

Henryk Domański  
Zbigniew Sawiński  
Franciszek Sztabiński  
Paweł B. Sztabiński\*

## BADANIA SPOŁECZNE W LATACH DZIEWIĘCDZIESIĄTYCH. KONTYNUACJE I ZMIANY

*Jest to przegląd nowych tendencji zarysowujących się w badaniach społecznych w Polsce i zagadnień stale obecnych w praktyce badawczej, a zachowujących swoją wagę – tych, które uznajemy za podstawowe. Omówimy kolejno: ekspansywny rozwój badań opinii publicznej i badań marketingowych, wzrastające zaangażowanie polskich socjologów w międzykrajowe projekty badawcze, potrzebę kodyfikacji zasad regulujących poczynania badaczy, problemy archiwizacji, a także nowe techniki zbierania danych i ich opracowywania na bazie oprogramowania komputerowego.*

Zadaniem tekstu otwierającego pierwszy numer pisma jest zazwyczaj poinformowanie Czytelnika o tym, czego może on od niego oczekiwać. Mieliśmy to na uwadze postanawiając się nad sposobem prezentacji naszych spostrzeżeń na temat tendencji w badaniach społecznych występujących w Polsce w ciągu ostatnich lat. Nie jest to jednak klasyczny artykuł wstępny ani rodzaj deklaracji programowej, lecz prezentacja wybranych problemów, z którymi stykają się badacze zjawisk społecznych w Polsce. Podstawowym kryterium ich wyboru stał się stopień ich obecności w doświadczeniach szerokiego grona badaczy, jak również uwaga im poświęcana, zaangażowanie wyspecjalizowanego personelu i środków oraz widoczność na scenie publicznej. Zajęliśmy się sprawami, o których najwięcej się mówi i dyskutuje, które są najbardziej – naszym zdaniem – widoczne, a przez to stanowią *signum temporis* obecnej fazy rozwoju badań społecznych w Polsce.

Omówimy kolejno: ekspansywny rozwój badań opinii publicznej i badań marketingowych, wzrastające zaangażowanie polskich socjologów w międzykrajowe projekty badawcze, potrzebę kodyfikacji zasad regulujących poczynania badaczy, problemy archiwizacji, a także nowe techniki zbierania danych i ich opracowywania na bazie oprogramowania komputerowego. Nie będzie to szczegółowa

---

\* Uwagi do autorów lub prośby o nadbitki prosimy kierować do: Henryk Domański, Instytut Filozofii i Socjologii PAN, 00-330 Warszawa, ul. Nowy Świat 72, tel. 26 96 17, E-mail: RTFIS@PLEARN.

prezentacja, ale raczej zasygnalizowanie zagadnień, poprzedzone – tam gdzie to uznaliśmy za użyteczne – krótkim, wprowadzeniem historycznym.

W niezamierzony sposób problemy te wiążą się z badaniami typu surveyowego, a patrząc szerzej – reprezentują przede wszystkim to, co w socjologii nazywa się podejściem ilościowym. W przedsięwzięcia tego właśnie typu jesteśmy zaangażowani najbardziej i mamy w tej dziedzinie najwięcej doświadczeń. Może więc nie wszystkie poruszone tematy znalazły się tu przypadkiem, co nie oznacza rzecz jasna, że pominięte przez nas metody, nurty i sfery badań uznajemy za mniej ważne. Chodzi jednak o to, aby na początek uwydatnić sprawy przyciągające obecnie najwięcej uwagi i wyznaczające globalną perspektywę refleksji na temat warsztatu metodologicznego w badaniach społecznych. Wiąże się to z profilem tego pisma, którego tematyką ma być – w pierwszym rzędzie – odzwierciedleniem aktualnych potrzeb.

## ROZWÓJ BADAŃ OPINII PUBLICZNEJ

Wzrastająca liczba instytucji zajmujących się badaniami opinii publicznej odzwierciedla charakter przemian systemowych zachodzących w naszym kraju. Badania opinii publicznej, które w krajach zachodnich zdążyły rozwinąć się na długo przed II wojną lub też bezpośrednio po wojnie, w Polsce jeszcze do niedawna stanowiły margines tak w sensie ilościowym, jak i w zakresie ich wykorzystania przez socjologów. Ponieważ „głos ludu” jest – z definicji – składnikiem „rządów ludu”, sondaże opinii publicznej stają się trwałym elementem życia społecznego w Polsce i z pewnością będą nim w przyszłości.

Nie oznacza to jednak, że doświadczenia w tym zakresie mają równie krótki rodowód. „Odwiłz” popaździernikowa 1956 roku zaowocowała badaniami przedwyborczymi prowadzonymi przez Z. Gościńskiego (1959) oraz przez J.J. Wiatra (1959). W powołanym w roku 1958 Ośrodku Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych (OBOPISP) pracował A. Siciński, a współpracowali z OBOP-em m.in. S. Nowak, M. Pohoski, J. Szacki oraz W. Wesołowski. Były to jednak raczej próby spenetrowania przez naukowców nowych obszarów badań o profilu socjologicznym, niż systematyczne badania opinii w sensie zbliżonym do prowadzonych w innych krajach. Niemniej jednak próbom tym towarzyszyła refleksja teoretyczna i metodologiczna nad sposobem dotarcia do prawidłowości rządzących funkcjonowaniem opinii publicznej.

W latach sześćdziesiątych OBOP był jedynym ośrodkiem prowadzącym systematyczne badania opinii publicznej – nie tylko w Polsce, ale i w krajach socjalistycznych. Dotyczyły one bardzo zróżnicowanej problematyki – od sondaży typowo politycznych do ocen bieżących wydarzeń i problemów dnia codziennego. Ich wyniki publikowane były w formie zeszytów (o ograniczonym rozpowszechnianiu) oraz w wydawanych przez OBOP periodykach.

Był to okres ważny ze względu na wypracowywanie metodologicznych podstaw badania opinii społecznej. Chodzi tutaj zarówno o organizację badań, w tym również sieci ankietatorów, ich szkolenie i kontrolę, jak i o problemy dotyczące formułowania pytań, wartości odpowiedzi, społecznej sytuacji wywiadu itp. Prace te,

związane głównie z osobą S. Szostkiewicza, wynikały z potrzeb i problemów badań opinii, chociaż miały również szerszy walor, odnoszący się do masowych badań typu surveyowego.

W roku 1982 powołane zostało rządowe Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) jako drugi ogólnokrajowy ośrodek prowadzący systematyczne sondaże opinii publicznej. Informacje o nastrojach i opiniach zaczęto traktować jako instrument sprawowania władzy i kształtowania świadomości społecznej. Podobnie jak to bywa w krajach zachodnich, publikowanie wyników badań w skali masowej lub też niepodawanie ich do publicznej wiadomości oraz komentarze przedstawionych wyników zaczęły być szerzej wykorzystywane do celów politycznych. Stąd też prowadzone badania dotyczyły głównie problemów politycznych, a ich ranga wzrosła. Składnikami tych przedsięwzięć były w dalszym ciągu prace metodologiczne zorientowane przede wszystkim na specyfikę prowadzonych badań (zob. „Biuletyn CBOS” wydawany od 1985 roku).

