

JOLANTA LISEK-MICHALSKA  
Uniwersytet Łódzki

## ZOGNISKOWANY WYWIAD GRUPOWY. PROBLEMATYKA I PROCEDURA BADANIA METODOLOGICZNEGO

### WPROWADZENIE

Podstawowym celem tego artykułu jest zapoznanie czytelnika z przeprowadzonymi przez nas w ramach grantu KBN badaniami metodologicznymi zogniskowanego wywiadu grupowego oraz przedstawienie problemów i wątpliwości, na jakie napotkaliśmy<sup>1</sup> w trakcie ich realizacji. Niektóre spośród uzyskanych w trakcie badań empirycznych rezultatów i przemyśleń<sup>2</sup> opisaliśmy w książce pod redakcją moją i Pawła Daniłowicza pt.: *Zogniskowany wywiad grupowy. Studia nad metodą*, która ukazała się nakładem Wydawnictwa Uniwersytetu Łódzkiego w 2004 r. Inne aspekty metody FGI nadal stanowią przedmiot naszych analiz.

Przede wszystkim za sprawą badań marketingowych [Nikodemka-Wołowik 1999: 54–55] od połowy lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia zogniskowany wywiad grupowy stał się w Polsce bardzo popularną techniką badawczą. Mimo niewątpliwych sukcesów poznawczych i zalet organizacyjnych jego zastosowanie do badań socjologicznych ma jednak ciągle charakter incydentalny; zwraca na ten fakt uwagę m.in. A. Dukaczewska [Dukaczewska-Nałęcz 1999]. Wśród nielicznych znanych nam przykładów wymienić można badania: C. Trutkowskiego [2000], J. Hamana, J. Nawrockiego [1996], M. Marody [2000] i te, które realizujemy w Katedrze Metod i Technik Badań

---

<sup>1</sup> Zespół pracowników Katedry Metod i Technik Badań Socjologicznych Instytutu Socjologii UŁ w składzie: J. Lisek-Michalska (kierownik), H. Malinowski, A. Kubiak, M. Szymczak zajmował się w latach 2000–2004 realizacją projektu badawczego KBN pt.: *Zogniskowany wywiad grupowy-studia nad metodą*.

<sup>2</sup> Pełna wersja zastosowanej procedury badawczej zamieszczona jest we wspomnianej książce. Niniejszy artykuł prezentuje ją w skróconej postaci.

Społecznych Instytutu Socjologii UŁ<sup>3</sup>. Z tych doświadczeń wynika, że zogniskowany wywiad grupowy może być niezwykle użyteczny do badania problemów społecznych [zob. np. Kubiak 2004, we wspomnianym tomie].

Czym zatem należy tłumaczyć stosunkowo nikłe wykorzystanie przez socjologów akademickich metody, która wielokrotnie i w różnych sytuacjach udowodniła swoje zalety poznawcze? Sądzymy, że jedną z głównych przeszkód jest brak swoistej „legitymizacji” tej metody, polegającej na jej szczegółowym opisaniu i włączeniu do uznanych podręczników metod badawczych. Hasła „fokus” próżno było bowiem do niedawna szukać w spisie treści zarówno polskich jak i zagranicznych podręczników metodologicznych [zob. np. Frankfort-Nachmias, Nachmias 2001]. Zresztą także w ostatnio wznowionym w polskim przekładzie podręczniku E. Babbiego [Babbie 2003: 330–331] tematyce zogniskowanych wywiadów grupowych poświęca się zaledwie niespełna dwie strony.

Natomiast w działalności badawczej ośrodków komercyjnych badania fokusowe realizuje się powszechnie ze względu na ich liczne zalety [zob. np. Daniłowicz, Lisek-Michalska 2000; Nikodemka-Wołowik 1999: 139–143]. Jednak ich popularność nie zawsze idzie w parze z jakością, a tym bardziej z łatwością realizacji (i interpretacji materiału). Poważne problemy i wątpliwości mogą się bowiem pojawić praktycznie na każdym etapie badania. Badacz może nad nimi zapanować pod warunkiem, że ma świadomość tych zagrożeń. Jednak tej powszechności badań fokusowych w sferze praktyki nie towarzyszy rozbudowana refleksja w sferze teorii. Dostępna jest wprawdzie bogata literatura obcojęzyczna dotycząca zogniskowanego wywiadu grupowego [Krueger 1994; Merton, Fiske, Kendall 1990; Morgan 1997; Morgan 1998; Stewart, Shandasani 1990], ale opracowania te odnoszą się do innych warunków stosowania fokusa, a niektóre elementy kontekstu społecznego, w jakim przeprowadzane są badania np. w USA, nie pozwalają odnieść tych opisów w sposób automatyczny do realiów polskich<sup>4</sup>.

Uwzględniając powyższe jesteśmy zdania, że podobnie, jak miało to miejsce w przypadku innych technik badawczych, np. ankiety, która dopiero po licznych zastosowaniach praktycznych uzyskała status metody i swoje teoretyczne uzasadnienie warto, aby nasze doświadczenia badawcze wykorzystała do bardziej szczegółowej analizy zogniskowanego wywiadu grupowego.

<sup>3</sup> Zogniskowany wywiad grupowy zastosowaliśmy m.in. do badania zjawiska przemocy w szkołach, sekt, stosunku do Łodzi, stosunku do wróżb i wróżbiarstwa.

<sup>4</sup> Istotne z tego punktu widzenia są np. nawyki związane z ujawnianiem własnych opinii, akulturacja badań społecznych, poczucie bezpieczeństwa i autonomii badanych, zaufanie do realizatorów badań i wiele innych.

## INSPIRACJE

W rozważaniach poprzedzających konceptualizację naszego problemu dokonaliśmy próby oceny teoretycznej prawomocności zogniskowanego wywiadu grupowego jako naukowej metody współczesnej socjologii empirycznej oraz staraliśmy się określić status danych uzyskiwanych za jego pomocą. Innymi słowy analizy zmierzały do ustalenia, czym w ogóle są dane otrzymane w FGI i jakie należy spełnić warunki, by mogły one stanowić podstawę wnioskowania o badanym przedmiocie, czyli o zjawiskach interesujących badacza.

Początkowo sądziliśmy, że w odniesieniu do FGI jako narzędzia badawczego używanego przede wszystkim w badaniach marketingowych, trudno wskazać na jakiegokolwiek teoretyczne – wywiedzione z określonego ideału nauki, teorii badań opinii publicznej czy teorii komunikacji – źródła naukowej prawomocności. Uznaliśmy, że podobnie jak pierwotnie miało to miejsce w przypadku wywiadu kwestionariuszowego, kluczowym kryterium dla traktowania FGI jako metody naukowej jest jego praktyczna użyteczność wykazana wcześniej w badaniach marketingowych, a obecnie incydentalnie we współczesnej socjologii empirycznej. Poprowadzić to może do nieco pesymistycznej konkluzji, że FGI jest bez wątpienia użytecznym narzędziem badawczym, ale jedynym źródłem jego naukowej prawomocności jest społeczna instytucjonalizacja, czyli praktyka badawcza. Przeprowadzone analizy pozwoliły nam odstąpić od tej radykalnej tezy, jednak próba określenia statusu metody w odniesieniu do zogniskowanego wywiadu grupowego na wstępnym etapie naszych rozważań sprowadzała się do usytuowania go w strukturze innych metod badawczych przez zestawienie jego podobieństw i różnic w stosunku do innych, uznanych sposobów otrzymywania materiału w socjologii.

