

Metody badań społecznych dla prawników

dr Michał Bujalski

ISNS UW

Badania ilościowe i jakościowe

Badania ilościowe

- Nacisk na **wyjaśnienie, obiektywność**, standaryzację, pomiar.
- Duże próby badawcze, **losowy** dobór próby.
- Analiza statystyczna, wnioskowanie na podstawie danych ilościowych - **liczb**.
- **Testowanie** teorii, hipotez badawczych.
- Wyniki mogą być **uogólniane** na populację.
- **Oddzielenie** badacza od procesu badawczego.

Badania jakościowe

- Nacisk na **zrozumienie, interpretację**, pogłębioną analizę.
- Małe, **celowo** dobierane próby.
- Analiza tekstów, obserwacji, wywiadów indywidualnych lub grupowych, wnioskowanie na podstawie **znaczeń**.
- Budowanie teorii, **eksploracja** nowych zagadnień.
- Wyniki trudne do uogólnienia, zazwyczaj ograniczone do badanego **kontekstu**.
- Badacz znajduje się w środku procesu badawczego.

Czym są badania jakościowe?

- ✓ Badania jakościowe to sposób **poznawania rzeczywistości społecznej "od środka"** – z perspektywy ludzi, których badamy
- ✓ Chodzi o **znaczenia, interpretacje, procesy i konteksty!**

Pięć kluczowych cech badań jakościowych

- **Analiza znaczeń i interpretacji**

- Chcemy zrozumieć, **jak ludzie nadają sens** swoim doświadczeniom oraz rzeczywistości
- Rzeczywistość, którą badamy, została już raz zinterpretowana przez uczestników – my dodajemy kolejną warstwę interpretacji

- **Proces, nie tylko efekt**

- Badania jakościowe pokazują **JAK** coś się dzieje, a nie tylko **CO** się dzieje

- **Kluczowa rola kontekstu**

- Zjawiska społeczne są **zakorzenione** w konkretnym **czasie, miejscu i sytuacji społecznej** - nie da się ich zrozumieć w oderwaniu od tła

- **Podejście indukcyjne**

- **Od danych do teorii**, nie odwrotnie
- Nie zaczynamy od hipotez, które zamierzamy udowodnić

- **Koncepcje i pojęcia uwrażliwiające**

- Używamy pojęć, które **sugerują kierunek**, ale nie narzucają sztywnych ram

Metody zbierania danych: reprezentatywność vs. nasycenie teoretyczne

- **Badania ilościowe:**

- Cel: **reprezentatywność statystyczna**
- Metoda: losowy dobór próby
- Wielkość: duża (setki, tysiące przypadków)

- **Badania jakościowe:**

- Cel: **bogactwo i głębia danych**, zrozumienie **znaczeń i procesów**
- Metoda: celowy dobór próby
- Wielkość: mała (często 10-50 wywiadów, czasem mniej)

W badaniach jakościowych
nie dążymy do uogólnień, lecz do:

- Głębokiego zrozumienia procesów
- Uchwycenia różnorodności doświadczeń
- Budowania teorii wyjaśniającej zjawisko

Metody zbierania danych: wywiady

- **Wywiady indywidualne ustrukturyzowane:**

- Standardowe pytania, ta sama kolejność dla wszystkich
- Możliwość porównywania odpowiedzi

"Czy zgłosiłeś/aś przestępstwo na policję?" (TAK/NIE)

- **Wywiady indywidualne semi-strukturyzowane**

- Przygotowane dyspozycje z pytaniami
- Elastyczność w kolejności zadawania pytań i pogłębianiu tematów

"Opowiedz, jak wyglądał kontakt z policją po przestępstwie"

- **Wywiady indywidualne nieustrukturyzowane/swobodne:**

- Ogólny temat, swobodna rozmowa
- Głębokie zrozumienie perspektywy rozmówcy

"Opowiedz o swoich doświadczeniach..."

