *

Podobieństwo internetowych i klasycznych technik badawczych jest w wielu metodologicznych obszarach złudne, bowiem rozpoznawanie właściwości sposobów pomiaru opinii w Internecie nie zostało jeszcze zakończone. Paradoksalnie techniki te badacze wykorzystują w swojej codziennej pracy. Odrębne parametry ontologiczne wirtualnej rzeczywistości powinny skłaniać do dogłębnych przemyśleń zasad stosowanych w Internecie metod badawczych. W najmniejszym stopniu refleksja metodologiczna powinna odnosić się do techniki ankiet internetowych, zaś w największym – do jakościowych badań opinii w Internecie. Paradoksalnie – liczne ułatwienia o charakterze technicznym i organizacyjnym mogą jednak hamować rozwój refleksji nad metodologią badań w Internecie.

BIBLIOGRAFIA

28 Questions to Help Buyers of Online Samples guide, ESOMAR, <http://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/documents/ESOMAR-28-Questions-to-Help-Buyers-of-Online-Samples-September-2012.pdf> 11.12.2012.

B a r b o u r R.S., K i t z i n g e r J. [1999], *Developing focus group research: politics, theory and practice*, London: Sage.

B a t o r s k i D., O l c o ń - K u b i c k a M. [2006], *Prowadzenie badań przez Internet – podstawowe zagadnienia metodologiczne*, „Studia Socjologiczne", vol. 3 (182), s. 99–131.

B a t o r s k i D., O l e c h n i c k i K. [2007], *Wprowadzenie do socjologii Internetu*, „Studia Socjologiczne", vol. 3 (186), s. 5–14.

B o s j a k M., T u t e n T.L. [2001], *Classifying Response Behaviors in Web-based Surveys*, „Journal of Computer Mediated Communication", vol. 6 (3).

C o u p e r M.P. [2000], *Web surveys: a review of issues and approaches*, „Public Opinion Quarterly", vol. 64 (4), s. 464–494.

C o u p e r M.P. i in. [1998], *Computer Assisted Questionnaire Information Collection*, New York: John Wiley & Sons Inc.

C z a r n e c k i A. [2001], *Badania ankietowe w Internecie*, „Marketing w Praktyce", vol. 5, s. 55–57.

D a s, M. [2012], *Innovation in online data collection for scientific research: the Dutch MESS project*, „Methodological Innovations Online", 7, 1, s. 7–24.

de L e e u w E.D. [2012], *Counting and Measuring Online: The Quality of Internet Surveys*, „Bulletin de Methodologie Sociologique", 114, 1, s. 68–78.

ESOMAR guideline for online research [2011] ESOMAR <http://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ESOMAR_Guideline-for-online-research.pdf> 12.12.2012.

F a n g J., W e n C. [2012] *Predicting potential respondents' decision to participate in web surveys*, „International Journal of Services Technology & Management", 18, 1–2, s. 16–32.

F o r s t e r E., M c C l e e r y A. [1999], *Computer Assisted Personal Interviewing: A Method of Capturing Sensitive Information*, „IASSIST Quarterly", 23, 2, s. 26–38.

G a l l u p G., R a e S. [1940], *The Pulse of Democracy*, New York: Simon & Schuster.

G r e g o r B., S t a w i s z y ń s k i M. [2005], *Wykorzystanie Internetu w badaniach panelowych rynku*, [w:] M. Sokołowski (red.), *Oblicza Internetu. Internet a globalne społeczeństwo informacyjne*, Elbląg: Instytut Informatyki Stosowanej Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej.

G r z a n k a M. [2001], *Wirtualne fokusy*, „Brief", wrzesień, s. 78.

K u b c z a k A. [2002], *Cybersocjologia? Internet jako przedmiot zainteresowania socjologów*, [w:] L.H. Haber (red.), *Polskie doświadczenia w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego: dylematy cywilizacyjno-kulturowe*, Kraków: WNSS AGH.

