

Barbara Drapikowska, Milena Palczewska

Zogniskowany wywiad grupowy oraz techniki projekcyjne jako przykłady jakościowych empirycznych metod badawczych stosowanych w naukach społecznych

Obronność - Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej nr 3(7), 71-86

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

AUTORZY

mgr Barbara Drapikowska

b.drapikowska@aon.edu.pl

mgr Milena Palczewska

m.palczewska@aon.edu.pl

ZOGNISKOWANY WYWIAD GRUPOWY ORAZ TECHNIKI PROJEKCYJNE JAKO PRZYKŁADY JAKOŚCIOWYCH EMPIRYCZNYCH METOD BADAWCZYCH STOSOWANYCH W NAUKACH SPOŁECZNYCH

Domeną każdej dziedziny nauki, a jednocześnie koniecznym warunkiem istnienia, jest wypracowanie w jej obrębie metod badawczych służących do weryfikacji istniejących założeń, a także formułowania nowych, służących poszerzaniu jej dorobku. Nauki społeczne nie są wyjątkiem od tej zasady. Na ich gruncie zidentyfikowano i zdefiniowano szereg metod badawczych oraz służących im technik i narzędzi. Ogrom dokonań w tym zakresie jest klasyfikowany w oparciu o wiele kryteriów, które poniekąd korespondują z samym podziałem nauki.

Jednakże najpopularniejszym, a zrazem najbardziej uniwersalnym podziałem jest rozróżnienie na metody teoretyczne oraz empiryczne. W obrębie tych pierwszych badacz ma do dyspozycji m. in. metody wnioskowania, analogii, czy chociażby metody heurystyczne. Te drugie z kolei dzieli się na metody sondażowe, obserwacji, eksperymentu, badania dokumentów.

Zastosowanie technik projekcyjnych, a także zogniskowanego wywiadu grupowego, tworzących tematykę niniejszego artykułu, może mieć miejsce na empirycznym polu badawczym. Obie te metody przez wielu badaczy zostały pominięte w klasyfikacji metod empirycznych, ze względu na swój wielopłaszczyznowy charakter. Bez wątpienia jednak, można zaliczyć je do jakościowych metod badawczych. Uzyskane przy ich wykorzystaniu wyniki w żaden sposób nie są zdolne do opracowania w formie statystycznej, dlatego też ich zastosowanie jest bardziej uzasadnione, kiedy interesuje nas nie liczebność a różnorodność określonego zjawiska społecznego.

Zarówno jedna, jak i druga metoda są mało znane i rzadko używane przez rodzimych badaczy. Najczęstsze zastosowanie znajdują w badaniach dotyczących rynku lub mediów. Niszowy charakter tej problematyki stał się determinanem jej podjęcia w poniższym artykule, którego celem jest przedstawienie istoty oraz zasad stosowania techniki zogniskowanego wywiadu grupowego, a także technik projekcyjnych w kontekście elementu pomocniczego. Problem główny niniejszego opracowania został sformuło-

wany w postaci pytania: na czym polega istota metody zogniskowanego wywiadu grupowego, a także technik projekcyjnych?

Odpowiedź na powyższe pytanie badawcze zostanie udzielona poprzez rozwiązanie poniższych problemów szczegółowych, sprowadzonych do następujących pytań:

- Co to jest zogniskowany wywiad grupowy i jakie są zasady jego prowadzenia?
- Na czym polega zastosowanie technik projekcyjnych w obrębie nauk społecznych, jakie są rodzaje stosowanych technik projekcyjnych?
- W jaki sposób można wykorzystać techniki projekcyjne podczas prowadzenia zogniskowanego wywiadu grupowego?

W tym miejscu należy także zaznaczyć pewną nieścisłość terminologiczną, która pojawia się przy omawianiu owego zagadnienia w wielu źródłach literatury. Dotyczy ona pojęcia „metoda” i „technika”. Za S. Nowakiem, możemy przyjąć, że różnica między metodą i techniką polega na tym, że metoda jest ogólnie zalecany sposób rozwiązywania problemów badawczych, natomiast technika odnosi się do bardziej uszczegółowionych sposobów postępowania badawczego i stosowanych w danej nauce. Są one zatem podporządkowane metodom badawczym, pełniąc wobec nich rolę służebną¹.

Analizując literaturę dotyczącą tego tematu, można wysunąć wniosek, że oba te pojęcia przez wielu teoretyków, w odniesieniu zarówno do zogniskowanego wywiadu grupowego, jak i technik projekcyjnych, są używane zamiennie. Niejednokrotnie, jak w przypadku technik projekcyjnych, typologizacja zatytułowana jest „metody i techniki projekcyjne”. Owo łączenie pozwala na utożsamianie tych zagadnień i daje możliwość stosowania ich zamiennie.

O ile w przypadku zogniskowanego wywiadu grupowego używanie tych terminów jako wyrazów bliskoznacznych jest uzasadnione z uwagi na fakt, że nie dokonano dotąd jego typologizacji, zatem może on istnieć jako metoda, a także jedyna technika występująca w jej obrębie, o tyle w przypadku technik projekcyjnych możemy już wyodrębnić poszczególne ich rodzaje, zatem powstaje pytanie, czy bardziej zasadne nie byłoby używanie określenia metody projekcyjne. Ów problem bez wątplenia przyjmuje charakter ontologiczny, a jego rozwiązanie wymagałoby głębszych analiz logicznych, które nie stanowią głównego wątku niniejszego opracowania, w którym terminy te będą stosowane zamiennie. Problem ten został zaakcentowany jedynie, aby pokazać, że autorki artykułu są świadome różnic terminologicznych w obrębie obu pojęć.

