



ZAPOŚREDNICZONE ŚRODKI KOMUNIKACJI W PROWADZENIU WYWIADÓW JAKOŚCIOWYCH

MEDIATED MEANS OF COMMUNICATION IN CONDUCTING QUALITATIVE INTERVIEWS

Joanna Łukasiewicz-Wieleba



*Dr hab. prof. APS, Akademia Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej
ul. Szczęśliwicka 40, 02-353 Warszawa, Polska*

** Corresponding author: e-mail: jlukasiewicz@aps.edu.pl*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2215-1208>

Streszczenie

W prezentowanym artykule przedstawiono analizę możliwości i ograniczeń w prowadzeniu wywiadów jakościowych z użyciem zapośredniczonych środków komunikacji, takich jak telefon, Internet i aplikacje do komunikacji internetowej. Ukazano specyfikę wywiadów jakościowych, scharakteryzowano typy komunikacji zapośredniczonej oraz dokonano analizy najważniejszych uwarunkowań które należy wziąć pod uwagę przy planowaniu i przeprowadzaniu wywiadu jakościowego z użyciem zapośredniczonych środków komunikacji, odwołując się do literatury przedmiotu oraz badań własnych. Do najważniejszych zalet tej formy prowadzenia badań należą kwestie materialne, dostępność do osób odległych geograficznie, możliwość podejmowania tematów trudnych, włączenie do badań elementów multimedialnych, wsparcie na etapie prowadzenia badań w zakresie transkrypcji. Wykorzystanie nowych technologii w wywiadach jakościowych służy zwiększaniu kompetencji cyfrowych badacza oraz sprzyja jego innowacyjności w sposobach gromadzenia danych.

Słowa kluczowe: jakościowe metody badań, wywiad jakościowy, zapośredniczone środki komunikacji, wywiad telefoniczny, wywiad online

Abstract

The text presents an analysis of the possibilities and limitations in conducting qualitative interviews using mediated means of communication, such as telephone and Internet communication applications. The specificity of qualitative interviews was shown, the types of mediated communication were characterized and the most important conditions that should be taken into account when planning and conducting a qualitative interview using mediated means of communication were analyzed, referring to the literature on the subject and own research. The most important advantages of this form of research include material issues, accessibility to geographically distant people, the ability to tackle difficult topics, the inclusion of multimedia elements in research, and transcription support. The use of new technologies in qualitative interviews increases the researcher's digital competences and promotes innovation in data collection methods.

Keywords: qualitative research methods, qualitative interviews, mediated means of communication, telephone interview, online interview

Ogólne przedstawienie problemu

Badania jakościowe to uznany w naukach społecznych nurt postępowania empirycznego. Analogicznie do innych strategii badawczych, bez względu na wybór metody oraz techniki, konieczne jest zebranie przez badacza danych, które umożliwią poprowadzenie odpowiednich analiz, niezbędnych do realizacji sformułowanego celu. Kluczową metodą gromadzenia danych jakościowych jest wywiad [1], który ze względu na intensywny rozwój technologii, współcześnie coraz częściej jest realizowany z użyciem tzw. zapośredniczonych środków komunikacji (Porozumiewanie się tego typu jest inaczej określane jako „komunikacja zapośredniczona przez media” [9, s. 24]. Środki techniczne, media, które pośredniczą w procesie komunikacji, sprawiają, że ten rodzaj porozumiewania się pomiędzy ludźmi, staje się elementem komunikacji masowej [9]). I chociaż prowadzenie badań z wykorzystaniem środków technicznych jest obecne w nauce od czasu, gdy tylko takie możliwości się pojawiły, intensywne włączanie ich w badania jakościowe wymaga pewnego namysłu, gdyż technologie zmieniają nie tylko sposób gromadzenia danych, lecz także wszystkich sposobów budowania relacji pomiędzy badaczem i badanym [2].

Wywiad jakościowy

Wywiad jest metodą, w której istotna jest rola badacza i posiadane przez niego kompetencje, daleko wykraczające poza te metodologiczne i merytoryczne. Chociaż wywiad przypomina rozmowę, czyli najbardziej znany sposób komunikowania się ludzi, jest uznawany za metodę trudną i wymagającą. W procesie badań naukowych nie może być prowadzony tak jak wywiad dziennikarski czy lekarski, pomimo oczywistych pomiędzy nimi podobieństw [3].