M a c E l r o y B. [2000], *Variables influencing dropout rates in Web-based surveys*, *Quirk's Marketing Research Review*, <http://www.quirks.com/articles/a2000/20000711.aspx?searchID=147696940> 12.12.2012.

M ą c i k R. [2005], *Wykorzystanie Internetu w badaniach marketingowych*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

M a n n Ch., S t e w a r t F. [2000], *Internet Communication and Qualitative Research. A Handbook for Researching Online*, London: Sage.

M i d e r D. [2012], *Dylematy metodologiczne badań kultury politycznej w Internecie, referat przygotowany na II Kongres Politologiczny*, 19–21 września 2012, w druku.

M o r g a n D.L. [1997], *Focus groups as qualitative research*, London: Sage.

N i k o d e m s k a - W o ł o w i k A.M. [2002], *Jakościowe badania marketingowe w Internecie – uzasadniony sceptycyzm*, [w:] L. Żabiński, K. Śliwińska (red.), *Marketing – koncepcje, badania, zarządzanie*, Warszawa: Wydawnictwo PWE.

O l c o ń M. [2006], *Zogniskowane wywiady grupowe online – charakterystyka techniki badawczej*, [w:] Ł. Jonak, P. Mazurek, M. Olcoń, A. Przybylska, A. Tarkowski, J. Zając (red.), *Re: Internet – społeczne aspekty medium*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

S a w y e r S., R o s e n b a u m H. [2000], *Social Informatics in the Information Sciences: Current Activities and Emerging Directions*, „Informing Science", vol. 3 (2), s. 89–95.

S c h n e i d e r S., K e r w i n J., F r e c h t l i n g J., V i v a r i B. [2002], *Characteristics of the discussion in online and face-to-face focus groups*, „Social Science Computer Review", vol. 20 (1), s. 31–42.

Seks Polaków w Internecie. Raport Polpharmy na temat seksualności Polaków w Internecie [2010], <http://www.opzs.pl/uploads/assets/files/Seks_Polakow_w_Internecie_materialy.pdf> 12.12.2012.

S o b i e s z c z e k K. [2006], *Problem błędu braku odpowiedzi w badaniach internetowych*, [w:] Ł. Jonak, P. Mazurek, M. Olcoń, A. Przybylska, A. Tarkowski, J. Zając (red.), *Re: Internet – społeczne aspekty medium*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

S o b o c i ń s k a M. [2005], *Badania marketingowe przez Internet*, [w:] K. Mazurek-Łopacińska (red.), *Badania marketingowe. Teoria i praktyka*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

S t e w a r t K., W i l l i a m s M. [2005], *Researching online populations: The use of online focus groups for social research*, „Qualitative Research", vol. 5, s. 395–416.

S u l e r J.R. [2006], *The First Decade of CyberPsychology*, <http//:users.rider.edu/~suler/psycyber/decade.html> 8.09.2012.

V e h o v a r V., B e r z e l a k N. [2012], *Surveying general population: What types of experiments are further needed?*, 6th Internet Survey Methodology Workshop.

W a l t h e r J.B. [1996], *Computer Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction*, „Communication Research", vol. 23 (1), s. 3–13.

Z a g a r S., L o z a r M a n f r e d a K. [2012], *Effect of different stimulus on data quality in online panels*, 6th Internet Survey Methodology Workshop.

Z a j ą c J.M., B a t o r s k i D. [2007], *Jak skłonić do udziału w badaniach internetowych: Zwiększanie realizacji próby*, „Psychologia Społeczna", vol. 3 (5), s. 234–248.

