

BADANIA SPOŁECZNE

1. Cele badań społecznych

Rzeczywistość, która nas otacza jest z jednej strony kształtowana przez czysto **fizyczne zjawiska** występujące w przyrodzie – jak deszcz, susza, huragan, ale w dużym stopniu wpływają na nią **zjawiska społeczne**, na które wpływ mają postawy i decyzje członków danej grupy społecznej. Przykładem takiego elementu rzeczywistości, który wydaje nam się niezależny od jednostek, a jednak silnie jest przez nie inspirowany, są korki na drodze. Najczęściej wiążemy je z pogodą, pracami drogowców czy określoną porą w ciągu dnia. Zwróćmy jednak uwagę, że to kierowcy decydują, jaką trasą będą jechać, o której wsiądą do samochodu i na ile uważnie będą obserwować sytuację na drodze. Te wszystkie czynniki mają równie silny wpływ na intensywność korków, jak zjawiska fizyczne. Urzędnik odpowiedzialnym za komunikację miejską lub monitorującym krajowe drogi poza dokładną analizą czynników atmosferycznych, przy podejmowaniu decyzji związanych z regulowaniem ruchu drogowego musi wziąć także pod uwagę preferencje i zachowania mieszkańców. W tym celu powinien skorzystać z wiedzy uzyskanej na podstawie badań społecznych.

Badania społeczne umożliwiają nam zatem lepsze zrozumienie rzeczywistości społecznej, w której żyjemy. Pomagają ją opisywać, a następnie zmieniać, wykorzystując wyniki uzyskane w badaniu.

Niekiedy badania społeczne wychodzą poza opis rzeczywistości i służą przewidywaniu przyszłych trendów na podstawie postaw jednostek i stanu świadomości społeczeństwa. Ten specyficzny typ badań społecznych wykorzystują często politycy zlecając przed wyborami badania sondażowe, za pomocą których sprawdza się poziom poparcia dla określonych partii politycznych. Posiadając wiedzę na temat preferencji partyjnych, a także tego co je kształtuje są w stanie tak pokierować swoim medialnym wizerunkiem, aby zyskać więcej głosów wyborach. Często tego typu badania zlecane są przez media przy okazji istotnych wydarzeń politycznych i społecznych. Dziennikarze sprawdzają wtedy, na ile określone zdarzenie wpłynęło na odbiór danej partii lub konkretnego polityka.

Badanie społeczne w formie badań opinii publicznej umożliwiają nam diagnozę nastrojów i preferencji członków społeczeństwa. Dzięki tej wiedzy osoby odpowiedzialne za decyzje dotyczące życia publicznego mogą je podjąć również biorąc pod uwagę opinię większości społeczeństwa.

2. Metody i techniki badań społecznych

Wiemy już, w jakim celu przeprowadza się badania społeczne. Załóżmy, że jako urzędnik w Wydziale Komunikacji w Urzędzie Miasta Poznania chciał(a)byś poprawić sytuację komunikacyjną w mieście w godzinach porannych 8.00-9.00. Najpierw wykorzystał(a)byś wiedzę zebraną dotychczas przez Twoich poprzedników na temat częstotliwości korzystania z konkretnych węzłów komunikacyjnych o określonych porach dnia. Za pomocą danych statystycznych określających liczbę samochodów przejeżdżających w konkretnym punkcie można się dowiedzieć, jakie jest natężenie ruchu drogowego w określonym miejscu. Przydatne do stwierdzenia, które ulice są wyjątkowo zakorkowane, będą także Twoje osobiste odczucia jako kierowcy jadącego codziennie do pracy oraz obserwacje Twoich kolegów i koleżanek przyjeżdżających z innych stron miasta.

Po zebraniu danych dotyczących aktualnego stanu natężenia ruchu w Poznaniu, chciał(a)byś zapewne poznać przyczynę takiego stanu rzeczy. Przydatne do tego będzie pytanie kierowców stojących w korkach o różne kwestie związane z ich wyborem samochodu jako środka lokomocji. Można byłoby również spytać o możliwe udogodnienia, które sprawiłyby, że osoby zrezygnowałyby z samochodu na rzecz komunikacji miejskiej. Na stronach internetowych urzędu miasta mogłaby pojawić się ankieta, w której zebrane propozycje udogodnień byłyby oceniane przez wszystkich mieszkańców jako najbardziej przydatne.