¹ S. Nowak, *Metodologia badań społecznych*, Warszawa 1985; [za:] M. Łobocki, *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2003, s. 27.

Focus group, focus group interviews, bądź po prostu *fokus* – są to różne nazwy, które określają taki sam sposób zdobywania danych. W języku polskim przyjęło się sformułowanie „zogniskowany wywiad grupowy”. Zastosowanie zogniskowanego wywiadu grupowego najlepiej oddają słowa E. Babbiego, który egzemplifikuje sytuację badawczą: *Wyobraź sobie, że zastanawiasz się nad wprowadzeniem nowego produktu. Załóżmy, że wynalazłeś owy komputer, który nie tylko działa jako edytor tekstu, arkusz kalkulacyjny, narzędzie analizy danych itp., lecz zawiera w sobie również faks, odbiornik radiowy i TV, odtwarzacz CD, podwójny odtwarzacz kasetowy, kuchenkę mikrofalową, urządzenie do czyszczenia sztucznych szczek i ekspert do kawy. By podkreślić, że jest komputerem i ekspresem, chcesz go nazwać „kompilator”. Szacujesz, że nowy komputer będzie sprzedawany za około 28 tysięcy dolarów, i chcesz się dowiedzieć, czy ludzie będą chcieli go kupować. Twoją potrzebę mogłyby zaspokoić grupy fokusowe*².

W literaturze przedmiotu – głównie amerykańskiej – pojawia się wiele definicji metody fokusowej. Można ją określać jako [...] *nieformalną dyskusję na konkretny temat, pomiędzy wybranymi osobami. Rozmowa ta, musi odnosić się do sytuacji, przedmiotów lub informacji, które znane są tym osobom*³. Wśród innych badaczy tematu – S. Barbour, J. Kitzinger, P. Liamputtong, T. Greenbaum – dominują opinie, iż fokus stanowi zorganizowaną dyskusję, która koncentruje się wokół jednego tematu. Zogniskowany wywiad grupowy jest także określany jako metoda, która [...] *pomaga w wyjaśnianiu tego, dlaczego ludzie zachowują się w taki sposób, jaki się zachowują*⁴. W metodzie tej, w szczególny sposób zwraca się uwagę na czynniki, które determinują zachowanie jednostki w grupie. Nie chodzi tu tylko o indywidualne cechy osobowościowe, ale także o wpływ czynników zewnętrznych na daną osobę. Ważne są aspekty demograficzne, fizyczne, psychiczne, społeczne, ekonomiczne itp.

Generalizując, można wyróżnić kilka elementów wspólnych dla wszystkich definicji, które określają zogniskowany wywiad grupowy. Pierwszy z nich mówi, iż fokus jest metodą pozyskiwania danych jakościowych. Drugi określa, że wszystkie zebrane dane generowane są przez dyskusję grupową. Natomiast trzeci dotyczy tego, iż dane które zostają uzyskane w trakcie badania stanowią rezultat skoncentrowanego wysiłku wszystkich uczestników badania.

² E. Babbie, *Badania Społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 330.

³ L. Litosseliti, *Using focus groups in research*, MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall 2005, s. 13.

⁴ D. W. Stewart, P. M. Shamdasani, D. W. Rook, *Focus groups. Theory and practice*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 2007, s. 19.

We wszystkich definicjach określających zogniskowany wywiad grupowy kładzie się nacisk na to, iż:

- grupa jest mała – od 6 do 10 osób – i jest stosunkowo homogeniczna;
- grupa stanowi nieformalne zgromadzenie, które zostało dobrane celowo i pożądanym jest uzyskanie od niej informacji na dany temat;
- grupa prowadzona jest przez wykwalifikowanego moderatora, który przy użyciu określonych metod i praktyk ma uzyskać od badanych odpowiedzi na postawione pytania;
- grupa fokusowa nie wytwarza informacji ilościowych, które mogłyby stanowić podłoże do porównań z szerszą populacją;
- celem zogniskowanego wywiadu grupowego jest zarejestrowanie wszystkich zachowań towarzyszących udzielaniu odpowiedzi, które w jakikolwiek sposób są związane z badaniem.

Ważną cechą jest także to, że w przypadku tej metody, podobnie jak przy eksperymencie, to badani fatygują się do badacza, a nie na odwrót, jak to jest zazwyczaj w przypadku chociażby badań sondażowych. Zogniskowany wywiad grupowy, w odróżnieniu od innych metod empirycznych nie jest przeprowadzany w warunkach naturalnych, co oznacza, że teren badań obejmuje miejsce przygotowane przez badacza, np. laboratorium⁵.

Ważnym wątkiem łączącym wszystkie definicje metody fokusowej jest stwierdzenie iż zogniskowany wywiad grupowy połączony jest z dyskusją. Poprzez pojęcie dyskusji należy rozumieć [...] *wzajemną wymianę poglądów*⁶, jednakże nie należy bezpośrednio utożsamiać *fokusa* z dyskusją. W metodzie fokusowej jak najbardziej występuje dyskusja, ale jest ona w pewien sposób ukierunkowana. Ponadto dotyczy ona wymiany opinii, poglądów na z góry określony temat, który zawarty jest w scenariuszu badania. Z kolei w dyskusji możliwe jest komentowanie, kontrargumentowanie wypowiedzi innych uczestników badania, co nie występuje w metodzie fokusowej. Można więc stwierdzić, iż zogniskowany wywiad grupowy stanowi realizację pewnego scenariusza zdarzeń. Osoby biorące udział w badaniu muszą się podporządkować regułom wyznaczonym przez moderatora oraz samą metodę.