W takim kontekście oczywiste jest, że lista naszych pytań i wątpliwości dotyczących zogniskowanego wywiadu grupowego jest bardzo obszerna. Wiele z nich jest przedstawiłmy we wspomnianej książce, w rozdziale pt. *Fokus-sztuka czy metoda?* [Lisek-Michalska 2004].

Osobną grupę problemów związanych z FGI, a nie poruszonych w przywołanym tekście, stanowią zagadnienia etyki tych badań. W obrębie ilościowych technik badawczych kwestie deontologii stanowią przedmiot rozwiniętej refleksji teoretycznej, często wspieranej rezultatami badań empirycznych. W nurcie „jakościowym”, w którym sytuuje się fokus, problemy te często są pomijane. Ogólne cechy „podejścia jakościowego”, szczególnie w konfrontacji z paradygmatem ilościowym, wydają się znosić wiele zagrożeń o charakterze etycznym, głównie w relacji pomiędzy dwoma podmiotami interakcji badawczej: badaczem i badanym. Rola ostatniego elementu triady

uwikłanej w proces badawczy – zleceńodawcy, odbiorcy wyników – właściwie nie bywa analizowana przez pryzmat rozmaitych uwarunkowań etycznych. Mimo, że podejście jakościowe nie jest jednolite, jednoczy bowiem rozmaite szkoły, tradycje badawcze i opiera się na różnych metodach, istnieje powszechna zgoda co do tego, że cechuje je „podmiotowe”, a nie „przedmiotowe” traktowanie badanych. Liczne doświadczenia praktyczne wykazują niezbieżnie, że właśnie w badaniach jakościowych, ze względu na szczególny charakter relacji pomiędzy badaczem a badanym, kwestie etyczne nabierają szczególnego znaczenia. Wymóg „upodmiotowienia” obu tych partnerów implikuje wiele konsekwencji o charakterze etycznym, nakładając na badacza obowiązek świadomego i uważnego postępowania. Zatem oczywiste jest, że realizacja badań fokusowych (zwyczajowo, choć nie bez zastrzeżeń traktowanych jako metoda jakościowa) niesie ze sobą ryzyko wielu zagrożeń etycznych. I to zagrożeń daleko poważniejszych, niż np. te, które opisano wielokrotnie w odniesieniu do badań kwestionariuszowych. Chociaż – jak w sondażu – kontakt z badanym w fokusie jest zazwyczaj jednorazowy, inne cechy procedury badawczej powodują, że zagadnienia deontologii badań nabierają tu szczególnej wagi. Cechą odróżniającą fokus od innych metod interrogacyjnych jest fakt, że informacje otrzymuje się w toku dyskusji grupowej, w której uczestniczy kilka osób, zwykle obcych względem siebie. Uczestnik sesji musi pokonać nie tylko trudności z werbalizowaniem swoich opinii, nie tylko obawę przed oceną ankietera (moderatora), ale musi także podjąć ryzyko prezentacji siebie wobec kilku, kilkunastu osób jednocześnie. Ponadto przebieg badania jest często obserwowany przez lustro weneckie, a zazwyczaj rejestrowany za pomocą kamery wideo, o czym badani są poinformowani. Jest to bez wątpienia silny bodziec stresowy. Przecież nawet w trakcie nagrywania uroczystości rodzinnych wielu ludzi peszy obiektyw kamery. Poza tym, szczególnie w wielkich miastach, badanie odbywa się w specjalistycznych pracowniach, tzw. „fokusowniach”, wyposażonych w imponującą ilość sprzętu elektronicznego, nie przypominających swoim wyglądem pomieszczeń, w jakich ludzie bywają na co dzień. Jak zatem w takich warunkach zapewnić badanym poczucie bezpieczeństwa, poszanowanie prywatności, komfort psychiczny? Które elementy procedury są odczuwane przez uczestników jako najbardziej dotkliwie? Jak w tym kontekście wygląda realizacja zalecenia, zgodnie z którym spotkanie fokusowe powinno mieć możliwie „naturalny” charakter? Czy angielski zwyczaj organizowania sesji w domach prywatnych (stosowany również czasami w Polsce, np. przez PBS w Sopocie) rzeczywiście powoduje zwiększenie „naturalności” sytuacji badania? Jeśli tak, to jak zapewnić w takich warunkach możliwość „podglądania” przebiegu sesji, która dla wielu

zleceniodawców wydaje się decydować o atrakcyjności metody fokusowej? Generalnie ujmując, cała sytuacja badawcza jest nietypowa, daleka od naturalności potocznych doświadczeń i bywa często źródłem wielu problemów etycznych zarówno w fazie projektowania badań jak i ich realizacji. Wszystkie te okoliczności nie pozostają bez wpływu także na opracowanie materiału, szczególnie w aspekcie oceny wartości uzyskanych danych.

Zarówno pytania dotyczące aspektów etycznych, jak i te obszernie przedstawione we wspomnianej książce w rozdziale pt. *Fokus – sztuka czy metoda?* [Lisek-Michalska 2004], nie wyczerpują pełnej listy problemów związanych z metodą zogniskowanego wywiadu grupowego, a jedynie sygnalizują ich wielość i różnorodność.

Mając na uwadze liczne niejasności dotyczące badań fokusowych postanowiliśmy podjąć próbę przeprowadzenia analizy metodologicznej zogniskowanego wywiadu grupowego. Badania takie nie były dotychczas w Polsce prowadzone. W kontekście wciąż rosnącej liczby komercyjnych ośrodków badawczych, wzrostu liczby badań fokusowych, braku polskiej literatury przedmiotu oraz oczekiwań socjologów zarówno akademickich jak i pracujących dla odbiorcy prywatnego, realizację takiego badania metodologicznego uważamy za uzasadnioną i przydatną.

Korzyści wynikające ze sporządzenia opracowania, określającego warunki i konsekwencje stosowania metody badawczej, jej możliwości i ograniczenia w konkretnych okolicznościach kulturowych oraz jej zakotwiczenie teoretyczne potwierdza dotychczasowa praktyka badawcza. Dobrym przykładem takiego postępowania jest survey, który jako sposób gromadzenia danych doczekał się bogatej – również polskiej – literatury metodologicznej. Istotną rolę w opracowaniu metodologii surveyu odegrał ośrodek socjologiczny w Łodzi. Właśnie do tych naszych wieloletnich doświadczeń w prowadzeniu analiz metodologicznych odwołujemy się w związku z zogniskowanym wywiadem grupowym.