Wśród wywiadów jakościowych można wyróżnić wiele ich rodzajów, w szczególności są to wywiady swobodne, narracyjne, etnograficzne czy fokusowe. Każdy z nich ma swoją specyfikę formułowania pytań i prowadzenia dialogu. Nie można uznać, że jedne są lepsze od drugich; bezzasadne jest na przykład stwierdzenie że wywiad fokusowy jest bardziej odpowiedni niż wywiad indywidualny [4]. Należy oceniać trafność doboru rodzaju wywiadu adekwatnie do celu i problemów oraz realizowanego projektu badawczego. W prowadzeniu wywiadów istotne dla uzyskanych wyników są interakcje zachodzące pomiędzy badaczem a badanym, które muszą opierać się na kompetencjach interpersonalnych. Jak twierdzi Janet Salmons skuteczny badacz musi bazować na zaufaniu, empatii, refleksyjnym słuchaniu, i umiejętnym, przemyślanym zadawaniu pytań [5]. Wywiad opiera się na budowaniu interakcji pomiędzy badaczem i badanym, na gotowości do zdobywania informacji od respondentów, przy tym cel i struktura rozmowy jest dookreślana przez badacza. Do kompetencji osoby prowadzącej wywiad należy znajomość tematu, strukturalizacja rozmowy, przejrzystość wypowiedzi, wrażliwość i delikatność, otwartość, umiejętność kierowania rozmową, dobra pamięć, krytycyzm i umiejętność interpretacji [6]. Prowadzą wywiad musi zachować dbałość o komunikację, styl rozmowy, odpowiedzialność za kwestie etyczne, gromadzenie danych w sposób, który umożliwi ich analizę, odnoszenie się do wybranych ram teoretycznych [5]. Jednocześnie badacz powinien uwzględnić fakt, że badani także mogą mieć swoje

preferencje odnośnie rodzaju wywiadu – dla części ważny jest kontakt indywidualny, twarzą w twarz, dla innych liczy się bezpieczeństwo, które zapewnia grupa fokusowa [4]. Rola respondenta to aktywne i szczerze uczestnictwo w rozmowie, odpowiadanie na pytania lub dyskusja z badaczem, przedstawianie swoich pomysłów, opinii, opisów, pozwolenie na wgląd w osobiste przemyślenia i doświadczenia [5]. Jednocześnie jednak należy mieć na uwadze, że badany może powielać cudze opinie, dzielić się uprzedzeniami lub celowo zakłamywać i przeinaczać przekazywane informacje, co stanowić może o niebezpieczeństwie związanym z budowaniem wiedzy na podstawie niepewnych lub nieprawdziwych danych [6].

W ujęciu jakościowym wywiad to metoda, która pozwala na konstruowanie wiedzy w oparciu o pozyskiwane opisy świata respondenta [6]. Wywiad daje wgląd, dostęp do doświadczeń i refleksji człowieka na temat świata, w którym on żyje. Daje to badaczowi możliwość zrozumienia tego świata. Słowa badanego opisują świat, zaś badacz stara się uchwycić ten subiektywny punkt widzenia respondenta, bez względu na własne doświadczenia i poglądy [7]. W szczególności wywiad etnograficzny charakteryzuje się otwartością, która w czasie jego trwania daje nowe możliwości analizy, być może zaskakujące dla samego badacza. Jest to taki rodzaj rozmowy, w której naukowiec staje się metaforycznie podróżnikiem – podróżując razem ze swoim respondentem poznaje jego świat i punkty widzenia [6]. Istotna jest tu także gotowość badacza do pogłębiania wypowiedzi respondenta, poszukiwanie wyjaśnień, nadawanie znaczeń [3] – co jest niemożliwe do uzyskania w takiej skali w żadnej innej metodzie badawczej.

Celem wywiadów jakościowych jest więc przede wszystkim zrozumienie świata osób badanych oraz sposobu nadawania przez nich znaczeń opisywanej rzeczywistości. Jednak znaczenia te są interpretowane przez badacza, dlatego w wielu miejscach historii badanych przecinają się z historią badacza [8], który z uwagi na swoje własne doświadczenia i refleksje decyduje się na określony sposób analizy. A to w konsekwencji ma istotne znaczenie dla ostatecznego kształtu raportu z badań.

Typy komunikacji zapośredniczonej w prowadzeniu wywiadów

Technologia to nie tylko prosty środek do przeprowadzenia rozmowy, lecz także narzędzie które narzuca formę komunikowania się [5]. Należy brać pod uwagę, że technologie mają różny zakres możliwości – od prowadzenia rozmowy głosem, poprzez wykorzystywanie tekstu z elementami wizualnymi (np. emotikonami) aż do pełnego zakresu wymiany wizualnej i werbalnej, jak na przykład wideokonferencje [5], które tylko w niewielkim stopniu mogą odbiegać od tradycyjnego sposobu prowadzenia rozmowy.

Analizując specyfikę zapośredniczonych środków komunikacji w wywiadach, warto zacząć od ich typologii. I tak Janet Salmons wyróżnia następujące typy komunikacji:

- oparta na tekście pozwala na komunikowanie się poprzez słowo pisane, wzbogacane emotikonami lub zdjęciami (synchroniczne lub asynchroniczne);
- wideokonferencja – pozwala na komunikację poprzez dźwięk i wideo;
- spotkanie wielokanałowe (*Multichannel Meeting*) pozwala na komunikowanie się z użyciem dźwięku, wideo, tekstu oraz innych aplikacji [5].

Wszystkie typy komunikacji mogą być realizowane zarówno z użyciem komputera, jak i urządzenia mobilnego.