Przełom polityczny, pluralizacja form życia publicznego oraz wprowadzenie zasad gospodarki rynkowej stworzyły w dziedzinie badań opinii nową sytuację. Nastąpił gwałtowny wzrost zapotrzebowania na informacje, których źródłem są wyniki badań sondażowych. W szczególności chodziło tutaj o wyniki sondaży dotyczących znajomości i popularności partii i osóbistości życia politycznego, oceny bieżących wydarzeń oraz przewidywań wyborczych.

Wyniki sondaży stały się towarem, toteż naturalną konsekwencją tego faktu, było powstanie wielu nowych ośrodków badania opinii o zasięgu ogólnokrajowym lub lokalnym. Oprócz istniejących wcześniej OBOP i CBOS powstały – by wymienić tylko największe ośrodki prowadzące badania ogólnopolskie – Demoskop, GFK Polonia, Pentor, SMG/KRC Poland, Sopotcka Pracownia Badań Społecznych. Konkurencja między ośrodkami oraz wymagania stawiane przez odbiorców wyników sondaży (środki masowego przekazu, centra decyzyjne itp.) zapoczątkowały wysiłki na rzecz profesjonalizacji prowadzonej działalności. Niezależnie od badań typu „plebiscyt”, np. popularności osób, instytucji i decyzji, niektóre z nich zaczęły podejmować bardziej ambitne przedsięwzięcia o charakterze zbliżonym do badań naukowych z pogranicza socjologii i politologii, statystyki społecznej, demografii itp.

Prowadzenie badań opinii publicznej nastręcza wielu problemów natury metodologicznej. Są to, z jednej strony, problemy wspólne dla wszystkich badań typu surveyowego, jak kwestie związane z doбором próby, konstrukcją narzędzi badawczych, doбором i szkoleniem ankietatorów itp. Z drugiej strony, wskazać można wiele problemów swoistych dla badań opinii, które nie występują lub też mają inny sens w badaniach typu naukowego. Niewątpliwie należy do nich zagadnienie porównywalności wyników badań. Chodzi tutaj przede wszystkim o porównywalność stosowanych pytań i kategorii ich analizy. „Wizytówką” każdego liczącego się ośrodka badania opinii jest wieloletnia obserwacja tych samych zjawisk (np. oceny najważniejszych instytucji życia politycznego, sytuacji w kraju i na świecie). Jednakże, zwłaszcza w przypadku opinii niejako z istoty podlegających zmianom, powtarzanie literalne tych samych pytań może prowadzić do błędnych wniosków. Chodzi tu zresztą nie tylko o to samo brzmienie pytania, ale również i kontekst oraz miejsce w strukturze kwestionariusza, a więc elementy, które wskutek zachodzących zmian często nabierają odmiennego znaczenia.

Funkcjonowanie ośrodka badania opinii publicznej na rynku zależy w znacznej mierze od sprawności i poziomu profesjonalnego sieci ankietarskiej. Duża liczba prowadzonych badań, konieczność szybkiej ich realizacji oraz możliwość oceny trafności wyników (np. w badaniach przedwyborczych) wymagają stabilnej i odpowiednio przygotowanej sieci. Wymaga to wypracowania, podobnie jak w analogicznych ośrodkach w krajach zachodnich, zasad rekrutacji i selekcji ankietów (w tym również testów pozwalających ocenić predyspozycje kandydatów), koncepcji sieci i jej szkolenia oraz kryteriów oceny i schematów kontroli pracy ankietów.

Kolejnym, jednym z podstawowych problemów tego typu ośrodków, jest weryfikacja trafności wyników sondaży przez wydarzenia, np. rzeczywiste wyniki wyborów. Ryzyko nie trafnych prognoz zmusza do szczególnie wnikliwej oceny zrealizowanych prób, zwłaszcza pod kątem ich wypaczeń związanych z niedostępnością pewnych kategorii respondentów. Konieczne staje się także poszukiwanie zasad korygowania wynikających stąd zniekształceń rezultatów pierwotnych.

Wymóg szybkiego dostarczania odbiorcom wyników badań opinii – zwłaszcza w przypadku ważnych wydarzeń życia politycznego – zmusza do szukania nowych rozwiązań w dziedzinie organizacji badań, stosowanych procedur i technologii badawczych. W Polsce ze względu na słabo rozwiniętą sieć telekomunikacyjną istnieją ograniczone możliwości prowadzenia na szerszą skalę sondaży telefonicznych, które w wielu krajach stanowią podstawową formę gromadzenia danych w badaniach opinii publicznej. Możliwości stwarzane przez rozwój telekomunikacji i technik komputerowych są jednak i u nas wykorzystywane w celu skrócenia czasu pomiędzy zapotrzebowaniem na pewne informacje a ich zgromadzeniem, a więc przede wszystkim w sferze organizacji badań.

W badaniach opinii publicznej stosunkowo duży udział mają bowiem elementy i procedury schematyczne, które mogą być bez szkody dla jakości wyników wielokrotnie powtarzane dokładnie w tej samej postaci. Na przykład, badana populacja jest z reguły rozumiana jako „dorosła ludność Polski”. Pozwala to z góry zaplanować strukturę próby i replikować ją w kolejnych badaniach. Podobnie, można z góry przewidzieć zakres wymaganych cech metryczkowych stosując za każdym razem ten sam zestaw pytań i narzędzi klasyfikowania uzyskanych danych. Wiadomo też, że pytania kwestionariuszowe mają na ogół charakter pytań zamkniętych – bądź to pytań rozstrzygnięcia, bądź pytań wyboru z ograniczoną do kilku liczbą dopuszczalnych odpowiedzi.

Wspomniane elementy pozwalają na taką organizację sondażu, przy której zostaje on zrealizowany w stosunkowo krótkim czasie. Znając strukturę próby, ankietery mogą nawiązać wstępny kontakt z respondentami oraz określić ich cechy metryczkowe w fazie poprzedzającej realizację badania. Właściwe pytania mogą być przekazane ankietom drogą telefoniczną (lub faxem) i w ten sam sposób ośrodek badawczy może od ankietów uzyskać zakodowane symbole uzyskanych odpowiedzi. Stosuje się do tego celu uniwersalne formularze kwestionariuszy, pozwalające na zapis i zakodowanie odpowiedzi niezależnie od konkretnej treści i formy pytania, a także oprogramowanie komputerowe pozwalające na natychmiastowe łączenie danych dotyczących odpowiedzi respondentów na poszczególne pytania z wcześniej uzyskanymi danymi (np. dotyczącymi cech metryczkowych).