- **Wywiady grupowe (fokusowe)**

- 6-10 osób dyskutujących w obecności moderatora
- Dynamika grupowa generuje nowe informacje i wglądy

Metody zbierania danych: obserwacja i analiza dokumentów

- **Obserwacja**

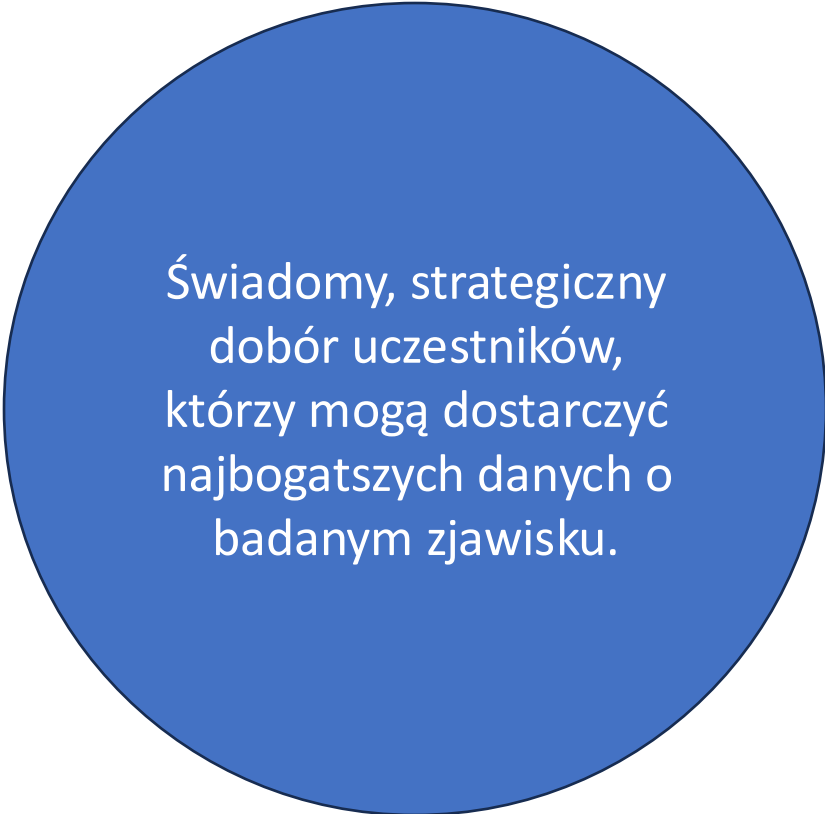
- Badacz staje się częścią badanej grupy
- Stopnie zaangażowania:
 - **Pełne uczestnictwo**: badacz X jest częścią grupy
 - **Uczestnik jako obserwator**: grupa wie, że X jest badaczem
 - **Obserwator jako uczestnik**: grupa nie wie że X jest badaczem; przeważa obserwacja
 - **Pełna obserwacja**: Brak interakcji badacza X z badanymi (np. nagrania video)

- **Analiza dokumentów**

- Analiza istniejących materiałów:
 - Akta sądowe, protokoły rozpraw, wyroku
 - Artykuły prasowe, materiały publikowane w mediach społecznościowych
 - Pamiętniki, listy
 - Budżety, statystyki, inne dane zastane
 - Inne...

Strategie doboru próby: dobór celowy

- **Dobór jednorodny**
 - Wybór podobnych uczestników
 - Pogłębione zrozumienie specyficznej grupy
- **Dobór maksymalnej różnicy**
 - Celowe poszukiwanie jak największych różnic
 - Uchwycenie różnorodności doświadczeń i znalezienie wspólnych wzorów mimo różnic
- **Dobór przypadków typowych**
 - Wybór „zwykłych”, „przeciętnych”, „reprezentatywnych” przypadków
 - Zrozumienie "normalnej" sytuacji
- **Dobór przypadków nietypowych**
 - Wybór wyjątkowych, nietypowych przypadków
 - Zrozumienie granic zjawiska, testowanie teorii
- **Dobór przypadków krytycznych**
 - Wybór kluczowych przypadków, które mogą "zrobić lub zburzyć" teorię
 - Zasada: jeśli tu, to wszędzie...
- **Dobór dogodny/uznaniowy**
 - Wybór łatwo dostępnych uczestników
 - Najmniej systematyczny, ale czasem jedyny możliwy



Świadomy, strategiczny
dobór uczestników,
którzy mogą dostarczyć
najbogatszych danych o
badanym zjawisku.

Strategie doboru próby: metoda kuli śnieżnej

✓ Uczestnicy rekrutują kolejnych uczestników ze swojej sieci.