Natomiast inspiracji do zajęcia się problemami etycznymi badań fokusowych dostarcza nam z jednej strony nasza dotychczasowa praktyka badawcza, a z drugiej doświadczenia innych, głównie amerykańskich, badaczy. Na przykład w USA kandydaci na uczestników grup fokusowych podpisują oświadczenie informujące ich o niebezpieczeństwach, prawach i obowiązkach, jakie się wiążą z udziałem w badaniu. W Polsce takie postępowanie nie jest praktykowane. Nasze obserwacje wskazują, że badani często pozbawieni są nawet najbardziej podstawowych informacji o warunkach udziału w sesji, np. o czasie trwania spotkania, o tym, że dyskusja jest nagrywana, nie mówiąc już o poinformowaniu respondentów o możliwości rezygnacji z udziału w badaniu w dowolnym momencie jego trwania. Zupełnie zaś pomija się powiada-

mianie badanych o prawie do zachowania własnej prywatności, obowiązku zachowania dyskrecji na temat pozostałych uczestników spotkania i o wielu innych sprawach. Braki tych informacji prowadzić mogą (i często prowadzą) do wielu komplikacji procesu gromadzenia materiału.

### **PIERWOTNY PROJEKT BADAŃ METODOLOGICZNYCH – GŁÓWNE PROBLEMY BADAWCZE**

W dalszej części tego opracowania przedstawiamy nasz projekt wstępny i zrealizowaną procedurę analiz metodologicznych dotyczących zogniskowanego wywiadu grupowego. Zdecydowaliśmy się zapoznać czytelnika nie tylko z ostateczną koncepcją badawczą, ale także przedstawić proces jej ewolucji, od postaci wstępnego projektu, ponieważ uważamy, że różne zaniechane przez nas z rozmaitych przyczyn wątki badawcze mogą stanowić znakomitą inspirację dla innych badaczy oraz mogą przyczynić się do uniknięcia rozmaitych błędów i „ślepych zaułków”.

Nasz projekt badawczy nie stanowi próby weryfikacji jakiejś konkretnej teorii, która uprawomocniłaby ostatecznie metodę zogniskowanego wywiadu grupowego. Póki co, taka teoria po prostu nie istnieje (lub nie jest znana). Zadanie, które przed sobą postawiliśmy jest innego rodzaju. Nie rezygnujemy definitywnie z zamiaru prześledzenia wszelkich zakotwiczeń teoretycznych FGI, jednak na obecnym etapie mamy świadomość, że z powodu wielkiej liczby problemów i wątpliwości dotyczących fokusa, nasze dążenie w tym kierunku nosiłoby zbyt wiele cech działania metodą prób i błędów. Oczywiście próbujemy i będziemy nadal próbować odnaleźć wsparcie teoretyczne dla fokusa w wielu różnorodnych koncepcjach socjologicznych i psychologicznych. Np. jedna z możliwości nadal branych tu pod uwagę odwołuje się do koncepcji procesu kształtowania się opinii publicznej [Gostkowski 1960]. Przyjęcie tej propozycji wiązałoby się z potraktowaniem przebiegu sesji foku-sowej jako swoistego laboratorium, w którym zachodzi odzwierciedlenie autentycznych procesów kształtowania się opinii społecznej. Z tego punktu widzenia zaletą zogniskowanego wywiadu grupowego jest stosunkowa łatwość obserwowania i rejestrowania procesów dyskusyjnych w grupie. Naturalnie systematyczna analiza tego mechanizmu musiałaby uwzględniać wiele zmiennych, chociażby takich jak stopień zakorzenienia danej opinii u osób badanych, subiektywne znaczenie sprawy, której pogląd dotyczy, sposób postrzegania adresata wypowiedzianych opinii i wiele innych.

Jednak zbyt duża liczba niewiadomych związanych z poszczególnymi elementami procesu badawczego metodą FGI skłoniła nas do zaproponowania innego sposobu postępowania w celu usystematyzowania wiedzy o zognisko-

wanym wywiadzie grupowym. Ponieważ na tym etapie w odniesieniu do wielu zagadnień trudno jest postawić zasadne hipotezy, problematyka, wokół której koncentrowaliśmy nasze działania badawcze w znacznym stopniu składała się z pytań.

Zdecydowaliśmy skupić się na dwóch sprawach:

1) zbadaniem, w jaki sposób integralne elementy procesu badawczego z zastosowaniem zogniskowanego wywiadu grupowego wpływają na ostateczny rezultat badania oraz

2) poznaniem etycznych aspektów stosowania tej metody badawczej.

Mówiąc o integralnych elementach metody mamy na uwadze:

1. Poszczególnych uczestników sesji fokusowej, a dokładniej ich charakterystyki psychologiczne, które wyznaczają sposób zachowania się danej osoby w kontakcie z innymi.

2. Moderатора, czyli osobę prowadzącą spotkanie (często moderador jest także autorem scenariusza i raportu końcowego z badania).

3. Scenariusz moderатора, czyli narzędzie do prowadzenia sesji, odzwierciedlające zapotrzebowanie informacyjne badacza.

Pochodną wymienionych elementów, a kluczową cechą omawianego typu badań jest *dynamika grupowa*, a więc te aspekty wzajemnych interakcji pomiędzy badanymi (i moderatorem), które decydują o przebiegu komunikacji wewnątrzgrupowej. Jej przebieg jest uzależniony zarówno od cech osób biorących udział w badaniu, jak i od osobowości i zachowania moderатора, a także od narzędzia badawczego, czyli scenariusza fokusa.

Natomiast *rezultat badania fokusowego* to, ogólnie rzecz ujmując, uzyskany w badaniu materiał, a więc zarejestrowane na kasecie i następnie poddane transkrypcji informacje uzyskane od badanych. Materiał taki ocenić można pod kątem ilości, różnorodności i wartości (prawdziwości) zgromadzonych informacji oraz jego użyteczności dla rozwiązania postawionego problemu badawczego. Warto tu zaznaczyć, że w przypadku badań fokusowych zebrany materiał przyjmować może różne postaci; pierwotnym materiałem zwykle są kasety wideo z zarejestrowanym przebiegiem sesji oraz, w zależności od zastosowanych technik, utrwalone przez samych uczestników ich odpowiedzi w kwestionariuszach ankiet, wypełnione skale, skonstruowane collage i inne. Jednak podstawą do opracowania raportu z badania zwykle są materiały przetworzone, czyli bardziej lub mniej dokładne transkrypcje sesji fokusowych. Od jakości tego przetworzenia w znacznym stopniu zależy poprawność interpretacyjna materiału.

W odniesieniu do problematyki etycznej naszym głównym celem była próba ustalenia, czy istnieje i jaki jest optymalny (ze względu na interesy wszystkich zainteresowanych stron, a więc badacza, badanego i zleceniodawcy) zestaw reguł etycznych, które powinny obowiązywać w badaniach fokusowych w warunkach polskich. Czy też może reguły te są zmienne, uzależnione od konkretnej sytuacji badawczej (np. celu, tematyki badania, cech respondentów itd.)? Największe trudności zgodnie z naszym przewidywaniem napotkaliśmy przy próbie przyjrzenia się etycznemu wymiarowi roli zleceniodawcy. Z badania tego aspektu nie rezygnujemy definitywnie, jednak analiza tego wątku będzie możliwa dopiero po uzyskaniu zgody na współpracę w tym zakresie komercyjnych ośrodków badawczych.