Daniel Mider

HOW TO EXPLORE THE PUBLIC OPINION ON THE INTERNET? EVALUATION OF THE SELECTED RESEARCH TECHNIQUES

(Abstract)

Hereby article presents an attempt to compare and evaluate two techniques of online surveys: computer assisted web interviews and online focus group interviews. These techniques were compare with equivalent classic surveys: paper and pencil interviews (PAPI) and focus group interviews (FGI). An analysis includes three following dimensions: methodological dimension (referring to grounded standards of social research), technical-organizational dimension (focusing on software and hardware matters) and ethical dimension (encompasses dispositions formulated in professional codes of researcher ethics). The text is aimed to organize theoretical and practical achievements of Internet opinion research and – in effect – to identify areas that require further reflection and work. Analyzes revealed a significant asymmetry in size between the classical methodology and techniques online surveys to the detriment of the latter, and the asymmetry of the technical and organizational dimension to the detriment of classical techniques.

Key words: sociology of the Internet, Internet research, social research, public opinion

RECENZJA

Howard Schuman, *Metoda i znaczenie w badaniach sondażowych*, Warszawa: Oficyna Naukowa 2013.

Na początku 2013 r. została wydana książka Howarda Schumana, pt. „Metoda i znaczenie w badaniach sondażowych”[1]. Metodologom zajmującym się problematyką badań surveyowych nazwisko autora jest dobrze znane, jest on autorem lub współautorem[2] 10 książek i publikacji monograficznych, przeszło 100 artykułów naukowych, licznych recenzji, a przede wszystkim badaczem, pomysłodawcą wielu eksperymentów metodologicznych. Podejmowana przez Schumana problematyka wpisuje się w szerszy nurt rozważań dotyczących analizy problemów, na które napotykają badacze sondażowi, i ulepszania samej metody sondażu. Taka refleksja na temat surveyów podejmowana jest od wielu lat[3], przy czym można mówić o dwóch zasadniczych kierunkach tego typu rozważań metodologicznych. Pierwszy z nich szuka sposobów ulepszania badań sondażowych poza nimi samymi i wykorzystuje inne metody badawcze (np. wywiady swobodne, zogniskowane wywiady grupowe), a nawet inne dyscypliny naukowe (logikę, psychologię) do ulepszania procesu zadawania pytań i uzyskiwania na nie odpowiedzi, do pogłębiania otrzymanych rezultatów itp. Drugi, którego przedstawicielem jest Howard Schuman, analizuje samo badanie sondażowe, przeprowadzając pomysłowe eksperymenty metodologiczne, interpretując uzyskane rezultaty, próbując wyjaśnić wykryte prawidłowości. Recenzowana publikacja jest podsumowaniem wieloletnich badań metodologicznych poświęconych właśnie sondażom.

---

[1] Podstawą przekładu była książka wydana w 2008 r. przez Harvard University Press „Method and Meaning in Polls and Surveys” [Schuman 2008].

[2] Do znanych i często przywoływanych w pracach metodologicznych należy zaliczyć książkę *Questions and Answers in AttitudeSurveys: Experiments on Question Form, Wording, and Context* napisaną razem ze Stanleyem Presserem i dostępną polskim socjologom tylko w oryginalnej wersji językowej [Schuman, Presser 1981].

[3] O potrzebie ciągłej refleksji metodologicznej nad badaniami sondażowymi przekonująco pisze Mirosława Grabowska w publikacji wydanej przez CBOS, w której przedstawiono rezultaty badań metodologicznych *Metoda i znaczenie. Rozumienie pytań kwestionariusza w badaniach sondażowych*. [Grabowska 2012:7–9].

Książka „Metoda i znaczenie w badaniach sondażowych" składa się z sześciu rozdziałów, Przedmowy, Wstępu, Podsumowania, a kończy ją Bibliografia oraz Indeks osób. Rozdziały można czytać w dowolnej kolejności, bo jak podkreśla sam autor, każdy z nich „[...] poświęcony jest jednemu tematowi, choć poszczególne rozdziały łączą się ze sobą" [Schuman 2013:10], tworząc spójną tematycznie całość.