W prowadzeniu wywiadów można wyróżnić trzy rodzaje komunikowania się synchronicznego w formie zapośredniczonej:

- Twarzą w twarz (bezpośrednio), gdy badacz i badany spotkają się osobiście. Taka forma wywiadu daje możliwość pozyskania informacji werbalnych oraz niewerbalnych. Sprzyja utrzymaniu rozmowy przez dłuższy czas i umożliwiają gromadzenie danych o wysokiej jakości.
- Poprzez połączenie telefoniczne – ta forma jest stosowana gdy bezpośrednie spotkanie nie jest możliwe. Jest odpowiednia wtedy, gdy temat badań nie jest drażliwy i trudny. Jest ekonomicznym sposobem gromadzenia danych, dostępnym dla osób zapracowanych, niedostępnych geograficznie. Ograniczeniem jest brak możliwości obserwowania badanego oraz niemożność zastosowania pomocy wizualnych.
- Wywiady internetowe – pozwalają na prowadzenie rozmowy z wykorzystaniem aplikacji internetowych. Podobnie jak w przypadku rozmowy telefonicznej, ograniczona jest dostępność do sygnałów niewerbalnych czy prowadzenia jednoczesnej obserwacji. Zmniejszają one także możliwość pogłębiania rozmowy. Dodatkowym problem jest brak możliwości potwierdzenia tożsamości osób badanych [10].

Wśród klasyfikacji wywiadów warto także wyróżnić podział na publiczne lub prywatne. Przykładowo wywiady prowadzone z użyciem poczty elektronicznej mają charakter asynchroniczny i prywatny – gdyż ograniczają do treści i wymiany informacji dostęp osób postronnych.

Wśród popularnych form komunikacji są aplikacje umożliwiające generowanie głosu i video, takie jak Skype, Zoom czy MS Teams. Dają one możliwość komunikowania się zarówno synchronicznie, jak i asynchronicznie, poprzez tekst lub rozmowę. Podobnie jak użycie telefonu, aplikacje te są dostępne zarówno w komputerze, jak i urządzeniach mobilnych.

Internet daje także możliwość prowadzenia dyskusji asynchronicznej. Takie opcje mają różnego rodzaju fora tematyczne, które rozwiązują kwestię anonimowości, dostępności (np. poprzez obowiązkowe logowanie), obiektywności moderatora (który jest niewidoczny, tym samym nie można sprawdzić jego płci, czy wieku). Jako zaletę takich dyskusji wymienia się fakt, że konieczność napisania czegoś (zamiast wypowiedzenia), daje respondentom czas do namysłu. Łatwiejsze jest także pozyskanie do badań osób, które są powiązane z tematyką interesującą dla badacza [4].

Ze względu na specyfikę wywiadów jakościowych, na podstawie literatury przedmiotu oraz własnych doświadczeń badawczych poddano analizie zakres możliwości i ograniczeń wykorzystania zapośredniczonych metod komunikacji w ich planowaniu i przeprowadzaniu.

Analiza dotychczasowych badań

Dotychczas analizowano różne konteksty wykorzystania zapośredniczonych form komunikacji w prowadzeniu wywiadów jakościowych. Między innymi wykorzystywano metody zapośredniczone w badaniach młodzieży [11, 12] w obrębie tematów dotyczących zdrowia i opieki zdrowotnej [13], w tym cukrzycy [12] i AIDS [2]. Analizowano różnice długości wywiadów bezpośrednich i niebezpośrednich oraz liczby słów, która była generowana w różnych formach komunikacyjnych [11, 14], specyfikę prowadzenia konkretnego rodzaju wywiadu, np. fokusowego [2], biograficznego [15]. Poddawano opisowi prowadzenie wywiadów w warunkach pandemii Covid-19 [14, 16], przy podejmowaniu tematów trudnych i wrażliwych [17], w obliczu konieczności badania rozproszonych geograficznie respondentów [18]. Zestawiano wady i zalety korzystania z technologii w prowadzeniu wywiadów [13, 19, 20, 15], podkreślając znaczenie możliwości poszczególnych narzędzi, takich jak telefon [21] lub aplikacja Zoom [22, 14]. Poddawano także analizie metodę netnografii (Netnografia, czyli etnografia Internetu, w której terenem badań (więc nie tylko narzędziem do prowadzenia badań) jest sieć [25], zaś wspólnoty, które tam się znajdują, łączą zainteresowania, a nie miejsce zamieszkania [3]). [23]. Zwracano także uwagę na preferencje samych użytkowników w zakresie wyboru formy wywiadu (przykładowo badani woleli Zoom niż spotkania osobiste) [24].