Decyzja o tym, żeby wskazane wyżej dwa zestawy celów badawczych (ustalenie wpływu elementów procedury na ostateczne rezultaty badania i analiza aspektów etycznych badań fokusowych) potraktować jako pierwszoplanowe w prezentowanym tu projekcie została podyktowana po pierwsze wynikami naszych wcześniejszych badań metodologicznych nad zogniskowanym wywiadem grupowym, po drugie analizą obszernej amerykańskiej literatury przedmiotu, która zaowocowała opublikowaniem w „Kulturze i Społeczeństwie” artykułu na temat FGI [Daniłowicz P., Lisek-Michalska J., 2000] oraz po trzecie inspiracjom wyniesionym ze specjalistycznych seminariów poświęconych tej metodzie i dyskusjom prowadzonym w trakcie łódzkiej konferencji fokusowej<sup>5</sup>.

### **BADANIE WSTĘPNE**

Mimo sformułowania wyraźnych celów poznawczych, konkretne pomysły na temat sposobu ich zrealizowania były modyfikowane w trakcie realizacji badania. Nasza koncepcja badawcza ulegała różnym zmianom, wynikającym zarówno z ewolucji myślenia o fokusie, jak i z przyczyn finansowo-organizacyjnych. Źródłem wielu modyfikacji były wyniki badania wstępnego, które zrealizowaliśmy we własnym zakresie, poza procedurą grantu.

1. Początkowo planowaliśmy zastosować dość rozbudowaną strategię rekrutacji uczestników badania, aby przed jego realizacją dysponować możliwie wszechstronną wiedzą na ich temat. Jednak w oparciu o materiały zgromadzone w badaniu wstępnym, odstąpiliśmy od tego zamysłu. Analiza tych materiałów pod kątem omawianego tu przedsięwzięcia doprowadziła bowiem do następujących konkluzji:

---

<sup>5</sup> Była to konferencja pt *Warsztaty fokusowe. Metoda, refleksje teoretyczne i wnioski z badań* zorganizowana przez Sekcję Metodologii i Badań Społecznych PTS w Łodzi, dnia 20.11.1999 r.



Zastosowana w badaniu wstępnym procedura rozbudowanej strategii rekrutacji uczestników sesji fokusowych (czyli przeprowadzenie z potencjalnymi uczestnikami wywiadu kwestionariuszowego, wypełnianie przez nich testów psychologicznych i w takim kontekście decydowanie o udziale w sesji) zaowocowała bardzo znaczną ilością odmów udziału w dalszej części badania. Prawdopodobnie stało się tak między innymi na skutek wykształconych u respondentów (pod wpływem pierwszego kontaktu z ankieterem-selekcjonerem) przewidywań co do stopnia komplikacji całego przedsięwzięcia. Wiadomo przecież, że w praktyce badań fokusowych nie ma specjalnych problemów z rekrutowaniem uczestników, szczególnie wówczas, jeśli o zakwalifikowaniu decydują (tak, jak to było w naszym przypadku) jedynie podstawowe parametry demograficzne, czyli płeć i wiek (obok naturalnie jakiś merytorycznych parametrów doboru). Dlatego też uznaliśmy, że aby zwiększyć prawdopodobieństwo udziału odpowiedniej liczby uczestników, należy odstąpić od realizacji rozbudowanych wywiadów kwestionariuszowych i testów psychologicznych w fazie rekrutacji uczestników.

2. Decyzja ta automatycznie wykluczyła planowany pierwotnie zamysł strukturyzacji grup fokusowych w oparciu o typ profilu osobowościowego uczestników. Po przeanalizowaniu profili osobowościowych osób uczestniczących w sesjach o charakterze pilotażowym zdecydowaliśmy, że ten parametr będzie kontrolowany *ex post*, a dobór uczestników pod tym względem będzie miał charakter przypadkowy, tak jak to ma miejsce w praktyce badań fokusowych. Poza trudnościami realizacyjnymi (trzeba by było bowiem przebadac testami bardzo dużą liczbę osób o określonych parametrach demograficznych, wyrażających gotowość uczestniczenia w zogniskowanym wywiadzie grupowym, aby możliwe stało się uwzględnienie zmiennej „profil osobowościowy” jako podstawy konstruowania składu poszczególnych sesji) pojawiły się istotne rozbieżności w kwestii zasad konstrukcji tych struktur grupowych. Dla celów metodologicznych wydawało się początkowo słuszne skonstruowanie struktur wyraźnie zróżnicowanych pod tym względem, czyli skupienie potencjalnie „dobrych” i „złych” uczestników w różnych grupach. Jednak po pierwsze decyzja o tym, jakie cechy potencjalnych uczestników ujawnione w wynikach testów psychologicznych, kwalifikują ich jako „dobrych” bądź „złych” uczestników fokusów miałaby charakter arbitralny, (choć zdroworozsądkowy), po drugie osoby o pewnych typach charakterystyk w ogóle nie wyrażały zgody na udział w sesjach, a po trzecie trudno sobie wyobrazić, że w praktyce mogłyby utworzyć się analogiczne „czyste” z tego punktu widzenia grupy. Stąd zdecydowano, że dobór uczestników poszczególnych grup pod względem ich cech psychologicznych będzie miał charakter

przypadkowy, analogiczny do tego, jaki ma miejsce w praktyce badań metodą zogniskowanego wywiadu grupowego. Decyzja ta wcale nie oznacza, że zrezygnowano z analizy wpływu tej zmiennej na dynamikę grupową i na ostateczny rezultat sesji. Osoby badane były proszone o wypełnienie testów po zakończeniu sesji fokusowej.

3. Planowana pierwotnie rozbudowana procedura rekrutacyjna wydłużała odstęp czasu pomiędzy momentem zaproszenia respondenta do udziału w sesji a terminem tej sesji, co było jedną z przyczyn rezygnacji z udziału w badaniu wielu osób, które wstępnie wyraziły na to zgodę. W ten sposób liczba potencjalnych uczestników badania stale zmniejszała się. Do badanych utraczonych z tej przyczyny należy dodać jeszcze takie osoby, którym nie odpowiadały proponowane konkretne terminy spotkań. W rezultacie nakłady finansowe i czasowe związane z procedurą uzyskiwania wyczerpujących informacji o potencjalnych uczestnikach badań fokusowych okazały się niewspółmiernie wysokie w stosunku do korzyści dla dalszego postępowania badawczego. Zatem także ten argument wzmocnił nasze przekonanie o słuszności rezygnacji z badania metodą wywiadu kwestionariuszowego i odstąpienia od uzyskiwania w fazie rekrutacji danych o profilach osobowościowych potencjalnych uczestników sesji fokusowych. Decyzja ta jednocześnie przybliżyła schemat realizacji zmienionej procedury badawczej do istniejącej praktyki badań fokusowych, co w kontekście zamierzonych analiz wydaje się słuszne. Postanowienie to wydaje się właściwe zarówno z przyczyn metodologicznych jak i finansowych. Nie likwiduje bowiem w żaden sposób możliwości prowadzenia analiz dynamiki grupowej i oceny ostatecznego rezultatu sesji przez pryzmat wpływu składu uczestników, rozumianego jako typy osobowości, a w sposób bardzo wyraźny obniża koszty badania.