We Wstępie Schuman dokonuje rozróżnienia pomiędzy badaniami pollingowymi (*polls*) a surveyowymi[4] (*surveys*), przypisując tym pierwszym cechy związane z: prowadzeniem badań przez podmioty komercyjne, opieraniem się na próbach kwotowych, dużym tempem badań oraz stosunkowo prostym sposobem opracowywania wyników, natomiast badaniom surveyowym częściej przyporządkowywano reprezentatywne próby losowe, wielozmiennowe i „wyszukane" metody analizy statystycznej oraz fakt, że są one inicjowane, nadzorowane lub prowadzone przez badaczy akademickich. Jednak rozróżnienie to jest aktualnie – jak sądzi autor – tylko pewną konwencją językową i służy do wskazania „linii demarkacyjnej" dzielącej badaczy komercyjnych od badaczy akademickich, ponieważ wszelkie różnice dotyczące prób czy opracowań należy rozpatrywać oddzielnie w odniesieniu do każdego badania. Podsumowanie tych rozważań zostało sformułowane przez Schumana w postaci następującej hipotezy: „[...] różnica między pollingiem a badaniem ankietowym tkwi w nadawanym im społecznie znaczeniu, wszystkie inne różnice już zanikł." [Schuman 2013: 23]. Do jej weryfikacji mogą posłużyć chociażby sytuacje, w których badacze akademiccy stosujący surveye nie chcą być postrzegani jako „producenci" danych sondażowych publikowanych w mediach. We wstępnym rozdziale recenzowanej książki znajdziemy ponadto wyjaśnienie dwóch terminów zawartych w jej tytule, a mianowicie: „metody" i „znaczenia". Dla autora metodę można sprowadzić do czynności (np. zdefiniowania populacji, wylosowania próby, zadania pytań, analizy danych) podejmowanych w danym badaniu. Szczególnie istotną i ważną dla zrozumienia logiki prowadzonych przez Schumana analiz jest metoda eksperymentu sondażowego, w której losowo podzielonym podpróbom (ich liczba zależy od liczby stosowanych wersji narzędzi badawczych) zadaje się odmienne pytania lub używa różnych bodźców związanych np. z postępowaniem ankietera. Tego typu procedura zapewnia wysoką trafność wewnętrzną[5], jeżeli jest prowadzona

[4] W dalszej części tego rozdziału H. Schuman nazw: badania surveyowe i badania ankietowe używa zamiennie.

[5] Trafność wewnętrzna związana jest z takim zaplanowaniem eksperymentu, aby zaobserwowane zmiany można było przypisać manipulacji eksperymentalnej, a nie innym czynnikom zakłócającym [Sułek 1979:61; Brzeziński 2000:18].

na odpowiednio licznych próbach losowych – a o takich przede wszystkim pisze Schuman – również trafność zewnętrzną[6]. Eksperymenty sondażowe pozwalają na wprowadzenie szeregu pomysłowych zmian, które dodatkowo mogą być analizowane przy kontroli cech społeczno-demograficznych (płci, wieku, miejsca zamieszkania)[7]. Definicja terminu „znaczenie" zmienia się w zależności od rozdziału książki, a najczęściej autor rozumie znaczenie tak, jak opisał to Cliford Geertz w książce „The Interpretation of Cultures"[8]: „konceptualna struktura, której ludzie używają, żeby zinterpretować swoje doświadczeni.".