Przy odpowiednim rozplanowaniu sieci ankietarskiej (terytorialne rozmieszczenie ankietów i liczba wywiadów przypadająca na danego ankietę) ogólnopolski sondaż opinii na próbie przekraczającej 1000 osób można zrealizować w przeciągu kilkunastu godzin. Jak wykazują dotychczasowe doświadczenia (m.in. CBOS, Demoskop), wyniki uzyskane tą drogą nie odbiegają od rezultatów uzyskiwanych w badaniach realizowanych w tradycyjny sposób, gdy czas od projektu badawczego do otrzymania rezultatów wynosi przynajmniej tydzień.

## ROZWÓJ BADAŃ MARKETINGOWYCH

Nie będzie wiele przesady w stwierdzeniu, że historia badań marketingowych w Polsce rozpoczęła się po 1989 roku, jako pochodna systemowych przemian w funkcjonowaniu rynku.

Podstawowym celem marketingu jest zapewnienie korzystnych relacji wymiany z jakimkolwiek podmiotem gospodarczym – jest nim zarówno firma, jak i indywidualny nabywca (zob. Kotler 1984: 14). Marketing jest więc ciągiem działań, w którym ważną rolę odgrywa proces zdobywania informacji o funkcjonowaniu rynku. Zleceniodawcą systematycznych badań i analiz rynkowych są firmy, dla których otrzymywane tą drogą dane stanowią punkt wyjścia przy podejmowaniu decyzji dotyczących efektywności określonych działań i inwestycji. Badania marketingowe w Polsce koncentrują się głównie na rynku towarów konsumpcyjnych. Zapotrzebowanie na informacje dotyczy szerokiego asortymentu towarów i usług: poczynając od rynku żyłek i szamponów, poprzez palaczy papierosów i koneserów sztuki filmowej, aż do rynku właścicieli samochodów określonej marki oraz osób uczęszczających do salonów gry. Chodzi o uzyskanie odpowiedzi na pewne generalne pytania: (1) jakie rynki firma chce i może obsłużyć, (2) z jakimi ofertami, (3) jakie produkty należy promować i (4) jakie kategorie klientów mogą wchodzić w grę? Pytania bardziej szczegółowe dotyczą między innymi tego, jak powinny wyglądać sprzedawane produkty, w jaki sposób dokonywać ich dystrybucji i jaka polityka cenowa byłaby dla firmy optymalna (Otte 1991). Jak dotąd, w zleceniach tego typu przeważają firmy zachodnie, zarówno te, które zamierzają „wejść” na polski rynek, jak i te już na nim funkcjonujące.

Integrując cechą badań marketingowych jest ich totalny charakter. Badania marketingowe łączą w sobie korzystanie z publikowanych danych statystycznych, z informacją będących w posiadaniu rozmaitych „banków danych”, jak też analizę artykułów prasowych, obserwację zachowań konsumentów, odwoływanie się do statystyk informujących o obrotach i zleceniach firm, do rachunków ich kosztów, a także do analizy uwag zgłaszanych przez klientów czy dystrybutorów towarów. W bardziej zaawansowanych systemach włącza się analizy zapisów rejestratorów kasowych, lub wykorzystuje lokalne sieci (np. telewizyjne) do badania efektów promocji towaru na określonym rynku.

Niektóre z metod zbierania informacji stosowane w badaniach marketingowych są dobrze znane socjologom. Przykładem jest z pewnością zogniskowany wywiad grupowy (*focused group interview*). Na przykład, aby dowiedzieć się, jakie opakowanie papierosów najbardziej przyciągnie uwagę klienta, organizowane są specjalnie zaaranżowane spotkania z wyselekcjonowaną grupą potencjalnych na-

bywców. „Fokusy” zaczęto realizować w ramach eksperymentów zainicjowanych przez socjologów jeszcze w latach czterdziestych (jednym z prekursorów tego typu badań był Merton). Doświadczenia te zaczęto z czasem wykorzystywać w badaniach marketingowych.

W Polsce badania marketingowe sprowadzane są niekiedy do badań typu ankietowego, podczas gdy jest to tylko jedno ze źródeł uzyskiwania informacji. Ponieważ jest to technika badawcza dość mocno osadzona w naszej tradycji badań socjologicznych, oferują ją prawie wszystkie ośrodki zajmujące się prowadzeniem badań opinii publicznej. Dzieje się tak dlatego, że o zaistnieniu firmy na rynku badań, jej randze i prestiżu decydują głównie sondaże opinii, o dochodach zaś – badania marketingowe. Jednakże na rynku polskim większość ośrodków nie dysponuje dostatecznymi doświadczeniami bądź środkami na realizację bardziej kompleksowych przedsięwzięć badawczych, łączących w sobie różne techniki gromadzenia informacji.

Zresztą i przedsięwzięcia badawcze realizowane w konwencji wywiadu mogą w Polsce, przy braku akulturacji tego rodzaju badań, prowadzić niekiedy do zupełnie nowych problemów. Niejednokrotnie respondenci indagowani są w sklepach lub punktach usługowych, co implikuje zmiany w „tradycyjnym” sposobie aranżowania i prowadzenia rozmów. Innym problemem jest umiejętność dotarcia do określonej kategorii konsumentów, np. osób palących, matek dzieci w określonym wieku czy potencjalnych nabywców garniturów.

W ciągu najbliższych lat badacze polskiego rynku będą się musieli uporać z jeszcze innym problemem, jakim jest niepełna przystawalność zapotrzebowania informacyjnego zleceniodawców do warunków polskich. Zleceniodawca często oczekuje od ośrodka badawczego zastosowania pewnych wzorów (procedur, pytań itp.) sprawdzonych w innych krajach, które w Polsce wcale nie muszą być równie skuteczne. Pojawia się w związku z tym konieczność przełożenia wyobrażeń i postulatów klientów, zwłaszcza zagranicznych, na język konkretnej rzeczywistości, która odbiega od modelu społeczeństwa rynkowego. Jest to zresztą jeden z aspektów bardziej ogólnego problemu akulturacji, sprawiającego trudności we wszystkich badaniach międzynarodowych, do których przejdziemy za chwilę.

Przedtem jeszcze jedna uwaga. Wraz z rozwojem badań marketingowych (bardziej nawet niż w przypadku sondaży opinii publicznej) do głosu dochodzi kwestia trafności przewidywań zachowań jednostek, przewidywań sformułowanych na podstawie deklaracji respondentów. Z tego punktu widzenia rozwój marketingu stanowi pewne wyzwanie, również dla socjologów. Ich wyniki – a ściślej sformułowane na tej podstawie prognozy – są bowiem bezpośrednio weryfikowane przez rzeczywiste zachowania konsumenckie. Jest to sprawdzian wartości badań empirycznych, praktycznie – poza sondażami przedwyborczymi – nie występujący dotąd na większą skalę.