- **Jak działa:**

1. Znajduję pierwszego uczestnika
2. Po wywiadzie pytam: "Czy znasz inne osoby, które mogłyby ze mną porozmawiać na ten temat?"
3. Te osoby polecają kolejne osoby do wywiadu
4. Próba rośnie jak „śnieżna kula”

- **Kiedy stosować:**

- Badanie **trudno dostępnych, populacji ukrytych**
- Grupy, które nie ufają "obcym"

Zalety:

- Dostęp do grup, do których inaczej nie dotrzemy
- Zaufanie przez rekomendację uczestników

Wady:

- Ryzyko "bańki" – wszyscy uczestnicy będą podobni
- Trudno kontrolować różnorodność próby
- Zależność od dobrych chęci do polecania kolejnych badanych...

Strategie doboru próby: dobór teoretyczny

- Dobór następnych uczestników/danych kierowany przez **wyłaniającą się teorię**, a nie z góry ustalony plan.
- **Kluczowa różnica od doboru celowego:**
 - ✓ Dobór celowy: decyzje **przed** zbieraniem danych
 - ✓ Dobór teoretyczny: decyzje **podczas** zbierania/analizy danych (szukamy kontrastów, nie podobieństw)

FAZA 1: START

Pyt. Jak prawnicy doświadczają wypalenia zawodowego?
Pierwsze wywiady:
5 prawników z różnych branż
Analiza...

FAZA 2: WYŁANIAJĄ SIĘ KATEGORIE

Kodowanie pierwszych wywiadów
Kategoria: *Konflikt m. wartościami a praktyką*
Decyzja: zbadam prawników non-profit

FAZA 3: PORÓWNYWANIE TEORETYCZNE

Kolejne wywiady:
prawnicy non-profit
Odkrycie: Oni też mówią o konflikcie wartości, ale inaczej
Decyzja: muszę zrozumieć różne typy konflikty wartości

FAZA 4: NASYCENIE

Nowe wywiady nie wnoszą nowych właściwości kategorii ani informacji
Decyzja: kończę zbieranie danych w tym obszarze

Wielkość próby – ile wywiadów wystarczy?

✓ "To zależy..."

1. Od celu badania:

- Eksploracja nowego zjawiska: potrzebujemy **więcej** (20-50+)
- Pogłębienie istniejącej wiedzy: można **mniej** (10-20)

2. Od jednorodności/różnorodności grupy:

- Jednorodna grupa: **mniej** wywiadów (podobne doświadczenia szybciej się powtarzają)
- Różnorodna grupa: **więcej** wywiadów (każdy wnosi inne/nowe perspektywy)

3. Od bogactwa danych:

- Krótkie wywiady (30 min): potrzebujemy **więcej**
- Długie, głębokie wywiady (2-3h): można **mniej**

4. Od metody/paradygmatu, np.:

- Fenomenologia: ca. 5-25 wywiadów
- Teoria ugruntowana: ca. 20-60 wywiadów (do nasycenia)
- Studium przypadku: 1-5 przypadków, każdy dogłębnie

Koniec zbierania danych, gdy:

- Nowe dane nie wnoszą **nowych właściwości**
- Relacje między kategoriami są jasne
- Można przewidzieć, co usłyszymy w następnym wywiadzie

UWAGA: Nasycenie ≠ Powtórzenie!

✗ "Trzech respondentów powiedziało to samo, więc wystarczy..."

✓ Badamy różne konteksty (np. wiek, staż, region); sprawdzamy, czy teoria działa wszędzie

Kodowanie materiału badawczego

- ✓ **Kodowanie** to proces **systematycznego nadawania kodów (etykiet)** fragmentom danych, aby zidentyfikować wzory, kategorie i relacje.

Teoria Ugruntowana (Glaser & Strauss)

1. Kodowanie otwarte
2. Kodowanie osiowe/horyzontalne
3. Kodowanie selektywne teoretyczne

Podejście analityczne (Miles & Huberman)

1. Kodowanie otwarte
2. Kodowanie analityczne/agregujące
3. Identyfikacja wymiarów/ tematów

Kodowanie materiału badawczego: co właściwie mogę kodować? (Gibbs 2011)



Kodowanie materiału badawczego: teoria ugruntowana Glasera & Straussa

Kodowanie otwarte

Proces rozbijania danych na **najmniejsze znaczące** jednostki i nadawania im wstępnych etykiet, bez założeń teoretycznych.