Rozdział pierwszy („Pytania zwykłe, sondażowe i dotyczące tworzenia polityki") traktuje o próbie znalezienia różnic pomiędzy pytaniami znanymi nam i stosowanymi niezmiernie często w zwykłych, codziennych rozmowach a pytaniami umieszczanymi w kwestionariuszach wywiadów. Na samym początku tego rozdziału Schuman wyraża dość kontrowersyjną opinię, a mianowicie: „[...] pytania, które zadajemy, prowadząc badania, nie różnią się od całkiem zwykłych pytań, jednak odpowiedzi, które otrzymujemy, rzadko kiedy możemy traktować jak zwykłe odpowiedz.". W jaki sposób tłumaczony jest ten paradoks? Otóż, umieszczając pytania w kwestionariuszu, korzystamy z tych samych słów, zwrotów, sposobów pytania, jak czynilibyśmy, interesując się daną kwestią w trakcie prywatnej rozmowy, jednak otrzymane odpowiedzi nie podlegają tylko zwykłemu, mechanicznemu zliczeniu i zinterpretowaniu. „Zdarza się, że odpowiedzi są w tak dużym stopniu zależne od tego, jak zadano pytanie, że prosta ich interpretacja nie jest możliwa" [Schuman 2013: 35]. Wszak wpływ na udzielaną przez respondenta odpowiedź mają nie tylko jego cechy społeczno-demograficzne, osoba ankietera, społeczna sytuacja wywiadu, ale również sposób sformułowania pytania. Howard Schuman, jak sam deklaruje, zajmuje stanowisko gdzieś pomiędzy „sondażowym fundamentalizmem", w którym należy dosłownie rozumieć odpowiedź, a „sondażowym cynizmem" opowiadającym się za podejściem, zgodnie z którym ankieter może uzyskać właściwie dowolną odpowiedź [Schuman 2013: 51] i postuluje, aby prezentując rezultaty badań sondażowych, z jednej strony pokazywać ich

[6] Trafność zewnętrzna natomiast wiąże się z możliwością przeniesienia wniosków z eksperymentu na inne sytuacje, inny czas i inne badane grupy, niż miało to miejsce w przeprowadzanym przez nas eksperymencie. [Brzeziński 2000:19].

[7] Takiego typu analiz nie można przeprowadzać w przypadku badania celowo dobranych studentów, którzy nie stanowią reprezentacji dla mieszkańców danego kraju, a wielokrotnie nie są to również reprezentatywni przedstawiciele studentów danego uniwersytetu, wszak najczęściej korzysta się z tych, którzy wybrali dany kurs, zainteresowani są problemem badań.

[8] Książkę i cytat z niej przywołuję za H. Schumanem [Schuman 2013:31].

wartość poznawczą, a z drugiej strony, zwracać uwagę na ograniczenia w interpretowaniu ich rezultatów.

W rozdziale drugim omawiane są zagadnienia dotyczące stosowania pytań zamkniętych i otwartych z jednoczesnym podkreśleniem faktu, że każdy z rodzajów pytań może zniekształcić odpowiedź. W pytaniach zamkniętych poprzez zaoferowanie respondentom pewnego sposobu myślenia, ram w postaci gotowych sformułowań, w których muszą umieścić swoją odpowiedź, natomiast w pytaniach otwartych – sposób ich sformułowania niejako zawężą możliwy zakres informacji, które respondent wykorzystuje do sformułowania odpowiedzi, a wpływ mediów powoduje, że pewne możliwe odpowiedzi będą brane pod uwagę częściej niż inne. Łączne ich zadanie daje badaczowi większą szansę na dotarcie do opinii/postawy/zachowania, które chce poznać.

Rozdział trzeci – ulubiona część książki autora, jak sam deklaruje – przedstawia procedurę uzupełniania pytań zamkniętych pytaniami otwartymi „Dlaczego?", których zadaniem jest uzasadnienie dokonanego przez respondenta wyboru tej, a nie innej odpowiedzi. Proponowana przez Schumana procedura jest dość czasochłonna i kosztowana, nie można przeprowadzać jej w każdym sondażu, w stosunku do każdego pytania zamkniętego, dlatego też autor proponuje, aby stosować „losowe sondowanie" [Schuman 2013: 11], czyli zadawać dodatkowe pytania tego typu tylko niektórym respondentom i w stosunku do niektórych pytań. W rozdziale tym znajdziemy również opis ciekawej propozycji lingwistycznego kodowania pytań otwartych, które pozwala na pogłębienie analizy udzielanych na nie odpowiedzi.

Kolejny rozdział prezentuje wpływ kontekstu badania na kształt odpowiedzi, który jest rozpatrywany na dwóch przykładach dotyczących: kolejności pytań w kwestionariuszu i cech ankietera (rasy i sympatii politycznych) przeprowadzającego wywiad.