R. Bohnsack wyróżnia kilka zasad prowadzenia dyskusji grupowej. Po pierwsze, zwraca uwagę na to, że adresatem wytycznych jest cała grupa a nie poszczególni jej członkowie. Co za tym idzie, prowadzący dyskusję nie powinien wywierać wpływu na podział wypowiedzi w grupie. Po drugie, prowadzący jedynie proponuje tematy, nie ukierunkowując dyskusji, czyli nie narzuca kontekstu, w jakim należy omówić temat. Po trzecie, prowadzący powinien przybrać postawę „obcości”, czyli nie przekazywać grupie

⁵ E. Babbie, *Badania...*, wyd. cyt., s. 330.

⁶ L. Jawor (red.), *Popularny słownik wyrazów obcych*, Wydawnictwo PRINTEX, Białystok 2002, s. 69.

gotowych rozwiązań, własnych opinii na omawiany temat, gdyż mogą one wpływać na opinie badanych. Kolejna zasada dotyczy zadawania pytań szczegółowych, będących reakcją na wypowiedzi grupy, zatem konieczna jest tutaj reaktywność badacza, występująca nie tylko jako przymiot osobowości, ale także kompetentność w omawianej kwestii⁷.

Focus group jest specyficznym typem grupy, którą wyróżnia cel, rozmiar, skład oraz obowiązujące w niej procedury. Jej głównym celem jest słuchanie i zbieranie informacji. Takie postępowanie ułatwia lepsze zrozumienie odczuć, opinii ludzkich względem danej informacji, rzeczy bądź usługi. Uczestnicy są dobierani, gdyż muszą posiadać specyficzne cechy wspólne, które połączone są z tematem badania⁸.

Zastosowanie metody zogniskowanego wywiadu grupowego wymaga zrealizowania następujących zadań:

- zdefiniowania problemu oraz sformułowania problemów badawczych;
- określenia badanej populacji;
- wybrania osoby, która poprowadzi badanie;
- opracowania scenariusza;
- przygotowania strategii realizacji badania;
- realizacji terenowej badania⁹.

Zdefiniowanie problemu oraz sformułowanie problemów badawczych stanowi fazę koncepcyjną, która wymaga od badacza określenia problematyki oraz ustalenia zakresu poszukiwanych informacji. Biorąc pod uwagę charakter metody, który jest zazwyczaj charakterem eksploracyjnym, poszukiwane informacje stanowią już bezpośrednio pytania, które są podstawą problemów badawczych. Zebranie określonej liczby takich pytań daje podstawę do wytyczenia zakresu poszukiwań badawczych. Dopuszczalne jest, aby badacz w tej fazie zastosowania metody sięgnął do innych źródeł empirycznych, praktyki innych badaczy, gotowych rekonesansów, bądź odbytych już przedsięwzięć badawczych.

Określenie badanej populacji – jest to etap, w którym prowadzący badanie powinien odpowiedzieć na następujące pytanie: Jakie osoby, ludzie będą stanowić najlepsze źródło informacji w danej sprawie? Odpowiedź na to pytanie pozwoli określić rodzaj prób, które zostaną wykorzystane podczas badania. Są to tzw. próby kwotowe (nielosowe) o których można powiedzieć, iż pozostają w pewnym stopniu reprezentatywne dla całej bada-

⁷ R. Bohnsack, *Dyskusja grupowa – teoria i praktyka rekonstrukcji kolektywnych wzorów orientacji*, [w:] S. Krzychała (red.), *Społeczne przestrzenia doświadczenia. Metoda interpretacji dokumentarnej*, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP we Wrocławiu, Wrocław 2004, s. 47.

⁸ R. A. Krueger, M. A. Casey, *Focus groups. A practical guide for applied research*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 2000, s. 4.

⁹ J. Lisek-Michalska, P. Daniłowicz, *Zogniskowany wywiad grupowy: studia nad metodą*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2007, s. 18.

nej populacji, pomimo że jednostki wchodzące w ich skład nie zostały wybrane w sposób losowy. Do doboru uczestników zogniskowanego wywiadu grupowego wykorzystuje się zazwyczaj kryteria społeczno-demograficzne, np. wiek, płeć, wykształcenie, zawód. Ponadto bierze się pod uwagę aspekty, takie jak: czy uczestnicy znali się wcześniej, czy brali udział w podobnych badaniach, czy nie posiadają ukrytych interesów związanych z tematem badania.

Dobór moderatora zależy przede wszystkim od charakteru badania oraz tematyki podejmowanej podczas dyskusji. Jednakże teoretycy metody fokusowej wyróżnili szereg cech, którymi powinien odznaczać się moderator, aby w prawidłowy sposób sterować rozmową. Do cech osobowościowych należy zaliczyć m. in. dobrą pamięć, umiejętność słuchania, inteligencję, umiejętność zainteresowania tematem innych, zdolność szybkiego uczenia się. Z kolei do cech wyuczonych należą np. wiedza związana z tematem badania czy doświadczenie w kontaktach z ludźmi¹⁰. Zadania moderatora to przede wszystkim panowanie nad grupą, sterowanie zachowaniami jej członków, „rozdawanie ról” poszczególnym uczestnikom grupy. W literaturze przedmiotu pojawiają się także opinie, iż w niektórych przypadkach moderator powinien być wspomagany przez asystenta. Jednak jego rola powinna być ograniczona do zagadnień technicznych oraz skupiania się na określonych reakcjach uczestników badania. Pomoc asystenta uzasadniona jest trudnym tematem badania bądź jego złożonością.

Opracowanie scenariusza polega na skonstruowaniu narzędzia, które będzie pomocne podczas realizacji badania oraz w możliwie jak najlepszy sposób pozwoli przewidzieć przebieg sesji. Narzędziem takim może być ścieżka pytań, klucz moderatora bądź przewodnik prowadzącego. Jednakże ważne jest, aby w schemacie scenariusza znajdowały się trzy podstawowe warstwy: wprowadzenie, część zasadnicza oraz zakończenie.