W rezultacie opracowano nową strategię badawczą, uwzględniającą najważniejsze naszego punktu widzenia problemy zogniskowanego wywiadu grupowego.

### **BADANIE WŁAŚCIWE**

Ostateczna postać zrealizowanej procedury badawczej przedstawiała się następująco. Przeprowadziliśmy 12 sesji fokusowych, każdą z jednakową liczbą uczestników (po 8 osób). Parametry metodologiczne sesji zaprezentujemy niżej, najpierw omówimy proces i zasady doboru osób do badania.

Przeprowadziliśmy, przy pomocy przeszkolonych studentów socjologii, w oparciu o opracowany kwestionariusz selekcyjny, rekrutację i selekcję potencjalnych uczestników sesji w sposób bardzo zbliżony do zwyczajowego

postępowania w badaniach fokusowych. Ankieterzy mieli za zadanie dotrzeć do osób spełniających kilka przyjętych kryteriów doboru. Określenie tych kryteriów miało na celu ujednoczenie – w ustalonych granicach – cech społeczno-demograficznych potencjalnych uczestników sesji. Miały to zatem być wyłącznie osoby urodzone pomiędzy 1952 a 1967 rokiem. Wybór tego przedziału wiekowego był podyktowany przekonaniem, że wśród takiej kategorii wiekowej dominować będą osoby aktywne nie tylko zawodowo, ale także w wielu innych płaszczyznach (np. rodzinnej, towarzyskiej, organizacyjnej). Taka „życiowa aktywność” stwarza większe prawdopodobieństwo nabywania doświadczeń związanych z sytuacjami korupcyjnymi, a ten element był niezbędny jako merytoryczne kryterium doboru osób (wrócimy do tego zagadnienia niżej). Wszyscy uczestnicy mieli legitymować się wykształceniem średnim ogólnym, zawodowym lub pomaturalnym. Z grona potencjalnych uczestników wykluczaliśmy osoby studiujące w trakcie trwania badania, osoby niepracujące oraz osoby zawodowo „narażone” na kontakt z badaniami społecznymi lub rynkowymi, czyli pracowników działów marketingu, agencji *public relations*, promocyjnych, badawczych, reklamowych oraz dziennikarzy. Zrezygnowaliśmy ze studentów wychodząc z założenia, iż aktualne uczestniczenie w zajęciach sprawia, że spodziewać się można po takich osobach większej niż u innych sprawności werbalizacyjnej i lepszego radzenia sobie z zadaniami, stawianymi przed uczestnikami badań fokusowych, co mogłoby niepotrzebnie zakłócić „naturalny” rozwój procesów grupowych. Rekrutowaliśmy w równych proporcjach kobiety i mężczyzn, ponieważ planowaliśmy, że w każdej sesji weźmie udział tyle samo kobiet, co mężczyzn. Łącznie do udziału w badaniu zaproszono 140 osób, które wyraziły zgodę na udział w sesjach fokusowych. Ostatecznie w fokusach uczestniczyło 96 badanych (12 sesji po 8 osób). Większa liczba osób zapraszanych na poszczególne sesje wiązała się z chęcią uniknięcia niebezpieczeństwa, że spotkanie nie dojdzie do skutku, gdyby któryś z uczestników w ostatniej chwili wycofał się i nie zjawił się w umówionym terminie.

W wywiadzie selekcyjnym sprawdzaliśmy także przynależność naszych badanych do grupy społeczno-zawodowej oraz to, w jakim typie instytucji są aktualnie zatrudnieni, chociaż nie były to parametry dyskwalifikujące. Strukturę badanych (tylko tych, którzy ostatecznie uczestniczyli w realizacji projektu) ze względu na te kryteria ilustrują poniższe zestawienia.

## Grupa społeczno-zawodowa

Grupa społeczno zawodowa	N	%
Pracownicy administracyjno-biurowi, kierownicy i specjaliści niższego szczebla etc.	44	45,8
Pracownicy fizyczno-umysłowi, pracownicy sklepów, punktów usługowych, listonosze, podoficerowie etc.	26	27,4
Właściciele prywatnych firm, zakładów, sklepów etc.	12	12,6
Robotnicy wykwalifikowani, brygadziści	7	7,4
Zawody twórcze, samodzielni specjaliści, kierownicy średniego szczebla, lekarze, prawnicy, nauczyciele etc.	2	2,1
Robotnicy wykonujący prace proste	2	2,1
Dyrektorzy, prezesi, kadra kierownicza	1	1,1
Inne	1	1,1
Brak danych	1	1,1
Razem	96	100,00

## Typ instytucji zatrudniającej respondentów

TYP INSTYTUCJI	N	%
Zakład całkowicie prywatny	37	38,9
Sfera budżetowa	27	28,4
Zakład państwowy, samorządowy, spółdzielczy etc.	17	17,9
Spółka z udziałem właścicieli prywatnych	14	14,7
Brak danych	1	1,1
Razem	96	100,0

Uznaliśmy, że ze względu na te parametry przy zachowaniu średniego wykształcenia wszystkich osób, struktura badanych jest wystarczająco zróżnicowana i stwarza szansę na bardzo wielorakie doświadczenia korupcyjne badanych, jak bowiem wspomniałam, naszym merytorycznym problemem badawczym było zjawisko korupcji w Polsce. Zagadnienie to uznaliśmy za społecznie bardzo ważne, będące przedmiotem powszechnej dyskusji i komentarzy w mediach. Korupcja niewątpliwie może być przykładem problemu znaczącego z socjologicznego punktu widzenia, zarówno ze względu na wspomnianą doniosłość społeczną, jak i na dodatkowe atrybuty, mianowicie silne nacechowanie emocjonalne, drażliwość, trudność, złożoność. Ponadto – co było ogromnie ważne z metodologicznego punktu widzenia – jedna z osób należących do naszego zespołu badawczego od lat zajmuje się tym zagadnieniem, a ogromne znaczenie miała dla nas możliwość oceny ostatecznego rezultatu badania, czyli wartości uzyskanych informacji dla rozstrzygnięcia problemu badawczego. Z tych zatem przyczyn merytorycznym kryterium doboru było oświadczenie respondenta, wyrażone w wywiadzie selekcyjnym, w którym

stwierdzał, iż posiada któryś rodzaj „doświadczenia korupcyjnego”, wymienionego w pytaniu kwestionariuszowym. I tak: 83,9% uczestników fokusów zadeklarowało, że w ciągu ostatnich 5–6 lat wręczyli komuś prezent lub pieniądze i pomyślnie załatwili „sprawę”, 28,3% próbowało wręczyć prezent lub pieniądze, ale odmówiono im ich przyjęcia, a 14,6% wręczyło komuś prezent lub pieniądze, ale mimo tego sprawa nie została pomyślnie załatwiona. Żaden z naszych badanych nie uczestniczył w sesji fokusowej w okresie minimum 6 ostatnich miesięcy.