## ROSNĄCE ZNACZENIE MIĘDZYKRAJOWYCH BADAŃ PORÓWNAWCZYCH

Żaden proces, zjawisko ani struktura społeczna nie mogą być zbadane w adekwatny sposób bez odniesienia do szerszego kontekstu albo określonej normy, słowem – bez analizy podobieństw i różnic. Ponieważ cała refleksja socjologiczna jest

w gruncie rzeczy refleksją komparatystyczną, mówiąc tu o badaniach porównawczych mamy oczywiście na myśli szczególny typ studiów. Chodzi o porównywanie odrębnych społeczeństw, odrębnych w sensie narodowym, etnicznym, kulturowym czy politycznym, co w praktyce sprowadza się do porównań międzykrajowych. Na ten aspekt chcemy zwrócić uwagę wskazując na rosnące zainteresowanie badaniami porównawczymi w polskiej socjologii.

Studia porównawcze to zarówno analizy danych zawartych w różnego rodzaju publikacjach, jak i przedsięwzięcia obejmujące fazę realizacji w terenie. Analizami porównawczymi w najszerszym rozumieniu w polskiej socjologii były opracowania materiałów dostępnych w istniejących już publikacjach. Badacze nie sięgali do „surowych” danych zapisanych na taśmie magnetycznej czy innym nośniku informacji, ale wykorzystywali zestawienia tabelaryczne dotyczące różnych krajów, formułując na tej podstawie pewne uogólnienia. Kilkakrotnie starano się na przykład uchwycić podobieństwa i różnice między hierarchiami prestiżu zawodów (Domański 1981), analizowano natężenie procesów migracji (Mirowski i Morozowa 1991) czy – porównując rozkłady procentowe absolwentów wyższych uczelni – charakteryzowano nierówny dostęp do wyższego wykształcenia w ramach szerokiej grupy społeczeństw (Kacprowicz 1987). Porównania tego rodzaju pojawiają się systematycznie od lat i są stałym elementem warsztatu badawczego polskich socjologów (por. Pospłszył 1983; Domański i Sawiński 1988).

Bardziej złożony typ studiów porównawczych reprezentują „wtórne analizy” danych z badań, które, w zamyśle, autorów nie są realizowane w celu dokonywania porównań. Jest to sytuacja, w której autorzy analiz starają się wykorzystać *ex post* informacje istniejące w różnych zbiorach danych. Ponieważ możliwości dokładnych porównań są w tym przypadku – z konieczności – ograniczone, dokonuje się wyboru tylko pewnych zmiennych, które następnie są analizowane w ramach tak jednolitego schematu, jak to jest tylko możliwe. Przykładem tego typu porównań są wtórne analizy wybranych aspektów stratyfikacji społecznej w Polsce i Finlandii, które w latach siedemdziesiątych prowadzili Alestalo, Stomczyński i Wesołowski (1980). To samo podejście zastosowano w kilka lat później porównując nierówności społeczne w Polsce i na Węgrzech (Kolosi i Wnuk-Lipiński 1983). Do niedawna główną barierą rozwoju analiz tego typu były utrudnienia w kontaktach z badaczami w innych krajach, formalne ograniczenia wymiany informacji oraz niedostateczna baza techniczna, utrudniająca swobodne operowanie zbiorami danych. Obecnie, gdy bariery te zostały zniesione, przedsięwzięcia bazujące na analizach wtórnych staną się zapewne bardziej intensywne.

Jednakże największy skok ilościowy ostatnich lat dotyczył badań porównawczych w ścisłym tego słowa znaczeniu. Badań, w których autorzy wychodzą od wspólnego schematu konceptualnego, tj. od postawienia tych samych pytań, sformułowania tych samych hipotez i wprowadzenia tych samych kategorii pojęciowych. Konstruowane narzędzie badawcze – kwestionariusz zawierający pytania – formułowane jest w taki sposób, aby uzyskać identyczne informacje dla porównywanych społeczeństw. Określony standard postępowania obowiązuje i w dalszych fazach procesu badawczego: na etapie kodowania danych według wspólnego schematu, konstrukcji tych samych zmiennych i przygotowania zbioru według jednolitych zasad, umożliwiających międzynarodową wymianę danych na nośnikach informacyjnych w postaci dyskietek i taśm magnetycznych.

Wyraźną cechą był tu przetom lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych. W badaniach typu surveyowego, podejmowanych przed 1990 rokiem, tylko sporadycznie powtarzano wybrane pytania lub bioki pytań zadawanych respondentom w innych krajach. Na przykład, w badaniu „Struktura Społeczna” zrealizowanym w grudniu 1987 na reprezentacji dorosłej ludności Polski, w kwestionariuszu znalazło się kilka pytań z projektu „International Social Survey Program”, grupującego kilka krajów – pytania dotyczyły zasad sprawiedliwego wynagradzania i samooceny własnej pozycji (zob. Słomczyński i in. 1989). Przedsięwzięciem realizowanym według standardu badań porównawczych w ścisłym sensie było badanie „Sytuacja pracy a system wartości” przeprowadzone w 1978 roku na ogólnopolskiej próbie mieszkańców miast (Słomczyński i Kohn 1988). Była to dokładna replikacja amerykańskiego projektu zainicjowanego w latach sześćdziesiątych przez Melvina Kohna (1969) i powtórzonego później w kilku innych krajach.

Postępujący w ostatnich latach wzrost zaangażowania polskich socjologów w badania porównawcze trzeba rozpatrywać na tle zarysowującej się wyraźnie tendencji do rozwoju instytucjonalnych form współpracy międzynarodowej. Krąg krajów będących w orbicie międzynarodowych projektów stale się poszerza. W obecnej dekadzie weszła doń i Polska, a czynnikiem sprzyjającym jest tu niewątpliwie zainteresowanie przemianami systemowymi w Europie Wschodniej. Wymienić można kilka większych badań, które zrealizowano w ściślejszej kooperacji z zagranicznymi ośrodkami. Do najbardziej znanych należy Polski Generalny Sondaż Społeczny (PGSS), realizowany w ścisłej współpracy z amerykańskim General Social Survey (GSS), powtarzany systematycznie od 1972 roku. Pierwszą edycję badania, zrealizowaną w maju 1992 roku na reprezentacji dorosłej ludności Polski liczącej ponad 1600 osób, poprzedził okres wielomiesięcznych konsultacji i dyskusji w ramach powołanej w tym celu Rady Programowej PGSS. Realizatorem projektu jest zespół z Instytutu Studiów Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego, kierowany przez B. Cichomskiego i Z. Sawińskiego. Od czasu pierwszej edycji w 1992 roku Polski Generalny Sondaż Społeczny jest powtarzany corocznie według tego samego schematu. Zawiera on szereg pytań i wskaźników bezpośrednio porównywalnych z podobnymi projektami systematycznych badań realizowanych w innych krajach: amerykańskim General Social Survey, brytyjskim Social Attitudes Survey oraz niemieckim badaniem ALLBUS (zob. Cichomski i Sawiński 1994).