Za istotne ustalenia badaczy należy uznać, stwierdzenie, że chociaż wywiady prowadzone online trwają dłużej, trudniejsze jest zbudowanie relacji, zaś w sumie zawierają mniej słów, to jednak nie odnotowuje się istotnej różnicy w wyjawianiu informacji o sobie a także liczbie i rodzaju tematów rozmów w porównaniu do wywiadów prowadzonych w sposób tradycyjny. Stąd pojawia się wniosek, że sposób gromadzenia danych nie ma znaczenia dla jakości danych [11]. W trybach audiowizualnych (wywiady osobiste lub online) generuje się więcej danych, w porównaniu do metod opartych na tekście (np. pocztą elektroniczną lub czat), jednak także między nimi nie ma różnic w treści i podejmowanych tematach [26].

Główny materiał badawczy oraz dyskusja

Wybór technologii wspomagających badania empiryczne, wiąże się zarówno z celem badań, jak i metodą badawczą. O ile wywiady ustrukturalizowane można właściwie prowadzić z użyciem dowolnych rozwiązań technologicznych, o tyle wywiady częściowo- lub nieustrukturalizowane muszą mieć możliwości, które badacz założył jako niezbędne do osiągnięcia celu. I tak kwestie, które powinny zostać rozstrzygnięte przy wyborze technologii, zawierają się w pytaniach: Czy powód wyboru wywiadu internetowego jest przekonujący? Czy uzasadnienie wyboru e-wywiadu jest zgodne z przyjętą metodologią, w tym celem badań oraz pytaniami badawczymi? Jakie opcje technologiczne zostaną wykorzystane w wywiadzie (tekstowe, dźwiękowe, wizualne)? Jak szybka reakcja osoby prowadzącej badania będzie niezbędna dla skuteczności prowadzenia wywiadu (np. żeby zatrzymać uwagę respondentów)? Czy dopuszcza się możliwość prowadzenia wywiadu w trybie asynchronicznym, np. z wykorzystaniem e-maila, smsów, forum dyskusyjnego (jeżeli tak, to jakie będą rozwiązania organizacyjne w tym względzie)? Jaki jest czas przeznaczony na prowadzenie wywiadu? W jakim

środowisku będą prowadzone wywiady (np. publicznym czy prywatnym środowisku w Internecie)? Czy wybrana technologia umożliwi realizację celu badań? W jakim zakresie wybrana technologia jest zgodna z preferencjami osób badanych? Czy wywiady online są wybrane aby badać świat rzeczywisty czy też świat wirtualny? (Wśród motywacji badaczy do prowadzenia wywiadów online jest chęć badania zjawisk które występują w Internecie. Tym samym sama technologia może być częścią badanego zjawiska). [5]. Jakie możliwości związane z bieżącą transkrypcją daje wybrane oprogramowanie? Czy jest możliwość uzyskania wysokiej jakości zapisu dźwięku lub prowadzenia bieżącej transkrypcji, która pozwoli na uzyskanie odpowiedniego materiału analitycznego?

Należy też zwrócić uwagę na środowisko prowadzenia wywiadu – czy jest ono prywatne, czyli czy tylko badacz i badany/i będą mieli do niego dostęp, czy publiczne – w którym dostęp do rozmowy będą miały dowolne osoby. Innym elementem może być kwestia warunku, który stawia badacz, np. w postaci konieczności udostępnienia badanym konkretnych rozwiązań multimedialnych (obrazów, dźwięków, video i in.). W takiej sytuacji konieczne staje się wykluczenie tych osób, które nie będą mogły z wymaganych elementów multimedialnych skorzystać. Brak dostępności aplikacji lub sprzętu może więc automatycznie wykluczyć potencjalnych badanych z próby, tym samym może wpłynąć na jej specyfikę, włączając do niej tylko osoby posiadające dostęp ze sprzętu (np. kamery internetowej), Internetu czy konkretnych aplikacji [5]. To może oznaczać ograniczenie próby do tych osób, które chętniej sięgają do nowinek technologicznych, o wyższych kompetencjach cyfrowych, stosunkowo młodszych.

Internet sprzyja kreowaniu nowych tożsamości, co może fałszować uzyskiwane wyniki [3]. Dlatego nie mniej istotne jest potwierdzenie tożsamości i wiarygodności badanych. Na poziomie rekrutacji do badania konieczne jest dookreślenie kryteriów losowości próby lub celowego doboru, zaś w czasie realizacji badań – weryfikacja, czy zostały one spełnione (np. kryterium wieku, płci itp.). Sprawdzenie tożsamości może być dokonywane poprzez wykorzystanie osób trzecich, które daną osobę znają lub poprzez weryfikację związaną z przynależnością do danej organizacji, jeżeli próba obejmuje osoby z tej konkretnej instytucji [5].

Istotne mogą być także preferencje samych badanych, którzy chcą zaoszczędzić czas, mają upodobanie do spotykania się w świecie wirtualnym, korzystają na co dzień z nowych technologii i taki sposób komunikacji jest dla nich odpowiedni. Respondenci mogą wskazać konkretne aplikacje, które są dla nich przystępne i będą zwiększały ich poziom komunikatywności i poczucie bezpieczeństwa.