Rozdział „Świat badań i inne światy" (czyli rozdział piąty) pokazuje, iż można wzbogacać wyniki badań sondażowych poprzez łączenie ich z innymi danymi pochodzącym, czy to z badań przeprowadzanych na różnych próbach/grupach, czy to z danymi uzyskanymi za pomocą innych metod. Schuman rozważa również kwestię porównywania danych sondażowych z sytuacjami rzeczywistymi, starając się udzielić odpowiedzi na pytanie, czy można mówić o zgodności zachowania z postawą respondent?

Ostatni rozdział książki, zatytułowany „Polowanie na żmirłacza nauk społecznych", jest próbą pokazania zmagania się badaczy nauk społecznych z sytuacjami, w których dane z badań raz potwierdzają, a innym razem przeczą uprzednio wykrytym prawidłowościom. Jest to też swego rodzaju prezentacja filozofii

badawczej, która – przynajmniej zdaniem czytającej tę książkę – przyświecała Schumanowi w trakcie podejmowania kolejnych eksperymentów sondażowych i sposobów analiz zebranego materiału, a mianowicie „[...] nawet doświadczeni badacze napotykają frustrujące wnioski, które następnie muszą przekuć na pozytywną naukę na przyszłość" [Schuman 2013: 232].

Całość kończy „Podsumowanie: Krótkie spojrzenie wstecz na metodę i znaczenie oraz badania sondażowe", w którym autor raz jeszcze wraca do wcześniej opisywanych problemów i prezentuje najważniejsze ustalenia wynikające z przeprowadzonych przez niego analiz, a odnoszące się do kwestii związanych z metodą, znaczeniem i badaniami surveyowymi. Kolejny raz postuluje, aby ciągle wzbogacać procedury analizy danych, przeprowadzać wciąż nowe badania, konfrontować idee ze społeczną rzeczywistością.

Niewątpliwą zaletą książki jest prezentacja wielu eksperymentów sondażowych przeprowadzonych przez samego Howarda Schumana, jego uczniów, współpracowników i innych metodologów zajmujących się problematyką prezentowaną w tej publikacji. Przy czym należy od razu zaznaczyć, iż liczba tych badań nie przytłacza czytelnika, ponieważ dokładniej omawiane są pojedyncze przedsięwzięcia badawcze, a do innych, podobnych, znajdziemy odpowiednie odwołania bibliograficzne. Eksperymenty sondażowe opisane w książce są ilustrowane przez przejrzyste tabele z wynikami, które umożliwiają czytelnikowi śledzenie wyników badań omawianych w danym rozdziale. Autor nie tylko prezentuje końcowe rozkłady odpowiedzi na poszczególne pytania, lecz także opisuje samą procedurę ich zadawania oraz kroki w analizie i interpretacji uzyskanych rezultatów. Dzięki temu nawet początkujący badacz sondażysta ma możliwość poznania logiki postępowania i sposobów weryfikowania stawianych hipotez.

Howard Schuman jawi się w tej książce jako błyskotliwy, niezmiernie pomysłowy badacz, który oprócz sukcesów związanych z pomyślnymi weryfikacjami stawianych przez siebie hipotez odnosi też porażki, jednak nie próbuje ich ukryć, a wręcz przeciwnie: pisze o nich jako o niezbywalnym elemencie własnej pracy badawczej. Wszak błędy, które popełnia, są dla niego nie mniej ważnym sposobem uczenia się niż sukcesy, które odnosi: „Wspominam także o błędach, jakie poczyniłem w trakcie swojej pracy badawczej, i o tym, czego się z nich, mam nadzieję, nauczyłem" [Schuman 2013: 9]. Cechuje go pewna badawcza pokora w stosunku do rezultatów, których nadal nie daje się w sposób jednoznaczny zinterpretować, stara się balansować „[...] między ambicją odkrycia nowego znaczenia a dyscypliną metodologiczną" [Schuman 2013: 256] i godzi nawet na niepewność otrzymanych rezultatów i potrzebę dalszych badań.