Wprowadzenie zawiera te wszystkie informacje, które podaje moderator na początku spotkania. Obejmuje ono m.in. wstępną prezentację (powitanie uczestników, przedstawienie się moderatora i uczestników spotkania) oraz określenie reguł działania grupy (informacja o formie nagrywania przebiegu dyskusji, roli moderatora i uczestników, podstawowych zasadach badania i prawach uczestników).

Zasadnicza część scenariusza bazuje na sformułowanych wcześniej pytaniach dotyczących badanego problemu. *Zgodnie z zasadą ogniskowania dyskusji wokół konkretnego tematu, pierwsze pytanie ma charakter ogólny kierujący uwagę uczestników na problematykę badania. Następne pytania skupiają już dyskusje na wybranych wątkach tematycznych. Po każdej sekwencji pytań obejmujących jeden wątek następuje podsumowa-*

¹⁰ Zob., T. Greenbaum, *The handbook for focus group research*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 1998, s. 73-87.

nie tego, co zostało do tej pory powiedziane¹¹. Przedstawiony schemat obrazuje szablonowy przebieg zasadniczej części zogniskowanego wywiadu grupowego.

Zakończenie scenariusza zawiera zazwyczaj dodatkowe pytania pomocnicze bądź techniki, które wspomagają uzyskanie informacji od uczestników badania. Dodatkowo zawarte są ograniczenia badawcze, które musi wziąć pod uwagę moderator oraz czas trwania sesji.

Przygotowanie strategii realizacji badania. Przy realizacji tego etapu badań niezbędne jest ustalenie podstawowych kwestii organizacyjno-technicznych, które stanowią fundament przeprowadzenia metody fokusowej. Należą do nich:

- ustalenie liczby uczestników w grupie,
- określenie liczby grup fokusowych uczestniczących w danym projekcie badawczym,
- ustalenie miejsca przeprowadzenia sesji,
- zapewnienie właściwej koordynacji badania,
- określenie kosztorysu badania¹².

Ważny jest prawidłowy dobór liczby uczestników grupy fokusowej. Zazwyczaj zależy on od poruszanej tematyki badania oraz ogólnej liczby grup fokusowych uczestniczących w danym projekcie badawczym. Liczba osób biorących udział jest skorelowana z tematem badania. E. Babbie utrzymuje, że może ona sięgać od 12 do 15 osób¹³.

Znawcy tematu sugerują także, aby przy doborze uczestników badania wziąć pod uwagę pewną „rezerwę”, gdyż zdarza się, iż pomimo zapewnienia osoby zaproszone nie stawiają się w wyznaczonym miejscu. Liczba osób w grupie jest uzależniona także od technik zastosowanych przez moderatora. Niektóre z nich mogą bowiem zakłócać relacje interpersonalne, jeżeli uczestniczy w nich zbyt duża liczba osób, a scenariusz badania fokusowego zakłada prace z poszczególnymi uczestnikami osoba po osobie. Z kolei struktura próby ściśle zależy od tematu badań, np. jeśli badany produkt posiada wysoką cenę, próbę powinny stanowić osoby o wysokich dochodach¹⁴.

Ponadto od organizatorów zogniskowanego wywiadu grupowego wymaga się przygotowania: zadbania o sprzęt nagrywający i łączności pomiędzy moderatorem a obserwatorem (badaczem) w trakcie przeprowadzania dyskusji; rekrutacji i szkolenia ankietników zajmujących się doбором uczestników badania; sprawdzenia poprawności rekrutacji badanych pod względem przyjętych kryteriów selekcyjnych; dostarczenia ewentualnych

¹¹ J. Lisek-Michalska, P. Daniłowicz, *Zogniskowany...*, wyd. cyt., s. 21.

¹² *The focus group guidebook*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 1998, s. 29-31.

¹³ E. Babbie, *Badania...*, wyd. cyt., s. 330.

¹⁴ Tamże, s. 330.

materiałów dodatkowych (np. tablicy, rzutnika); prowadzenia rozliczeń finansowych¹⁵. Ponieważ to badani oddają przysługę badającemu, stawiając się w wyznaczonym miejscu spotkania, należy dokonać wszelkich starań, aby stworzyć dobrą atmosferę w grupie oraz przestrzegać zasad kurtuazji, nakazujących chociażby zorganizowanie poczęstunku, czy też komfortowych warunków prowadzenia badania.

Realizacja terenowa badania to etap zogniskowanego wywiadu grupowego w którym niezbędne jest zrealizowanie następujących elementów: rekrutacja uczestników, przeprowadzenie sesji oraz przygotowanie materiałów.

Rekrutację uczestników do badania przeprowadzają specjalnie przeszkoleni ankieterzy, nazywani przez niektórych „łapaczami”. Od ich umiejętności, osobowości, kontaktów oraz sposobów działania zależy powodzenie całego zogniskowanego wywiadu grupowego. Ankieter rekrutujący do badania powinien mieć duże doświadczenie w tego typu pracy, gdyż podczas rozmowy z potencjalnym uczestnikiem badania musi wychwycić wszystkie wymagane kryteria selekcyjne.

Przeprowadzenie sesji składa się z trzech faz: wprowadzenia, części zasadniczej oraz zakończenia. Jednakże przed przystąpieniem do rozpoczęcia sesji ważne jest dokonanie szeregu czynności kontrolnych, które jeżeli nie zostaną prawidłowo zrealizowane mogą zakłócić wyniki badania. Należą do nich m.in. sprawdzenie sprawności sprzętu nagrywającego; skontrolowanie właściwej rejestracji dyskusji; poprawne rozstawienie stołu i elementów znajdujących się w pomieszczeniu¹⁶.

