

Recenzja książki

Dominika Maison (2022),
Jakościowe metody badań społecznych
– podejście aplikacyjne,
Warszawa: PWN

Katarzyna Archanowicz-Kudelska 
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

<https://doi.org/10.18778/1733-8069.19.1.06>

Katarzyna Archanowicz-Kudelska

Psycholożka i socjolożka, doktorka nauk społecznych, zatrudniona na stanowisku adiunkta w Szkole Głównej Handlowej (SGH) w Warszawie, Kolegium Zarządzania i Finansów, Instytucie Infrastruktury Transportu i Mobilności. Wykłada także badania jakościowe i techniki projekcyjne na Uniwersytecie Warszawskim. Jej zainteresowania naukowe to jakościowe badania społeczne, szczególnie technika zogniskowanych wywiadów grupowych FGIs, rozwój zrównoważony oraz etyka badawcza.

e-mail: katarzyna.archanowicz@gmail.com



© by the author, licensee University of Lodz, Poland
This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license
CC-BY-NC-ND 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Przedmiotem niniejszej recenzji jest książka pt. *Jakościowe metody badań społecznych – podejście aplikacyjne* autorstwa prof. Dominiki Maison.

Autorka, profesorka psychologii i kierowniczka Katedry Psychologii Biznesu i Innowacji Społecznych na Wydziale Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, a równocześnie praktyczka badań marketingowych i społecznych z ogromnym doświadczeniem (specjalizuje się w nich od początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku, natomiast od roku 2005 prowadzi agencję badawczą Maison & Partners), najnowszą pozycję książkową poświęciła zagadnieniu aplikacyjnych jakościowych badań społecznych.

Uważny czytelnik, śledzący pojawiające się na rynku wydawniczym opracowania dotyczące badań jakościowych, spostrzeże, że jest to z jednej strony pozycja unikalna i wypełniająca rynkową lukę, ponieważ wcześniej o jakościowych społecznych badaniach aplikacyjnych nie pisano w Polsce w osobnych monografiach, z drugiej zaś strony kontynuacja i rozszerzenie poprzednich książek autorki, czyli *Zogniskowanych wywiadów grupowych – jakościowej metody badań marketingowych* (2000), *Jakościowych metod badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta* (2010) i *Qualitative marketing research. Understanding consumer behaviour* (2019). Recenzowana pozycja, w porównaniu z poprzednimi, pokazuje, jak wiele zmieniło się w badaniach jakościowych przez ostatnie lata (także podczas pandemii COVID-19), ale również jak przesunęły i rozwinęły się zainteresowania badawcze samej autorki. Dominika Maison pisała we wspomnianych wcześniej monografiach głównie na temat komercyjnych i marketingowych badań jakościowych, zamawianych przez określonych wytwórców dóbr i usług i służących im do uzyskania przewagi konkurencyjnej i rynkowej. W *Jakościowych badaniach społecznych – podejściu aplikacyjnym* koncentruje zaś uwagę na badaniach społecznych – służących do zmiany pozakonsumpcyjnych postaw i zachowań oraz wytwarzających wiedzę, mogącą służyć ogółowi społeczeństwa.

Recenzowana monografia składa się z siedmiu rozdziałów. Rozdział pierwszy – *Co to są badania jakościowe i kiedy je stosować?* – pokazuje różnice między metodami jakościowymi i ilościowymi w praktyce badawczej oraz wskazuje na przykładowe obszary takich badań, m.in. badania motywów i barier, postaw, przekonań i opinii czy badań komunikacji.

Rozdział drugi – *Metody badań jakościowych – nie tylko wywiady indywidualne i grupowe* – opisuje ewolucję badań jakościowych (od „słuchania” do „zrozumienia” badanego), a także daje czytelnikowi szeroki przegląd technik metodologii jakościowej. Zaczynając od wywiadu indywidualnego, tekst prowadzi czytelnika poprzez diadę, triadę, minigrupę, aż do różnego typu zogniskowanych wywiadów grupowych – przedłużonego, konfrontacyjnego, dynamicznego czy afiliacyjnego, nie zapominając jednocześnie o badaniach etnograficznych czy badaniach prowadzonych przez internet.