Problemem, który musi przewidywać badacz, jest możliwość wystąpienia zakłóceń technicznych, np. związanych z siecią. Tym samym pojawia się kwestia wykluczenia z badań osób, które nie dysponują odpowiednim łączem internetowym (lub w przypadku telefonu – zasięgiem swojej sieci telefonicznej). Także kompetencje techniczne badacza i badanych mogą być potencjalnym źródłem problemów. Znaczną część czasu wywiadu może zajmować zaznajomienie się z funkcjonalnością aplikacji lub bieżące rozwiązywanie trudności.

Powyższe kwestie niosą ze sobą szereg dylematów organizacyjnych.

Przygotowanie do wywiadu – zastosowanie środków technicznych

Chociaż w tym opracowaniu najważniejsze jest wskazanie różnych rozwiązań i związanych z nimi konsekwencji przeprowadzenia wywiadów z użyciem zapośredniczonych środków komunikacji, należy podkreślić, że dają one także wiele możliwości już na etapie przygotowania do badań.

Na poziomie przygotowania do wywiadu konieczne jest rozstrzygnięcie, jakiego rodzaju wywiad będzie wykorzystany i w tym kontekście należy podjąć decyzję o wyborze środków technicznych wspierających badanie, uwzględniając ich możliwości i ograniczenia. W dyskusji naukowej podejmuje się kwestie tego, na ile wiernie musi być prowadzony wywiad z wykorzystaniem nowych technologii w stosunku do wywiadu twarzą w twarz. I tak przykładowo w przypadku wywiadów fokusowych prowadzonych online pojawiają się między innymi stanowiska, które przekonują, że:

- Wywiad fokusowy powinien wiernie odtwarzać spotkanie grupy fokusowej, by minimalizować wpływ czynników zakłócających przez technologię. Temu stanowisku zarzuca się, że nie wykorzystuje ono potencjału, który niesie wykorzystanie środków technologicznych w badaniach jakościowych.
- Wywiad fokusowy prowadzony przez Internet daje wiele korzyści (ekonomicznych, czasowych – gromadzenie danych; geograficznych) dlatego powinien być stosowany jak najczęściej.
- Wywiad fokusowy online powinien być traktowany jako odmienne narzędzie badacza jakościowego, dlatego jego wybór powinien być uzasadniony celem badań zaś analiza adekwatna do specyfiki tego narzędzia [2].

Przy tym obecnie wywiady fokusowe online są traktowane jako wiele różnych rodzajów dyskusji, zarówno w czasie synchronicznym, jak i asynchronicznym (np. poprzez czat, forum, wideokonferencję).

Istotnym zagadnieniem jest dobór próby. Planując badania, Internet i zamieszone tam dane (także dotyczące osób), mogą sprzyjać skutecznemu pozyskaniu adekwatnej do badań próby. Jednocześnie trzeba mieć świadomość, że dobór próby bazujący na technologiach, wyklucza z badań te osoby, które z jakichś powodów nie korzystają z technologii, korzystają w ograniczonym zakresie lub nie chcą/nie mogą uczestniczyć w badaniach, które prowadzone są z użyciem technologii (czego przyczyną może być brak odpowiedniego sprzętu lub oprogramowania, niski poziom kompetencji cyfrowych, lecz także obawy związane z nieetycznym wykorzystaniem nagrania, w tym brak poczucia kontroli nad tym, co i w jaki sposób jest nagrywane przez badacza).

W przygotowaniu do wywiadu istotny jest kontakt z potencjalnymi respondentami. W nawiązaniu i utrzymaniu kontaktu z respondentami pomocne mogą być takie rozwiązania jak:

- poczta elektroniczna, która umożliwia wysłanie imiennego, spersonalizowanego zaproszenia i umówienie spotkania;
- forum, na którym możliwe jest pozostawienie otwartego zaproszenia do uczestników danej grupy;

- kanały umożliwiające wymianę plików wizualnych – w obrębie których można wybierać i typować grafiki, spełniające dane kryteria badawcze i nawiązywać kontakty z ich autorami;
- krótkie wiadomości tekstowe oraz czat w aplikacjach do komunikowania się - umożliwiające wysyłanie i odbieranie pytań i odpowiedzi na urządzeniu mobilnym;
- widoekonferencja – mogąca być zarówno preludeum do badań, jak i umożliwiać same badania;
- aplikacje typu MS Teams, umożliwiające wielokanałową komunikację zarówno synchronicznie, jak i asynchronicznie.

Jednocześnie, jeżeli korzysta się z poczty, nawet afiliowanej w powszechnie znanej instytucji, nie ma gwarancji, że prośba o wywiad dotrze do osoby zainteresowanej (może trafić do spamu lub tak zostać potraktowana) lub że zostanie potraktowana z przychylnością.

W ramach przygotowania do wywiadu z wykorzystaniem aplikacji internetowych warto je wcześniej przetestować wraz z badanym. To jest także elementem wspólnego budowania relacji [22] a także sposób zapobiegania problemom technicznym w czasie właściwego badania.