Jedynym elementem wykraczającym poza rutynową procedurę rekrutacji było zamieszczenie w kwestionariuszu selekcyjnym dwóch rozbudowanych pytań dotyczących poglądów na zjawisko korupcji. Pytania te składały się z pojedynczych itemów, które łącznie badały stopień rygoryzmu badanych wobec tego zjawiska. Ponieważ respondenci zaznaczali swoje odpowiedzi na skali, cały proces selekcji wydłużył się zaledwie o kilka minut. Zabieg ten był konieczny, ponieważ zależało nam na tym, aby na zakończenie każdej sesji ponownie zadać badanym identyczne pytania w celu sprawdzenia, czy ich poglądy na korupcję ulegną modyfikacji. Zakładaliśmy, że jeżeli tak się stanie, to ze znacznym prawdopodobieństwem można przyjąć, iż zmiana ta dokonała się na skutek uczestniczenia w dyskusji grupowej na ten temat.

Ponieważ naszymi respondentami były osoby pracujące zawodowo, wszystkie sesje odbyły się w dniach wolnych od pracy.

Kwestię doboru moderatorów do badań rozstrzygnęliśmy w następujący sposób. W pierwotnym zamyśle planowano, że sesje będą realizowane przez dwóch moderatorów o zbliżonych parametrach społeczno-demograficznych, podobnym poziomie i typie wykształcenia oraz porównywalnym doświadczeniu i kwalifikacjach w prowadzeniu grup fokusowych. Jedyne kryterium różnicujące miało się sprowadzać do różnicy w *stylu moderowania*, będącym dla nas w głównej mierze pochodną stałego wyposażenia osobowościowego. Wiedzy o istnieniu stylów moderowania dostarcza praktyka badań fokusowych. Jednak nie udało się nam (jak początkowo planowaliśmy) wykorzystać w naszym projekcie profesjonalnych moderatorów pracujących w firmach badawczych z dwóch powodów: ze względu na bardzo wysokie koszty ich udziału w przedsięwzięciu oraz – co ważniejsze – ze względu na brak możliwości uzyskania od firm wszelkich potrzebnych nam informacji na ich temat (włącznie z wynikami testów psychologicznych i kaset z zarejestrowanymi fokusami, prowadzonymi przez te osoby). Aby rzetelnie kontrolować wszystkie istotne cechy moderatorów i zgodnie z planem dobrać dwoje, musielibyśmy dysponować szczegółowymi danymi o bardzo wielu potencjalnie przydatnych osobach.

Dlatego też w celu przezwyciężenia tej trudności dokonaliśmy następującego zabiegu badawczego. Otóż poddaliśmy testom psychologicznym studentów IV roku socjologii ze specjalizacji metodologicznej. Po przejrzaniu rezultatów wytypowaliśmy spośród nich 3 osoby, które uzyskały w znaczących dla nas wymiarach maksymalnie różne wyniki. Wśród nich było dwóch mężczyzn i jedna kobieta. Wypada zaznaczyć, że wszyscy studenci biorący udział w badaniu byli w tym samym wieku, mają to samo wykształcenie, identyczny poziom wiedzy na temat badań fokusowych (w momencie wypełniania testów zajmowali się nimi od roku), uczestniczyli w przygotowaniu, realizacji i opracowaniu tych samych badań fokusowych, zajmowali się analizą metodologiczną zogniskowanego wywiadu grupowego, rekrutowali uczestników sesji pilotażowych, przeprowadzali wywiady swobodne z uczestnikami sesji, zatem ich poziom przygotowania jest wysoki i – co bardzo istotne – jednolity.

Zorganizowaliśmy 3 sesje fokusowe, prowadzone kolejno przez każdą z tych osób, według tego samego scenariusza, z takimi samymi kategoriami respondentów. Sesje te były obserwowane na podglądzie przez pozostałych studentów i rejestrowane na kasecie video. Spodziewaliśmy się, że dzięki temu będzie można uzyskać podstawę do wnioskowania o słuszności założenia o przekładaniu się cech osobowości na styl moderowania. Okazało się, że spotkania te bardzo różnią się pomiędzy sobą klimatem, uzyskanymi rezultatami merytorycznymi, a nawet interpretacją i sposobem realizacji poszczególnych elementów scenariusza. Doświadczenie to utwierdziło nas w przypuszczeniu, że – pomimo jednolitego wieku, doświadczenia, przygotowania i szkolenia – moderatorzy wprowadzają na sesje swoją indywidualność i niepowtarzalność, przejawiające się w realizowanym „stylu moderowania”. Rezultat ten można by przyrównać do efektu ankieterskiego w badaniach sondażowych.

Dotarcie do profesjonalnych moderatorów, zatrudnionych w firmach komercyjnych i poddanie ich testom, mimo wielu naszych wysiłków nie powiodło się. Napotykałoby na rozliczne bariery finansowe, instytucjonalne, organizacyjne, etyczne. Tym bardziej, że nie mogliśmy dopuścić do tego, aby moderatorów różniły poza profilami osobowościowymi – także inne parametry, a szczególnie różne standardy realizacyjne, obowiązujące w różnych firmach. Z pomocą przyszli nam moderatorzy CBOS-u. Dwie moderatorki w bardzo zbliżonym wieku, z porównywalnym doświadczeniem zawodowym przebadano testem R.B. Cattella 16PF i obliczono dla nich wskaźnik podobieństwa profili r-Cohena, który wyniósł 0,36. Wynik ten jest wystarczający do uznania występowania istotnych różnic w wybranych parametrach struktur osobowo-

ści obu kobiet. Każda z nich przeprowadziła sześć sesji, po trzy dla dwóch typów scenariusza.