Przygotowanie materiałów obejmuje przede wszystkim końcowe elementy badania, którego dokonuje moderator. Powinien on sformułować sprawozdanie, które obejmie następujące elementy: wszelkie zmiany wprowadzone do scenariusza badania, istotne sugestie interpretacyjne, liczbę wątków, które pojawiły się w dyskusji, obserwacje dotyczące atmosfery panującej w grupie podczas trwania dyskusji.

Etapem ostatnim jest interpretacja otrzymanego materiału, która z uwagi na niestandardyzowany charakter metody jest trudna. Teoretycy problemu wyodrębniają dwa kroki, które powinny zostać podjęte. Po pierwsze należy dokonać interpretacji formułującej, czyli wyszczególnienia poruszanych tematów, ich identyfikacji i nazwania. Następnie należy zrekonstruować punkty odniesienia w przeprowadzonej dyskusji, by na końcu można było dokonać typologizacji elementów wspólnych. Mianowicie wyłonić podobne doświadczenia, np. trudność w wchodzeniu na rynek pracy przez osoby o takim samym zawodzie lub wykształceniu, mechanizmy

¹⁵ E. F. Fern, *Advanced focus group research*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 2001, s. 98.

¹⁶ R. S. Barbour, J. Kitzinger, *Developing focus group research. Politics, theory and practice*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 2001, s. 83.

przewycięzania tych trudności, lub także zidentyfikować kontrasty, np. pomiędzy techniką adaptacji kobiet i mężczyzn do zawodów zdominowanych przez płę przeciwną¹⁷.

Bardzo ważnym elementem dla prawidłowych wyników badań w metodzie zogniskowanego wywiadu grupowego jest określenie zadań moderatora podczas trwania dyskusji. Według P. Liamputtong należą do nich:

- wskazanie każdemu z uczestników jego miejsca oraz dokonanie prezentacji tematu badania;
- wyjaśnienie zasad spotkania (jego celu, obowiązujących reguł zabierania głosu, poinformowanie o nagrywaniu);
- zadawanie pytań oraz czuwanie nad poprawnym przebiegiem dyskusji (np. pilnowanie czy odpowiedziano na wszystkie pytania zawarte w scenariuszu, czy dyskusja nie odbiega od tematu)¹⁸.

R. Krueger ocenił technikę zogniskowanego wywiadu grupowego w aspekcie jej wad i zalet. Wśród dodatnich stron *fokusa* można wymienić jego elastyczność, wysoką trafność fasadową, szybkość rezultatów, tani koszt uzyskania wyników, jak również innowacyjny charakter, gdyż grupa badanych może zwrócić uwagę badacza na szczegóły, których on sam mógł wcześniej nie dostrzegać, bądź uważać za nieistotne¹⁹.

Jak zauważają T. Plich i T. Bauman, zalety zogniskowanego wywiadu grupowego można wyprowadzić z hermeneutyki oraz z interakcjonizmu. Nie ulega wątpliwości fakt, że poglądy o świecie kształtują się także w konfrontacji z innymi ludźmi, a pytania i wypowiedzi innych osób stanowią inspirację dla własnych przemyśleń, jak również wywołują chęć przedstawienia własnego stanowiska. Co więcej, zgodnie z założeniem interakcjonizmu, istnieje zależność pomiędzy poglądami a zachowaniami jednostki oraz pomiędzy więzami panującymi w grupie a odbywającym się w niej procesem społecznym²⁰.

W tym miejscu należy zauważyć, że z omawianą techniką ściśle związane jest pojęcie „przekonań grupowych” zidentyfikowane i wprowadzone do nauk społecznych przez W. Mangolda. W opinii autora nie są one *sumą jednostkowych przekonań, lecz produktem kolektywnych interakcji*²¹. A. R. Krueger zidentyfikował również pewne mankamenty obarczające *fokusa*. Należą do nich: słabsza kontrola badacza niż w przypadku wywiadów indywidualnych, wysoki stopień trudności przy analizie danych, konieczność posiadania przez moderatora dużych umiejętności komunikacyjnych,

¹⁷ R. Bohnsack, *Dyskusja...*, wyd. cyt., s. 47-48.

¹⁸ P. Liamputtong, *Focus group methodology. Principles and practice*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 2011, s. 67.

¹⁹ E. Babbie, *Badania...*, wyd. cyt. s. 331.

²⁰ T. Plich, T. Bauman, *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe*, Wydawnictwo Akademickie ŻAK, Warszawa 2001, s. 338.

²¹ W. Mangold, *Gegenstand Und Methode des Gruppendiskussionsverfahrens*, Frankfurt 1960; [za:] R. Bohnsack, *Dyskusja...*, wyd. cyt., s. 37.

trudności z zebraniem wszystkich członków grupy w jednym miejscu i czasie, konieczność stworzenia sprzyjającego otoczenia do prowadzenia dyskusji²².

Najczęściej podejmowana krytyka *fokusa* opiera się na zarzucie, iż jest on metodą mało reprezentatywną. Z uwagi na fakt, że osoby do badania dobierane są w oparciu o wyszczególnione kryteria, nie możemy mówić o losowym doborze próby, a co za tym idzie o jej istotnej reprezentatywności²³.

Kolejnym mankamentem omawianej metody, zgodnie ze spostrzeżeniami badaczy jest brak zachowania warunku rzetelności, który jest jednym z czynników decydujących o ocenie skuteczności danej metody. Opinie respondentów w trakcie badania podlegają aktualizacji, na którą wpływają uwarunkowania sytuacyjne. Zatem trudno jest sprawić, aby ponowne spotkanie grupy przebiegało w taki sam sposób jak poprzednie²⁴.