Istotnym elementem prowadzenia rozmowy jest wybór miejsca, w tym scenarii (otoczenia), w którym będzie się on odbywał. Może to być miejsce publiczne – kawiarnia, szkoła, instytucja publiczna, park, lub prywatne – dom respondenta lub badacza. W takich miejscach możliwe jest łatwe przygotowanie wstępu, budującego atmosferę bezpieczeństwa psychicznego, lecz także zadbanie o fizyczność – wygodę, dostępność napoju czy przekąsek. W przypadku wykorzystania metod zapośredniczonych to na respondencie spoczywa odpowiedzialność za wybór miejsca rozmowy oraz zadbanie o bezpieczeństwo i komfort fizyczny. I tak zdarza się, że badany prowadzi rozmowę telefonicznie będąc w samochodzie, co niesie ze sobą konsekwencje związane z brakiem skupienia na wywiadzie i na jeździe samochodem (czynniki rozpraszające) lecz także wpływa negatywnie na jakość nagrania. Może także prowadzić rozmowę w czasie wykonywania zajęć domowych, co skutkuje nagraniem w tle dźwięków domu, naczyń, rozmawiających domowników, zwierząt domowych itp.

Prowadzenie wywiadów z wykorzystaniem zapośredniczonych środków komunikacji

Jak podkreśla Steinar Kvale jakość wywiadu jest kluczowa dla dalszych etapów pracy z uzyskanym materiałem, tj. analizy, weryfikacji i prezentacji wyników [6]. Dlatego wszelkie decyzje które dotyczą sposobu prowadzenia wywiadu, powinny mieć na względzie uzyskanie danych jak najlepszej jakości. Szczególnie, że technologia „ułatwia uchwycenie i utrwalenie rzeczywistości w sposób, który do pewnego stopnia pozostaje w sprzeczności z żywymi doświadczeniami badaczy terenowych” [3].

Do najważniejszych zalet prowadzenia wywiadu z użyciem zapośredniczonych form komunikacji, należą niższe koszty prowadzenia badań oraz włączenie respondentów mieszkających w odległych miejscach – czyli pokonanie ograniczeń geograficznych. Wybór wywiadu online uzasadnia się między innymi wygodą, dostępnością badanych

rozproszonych pod względem geograficznym, a także niemożnością dotarcia do respondentów ze względu na odległość, pogodę czy koszty, co uniemożliwiałoby poprowadzenie wywiadów tradycyjnych [18]. Ponadto argumentuje się możliwościami technologii w zakresie wzbogacenia wywiad o elementy graficzne czy multimedialne, co byłoby utrudnione przy innej formie prowadzenia rozmowy. W aplikacjach internetowych możliwe jest dzielenie się z uczestnikiem lub uczestnikami badań obrazami, lub wspólne generowanie obrazów. W bardziej zaawansowanych środowiskach uczestnicy badań mogą poruszać się w wirtualnych światach, które zostały stworzone przez badacza lub badanego/badanych [5]. Istnieje większa łatwość prowadzenia wywiadu w dowolnej chwili i w dowolnym miejscu. Możliwe jest nawet prowadzenie wywiadu wtedy, gdy badacz lub badany przeżywa wydarzenia związane z badanym zjawiskiem [5]. Technologie umożliwiają sięgnięcie do obrazów czy filmów, które staną się czynnikami zachęcającymi do wypowiedzi (np. w wywiadach fokusowych) lub wywołującymi wspomnienia lub skojarzenia. Same obrazy (zdjęcia, filmy) mogą stać się nie tylko kontekstem badań, lecz także problemem badawczym odnoszącym się np. do preferencji, sposób korzystania z mediów przez badanych lub kreowania przez nich własnych materiałów medialnych [27].

W tak prowadzonych badaniach cenne jest zachowanie osobistej przestrzeni – zarówno badacz jak i badany mogą być w miejscu dla siebie komfortowym [28]. Dają one możliwość rozmowy najbardziej zbliżonej do tradycyjnej, chociaż posiadają więcej możliwości, związanych z udostępnianiem treści, obrazów, komentowaniem tekstem, generowaniem wspólnych grafik itp. Są to narzędzia, które umożliwiają prowadzenie wywiadu jednocześnie z więcej niż jedną osobą [28]. Podkreśla się także powszechność narzędzi typu smartfon i możliwość korzystania z aplikacji zarówno na komputerze, laptopie, lecz także urządzeniu mobilnym [22]. Przy tym brak konieczności robienia notatek, co wiąże się z ciągłym zerkaniem do notesu i ograniczeniem kontaktu wzrokowego, zwiększa poziom interakcji pomiędzy badaczem i badanym i pozwala na większe skupienie się na samej rozmowie [3, s. 164].