Recenzowaną książkę można traktować również jako podręcznik dla tych, którzy szukają rozwiązań następujących kwestii: W jaki sposób zakodować pytania otwarte?; Co wybrać – pytanie otwarte czy zamknięte?; Jakich zmiennych użyć do kontroli wykrytych zależności?; Co zrobić, gdy otrzymane rezultaty są niejednoznaczne, a nie dysponujemy danymi, które pomogłyby nam w interpretacji wyników?; Jak ustalić, co nasi respondenci mają na myśli, gdy wybierają taką a nie inną odpowiedź?; Jak radzić sobie z wpływem kolejności pytań na odpowiedzi badanych? itp. I chociaż w książce znajdziemy sugestie, co należy zrobić – wszak Schuman, opisując rozmaite strategie radzenia sobie w różnych sytuacjach, formułuje pewne rekomendacje – to jednak przez cały tekst ma się wrażenie, że są to tylko propozycje, pewne podpowiedzi „starszego kolegi", bardziej doświadczonego badacza (z ponad pięćdziesięcioletnim doświadczeniem), a nie już raz sprawdzone i narzucane nam ostateczne rozstrzygnięcia. Autor ma bowiem świadomość, że za każdym razem możemy mieć do czynienia z inną sytuacją badawczą, z innymi warunkami zbierania dodatkowych danych (np. poprzez losowe zadawanie pytań otwartych), z możliwościami zastosowania coraz to lepszych procedur statystycznych wspomagających nasze interpretacje. Jego wnioski i rekomendacje umieszczane na końcu każdego rozdziału mogą stać się drogowskazem dla tych, którzy chcieliby pójść po tych samych śladach badawczych lub punktem wyjścia dla polemik, podjęcia ożywionej i twórczej dyskusji merytorycznej.

Rozważania Howarda Schumana wpisują się w ten nurt badań, które można określić mianem metodologii efektu, czyli takiego postępowania, w którym sprawdza się, na ile pewne zabiegi badawcze (np. związane z zadaniem pytań w określonej kolejności) wywołują różnice w otrzymanych wynikach, jednocześnie nie orzekając niczego to tym, które z tych wyników są bliższe poznawanej rzeczywistości [Krzewińska 2006: 30-31]. Pozwala to zauważyć, że w trakcie badań mogą pojawić się pewne efekty, które przez metodologów winny być traktowane jako „[...] część ich danych i zaproszenie do sondażowych eksperymentów" [Schuman 2013: 201], a nie błędy obarczające otrzymane rezultaty, zmniejszające ich poznawczą wartość.

I na koniec jeszcze jedna uwaga na temat książki „Metoda i znaczenie w badaniach sondażowych" – jest to pozycja, którą można polecić zarówno tym badaczom, którzy nadal przeprowadzają badania surveyowe, jak i tym, którzy jakiś czas temu głosili jałowość dalszych metodologicznych analiz metody sondażowej i porzucili ją na rzecz innych przedsięwzięć badawczych. Howard Schuman, korzystając z platońskiej alegorii, porównuje badaczy społecznych (i ilościowych, i jakościowych) do ludzi siedzących w jaskini, którzy na podstawie

obserwowanych na ścianie cieni (czyli danych uzyskiwanych w badaniach) muszą formułować wnioski na temat rzeczywistości społecznej. Przy czym badania ankietowe nadal są cenną i mającą przyszłość metodą badawczą i należy do niej „[...] podchodzić z uwagą i sceptycyzmem, jedynie jako do jednej z wielu metod, za pomocą których poszukujemy znaczeń w życiu społecznym. Ale sondaże i badania ankietowe nadal będą miały wielką wartość. Nie dlatego, że są wolne od artefaktów – takich jak efekty kontekstowe, efekt ankieterski itp. – lecz dlatego, że są w stanie wykorzystać własne artefakty do uzyskania olśnieni." [Schuman 2013: 264]. Czas pokaże, na ile wiara Howarda Schumana w metodologiczny potencjał tkwiący w badaniach sondażowych była prawdziwa.