Innym międzynarodowym projektem, w którym uczestniczy strona polska, jest wspomniany już International Social Survey Program (ISSP) obejmujący swoim zasięgiem 21 krajów (w tym, spoza Europy, Australię, Filipiny i Stany Zjednoczone). Przedsięwzięcie polega na corocznej realizacji we wszystkich krajach ustalonego modułu tematycznego ściśle według tej samej metodologii, co pozwala uzyskać porównywalny materiał. Program ISSP realizowany jest począwszy od 1984 roku, a jego tematyka ogniskuje się wokół każdorazowo wybranych problemów. Dotychczas były to m.in. wzory stosunków towarzyskich, poglądy polityczne, opinie na temat nierówności społecznych, stosunek do religii. Polskie członkostwo w programie ISSP jest reprezentowane przez Instytut Studiów Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego. Zrealizowane dotychczas w Polsce moduły tematyczne, dotyczyły stosunku do religii (1991), postrzegania nierówności społecznych (1992), stosunku do środowiska naturalnego (1993) oraz rodziny i różnic społecznych związanych z płcią (1994) (zob. Cichomski i Sawiński 1994).



Przedsięwzięciem, o którym była już mowa, są międzynarodowe badania zainicjowane przez Meivina Kohna w Stanach Zjednoczonych. W ramach tego cyklu dokonano w 1992 roku repliki wspomnianych badań polskich z 1978 roku. Projekt „Psychologiczne konsekwencje sytuacji pracy w warunkach zmiany społecznej” jest częścią międzynarodowego projektu realizowanego równoległe na Ukrainie. W Polsce kieruje nim Kazimierz M. Słomczyński, a w skład zespołu autorów wchodzi pracownicy Instytutu Filozofii i Socjologii i Instytutu Nauk Politycznych PAN. Badanie przeprowadzono w październiku 1992 roku na ogólnokrajowej reprezentacji mieszkańców miast.

Próba kompleksowego ujęcia transformacji systemowych w Europie Wschodniej jest projekt „Social Stratification in Eastern Europe After 1989”, obejmujący Bułgarię, Polskę, Republikę Czeską, Rosję, Słowację i Węgry. W 1993 i 1994 r., w krajach tych prowadzono badania na reprezentacyjnych próbach dorosłej ludności. Koordynacja projektu spoczywa w rękach Donalda J. Treimana i Ivana Szelenyi z Uniwersytetu Kalifornijskiego w Berkeley. Ze strony polskiej biorą w nim udział pracownicy Instytutu Filozofii i Socjologii i Instytutu Nauk Politycznych PAN (zob. omówienie tego projektu w niniejszym tomie).

Liczba przedsięwzięć badawczych o międzynarodowym zasięgu będzie najprawdopodobniej rosła w miarę rozwoju międzynarodowych programów finansujących współpracę między ośrodkami z różnych krajów, w których uczestniczą polscy socjologowie. Nie będziemy tu dyskutować o korzyściach wynikających z tych badań. Są one oczywiste – wiążą się z rozszerzeniem perspektywy poznawczej, dostępem do danych i udziałem w międzynarodowych instytucjach o prestiżowym znaczeniu. Warto natomiast zasygnalizować pojawienie się nowych elementów warstwy metodologicznej i problemów, przed którymi stoją badacze.

Przypomnijmy, że w przedsięwzięciach tego typu problemem kluczowym jest zapewnienie porównywalności badanych zjawisk. Na etapie konstrukcji narzędzia badawczego (kwestionariusza) dąży się do uzyskania tych samych informacji od respondentów z Polski, Stanów Zjednoczonych czy Niemiec. Z jednej strony, konkretne pytania w kwestionariuszu muszą odpowiadać na te same pytania badawcze stawiane przez autorów z różnych krajów. Z drugiej strony jednak, przy zachowaniu maksymalnej porównywalności, nie powinny one zacięrać określonego kontekstu społeczno-kulturowego. Ważne jest przy tym, aby ekwiwalentność pojęć utrzymać nie tylko na poziomie poszczególnych pytań, ale i określonych problemów, unikając zwłaszcza problemów nie przystających do kultury określonych społeczeństw. Na przykład, ocena stosunków między białymi i czarnymi – jeden ze standardowych tematów badawczych w badaniach prowadzonych w Stanach Zjednoczonych – jest nieadekwatny w polskim kontekście, pomijając oczywiście pewne szczególne cele badań.

Podstawowa dyrektywa porównywalności analizowanych zjawisk jest przez badaczy rozumiana w różny sposób. W niektórych programach – jak np. w ISSP – reprezentanci poszczególnych krajów zobligowani są do stosowania identycznego zestawu pytań i zachowania maksymalnych podobieństw w formie i treści. Są jednak badania, w których dopuszcza się większy margines swobody; narzędzie ma być porównywalne co do substancywnej treści, ale w taki sposób, aby nie odbywało się to kosztem utraty informacji oddających specyficzny charakter zjawisk w analizowanych społeczeństwach.

Dyrektywa porównywalności odnosi się również do etapu kodowania informacji i konstrukcji zmiennych. Szczególnie ostro stawiana jest ona wobec podstawowych zmiennych metryczkowych, takich jak zawód czy wykształcenie, wykorzystywanych we wszystkich analizach. Jeśli chodzi o sytuację zawodową, to w większości międzynarodowych projektów rekomendowanym standardem jest Międzynarodowa Standardowa Klasyfikacja Zawodów (ISCO – ostatnia wersja pochodzi z 1988 roku). Zakodowanie informacji według ISCO jest coraz częściej traktowane jako warunek przystąpienia do międzynarodowych przedsięwzięć badawczych. Od 1992 roku prowadzone są prace nad przygotowaniem polskiej wersji klasyfikacji ISCO, która w najbliższym czasie powinna zostać opublikowana. Polską wersją tej klasyfikacji posłużono się już przy opracowywaniu danych z Polskiego Generalnego Sondażu Społecznego i kilku innych badań.

Trzeba podkreślić, że stosowanie międzynarodowych standardów tego typu na szerszą skalę stwarza kolejne problemy, wynikające z potrzeby kumulacji wyników badań. Chodzi tu przede wszystkim o opracowanie zasad zapewniających porównywalność kategoryzacji i schematów stosowanych do tej pory wyłącznie w Polsce z międzynarodowymi standardami. W przypadku sytuacji zawodowej jest to problem znalezienia reguł „przejścia” między ISCO a Społeczną Klasyfikacją Zawodów (Pohoski i Stomczyński 1978), którą posługiwało się wielu badaczy prowadzących analizy struktury społeczeństwa polskiego.