Nie bez znaczenia jest również fakt, że zogniskowany wywiad grupowy jest metodą o niskim poziomie standaryzacji, która w tym przypadku sprowadza się jedynie do standaryzacji tematyki, pytań wyjściowych. Cała treść dyskusji natomiast jest tworzona przez grupę²⁵. To z kolei może stwarzać trudności w opracowaniu i interpretacji wyników końcowych.

Wśród mankamentów prezentowanej metody warto wskazać na sytuacyjny kontekst wywiadu, prowadzący do tego, że poszczególni uczestnicy mogą się czuć nawzajem skrępowani swoją obecnością, a tym samym nie przejawiać dużej gotowości do szczerych wypowiedzi. Szczególnie będzie to widoczne, gdy pozycje społeczne poszczególnych uczestników wywiadu zbiorowego są zróżnicowane i występują między nimi różne zależności. Skrępowanie obecnością innych może także nie sprzyjać szczerości respondentów w przypadku podejmowania tematów wstydlivych, osobistych bądź stanowiących tabu w danym środowisku społecznym²⁶.

Inna wada omawianej metody wynika z jej elastyczności. Mianowicie, z uwagi na sprzyjającą atmosferę łatwo jest odejść badanym od tematu. Szczególna rola w tym przypadku przypada prowadzącemu, którego umiejętności muszą kontrolować powstałe dywagacje i sprowadzać badanych na właściwy tor tematyczny.

Z uwagi na powyższe braki metodologiczna wartość zogniskowanego wywiadu grupowego była wielokrotnie kwestionowana. Jednakże już na początku jej istnienia zauważono, że może ona okazać się bardzo przydat-

²² A. R. Krueger, *Focus Groups*, Sage, Newbury Park, Cal. 1988; [za:] E. Babbie, *Badania...*, wyd. cyt., s. 331.

²³ E. Babbie, *Badania...*, wyd. cyt., s. 330.

²⁴ R. Bohnsack, *Dyskusja...*, wyd. cyt., s. 38.

²⁵ Tamże, s. 44.

²⁶ J. Sztumski, *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, „Śląsk” Sp. z o. o. Wydawnictwo Naukowe, Katowice 2005, s. 122.

na w fazie konceptualizacji badania, gdzie badacz może uzyskać pomoc w formułowaniu hipotez, problemów badawczych lub też przeprowadzeniu badania pilotażowego²⁷.

Warto również wspomnieć parę słów o zastosowaniu omawianej metody. Kolebką *fokusa* są Niemcy, a za prekursora uważa się K. Lewina i jego uczniów²⁸. Później wielu kontynuatorów omawianej metody wykorzystywało ją do generowania ważnych wniosków dotyczących życia społecznego. W. Gamson zastosował ją, by przekonać się, jakie są postawy obywateli USA wobec aktualnych kwestii społeczno-politycznych²⁹. R. Merton w oparciu o nią przeprowadził badania nad działaniem komunikatów propagandowych. Na szeroką skalę została zastosowana także w Centrum Badań Kultury Współczesnej w Birmingham, służąc za podstawy do analiz dotyczących stylów młodzieżowych oraz percepcji i sposobów użytkowania mediów³⁰.

Zdaniem T. Pilcha i T. Baumana metodę tę stosuje się w dwóch sytuacjach. Po pierwsze, gdy badacz chce poznać poglądy i stanowiska różnych osób na temat interesującej go kwestii oraz gdy chce zarejestrować proces kształtowania się tych poglądów pod wpływem obecności i wypowiedzi innych członków grupy. Natomiast po drugie, gdy chce prześledzić, jakie procesy społeczne zachodzą w grupie podczas wymiany poglądów, np. interakcje, aktywność poszczególnych uczestników, zdolności przywódcze, mechanizmy obronne³¹.

Warto zauważyć, że zogniskowany wywiad grupowy może być prowadzony również przy wykorzystaniu innych metod badawczych, jak np. metody obserwacji czy eksperymentu, a także metod projekcyjnych, którym zostanie poświęcona dalsza część niniejszego artykułu.

Projekcja, z łac. *proiectio*, oznacza wysunięcie przed siebie. Termin ten jest używany chociażby w kinematografii, geografii, matematyce, jak również psychologii, gdzie uważa się, że jest jednym z mechanizmów obronnych osobowości, polegającym na rzutowaniu własnych pragnień i uczuć na świat zewnętrzny i na przypisywaniu innym ludziom własnych negatywnych uczuć, motywów działania, myśli, postaw, cech charakteru itp.³²

Wprowadzenie pojęcia projekcji do psychologii przypisuje się Z. Freudowi, który zauważył, że [...] *jest ona mechanizmem obronnym, za pomocą którego człowiek nieświadomie przypisuje innym swoje negatywne cechy osobowości i impulsy*³³.

²⁷ R. Bohnsack, *Dyskusja...*, wyd. cyt. s. 39.

²⁸ T. Pilch, T. Bauman, *Zasady...*, wyd. cyt., s. 338.

²⁹ E. Babbie, *Badania...*, wyd. cyt., s. 330.

³⁰ R. Bohnsack, *Dyskusja...*, wyd. cyt., s. 38-39.

³¹ T. Pilch, T. Bauman, *Zasady...*, wyd. cyt., s. 339.

³² *Słownik wyrazów obcych PWN*, PWN, Warszawa 2002, s. 903-904.

³³ S. O. Lilienfold, J. M. Wood, H. N. Garb, *Status naukowy technik projekcyjnych*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2002, s. 17.

Pojęcie „techniki projekcyjne” z kolei wprowadzone zostało do psychologii w 1939 r. przez L. Franka, który porównywał je do psychologicznych „promieni Roentgena”, których pośrednictwo pozwala uzyskać wgląd w wewnętrzne procesy działające w osobowości człowieka.