Aby móc poprawnie przeprowadzić transkrypcję wywiadu, musi on zostać zarejestrowany [6]. Narzędzia technologiczne umożliwiają bieżącą transkrypcję w czasie wywiadu (np. aplikacja MS Teams, która pozwala na zachowanie także obrazu osób uczestniczących w badaniu) lub dokonywania po pewnym czasie, w dogodnych dla siebie warunkach (np. transkrypcja w chmurze aplikacji MS Office). Aspekt ten obniża koszty oraz czas transkrybowania treści wywiadów (Warto jednak dodać, że chociaż pojawia się wiele możliwości technologicznych automatycznej transkrypcji, na chwilę obecną jej jakość pozostawia wiele do życzenia. Szumy występujące na nagraniu lub w czasie rozmowy, przejęzyczenia, pauzy, niewyraźna mowa, akcent – stwarzają dobre warunki do powstawania zniekształceń, które dyskwalifikują transkrypcję. Dlatego, chociaż automatyzacja może wspomóc pracę badacza, i tak konieczne jest ponowne odsłuchanie całego wywiadu i naniesienie korekty w odpowiednich miejscach. Co więcej, jeżeli, zakłada się nie tylko analizę sensu wywiadu, lecz także innych jego aspektów, potrzebna jest transkrypcja, uwzględniająca np. pauzy i ich długość, odgłosy które nie są słowami, śmiech itp.. Elementy te nie są transkrybowane automatycznie. Programy do automatycznej transkrypcji samodzielnie, wg posiadanego algorytmu, dodają kropki,

przecinki, duże litery – co może być niepotrzebne (gdy transkrybuje się bez używania znaków przestankowych i dużych liter) lub wprowadzające w błąd (gdy wstawione przez program kropka lub przecinek nie odzwierciedlają pauzy lub końca zdania w rozmowie)). Dostęp do rejestracji wideo powiększa zakres możliwości interpretacji, np. w zakresie interakcji interpersonalnych [6].

Środki techniczne mogą wspierać proces analizy (np. program MAXQDA). Programy wspomagające analizę danych jakościowych pełnią ważną rolę w ich opracowaniu, gdyż ilość tekstu, kodów, notatek jest w przypadku wywiadów oraz innych metod jakościowych bardzo duża. Program taki umożliwia zarówno dokonywanie transkrypcji, strukturalizację tekstu, kodowanie, porównywanie, notowanie, tworzenie raportów i zestawień [29].

Z kolei do mankamentów zapośredniczonych środków komunikacji w badaniach jakościowych zalicza się między innymi niskie kompetencje cyfrowe osób zaangażowanych w badania, co może stać się czynnikiem zakłócającym lub wykluczającym, trudności techniczne, wynikające ze zbyt słabego zasięgu lub łącza internetowego, w tym jakość i opóźnienie transmisji (rwące się połączenie, przerywające rozmowę, opóźnienie w transmisji) [24]. Czynniki te mogą mieć znaczenie dla toku rozmowy, między innymi mogą zaburzyć wypowiedź respondenta oraz negatywnie oddziaływać na jego gotowość do dalszej rozmowy.

Uznaje się, że do ograniczeń prowadzenia wywiadów z wykorzystaniem zapośredniczonych środków komunikacji należy brak pełnego oglądu sygnałów niewerbalnych (np. w przypadku urządzenia mobilnego, telefonu). Dlatego badacze jakościowi podkreślają, że w obszarze mówienia i słuchania, które w prowadzeniu wywiadów są bardzo ważne, wystarczające jest prowadzenie badań z użyciem telefonu czy innych środków komunikacji pośredniej. Jednak jeżeli istotne dla badań są ramy interakcji społecznych, głęboka relacja budowana w trakcie rozmowy, która służy otwarciu, dociekaniu, poszukiwaniu – wtedy lepiej zdecydować się na wywiad twarzą w twarz [8]. Szczególnie, że prowadzenie wywiadu bezpośrednio, z włączonym dyktafonem, daje dodatkową możliwość, by po wyłączeniu nagrywania jeszcze pozwolić respondentowi na dopowiedzenie tego, czego nie chciał zarejestrować. Wielokrotnie się zdarza, że schowanie dyktafonu otwiera nowe perspektywy rozmowy, które chociaż nie są zapisane, stanowią ważne źródło informacji.

Badani w czasie wideo rozmowy mogą mniej chętnie dzielić się danymi wrażliwymi [18]. Ale też dla wielu badanych są to warunki bardziej komfortowe, gdyż w otoczeniu domowym mogą czuć się bardziej swobodnie i dzięki temu być bardziej gotowym do mówienia o swoich doświadczeniach. Dlatego wskazane jest zadbanie, by respondent był w cichym, spokojnym i bezpiecznym dla niego miejscu, by nagranie nie rejestrowało osób postronnych, a te by nie słuchały, co badany ma do powiedzenia [17]. Jednak korzystanie z opcji telefonicznej czy online pozbawia badacza możliwości prowadzenia obserwacji (miejsca, zachowania badanego, jego interakcji z otoczeniem).