Dodatkowo warto byłoby przeprowadzić dyskusję z kierowcami autobusów i tramwajów, którzy najlepiej są w stanie ocenić poziom natężenia ruchu w określonych porach, gdyż mają możliwość porównania sytuacji na ulicach w różnych momentach dnia. Zebrani razem w jednym miejscu przedstawiliby wspólnie obraz tego, jak wygląda sytuacja na poznańskich ulicach. Pozyskana w ten sposób wiedza pozwoliłaby na stworzenie najbardziej efektywnych rozwiązań dla mieszkańców Poznania.

Przeprowadzając taką analizę jako urzędnik wykorzystał(a)byś zarówno metody badań ilościowych, jak i jakościowych. **Badania ilościowe** są realizowane na dużej **próbie** (grupie osób reprezentujących daną zbiorowość), a ich wyniki mogą być generalizowane na całą **populację** (wszystkie osoby należące do badanej zbiorowości). W przypadku **badania jakościowych** badana jest tylko wąska grupa, jednak poświęca się jej więcej uwagi i uzyskuje bardziej pogłębioną wiedzę na temat badanych osób.

W zaproponowanym przez urzędnika procesie badawczym wykorzystalibyśmy następujące techniki badawcze:

- **Desk research** - analiza źródeł wtórnych, zebranie dotychczasowych wyników badań, danych statystycznych, literatury na temat wybranego problemu badawczego
- **Obserwacja uczestnicząca** – udział badacza w życiu analizowanej społeczności i obserwowanie jej od wewnątrz. Jeśli społeczność wie, że uczestnik grupy prowadzi badania nazywamy ten typ obserwacji **obserwacją uczestniczącą jawną**, jeśli badacz ukrywa ten fakt mamy do czynienia z **obserwacją uczestniczącą ukrytą**.
- **Wywiad swobodny** – rozmowa z **respondentem** czyli osobą badaną na temat problemu badawczego. Osoba przeprowadzająca wywiad posiada przygotowaną wcześniej **dyspozycję do wywiadu** czyli listę zagadnień, które podczas rozmowy powinna poruszyć, jednak nie musi zadawać określonych pytań, ani trzymać się określonej kolejności.
- **Wywiad kwestionariuszowy** – rozmowa z **respondentem**, która jest **zestandaryzowana**. Oznacza to, że prowadzący wywiad musi zadać pytania używając tych samych słów, które zawarte są w **kwestionariuszu**, a także powinien zachować kolejność pytań.
- **Ankieta (sondaż)** – najbardziej anonimowa forma badań społecznych. Respondenci zaznaczają na kwestionariuszu odpowiedzi na pytania, a następnie przekazują ją ankieterowi. Można wyróżnić różne rodzaje ankiety w zależności od formy jej przeprowadzenia:
 - **Pocztowa** – wysyłana pocztą
 - **Internetowa** - zamieszczona w Internecie

- **Telefoniczna** - przeprowadzana przez telefon (w tym wypadku to ankieter zaznacza wybrane przez respondenta odpowiedzi)
- **Wywiad grupowy (fokus)** – analiza wypowiedzi uczestników w toczącej się dyskusji moderowanej przez moderatora i rejestrowanej na nośnikach audiowizualnych.

Zadanie: Spróbuj dopasować wymienione wyżej techniki do określonych faz badania, które przeprowadził(a)byś jako urzędnik, a następnie określ czy były to badania ilościowe, czy jakościowe.

3. Na ile możemy wierzyć badaniom społecznym?

Badaniom społecznym możemy wierzyć, o ile były one dobrze przygotowane i przeprowadzone. Oznacza to, że:

- dobór **metody i techniki badawczej** był adekwatny do badanego problemu;
- **respondenci** biorący udział w badaniu byli odpowiednio wybrani;
- **narzędzie badawcze** (np. ankieta, kwestionariusz, dyspozycja) profesjonalnie przygotowane;
- **osoby przeprowadzające badanie** były doświadczone i przeszkolone w zakresie stosowania określonych technik badawczych;
- **badacz interpretujący** informacje uzyskane dzięki badaniu jest odpowiednio przygotowany i ma dużą wiedzę na temat analizowanych zagadnień.

Nawet jeśli wszystkie wyżej wymienione warunki zostaną spełnione, nadal nie możemy mieć całkowitej pewności, co do prawdziwości danych uzyskanych dzięki badaniu. Socjologowie zajmujący się socjologią nauki wskazują jak wiele czynników pozamerytorycznych może wpływać na określoną interpretację zdarzeń fizycznych czy chemicznych, które wydają nam się całkowicie zestandaryzowane i obiektywnie weryfikowalne. W przypadku nauk społecznych uzyskane rezultaty badania są jeszcze bardziej narażone na wpływ różnorodnych czynników osobowościowych, które ingerują w proces badawczy.