Przytaczając ustalenia definicyjne S. Nowaka możemy zauważyć, że: *projekcyjna metoda badania osobowości polega na przedstawieniu badanemu sytuacji bodźcowej, nie mającej dlań znaczenia arbitralnie ustalonego przez eksperymentatora, ale zarazem takiej, która będzie mogła nabrać znaczenia przez to, iż osobowość badanego narzuci jej swoje indywidualne znaczenie i organizację*³⁴. Mówiąc innymi słowy, polega na pokazywaniu badanemu wieloznacznych bodźców, prosząc o nadanie im większej jednoznaczności³⁵. T. Plich i T. Bauman określają ją z kolei jako [...] *wprowadzenie między badającego a badanego czynnika celowo dobranego, co do którego można żywić nadzieję, że wywoła w badanym określone reakcje i postawy emocjonalne*³⁶.

Jak przekonuje J. Sztumski, metody projekcyjne umożliwiają uzewewnętrznianie uczuć, pragnień, stanów psychicznych, dlatego też początkowo były stosowane jedynie przez psychologów i psychiatrów, którzy starali się ustalić zaangażowanie uczuciowe, przesady, skojarzenia itp.³⁷

Przypuszcza się, że po raz pierwszy technikę projekcyjną zastosował F. Galton w 1879 r. w badaniu, w którym osobom podawano listę wyrazów i proszono o wymienienie skojarzeń dla każdego z nich. Następnie uciekał się do niej także C. G. Jung wykorzystując, test skojarzeń słownych do badania kluczowych zagadnień psychoanalizy. Na początku XX wieku została skonstruowana przez W. Sterna technika zwaną Testem Chmurek, która badała indywidualne reakcje na obrazki przedstawiające chmury, a także metoda Alfreda Adlera usiłująca dotrzeć do najwcześniejszego wspomnienia tkwiącego w umyśle badanego, po to aby zlokalizować źródło poczucia niższości. Rozwój i upowszechnienie technik projekcyjnych nastąpiło po roku 1921, kiedy to H. Roschach wydał książkę *Psychodiagnostik*. Po kilkunastu latach psychologowie dysponowali już wieloma zestandaryzowanymi technikami projekcyjnymi, takimi jak: Test Apercepcji Tematycznej Murraya, Test Rysowania Postaci Ludzkiej Machowe i Test Rysowania Domu, Drzewa i Człowieka Bucka, Test Schondiego. Popularność technik projekcyjnych została reaktywowana również po II wojnie światowej, gdzie wzrosło zapotrzebowanie na diagnozę i ocenę funkcjonowania weteranów powracających z frontu z poważnymi zaburzeniami psychicznymi³⁸.

³⁴ S. Nowak, *Metodologia badań socjologicznych*, Warszawa 1970; [za:] T. Pilch, T. Bauman, *Zasady...*, wyd. cyt., s. 102.

³⁵ S. O. Liliensfeld, J. M. Wood, H. N. Garb, *Status...*, wyd. cyt., s. 16.

³⁶ T. Pilch, T. Bauman, *Zasady...*, wyd. cyt., s. 102.

³⁷ J. Sztumski, *Wstęp...*, wyd. cyt., s. 91.

³⁸ S. O. Liliensfeld, J. M. Wood, H. N. Garb, *Status...*, wyd. cyt., s. 14.

Sukcesy w dziedzinie psychologii zainspirowały także socjologów do stosowania metod projekcyjnych. Ich główne wykorzystanie wówczas dotyczyło ustalenia wpływu stereotypów na opinie i postawy ludzi w stosunku do przedstawicieli innych ras, grup etnicznych, kategorii społecznych. Przykładowo okazywano badanym kilka zdjęć osób nieznanymi szerszemu ogółowi i proszono o wskazanie kto, spośród owych osób wygląda na kapitalistę, działacza robotniczego, pacyfistę, uczonego itd. Dzięki tym badaniom dostrzeżono, jak duży jest wpływ stereotypów i przesądów na wyobrażenia ludzi o poszczególnych kategoriach zawodowych³⁹.

Powstało wiele klasyfikacji technik projekcyjnych, ale najprecyzyjniej ustrukturyzowane podziały zostały tworzone w obrębie psychologii klinicznej. W naukach społecznych jednak, większe uzasadnienie znajduje najprostszy i zarazem uniwersalny podział metod i technik projekcyjnych na trzy grupy:

- metoda obrazkowa;
- metoda skojarzeń słownych;
- metoda analizy wytworów działania⁴⁰.

Metoda obrazkowa polega na opisywaniu treści obrazków, konsekwencji przedstawionych scen albo przyczyn, które mogły doprowadzić do określonej sytuacji. Metoda skojarzeń słownych, zwana niekiedy metodą werbalną polega na kojarzeniu słów, kończeniu zdania lub odpowiedzi na specjalne pytania. Metoda analizy wytworów działania dotyczy wyciągania wniosków na podstawie „przedmiotów” wytworzonych przez badanych, np. rysunków, budowli z klocków (jak w przypadku dzieci), a także wypracowań, wierszy, czy też analizy pisma.