BIBLIOGRAFIA

B r z e z i ń s k i J. [2000], *Badania eksperymentalne w psychologii i pedagogice*, Warszawa: Scholar.

G r a b o w s k a M. [2012], *Metoda i znaczenie. Rozumienie w badaniach sondażowych*, [w:] *Metoda i znaczenie. Problematyka rozumienia w badaniach sondażowych*, M. Grabowska (red.), „Opinie i diagnozy", nr 23, Warszawa: CBOS.

K r z e w i ń s k a A. [2006], *O socjologicznym wywiadzie kwestionariuszowym: psychologia poznawcza Norberta Schwarza i jej badawcze zastosowanie w warunkach polskich*, „Analizy i próby technik badawczych w socjologii", tom XI, Łódź: ŁTN.

S c h u m a n H. [2013], *Metoda i znaczenie w badaniach sondażowych*, Warszawa: Oficyna Naukowa.

S c h u m a n H., P r e s s e r S. [1981], *Questions and Answers in Attitude Surveys: Experiments on Question Form, Wording, and Context*, New York: Academic Press.

Su ł e k A. [1979], *Eksperyment w badaniach społecznych*, Warszawa: PWN

rec. ANETA KRZEWIŃSKA
Uniwersytet Łódzki

INFORMACJE DLA AUTORÓW

ZASADY PRZYGOTOWANIA TEKSTU DO PUBLIKACJI W „PRZEGLĄDZIE SOCJOLOGICZNYM”

1. Na górze po lewej stronie imię i nazwisko autora, miejsce pracy (afiliacja) oraz e-mail.

2. Tytuł wyśrodkowany, pisany wersalikami i pogrubiony (bold): Times New Roman – 12 pkt.

3. Śródtytuły pogrubione (bold): Times New Roman – 12 pkt.

4. Czcionka w tekście: Times New Roman – 12 pkt.

5. Konieczne przypisy na końcu strony – numeracja ciągła, czcionka . Times New Roman – 10 pkt.

6. Odnośniki w tekście zgodnie z tzw. systemem harwardzkim np. [Ygrekowski 2001 (rok wydania): 17 (strona/y po dwukropku)]

7. Bibliografia na końcu, po tekście, alfabetycznie, czcionka Times New Roman – 10 pkt., wg wzoru: nazwisko i pierwsza litera imienia. [rok wydania], Tytuł, [w:] X. Ygrekowski (red.), Tytuł (jeśli czasopismo ciągłe to w cudzysłowie), miejsce wydania: wydawnictwo.

Np. Wojciszke B., Grzelak J. [1995], *Poczucie krzywdy Polaków: wzorce przeżywania, determinanty i konsekwencje*, [w:] A. Biela, T. Marek (red.), Społeczne, eksperymentalne i metodologiczne konteksty procesów poznawczych człowieka, Poznań: Wydawnictwo Fundacji Humaniora.

8. Do redakcji należy przesłać tekst wraz ze streszczeniami (ok. 200 słów) w języku polskim i angielskim, ze słowami kluczowymi w obu językach, oraz tytułem artykułu w języku angielskim odpowiadającym tytułowi oryginału.

9. Rysunki, wykresy i tabele powinny być przygotowane bez kolorów (w odcieniach szarości), z możliwością naniesienia na nich poprawek po redakcji wydawniczej. W przypadku skanowanych rysunków lub zdjęć – rozdzielczość 300–600 dpi. Numeracja ciągła, tytuł i numer nad rysunkiem, tabelą; źródło pod rysunkiem, tabelą. Rysunki, tabele należy umieścić w odpowiednich miejscach tekstu (jak najbliżej odwołań).