Rozdział trzeci – *Techniki projekcyjne i techniki wspomagające – sposób na lepsze zrozumienie badanego problemu* – to przegląd i dokładne wyjaśnienie miejsca oraz celu technik projekcyjnych w badaniu jakościowym. Autorka dzieli jakościowe techniki badawcze na indywidualne i grupowe oraz werbalne

i niewerbalne, i pokazuje, kiedy warto poszczególne z nich zastosować. Objaśnia każdą technikę po kolei, zaczynając od tych znanych szerzej, jak kolaż czy test niedokończonych zdań, po techniki nie tak oczywiste i używane sporadycznie, jak drzewo emocji czy analiza ukrytych metafor ZMET. Ten rozdział ma, w mojej opinii, bardzo istotne znaczenie – pokazuje, jak często w jakościowej praktyce badawczej mamy do czynienia z treściami nieświadomymi lub trudnymi do zwerbalizowania, treściami, o które nie możemy i nie zawsze też powinniśmy pytać wprost. Objasnienia tekstowe wzbogacone są przykładami konkretnych technik, użytych w realnych badaniach oraz ich interpretacji, co bardzo ułatwia zrozumienie i przyswojenie przedstawionego materiału.

W rozdziale czwartym – *Planowanie badania – schemat badania i decyzje organizacyjne* – autorka radzi, jak zaplanować proces badawczy, jak podjąć decyzję co do liczby wywiadów lub grup i jak zrekrutować osoby do badania. Znajdziemy tutaj ważne uwagi na temat doboru próby badawczej, w tym przeceniania wagi zmiennych demograficznych przy jej konstrukcji oraz o konieczności operacjonalizacji kryteriów selekcyjnych. Czytelnik dowie się także, gdzie i kiedy warto przeprowadzić badania oraz jak wybór czasu i miejsca może wpłynąć na wyniki badawcze. Znajdują się tu również przystępne wyjaśnienia, jakie czynniki wpływają na ostateczny koszt projektu badawczego i dlaczego, nie znając dokładnych szczegółów, trudno jest takie badanie wycenić.

Rozdziały piąty – *Scenariusz wywiadu – o czym i jak powinniśmy rozmawiać podczas badania jakościowego?* oraz rozdział szósty – *Prowadzenie wywiadu jakościowego* wiodą czytelnika przez dalszą część procesu badawczego. Wyjaśniono tu, jak stworzyć pomocny scenariusz badania oraz jak przeprowadzić („zmoderować”) wywiad indywidualny i grupowy.

Autorka pokazuje także kulisy niełatwej pracy badacza-moderatora, które znać może tylko wieloletni praktyk. Zwraca czytelnikowi uwagę na to, że moderator staje się analitykiem już podczas prowadzenia wywiadu, a jego rola i umiejętności znacznie wykraczają poza sprawne „odpytanie” badanych z zagadnień przygotowanych uprzednio w scenariuszu. Zwraca uwagę, że tylko znając i rozumiejąc cel badania, badacz-moderator jest w stanie prawidłowo przeprowadzić proces badawczy i odpowiedzieć na pytania badawcze. Scenariusz odgrywa zaś jedynie rolę pomocniczą i w żadnym razie nie może być utożsamiany z kwestionariuszem używanym w badaniach ilościowych (tak jak moderator nie powinien być, choć wciąż bywa, mylony z ankieterem!). Autorka wskazuje czytelnikowi paradoks polegający na tym, że badanie jakościowe tym bardziej wygląda na zwykłą i łatwą rozmowę, z im większym mistrzostwem jest przygotowane i poprowadzone. Pisząc o wadze osoby moderatora w procesie badawczym, Dominika Maison zwraca także uwagę na potrzebę ciągłego doszkalania się, a nawet superwizji badaczy jakościowych i moderatorów – superwizji, której jak na razie nie ma, a która byłaby wskazana, ponieważ zdarza się, że nawet badacze z długim stażem pracy popełniają kardynalne błędy, których nie korygują, a które mogą mieć wpływ zarówno na metodologię i wyniki badania, jak i na dobrostan osób badanych. Z tym większą mocą wybrzmiewa opisywana na kartach tej książki potrzeba szacunku wobec osób badanych, bez względu na ich poziom wiedzy, obycia czy wykształcenia. W mojej opinii potrzebę, a wręcz konieczność tworzenia badań „z ludźmi” i dla ludzi, a nie „na ludziach”, wyczuwa się tu nie tylko deklaratywnie.

W rozdziale siódmym i ostatnim, zatytułowanym *Analiza i interpretacja badań jakościowych*, pokazane są etapy analizy jakościowej – od uporządkowania do zinterpretowania otrzymanego materiału i sformułowania wniosków oraz rekomendacji. Znajdziemy tu także dokładne wskazówki, jak napisać raport badawczy i zaprezentować otrzymany materiał.