## POSTULAT RZETELNOŚCI BADAWCZEJ I DOSKONALENIA WARSZTATU

W zmieniających się warunkach zagadnienia o charakterze bardziej ogólnym, które wcześniej nie występowały lub też nie miały podstawowego znaczenia, wymagają nowych rozwiązań lub, co najmniej, ponownego przemyślenia. Przykładowo wymienić można tutaj choćby sprawę przestrzegania zasad etyki badawczej, trafności wyników badań i ich opiniotwórczej roli czy społecznego kontekstu badań. Są one na tyle istotne, że nie tylko podjęto je w indywidualnych projektach badawczych (Gostkowski 1992; Sztabiński 1993), ale stały się również powodem powołania dwóch nowych sekcji Polskiego Towarzystwa Socjologicznego.

Do zagadnień nowych należą niewątpliwie wszystkie problemy związane ze wzrostem liczby badań sondażowych, w szczególności badań opinii publicznej oraz ich funkcjonowania w systemie demokratycznym. Jednym z podstawowych problemów jest tu jakość prowadzonych badań. We wcześniejszym okresie, gdy badania socjologiczne prowadzone były głównie przez ośrodki akademickie, ogólne zasady pracy naukowej niejako jakość tę wymuszały. Ocenie społeczności naukowej poddawana była nie tylko wartość merytoryczna wyników, ale również, przynajmniej w pewnym zakresie, przestrzeganie zasad warsztatowych i etycznych podczas gromadzenia danych. Obecnie, gdy liczba ośrodków prowadzących badania wzrosła (wliczając w to również instytuty i agencje o zasięgu regionalnym) do kilkudziesięciu, praktycznie nikt nie jest w stanie ocenić podejmowanych przez nie przedsięwzięć pod kątem rzetelności. Problem zaś jest o tyle ważny, że jakość między innymi tych właśnie ośrodków kształtuje *image* całej naszej dyscypliny i to w dwojakim sensie: poprzez stopień trafności przewidywań i diagnoz podawanych

do wiadomości publicznej oraz przestrzeganie zasad etycznych w kontaktach z badanymi.

Funkcjonowanie sondaży w systemie demokratycznym stwarza wiele problemów w związku z oddziaływaniem ich wyników na opinię publiczną. Sposób wykorzystania wyników, np. ich opublikowanie lub też utajnienie w zależności od uzyskanych rezultatów, termin podania do publicznej wiadomości, charakter dołączonego komentarza, może powodować, obok znanych z przedwyborczych badań amerykańskich – efektów *bandwagon* oraz *underdog*, wiele innych skutków, a nawet może być wykorzystywane do manipulowania opinią. Temu celowi mogą służyć również tendencyjnie sformułowane pytania, odpowiednio dobrana próba, a nawet, czego nie można wykluczyć, świadome zafałszowanie wyników badań. Pilną sprawą stało się więc opracowanie norm, które powinny być respektowane podczas przygotowania i realizacji badań oraz, zasad kontroli ich przestrzegania. Podobne normy winny określać zasady publikacji wyników.

Rzeczony rozwój badań socjologicznych w Polsce nie ogranicza się do ilościowego wzrostu liczby prowadzonych badań ankietowych. Obok typowych sondaży coraz częściej realizuje się badania z wykorzystaniem technik jakościowych, zwłaszcza wywiadu pogłębionego i wywiadu zogniskowanego. Są one traktowane jako techniki samodzielne lub towarzyszące badaniom typu ilościowego. Skłania to, z jednej strony, do podjęcia całościowej refleksji metodologicznej nad technikami i procedurami badawczymi w socjologii, jak również do refleksji i badań nad wartością i zakresem stosowności każdej techniki z osobna. Chodzi o to, aby ich zastosowanie było wynikiem świadomego wyboru, dokonanego ze znajomością założeń teoretycznych, zalet i ograniczeń, nie zaś efektem przejściowej „mody”.

Kolejną sprawą jest kształtowanie w społeczeństwie oraz wśród elit politycznych i gospodarczych pozytywnego obrazu socjologii i badań socjologicznych. Ma to podstawowe znaczenie dla przyszłości tych badań, które wymagają przecież dobrowolnego udziału dobranych w taki czy inny sposób przedstawicieli społeczeństwa. Jednocześnie, docenianie ich praktycznej wartości przez decydentów warunkuje tworzony wokół nich klimat i przyznawane fundusze.

Problemem wymagającym powtórnego przemyslenia i weryfikacji wcześniejszych rozstrzygnięć stał się społeczny kontekst badań. Chodzi tu o cały zespół zagadnień, związanych przede wszystkim z przemianami zachodzącymi w świadomości społeczeństwa. Jednym z najbardziej spektakularnych przejawów tych przemian jest odmowa udziału w wywiadzie. Zjawisko to, które w latach siedemdziesiątych występowało marginalnie, nabrało znaczenia począwszy od roku 1980. Wówczas było ono traktowane jako przejaw „odrzućcia” czy też niechęci wobec władzy oraz jej „agend” i „przedstawicieli”, za jakie uważane były instytucje badawcze oraz ankieterzy. Zastanawiając się obecnie nad przyczynami odmowy trudno pominąć również inne, możliwe jej przyczyny, np. wzrost poczucia zagrożenia bezpieczeństwa osobistego oraz rosnące poczucie podmiotowości społeczeństwa, które powoduje, że udział w badaniach przestaje być traktowany jako „obywatelski obowiązek” (Sztabiński i Sztabiński 1994).

Zmiany zachodzące w wyobrażeniach o badaniach i instytucjach je prowadzących modyfikują również społeczną sytuację wywiadu. Chodzi tu przede wszystkim o dwie sprawy. O ile poprzednio identyfikacja ankietera z władzą sprzyjała asymetrii układu ról w wywiadzie, postrzeganiu go jako kogoś „stojącego wyżej”, a na

W typowych badaniach realizowanych techniką wywiadu kwestionariuszowego większość błędów ankierskich sprowadza się do niewłaściwego postępowania się regułami przejść. Jest swoistym paradoksem, że im bardziej chcemy wywiad upodobnić do rozmowy (czyli do formy komunikacyjnej w pewnym sensie prostej i naturalnej), tym bardziej musimy komplikować strukturę narzędzia badawczego tak, aby zapewnić należytą jego elastyczność. Stąd biorą się w kwestionariuszach i ankietach reguły przejść ustalające kolejność, wybór czy wersje zadawanych pytań, a także rozbudowane instrukcje ankierskie, w których badacz stara się przewidzieć większość sytuacji i uczulić ankiera, jak powinien w każdej z nich postąpić.

W przypadku wywiadów realizowanych technikami tradycyjnymi strategia komplikowania narzędzia badawczego ma ograniczenia i jeśli badacz je naruszy, nie powinien oczekiwać wyników spójnych pod względem formalnym. Ankieterzy nie będą bowiem w stanie zapamiętać i przestrzegać wszystkich wymaganych reguł. W przypadku wywiadu wspomaganego komputerowo rzecz się ma zupełnie inaczej. Narzędzie może być komplikowane praktycznie w dowolnym stopniu dzięki dwóm rozwiązaniom. Po pierwsze, część decyzji dotyczących sekwencji dalszych pytań zostaje podjęta automatycznie przez program wspomagający wywiad. Po drugie, we wszystkich przypadkach, gdy decyzja dotycząca wyboru kolejnego pytania zawiera elementy subiektywnej oceny i musi być podjęta przez ankiera, istnieje możliwość automatycznego wyświetlenia na ekranie konkretnych dyspozycji, którymi należy posłużyć się w danej sytuacji.