Jak wspominaliśmy o tym wcześniej, poza osobą moderatora i zbadaniem jego wpływu na rezultat fokusa, dążyliśmy do sprawdzenia, w jakim zakresie narzędzie pozwala kształtować dynamikę grupową i jak owa dynamika przekłada się na efekty informacyjne uzyskane w sesji fokusowej. Analiza wywiadów swobodnych, przeprowadzonych z uczestnikami sesji fokusowych w badaniu wstępnym pozwoliła dokonać korekty w projekcie scenariusza do sesji fokusowych oraz zwróciła uwagę na bardzo istotny dla przebiegu dynamiki grupowej rezultat stosowania w trakcie sesji rozmaitych typów zadań dla uczestników. Okazało się bowiem, że jeśli w trakcie sesji badani pracują nad jakimś zadaniem w mniejszych grupach, szczególnie zaś wówczas, gdy zadanie to jest trudne i trwa dość długo, następuje w tych mini-zespołach tak silna integracja, że jej konsekwencje psychologiczne (i – jak sądzimy – merytoryczne) wykraczają daleko poza czas trwania tego zadania; utrzymują się nawet po zakończeniu badania (choćby w używaniu przez badanych określeń „my” i „oni” w opisie przebiegu fokusa w trakcie wywiadów po sesji). Rezultaty tych analiz doprowadziły do ustalenia zasadniczego kryterium różnicowania scenariusza moderatora, jako narzędzia generującego określone procesy grupowe w trakcie sesji. Zdecydowaliśmy, że wariantowość scenariusza sprowadzać się będzie do tego, iż połowa sesji będzie prowadzona w oparciu o scenariusz klasyczny, przypominający wywiad grupowy, pozbawiony elementów nastawionych intencjonalnie na integrację grupy, natomiast pozostałe grupy będą rozwiązywać ten sam problem merytoryczny, lecz przez zastosowanie wielu zadań grupowych, zmieniających w sposób zasadniczy dynamikę grup. W tym celu opracowaliśmy dwa typy scenariuszy dla moderatorów. Obydwa stanowiły rezultat operacjonalizacji identycznego zestawu pytań problemowych, jednak w każdym z nich te same informacje próbowano uzyskać w inny sposób. Jeden z tych scenariuszy nazwaliśmy „otwartym”, a drugi – „zamkniętym”. Wariant otwarty nastawiony był na wzmocnienie integracji grupowej, zawierał wiele zadań angażujących do pracy wspólnie wszystkich badanych, moderatora sytuował w roli przyjaznego współuczestnika, już od momentu aranżacji sesji wprowadzał pewien rodzaj poufałości, zabawy. W drugim scenariuszu położono nacisk przede wszystkim na realizację zadania, a więc na zdobycie informacji, bez zabiegania o wykształcenie wspólnoty grupowej. Zawierał więcej zadań indywidualnych, nie tyle uniemożliwiał ile utrudniał procesy integracyjne.

Naszym celem było sprawdzenie, jaki rodzaj narzędzia, uruchamiając określony efekt dynamiczny, doprowadzi do uzyskania bardziej wartościowych rezultatów merytorycznych, czyli dostarczy lepszych informacji dla badacza.

Ostatecznie przeprowadzono 12 sesji. Każda z dwóch moderatorek zrealizowała sześć fokusów, po trzy z każdym wariantem scenariusza.

Wszystkie sesje były nagrywane na kasetach video i oglądane na monitorze w trakcie ich trwania przez członków zespołu badawczego oraz przez studentów, którzy sporządzali na bieżąco notatki do raportów.

Bezpośrednio po zakończeniu sesji z każdym uczestnikiem przeprowadzono wywiad indywidualny, złożony z trzech modułów. Po pierwsze badani odpowiadali na pytania w klasycznym wywiadzie swobodnym, którego tematyka koncentrowała się na następujących zagadnieniach:

1. Jakie są opinie badanych na temat sesji fokusowej, w której brali udział? Jak badani oceniają wymiar emocjonalny, intelektualny (poznawczy) i etyczny sesji fokusowej?

2. Jakie są opinie badanych na temat metody zogniskowanego wywiadu grupowego?

3. Jakie mają doświadczenia badawcze? Jakie są ich opinie na temat badań socjologicznych?

Wywiady te były rejestrowane na kasetach magnetofonowych, a następnie sporządzono ich dokładne transkrypcje, służące do dalszego opracowania.

Drugi moduł to wywiad kwestionariuszowy zawierający wyłącznie pytania zamknięte, dotyczące motywacji do udziału w badaniu, jego cech akceptowanych i ocenianych krytycznie. Na koniec respondenci byli proszeni o wypełnienie testów psychologicznych.

Mamy świadomość, że cała procedura była bardzo wyczerpująca dla naszych badanych, ale uważamy, że doskonale poradzili sobie z naszymi wymaganiami. Naturalnie wszyscy byli wcześniej uprzedzeni przez ankieterów rekrutujących o naszych oczekiwaniach względem nich. Ponadto moderatorzy na wstępie sesji przypominali o całej procedurze, żeby uniknąć sytuacji, że któryś z uczestników odmówiłby poświęcenia nam koniecznej ilości czasu.

Tuż po zakończeniu fokusów moderatorzy wypełniali tzw. bezpośrednią notatkę moderatora, która zawierała następujące elementy:

1. Zmiany wprowadzone do ścieżki pytań.
2. Istotne propozycje interpretacyjne, „wielkie idee”.
3. Wątki, jakie pojawiły się w odpowiedziach na kluczowe pytania.
4. Ogólny nastrój sesji i ważne reakcje niewerbalne uczestników.
5. Samoocena moderatora.
6. Inne ważne uwagi moderatora.



Zapisy te były bardzo pomocne przy interpretowaniu przebiegu poszczególnych sesji.

Następnie opracowano kryteria klasyfikacji zachowań werbalnych uczestników sesji fokusowych, w celu prowadzenia szczegółowych analiz dynamiki grupowej oraz jej wpływu na ostateczny rezultat merytoryczny sesji. Kryteria te zostały wcześniej zastosowane do analizy przebiegu 4 sesji pilotażowych. Dynamika grupowa jest terminem odnoszącym się do przebiegu interakcji między członkami określonego zespołu. Dynamikę grupową badaliśmy, stosując kwestionariusz własnej konstrukcji, zawierający następujące kategorie analizy jednostki, którą jest pojedyncza wypowiedź słowna:

1. Kto mówił?
2. Do kogo?
3. Jak długo trwała jego wypowiedź?
4. Jak długo milczał, zanim zaczął mówić po poprzedniej wypowiedzi własnej lub innego uczestnika?
5. Czy mówił z własnej inicjatywy, czy odezwał się w odpowiedzi na pytanie? (Jaką przejawiał „chęć mówienia”?)
6. Jaki był stopień emocjonalności wypowiedzi?
7. Czy mówił na temat, czy odbiegał od niego?
8. Czy wobec tych, do których mówił był nastawiony przyjaźnie, neutralnie czy wrogo?
9. Czy jego wypowiedź zawierała pytanie?

Kwestionariusz przez nas skonstruowany pozwala oceniać aktywność uczestników, zaangażowanie moderatora, atmosferę panującą podczas spotkania oraz badać całościowe sekwencje interakcyjne. Wyniki analizy przebiegu 4 sesji fokusowych w badaniu wstępnym, przeprowadzonej w oparciu o opracowany kwestionariusz, dostarczyły wielu interesujących informacji na temat elementów dynamiki grupowej oraz wskazały kierunki zmodyfikowania tego narzędzia badawczego. W badaniu właściwym uznaliśmy bowiem za bardzo przydatne włączenie do kwestionariusza kategorii analitycznych dotyczących rodzajów wypowiedzi i ich konsekwencji dla dynamiki fokusa oraz dla jego rezultatów merytorycznych. Dlatego postanowiliśmy do ostatecznej wersji kwestionariusza włączyć kategorię *nawiązania*, która pozwoliła nam kontrolować liczbę komentarzy bezpośrednio odnoszących się do konkretnej wypowiedzi. Wprowadziliśmy także wymiar *wtrącenie*, który pozwala ocenić liczbę „wejść w słowo” podczas sesji, co jest jednym ze wskaźników (obok poziomu emocji i nastawienia) temperatury dyskusji.