Nie ulega wątpliwości, że stosowanie technik projekcyjnych jest w głównej mierze metodą, która najbardziej sprawdza się w pedagogice, psychologii lub socjologii. Nie dotyczy to tylko zagadnień, które można zbadać przy jej użyciu, ale także specjalnych umiejętności i wiedzy badaczy dotyczącej znaczenia poszczególnych wykorzystywanych symboli. Techniki projekcyjne, co było zaakcentowane wcześniej, mogą zostać wykorzystywane w czasie zogniskowanych wywiadów grupowych, ale także mogą być używane indywidualnie. Obecnie najczęściej jest ona wykorzystywana do pracy z małymi dziećmi, gdyż są one najbardziej podatne na działanie mechanizmu skojarzeń. Jej popularność wzrasta, wraz z rozwojem i zmianą postrzegania psychologii w społeczeństwie. Na jej wynikach coraz częściej bazują w swoim orzecznictwie różne instytucje społeczne, tj. sądy czy domy opieki społecznej. Również na szeroką skalę wykorzystywane są w przedszkolach i szkołach, gdzie polegają na analizowaniu ob-

³⁹ J. Sztumski, *Wstęp...*, wyd. cyt., s. 91-92.

⁴⁰ K. Żegnałek, *Metody i techniki stosowane w badaniach pedagogicznych*, Wydawnictwo Comandor, Warszawa 2008; [za:] B. Szulc, Z. Mazurek, *Podstawy tożsamości metodologicznej nauk wojskowych*, AON, Warszawa 2001, s. 117.

razków, przedmiotów, wypracowań dzieci do określenia ich cech osobowości, nastroju, kondycji psychicznej, inteligencji, itp.

Przedstawione powyżej metody badawcze wchodzą w zakres metod empirycznych pozwalających uzyskać dane o charakterze jakościowym. Z uwagi na wielopłaszczyznowość trudno jest je umieścić w stworzonych do tej pory typologizacjach metod empirycznych. Zogniskowany wywiad grupowy bywa niekiedy zaliczany do metod wywiadu, traktowany jako odmiana wywiadu grupowego. Jednakże należy zwrócić uwagę, że o ile spełnia on kryterium „liczbowe”, jest czymś więcej niż zadawaniem tych samych pytań po kolei kilku osobom. Utożsamianie go z dyskusją grupową, jest także niezasadne, z uwagi na fakt, że dyskusja może przybierać formę nie tylko eksploracyjną, lecz także mediacyjną. Techniki projekcyjne z kolei, o ile mają swoją mocną pozycję na gruncie psychologii klinicznej, o tyle w naukach społecznych zostają pomijane podczas typologizacji, co być może jest zasadne z uwagi na ich małą popularność pozapsychologiczną.

Bez wątpienia oba sposoby zbierania materiału badawczego są przydatne w sytuacjach, kiedy większe znaczenie dla badacza ma różnorodność niż ilość występowania danego zjawiska. O ile ich wartość metodologiczna nie przekonuje do wyciągania uogólnień na ich podstawie, o tyle trudno zakwestionować ich przydatność na etapie konceptualizacji badań. Z uwagi na fakt, że badacz nie jest w stanie przewidzieć, dotrzeć, czy też zidentyfikować wszystkich aspektów zagadnienia, jakie go interesuje, zastosowanie omawianych technik, zwłaszcza zogniskowanego wywiadu grupowego, może być dla niego pomocne przy formułowaniu problematyki, czy przede wszystkim narzędzia badawczego, najistotniejszego w realizowanym przez niego przedsięwzięciu badawczym.

Bibliografia

1. Babbie E., *Badania Społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
2. Barbour R. S., Kitzinger J., *Developing focus group research. Politics, theory and practice*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 2001.
3. Fern E. F., *Advanced focus group research*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 2001.
4. Greenbaum T., *The handbook for focus group research*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 1998.
5. Krueger R. A., Casey M. A., *Focus groups. A practical guide for applied research*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 2000.

6. Krzychała S. (red.), *Społeczne przestrzenia doświadczenia. Metoda interpretacji dokumentarnej*, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP we Wrocławiu, Wrocław 2004.
7. Liamputtong P., *Focus group methodology. Principles and practice*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 2011.
8. Lilienfold S. O., Wood J. M., Garb H. N., *Status naukowy technik projekcyjnych*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2002.
9. Lisek-Michalska J., Daniłowicz P., *Zogniskowany wywiad grupowy: studia nad metodą*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2007.
10. Litosseliti L., *Using focus groups in research*, MPG Books Ltd., Bodmin, Cornwall 2005.
11. Łobocki M., *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2003.
12. Pilch T., Bauman T., *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe*, Wydawnictwo Akademickie ŻAK, Warszawa 2001.
13. *Słownik wyrazów obcych PWN*, wyd. PWN, Warszawa 2002.
14. Stewart D. W., Shamdasani P. M., Rook D. W., *Focus groups. Theory and practice*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 2007.
15. Sztumski J., *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, „Śląsk” Sp. z o. o. Wydawnictwo Naukowe, Katowice 2005.
16. Szulc B., Mazurek Z., *Podstawy tożsamości metodologicznej nauk wojskowych*, AON, Warszawa 2001.
17. *The focus group guidebook*, Sage Publication Inc., Thousand Oaks, California 1998.

FOCUS GROUP INTERVIEW AND PROJECTION TECHNIQUES AS EXAMPLES OF QUALITATIVE EMPIRICAL RESEARCH METHODS IN SOCIAL SCIENCES

Abstract: Qualitative research has recently undergone a period of unprecedented development and diversification, becoming a rightful and serious research approach in various fields and disciplines of science, in social sciences including. One of the qualitative research methods is the focus group interview. As a research method, it leads to obtain a multi-aspect explanations of topics under research whereas the characteristic for this method flexibility and ability to use it in various context places in a prominent place in the methodology of the research on security and defence.

Another method are projection techniques which is based on personality study and presenting the interviewee a stimulus situation. As a result, the researcher receives data regarding the response and emotional attitudes. Both of these mentioned above methods of conducting research are used especially in situations when the diversity is more important for the researcher than the number of the problem or phenomenon occurrence.