Dotychczas w Polsce technika wywiadu wspomaganego komputerowo nie weszła do arsenału środków stosowanych w badaniach społecznych. Przyczyną jest z pewnością wymóg poniesienia znacznych wydatków związanych z uruchomieniem tego rodzaju przedsięwzięcia. Konieczny jest bowiem zakup sprzętu, specjalistycznego oprogramowania oraz przeszkolenie ankierów. W sumie niezbędne nakłady zamykają się kwotą rzędu kilku miliardów starych złotych. Na taki jednorazowy wydatek nie stać obecnie żadnego z istniejących ośrodków badawczych.

Należy jednak oczekiwać, że ze względu na swe niekwestionowalne zalety technika komputerowego wspomaganie wywiadu prędeż czy później upowszechni się także w Polsce. Już obecnie niektóre ośrodki badawcze (np. Instytut Studiów Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego) prowadzą w tej dziedzinie prace studialne, których celem jest przygotowanie i przetestowanie odpowiedniego oprogramowania oraz zebranie doświadczeń w zakresie postępowania się tą techniką w praktyce.

## PROBLEMY ARCHIWIZACJI DANYCH

Znaczna dezintegracja środowiska naukowego jest z pewnością przyczyną ogromnego opóźnienia polskiej socjologii w dziedzinie archiwizacji danych. Inicjatywy w tej dziedzinie, o ile były podejmowane, o tyle ograniczały się do wewnętrznych regulacji w ramach poszczególnych instytucji badawczych. Miały zresztą na ogół krótki żywot i umierały śmiercią naturalną.

Dwa czynniki odegrały pod tym względem decydującą rolę. Po pierwsze, archiwizacja ma swoje specyficzne wymagania, które powinny być uwzględniane już w fa-

zie projektowania badania. Jeśli warunek ten nie jest spełniony, to koszty niezbędnych przeróbek i modyfikacji danych stają się wysokie i niekiedy mogą nawet przekroczyć koszty zgromadzenia danych. W istniejącym systemie finansowania badań koszty takie trudno byłoby uzasadnić.

Po drugie, środowisku badaczy obce były wzory wymiany i udostępniania danych. Zgodnie z dość powszechną praktyką badacz lub zespół badawczy realizował badanie od początku do końca (od fazy konceptualizacji, poprzez nadzór nad pracą ankietatorów, kodowanie, wykonanie obliczeń i opracowanie wyników), dane nabierały swoistej specyfiki, odzwierciedlającej potrzeby, umiejętności czy wręcz nawyki zespołu badawczego. W środowisku badawczym mówiąc o wynikach konkretnego badania przypisywano je do poszczególnych osób, instytucji, w ostatniej kolejności wymieniając ich merytoryczną zawartość. Nie należy się więc dziwić, że osobę czy instytucję, która z tak „spersonifikowanych” danych chciała skorzystać, traktowano jak intruza. W efekcie znaczne zasoby danych zostały dla celów naukowych utracone, ponieważ zespołowi badaczy nie zawsze starczało energii i środków na wszechstronne opracowanie wyników zrealizowanego badania.

Najpoważniejszą próbę stworzenia spójnego systemu archiwizacji danych podjął w drugiej połowie lat osiemdziesiątych CBOS. Sytuacja ku temu była w tej instytucji z kilku względów sprzyjająca. Rozpoczęcie badań empirycznych w 1983 roku praktycznie od zera pozwoliło na wypracowanie i konsekwentne przestrzeganie jednolitych standardów zbierania i kodowania danych. Ze względu na charakter prowadzonych badań dbano o zachowanie porównywalności stosowanych wskaźników. Stąd też te same pytania w kwestionariuszach kolejno realizowanych badań starano się umieszczać w podobnym kontekście i w identycznym brzmieniu, stosowano te same lub zbliżone klucze kodowe w pytaniach otwartych, ten sam zestaw zmiennych metryczkowych itp. Po kilku latach zasoby danych były znaczne (CBOS realizował przeciętnie dwa ogólnopolskie badania w miesiącu), lecz mimo to jednolite pod względem reguł zbierania i zasad zapisu danych, a także w znacznym stopniu poprawne pod względem formalnym (od początku stosowano w każdym badaniu pełną kontrolę zakresów oraz częściową kontrolę logiczną).

W 1987 roku w CBOS -ie wyodrębniono kilkusobowy zespół, którego zadaniem było utworzenie archiwum danych. W pierwszej fazie planowano włączyć do niego zasoby danych posiadane przez CBOS (około 80 ogólnopolskich badań), lecz od początku zakładano, że do archiwum tego w przyszłości będą włączane również wyniki badań realizowanych przez inne instytucje, które byłyby zainteresowane współpracą w dziedzinie archiwizacji danych. Prace skoncentrowano na opracowaniu systemu wyszukiwawczego, który pozwalałby na sprawne odszukiwanie wymaganych informacji w zasobach archiwum na podstawie skorowidza przedmiotowego. We wstępnej fazie prac uporządkowano materiały badawcze, opracowano bazy oprogramowanie i przygotowano skorowidz przedmiotowy. Pogarszająca się sytuacja (głównie kadrowa) CBOS spowodowała, że prowadzone prace stopniowo traciły oparcie i w 1989 roku zostały przerwane. Jednocześnie zmieniono koncepcję całego systemu, decydując się na wprowadzenie rozwiązań doraźnych, które w krótkim czasie mogły przynieść widoczne efekty, kosztem ograniczonej uniwersalności i elastyczności uwzględniania potrzeb użytkownika. System

taki (pod nazwą „ANDY”) uruchomiono w 1990 roku i jest w CBOS wykorzystywany do chwili obecnej.

Inną inicjatywę w zakresie archiwizacji danych podjął Instytut Studiów Politycznych PAN w 1990 roku. W tym czasie Instytut otrzymał z zagranicy środki na zarchiwizowanie do celów naukowych wybranych danych z badań zrealizowanych w okresie władzy komunistycznej. Pozwoliło to na uporządkowanie i sprowadzenie do jednolitej komputerowej postaci danych z wybranych badań zrealizowanych w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych przez CBOS, OBOP oraz IFIS PAN. Przedsięwzięcie to stało się zalążkiem podjęcia prób powołania fundacji pod nazwą „Archiwum Danych Socjologicznych im. Stefana Nowaka”, której celem była by archiwizacja i udostępnianie danych z badań socjologicznych. W skład fundacji mieli wejść dyrektorzy pięciu instytucji: instytutu Studiów Politycznych PAN, Instytutu Studiów Społecznych UW, Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, CBOS oraz OBOP. Niestety, praktyka jeszcze raz wykazała, że potrzeby w zakresie archiwizowania danych z prowadzonych badań są obce polskiemu środowisku badaczy, toteż Inicjatywa ta, podobnie jak wcześniejsze, uległa rozmyciu.