Z recenzenckiego obowiązku wypunktowania wątków, które można byłoby pogłębić, dodam, że w monografii tej nie znajdziemy wnikliwego odniesienia do tła teoretycznego analiz badawczych, z pewnością interesującego część czytelników. Jest temu wprawdzie poświęcony kończący monografię podrozdział *Różne podejścia teoretyczne do analizy badań jakościowych*, opisujący analizę tematyczną, teorię ugruntowaną, interpretacyjną analizę fenomenologiczną i psychologię narracyjną, ale nie można go uznać za wyczerpujący. W monografii przytaczane są jednak odniesienia bibliograficzne i myślę, że czytelnik potrzebujący tego typu informacji, bez trudu skieruje się do innych autorów i zaspokoi swój niedosyt.

Konstrukcja recenzowanej książki jest przejrzysta, logiczna i celowa, a rozważania prowadzone w kolejnych rozdziałach tworzą spójny merytoryczny wywód. Dominika Maison nie ukrywa, że badania jakościowe to niełatwa sztuka, pokazuje jednak, że krok po kroku, trzymając się określonych zasad, można z sukcesem zrealizować jakościowy proces badawczy.

Monografia prezentuje ciekawe i ważne spostrzeżenia, bazując nie tylko na ogromnym doświadczeniu badawczym autorki, ale też na dobrze dobranych, adekwatnych i uzasadnionych nawiązaniach literaturowych, obfitujących w pozycje zagraniczne. Zebrano i przedstawiono tu wyraźne i konkretne wskazówki (wręcz *know-how*), jak stworzyć i przeprowadzić dobry projekt oraz jak nie popełnić błędów, które sprawiłyby, że badanie nie będzie poprawne metodologicznie ani nie zrealizuje zakładanych celów badawczych.

Uwagę zwraca także edytorskie dopracowanie monografii, bardzo zwiększające czytelność i łatwość poruszania się po tekście. Najważniejsze pojęcia są zapisane pogrubioną czcionką, a tytuł każdego podrozdziału oznaczony jest niebieskim kolorem. Znajdziemy tu też indeks rzeczowy najważniejszych pojęć, tabele oraz przykłady przedstawiające realne badania i autentyczne rozwiązania badawcze. Każdy z rozdziałów podzielony jest na podrozdziały i zakończony zwięzłą sekcją *Warto zapamiętać*, podsumowującą i wypunktowującą treść przekazaną na wcześniejszych stronach. W skład monografii wchodzi także załączniki (np. opis wyników w raporcie czy przykłady konkretnych technik projekcyjnych wraz z rysunkami, zdjęciami i ich interpretacją), bibliografia oraz aneks, pokazujący uszeregowanie i skategoryzowanie pojęć pochodzących z przeprowadzonego wywiadu.

To, co szczególnie należy docenić, to fakt, że autorka potrafi opowiadać o rzeczach ważnych i skomplikowanych relatywnie prostym i niehermetycznym językiem, odnosząc się do praktycznych i wyrazistych przykładów, a unikając suchego akademickiego żargonu. To czyni tę pozycję ciekawą i przystępną także dla czytelnika spoza Akademii (choć i teoretyk znajdzie tu wiele dla siebie).

Jakościowe metody badań społecznych – podejście aplikacyjne czytałam zatem z prawdziwą przyjemnością – jako wieloletnia badaczka jakościowa i wykładowczyni, która tajniki badań jakościowych stara się przekazać kolejnym rocznikom studentów. Często uśmiechałam się do siebie, myśląc: „tak, to właśnie w ten sposób trzeba o tym mówić, tak to trzeba pokazywać”.

Książkę tę można przeczytać jako całość, można też wracać wiele razy do konkretnych rozdziałów i fragmentów, odpowiadając sobie na własne pytania i rozwiązując problemy pojawiające się w codziennej praktyce badawczej czy przygotowując się do zajęć. Wydaje się ona także doskonałą pozycją literaturową, wręcz podręcznikiem dla studentów badań społecznych. Mam wielką nadzieję, że jest to jedna z tych publikacji, które przyczynią się do lepszego zrozumienia i wykorzystania badań jakościowych w naszym kraju, a także umocnią ich status – zarówno wśród zleceniodawców, jak i samych badaczy jakościowych.

Bibliografia

Maison Dominika (2000), *Zogniskowane wywiady grupowe: jakościowa metoda badań marketingowych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Maison Dominika (2010), *Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Maison Dominika (2019), *Qualitative marketing research. Understanding consumer behaviour*, London–New York: Routledge.