Z tego względu należy traktować wyniki badań społecznych jako odrębny fakt społeczny, który również można badać. Na pewno nie raz zetknąłeś/zetknęłaś się przed wyborami z terminem „**manipulowanie sondażami**”. Polega on na takim zadawaniu pytań lub takim prezentowaniu wyników badań w mediach, aby uzyskać określony efekt, korzystny dla danego środowiska czy opcji politycznej. Załóżmy, że pewna gazeta prowadzi kampanie na rzecz legalizacji aborcji. Zamawia w ośrodku badania opinii ankietę telefoniczną wśród kobiet wieku 25-35 lat z miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców, w której zadaje pytanie „Czy gdyby była Pani w 3 tygodniu ciąży i okazało się, że zagraża ona Pani na tyle, że po porodzie mogłaby Pani stracić wzrok, zdecydowałaby się Pani na aborcję?”. Wyniki są następujące: 15 % - nie wie jak by się zachowało; 25 % zdecydowanie nie dokonałoby aborcji; 10 %- raczej nie dokonałoby aborcji; 35 % - raczej dokonałoby aborcji; 15 % - zdecydowanie dokonałoby aborcji. Teza artykułu w gazecie brzmi: „50 % kobiet w Polsce popiera aborcję.”

Gazeta wprowadza opinię publiczną w błąd manipulując sondażem. W jaki sposób?

1. Tendencyjnie dobiera próbę.
2. Bez uzasadnienia generalizuje wyniki na całą populację kobiet.

3. Konstruuje pytanie tak, aby otrzymać pożądaną odpowiedź.
4. Nie podaje, ile osób wybrało odpowiedź „nie wiem”.
5. Przemilcza fakt, że ¼ z tendencyjnie dobranej populacji zdecydowanie nie dokonałaby zabiegu.
6. Zrównuje fakt dokonania lub nie aborcji, z poparciem dla tego zjawiska.

Jak widać możliwości manipulowania sondażami opinii publicznej jest wiele. Dlatego zanim będziemy się na nie powoływać, należy sprawdzić kto badanie przeprowadzał, na czyje zlecenie, jakie pytanie zostało zadane w kwestionariuszu, jaki był skład próby oraz jak wyglądał rozkład uzyskanych odpowiedzi. Dzięki temu będziemy mogli lepiej ocenić, czy możemy dany sondażowi odzwierciedla rzeczywistość społeczną. Nie łudźmy się jednak, że pełne jej opisanie będzie kiedykolwiek możliwe. Badania społeczne zbliżają nas jedynie do tego celu.

Oto strony polecane osobom chcącym pogłębić temat badań społecznych, w tym badań opinii publicznych i chcących poznać odpowiedzi na pytania:

- jak wyglądają raporty z badań opinii publicznej?
http://www.cbos.pl/PL/publikacje/raporty_2011.php
- jakie zasady etyczne obowiązują badacza społecznego? (strona w języku angielskim)
[http://www.aapor.org/Fifty Books That Have Shaped Public Opinion Research1.htm](http://www.aapor.org/Fifty_Books_That_Have_Shaped_Public_Opinion_Research1.htm)
- dlaczego warto prowadzić badania jakościowe?
Artykuł prof. Krzysztofa Koneckiego „W stronę socjologii jakościowej: badanie kultur, subkultur i światów społecznych”
http://qsr.webd.pl/KKonecki/publikacje/W_strone_socjologii_jakosciowej.pdf
- jak przeprowadzić wywiad jakościowy?
http://www.mojasocjologia.pl/articles.php?article_id=144
- jakie są etapy tworzenia projektu badawczego?
http://www.mojasocjologia.pl/articles.php?article_id=12
- do czego służy hipoteza badawcza i jak ją stworzyć?
http://www.mojasocjologia.pl/articles.php?article_id=26
- jak dobrać próbę?
http://www.mojasocjologia.pl/articles.php?article_id=10
- jak samemu przygotować dobry kwestionariusz?
http://www.mojasocjologia.pl/articles.php?article_id=291

Jeśli uważnie przeczytałeś powyższe artykuły i masz ochotę sprawdzić swoją wiedzę oraz zobaczyć jak wygląda badanie ankietowe w praktyce, spróbuj stworzyć własną ankietę internetową dzięki stronie: <http://ebadania.pl/>

- jak przygotować samemu ankietę internetową?
<http://ebadania.pl/>