- **Kodowanie wiersz po wierszu** - nadajemy kod kolejnym wierszom/zdaniom
 - KOD: ROZCZAROWANIE RZECZYWISTOŚCIĄ
 - KOD: NADGODZINY / MONOTONIA PRACY
 - KOD: PRESJA CZASU
 - KOD: UTRATA MOTYWACJI
- **Kodowanie analityczne** - nie tylko opisujemy, ale zaczynamy interpretować
 - KOD: EROZJA ZAWODOWEGO IDEALIZMU
 - KOD: TRANSFORMACJA TOŻSAMOŚCI ZAWODOWEJ

Kodowanie osiowe/horyzontalne

Proces **łączenia kodów** z kodowania otwartego w **kategorie wyższego rzędu** i identyfikowania **relacji** między nimi.

- Zjawisko
- Przyczyny
- Okoliczności/Kontekst
- Uwarunkowania zmiany
- Strategie działania
- Konsekwencje
- KOD: ROZCZAROWANIE PRAKTYKĄ
- KOD: PRESJA ORGANIZACYJNA
- KOD: TRANSFORMACJA TOŻSAMOŚCI
- KATEGORIA GŁÓWNA: EROZJA IDEALIZMU

Kodowanie selektywne/teoretyczne

Proces **identyfikacji KATEGORII CENTRALNEJ**, wokół której organizujemy wszystkie inne kategorie, tworząc **spójną teorię**.

- **Jest centralna** - pojawia się w większości przypadków
- **Łączy kategorie** - inne kategorie się do niej odnoszą
- **Ma moc wyjaśniającą** zmienność danych
- **Mamy** wystarczająco danych do pełnego opisu
- **Jest konceptualna** - abstrakcyjna (nie tylko opisowa)
- KATEGORIA: "EROZJA IDEALIZMU" pojawia się u wszystkich; wszystkie inne kategorie albo prowadzą do niej, albo są jej konsekwencją; ma moc wyjaśniającą - można zintegrować wokół niej inne kategorie

Kodowanie materiału badawczego: podejście analityczne Milesa & Hubermana

KODOWANIE OTWARTE

- Kody opisowe/List startowa (możemy mieć listę startową kodów):
 - Motywacja: powody wyboru zawodu
 - Zadania: rodzaje wykonywanych zadań
 - Relacje: z kolegami, przełożonymi
 - Presja: źródła presji zawodowej
 - Strategie: sposoby radzenia sobie
- ✓ Wyodrębniamy kluczowe tematy, kategorie i wzory.
- ✓ Eliminujemy zbędne informacje

KODOWANIE ANALITYCZNE

(agregacja do kategorii/segmentów)

Kody pierwszego rzędu (nowe)

- Długie godziny pracy
- Brak zainteresowania samopoczuciem pracowników
- Presja wydajności
- Monotonia

Kody drugiego rzędu

Kategorie: kultura korporacyjna;

Banalizacja zawodu

Priorytet: klient>pracownik

- ✓ Skupiamy się na dostrzeganiu powiązań
- ✓ Tworzymy matryce kodów, diagramy, tabele

WYMIARY/TEMATY AGREGUJĄCE

Kultura korporacyjna zorientowana na zysk kosztem pracownika

- ✓ identyfikujemy wzory, zbieżności i różnice w danych oraz interpretujemy ich znaczenie w kontekście pytań badawczych i związków z teorią.

Podstawowe różnice między podejściami

Teoria ugruntowana Glasera i Straussa

- Indukcyjne; kategorie wyłaniają się z danych
- Tworzenie nowej teorii lub założeń
- Elastyczna, bez sztywnego planu analizy
- Kodowanie otwarte, osiowe, selektywne
- Stałe porównania, koncepcja nasycenia teoretycznego
- Próbkowanie teoretyczne, elastyczne

Podejście Milesa & Hubermana

- Dedukcyjne/Dedukcyjno-Indukcyjne; kategorie mogą być ustalone wcześniej
- Weryfikacja lub rozwój już istniejących teorii lub założeń
- Bardziej strukturalna i systematyczna
- Redukcja danych
- Matryce, diagramy, wnioskowanie
- Próbkowanie zazwyczaj określone i zaplanowane

Typowe błędy

- Kodowanie = streszczanie
- Kody to tematy z wywiadu (chyba, że podążamy drogą analizy tematycznej...)
- Za mało kodów (niedokodowanie)
- Za dużo kodów (nadkodowanie)
- Kodowanie bez notatek (np. o kodach, o relacjach między nimi)
- Brak porównań, unikanie kodowania iteracyjnego (nowe vs stare; kolejne cykle kodowania)

DZIEKUJĘ ZA UWAGĘ!