W celu przeprowadzenia tak zaplanowanej analizy przebieg każdej sesji został poddany niezwykle szczegółowej transkrypcji, w której oznaczano au-

tora każdej wypowiedzi i każdej wypowiedzi nadawano kolejny numer i opisywano ją według przyjętych wymiarów.

Modyfikacji uległa także metoda badania profili osobowościowych uczestników sesji fokusowych. W badaniu wstępnym osoby badane wypełniły kwestionariusz SYMLOG do oceny stylu zachowań społecznych przetłumaczony z języka angielskiego [Bales F.R., Cohen S.P., 1979]. Oryginalna wersja tego kwestionariusza służy nie tylko do oceniania osobowości, ale także do oceny wzajemnej uczestników, oraz do oceny konkretnych zachowań badanych w czasie trwania spotkania. Zastosowany test osobowości nie ma polskiej adaptacji. Koszty i wysiłek związany z ewentualną adaptacją skłoniły nas do poszukiwania narzędzia już istniejącego, które pozwoliłoby trafnie i rzetelnie oceniać istotne z naszego punktu widzenia cechy osobowości uczestników. Do tego celu wybrane zostało narzędzie NEO-FFI Costy i McCrae [Zawadzki B., Strelau J., Szczepaniak P., Śliwińska M. 1997]. Drugim z testów, który zastosowaliśmy wobec naszych badanych, była Skala Wyjątkowości Snydera – Fromkina [Snyder, Fromkin 1980].

Przeprowadzenie badania według przedstawionego tutaj schematu zaowocowało uzyskaniem ogromnej ilości materiału, który w znacznej części został już poddany analizie i niektóre jej rezultaty zamieściliśmy we wspomnianej na początku książce pt. *Zogniskowany wywiad grupowy – Studia nad metodą*, która wydaliśmy nakładem Wydawnictwa Uniwersytetu Łódzkiego. Jednocześnie zarysowały się nowe możliwości analiz, które są obecnie w trakcie realizacji. Zamierzamy w najbliższym czasie opublikować kolejną książkę poświęconą w całości tym aspektom metodologicznym zogniskowanego wywiadu grupowego, którymi nadal się zajmujemy.

#### BIBLIOGRAFIA

- Babbie E. [2003], *Badania społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2003.
- Bales R.F., Cohen S. P. [1979], *SYMLOG: a system for the multiple level observations of groups*. The Free Press, New York.
- Daniłowicz P., Lisiek-Michalska J. [2000], *Fokus – zogniskowany wywiad grupowy. Zarys metody*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 1.
- Dukaczewska-Nałęcz A. [1999], *Zogniskowane wywiady grupowe-jakościowa technika badawcza*, [w:] *Spojrzenie na metodę*, H. Domański, K. Lutyńska, A. Rostocki (red.), Wyd. IFiS PAN Warszawa.
- Frankfort-Nachmias C., Nachmias E. [2001], *Metody badawcze w naukach społecznych*, Zysk i Ska, Poznań
- Gostkowski Z. [1960], *Opinia publiczna jako zjawisko społeczne*, maszynopis.
- Haman J., *Możliwości wykorzystania technik jakościowych na przykładzie badań nad potocznymi znaczeniami terminów demokracja, lewica, prawica*, maszynopis w Bibliotece IS UŁ.

- Krueger R.A. [1994], *Fokus groups: A practical guide for applied research*, (2<sup>nd</sup> ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kubiak A. [2004], *Zastosowanie zogniskowanego wywiadu grupowego do badań nad korupcją*, [w:] J. Lisek-Michalska, P. Daniłowicz, red., *Zogniskowany wywiad grupowy – Studia nad metodą*; Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Lisek-Michalska J. [2004], *Zogniskowany wywiad grupowy-sztuka czy metoda?* [w:] J. Lisek-Michalska, P. Daniłowicz (red.) *Zogniskowany wywiad grupowy. Studia nad metodą*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź
- Marody M. red. [2000], *Między rynkiem a etatem. Społeczne postrzeganie polskiej rzeczywistości*. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa
- Merton R.K., Fiske M., Kendall P.L. [1990], *The fokused interview*. (2<sup>nd</sup> ed.) New York: Free Press.
- Morgan D.L. [1998], *The Fokus Group Guidebook. Fokus Group Kit 1*, Sage, Thousand Oaks, CA.
- Morgan D.L. [1997], *Fokus groups as qualitative research*, (2<sup>nd</sup>.ed.), Newbury Park, CA: Sage.
- Nawrocki J. [1996], *Tolerancja z ograniczeniami. Raport z badań jakościowych*, [w:] E. Nowicka, J. Nawrocki (red.), *Inny – obcy – wróg*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Nikodemaska-Wołowik A.M. [1999], *Jakościowe badania marketingowe*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Snyder C.R., Fromkin H.L. [1980], *Uniqueness*, Plenum Press, NY and London.
- Steward D.W., Shamdasani P.N. [1990], *Fokus Group. Theory and Practice*, Newbury Park, CA: Sage.
- Trutkowski C. [2000], *Społeczne reprezentacje polityki*, Wydawnictwo Naukowe "Scholar", Warszawa.
- Zawadzki B., Strelau J., Szczepaniak P., Śliwińska M. [1997], *Inwentarz Osobowości NEO-FFI Costy i McCrae. Adaptacja polska*, Pracownia Testów Psychologicznych Polskiego Towarzystwa Psychologicznego, Warszawa.

Jolanta Lisek-Michalska  
University of Łódź

#### FOCUS GROUP INTERVIEW. PROBLEMS OF METHODOLOGICAL RESEARCH

##### S u m m a r y

The paper gives an overview of the concept of the focus group interview and methodological research into FGI. The author draws upon the research findings of the Sociological Methods and Research Department at the Institute of Sociology, University of Łódź. Some of the results and conclusions can be found in the book 'Focus Group Interview. Study of the Method' (*Zogniskowany wywiad grupowy. Studia nad metodą*) published in 2004 (Łódź University Press) and edited by Jolanta Lisek-Michalska and Paweł Daniłowicz. The research team continues its inquiry into FGI.

The major cognitive goals have centred on two issues:

1) the impact that integral elements of the research process involving FGI have on the overall outcome;

2) ethical implications of FGI.

The author presents both the formulated research concept and the way it has evolved: from the initial project, through preliminary studies and ideas to the description of the methodological research implementation. The author believes that ideas generated yet not fully explored by the team can serve as an inspiration to other researchers dealing with similar issues.