## UWAGI KOŃCOWE

Dokonany przegląd aktualnych trendów w rozwoju metod badań społecznych w Polsce zdominowany został przez zmiany zachodzące w tzw. nurcie „ilościowym”, który obecnie przeważa – tak pod względem liczby realizowanych projektów, przeznaczanych na nie funduszy, jak i zastosowań praktycznych. Równoległe zmiany zachodzą w ramach nurtu „jakościowego”, co związane jest nie tylko z upowszechnianiem się nowych koncepcji teoretycznych, ale także z wykorzystywaniem tego typu badań do celów praktycznych, np. wspomniane *focused group interviews* znajdują zastosowania w analizach rynku.

Jak widać, wielu spraw związanych ze współczesnym obliczem badań społecznych realizowanych w Polsce nie udało nam się omówić, a nawet pokrótce zasynalizować. Zakres trudności i problemów, na które napotyka obecnie badacz, jest bowiem płynny i ulega ciągłym modyfikacjom. Związane są one ze zjawiskami, które ujawniły się no rynku badań w Polsce w 1994 roku, a wcześniej nie występowały lub miały znaczenie marginalne. Są to między innymi takie zjawiska, jak:

(i) znaczne rozluźnienie zasad etyki pracy ankieterów, prowadzące niekiedy do fałszowania wyników na skalę masową;

(ii) zlecenie przez sponsora równoległej realizacji tego samego badania przez więcej niż jeden ośrodek (w celu kontroli rezultatów) oraz współpraca dwóch lub więcej ośrodków przy realizacji tego samego projektu, jeśli obejmuje on szeroki i złożony obszar zjawisk;

(iii) powoływanie przez zleceniodawców niezależnych zespołów ekspertalnych w celu zewnętrznej kontroli pracy ośrodków realizujących badania;

(iv) wymóg opracowywania i dystrybuowania wyników badania wraz z wyspecjalizowanym oprogramowaniem w formie zgodnej z międzynarodowymi standardami dystrybucji i archiwizacji danych;

(v) próby włączenia sondażu telefonicznego do arsenału technik badawczych.

Do tej listy rzeczywistość badawcza dopisywać będzie coraz nowe punkty, zaś badacze coraz częściej będą musieli rozstrzygać zagadnienia, z którymi nie spotkali się w swojej dotychczasowej praktyce. Przedstawionym w tym artykule przeglądem wybranych tendencji i problemów w metodach badań społecznych chcielibyśmy zapoczątkować dyskusję i wymianę doświadczeń w zakresie technik i metod badawczych, jak też rozwiązań organizacyjnych, które stopniowo wchodzą do kanonu wiedzy metodologicznej.

## LITERATURA

- Alestało, M., K.M. Stomczyński i W.Wesołowski 1980 *Patterns of social stratification*. W: E. Allard i W. Wesołowski (red.), *Social Structure and Change. Finland and Poland. Comparative Perspective*. Warszawa: PWN.
- Cichomski, B. i Z. Sawiński 1994 *Polski Generalny Sondaż Społeczny*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, Instytut Studiów Społecznych.
- Domański, H. 1981 *Prestiż zawodów i jego korelaty*. W: K.M. Stomczyński i W.Wesołowski (red.), *Zróżnicowanie społeczne*. Wrocław: Ossolineum.
- Domański, H. i Z. Sawiński 1988 *Ruchliwość społeczna kobiet i mężczyzn w perspektywie porównawczej*, „Studia Socjologiczne”, nr 2.
- Gostkowski, Z. 1959 *Popular Interest in the Municipal Elections of Łódź, Poland*. „Public Opinion Quarterly”, t. XXIII, nr 3.
- Gostkowski Z.. 1992 „Stosunek społeczeństwa polskiego do sondaży opinii publicznej i sposobów wykorzystywania ich wyników”. Grant KBN.
- Kacprowicz, G. 1987 *Inequality in access to education*. Sisyphus, t. IV.
- Kohn, M. L. 1969 *Class and Conformity*. Homewood Ill.: The Dorsey Press.
- Kolosi, T. i E. Wnuk-Lipiński (red.) 1983 *Nierówności społeczne w Polsce i na Węgrzech*. Wrocław: Ossolineum.
- Mirowski, W. i G.W. Morozowa 1991 *Społeczna problematyka migracji do wielkich miast Europy Środkowo-Wschodniej*. Warszawa: Instytut Filozofii i Socjologii PAN.
- Pohoski, M. i K.M. Stomczyński 1978 *Społeczna Klasyfikacja Zawodów*. Warszawa: Instytut Filozofii i Socjologii PAN.
- Pospiszyl, K. 1983 *Charakter narodowy w świetle międzykulturowych badań kwestionariuszowych Eysencków*. „Studia Socjologiczne”, nr 2.
- Przeworski, A. i H. Teune 1980 *The Logic of Comparative Research*. New York: Academic.
- Stomczyński, K.M. i M. Kohn 1988. *Sytuacja pracy i jej psychologiczne konsekwencje*. Wrocław: Ossolineum.
- Stomczyński, K.M. i in. 1989 *Struktura społeczna: schemat teoretyczny i warsztat badawczy*. Warszawa: Instytut Filozofii i Socjologii PAN.
- Sawiński, Z. 1995 *Międzynarodowa Klasyfikacja Zawodów ISCO-88*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, Instytut Studiów Społecznych.
- Sztobiński P. B., 1993 „Ankieter jako źródło zniekształceń w procesie badawczym”. Grant KBN.
- Sztabiński P. B. i F. Sztabiński 1994 *Respondenci początku lat '90. Stosunek do badań i jego uwarunkowania*. „Studia Socjologiczne”, nr 2.
- Wiatr J.J. 1959 *Niektóre zagadnienia opinii publicznej w świetle wyborów 1957 i 1958*. „Studia Socjologiczno-Polityczne”, nr 4.
- Wiatr, J.J. 1984 *Przywódcy polityczni w Polsce w świetle badań socjologicznych*. „Studia Socjologiczne”, nr 2.

## SOCIAL RESEARCH IN THE 1990s. CONTINUATION AND CHANGES

This is summary overview of some most distinctive tendencies emerging in area of social research in the first half of the 1990s. We figure out: (1) expansion of public opinion and (2) market research, (3) increasing participation of Polish sociologists in international research projects, (4) attempts made in sociological milieu, aimed at regulation of research activity in terms of setting ethical codes and formal rules of conduct at consecutive stages of research, (5) urgent need for archivization of empirical data, (6) development of new methods of collection of data and new analytical techniques based on computer packages.