Analizując bardziej szczegółowo specyfikę prowadzenia wywiadów z użyciem konkretnych narzędzi, warto zauważyć, że rozmowa telefoniczna nakłada na badacza konieczność wyraźnego kierowania rozmową, by wskazówki i pytania były jasne dla respondenta w sytuacji braku komunikatów pozawerbalnych [21]. Ma to znaczenie dla

komfortu badanego. Moze on podczas rozmowy realizowac swoje aktywnosci domowe, sprawowac kontrole nad otoczeniem i prywatnoscia rozmowy, podejmowac dzialania ochronne wobec wlasnej przestrzeni spolecznej, sygnalizujac domownikom lub osobom znajdujacych sie w sasiedztwie, ze prowadzona jest rozmowa i nie nalezy przeszkadzac [21]. Pomimo tego, ze obecnie w wiekszym stopniu dominuja formy bazujace na aplikacjach internetowych, wywiady prowadzone z uzyciem telefonu nadal sa aktualne i atrakcyjne dla badaczy i badanych [28].

Zaletą wywiadów prowadzonych z wykorzystaniem słowa pisanego (np. poczty elektronicznej) jest możliwość prowadzenia wymiany zdań wtedy, gdy byłoby to trudne twarzą w twarz, np. ze względu na podejmowany temat, odległość, strefy czasowe czy pragnienie zachowanie anonimowości przez badanego [30]. Jednocześnie należy mieć na uwadze rozciągnięcie badania w czasie, nawet przy sprawnym odpowiadaniu na listy przez obydwie badane i badacza. Analogicznie do poczty elektronicznej będą funkcjonowały komunikatory internetowe, które jednak zwiększają zakres szybszej, a nawet synchronicznej interakcji, co w większym stopniu jest podobne do prowadzenia wywiadu metodą twarzą w twarz, chociaż głównym kanałem komunikacji pozostaje słowo pisane [28].

Zupełnie inny charakter mają wywiady prowadzone w formie forum dyskusyjnych, w których uczestnicy są zainteresowani danym tematem i wokół niego się koncentrują i wymieniają opinie i uwagi. Proces wymiany myśli jest moderowany i rejestrowany przez badacza. Jest to także asynchroniczna forma komunikacji, chociaż jest możliwość stworzenia warunków do pracy synchronicznej [28]. Jednak problemami które zostały zarejestrowane w tym typie badań było na przykład zapominanie przez respondentów loginów i haseł do forum, stosowanie niezrozumiałych skrótów i symboli, rozciągnięcie w czasie, generowanie sytuacji konfliktowych dla innych uczestników dyskusji [31].

W grupie fokusowej wyniki uzyskane przez badacza się efektem pewnej negocjacji, wymiany zdań pomiędzy uczestnikami badania – nie jest to wyrażenie indywidualnych perspektyw, lecz kształtowanie się opinii i wypowiedzi pod wpływem tego co i w jaki sposób jest mówione, a także ze względu na otoczenie i sytuacje generowane przez grupę [2]. W badaniach fokusowych prowadzonych online inaczej może się rozkładać dominacja osób. Rosaline Barbour zauważyła, że takie zjawisko występuje rzadziej, niż w wywiadach prowadzonych tradycyjnie. Uzasadnia to przypuszczeniem, że brak kontaktu wzrokowego sprawia, że uczestnikom badań trudno jest ocenić status, nie mogą odczytywać sygnałów niewerbalnych, stąd też nie ma podstaw społecznych do tego, by kogoś traktować w sposób uprzywilejowany, przyznając mu więcej czasu na mówienie [4]. Jednocześnie zauważa się, że grupy fokusowe online są bardzo pomocne w badaniu tematów wrażliwych, trudnych, gdyż Internet pomaga badanym poradzić sobie ze swoimi zahamowaniami, przełamać pełnione role społeczne, sprzyja bardziej otwartym i spontanicznym wypowiedziom, w tym ujawniania anonimowo własnych historii i doświadczeń. To także metoda, która sprzyja badaniom osób wykluczonych lub takich, do których trudno jest dotrzeć [2].

Kompetencje badacza i/lub osoby prowadzącej wywiad

W obrębie kompetencji badacza konieczna jest znajomość tematyki (kwestie merytoryczne) i metodologii badań. Jeżeli badacz decyduje się na zastosowanie środków

technicznych, musi mieć wiedzę o ich możliwościach i ograniczeniach oraz kompetencje w zakresie korzystania z nich. Musi także przewidywać możliwe problemy, które występują w czasie prowadzenia badań, by uwzględnić je w przewodniku do badań lub wytycznych dla osób prowadzących badania. W przypadku stosowania rozwiązań technicznych powinien być wypracowany plan awaryjny, który będzie zrozumiały i do zaakceptowania przez uczestnika badań [5]. W przypadku wyboru technologii, która ma wspomóc prowadzenie wywiadu, warto skorzystać z pytań sformułowanych przez Tima Rapleya: jaka forma nagrywania (ale też połączenia) będzie akceptowalna przez badanych? I jaka forma będzie wykonalna, także ze względu na miejsce w którym będzie badacz i badany? [32].

Badacz może samodzielnie prowadzić swoje badania, lub zlecać je osobom, które przejdą odpowiednie przeszkolenie w tym zakresie. Osobę prowadzącą wywiad powinny charakteryzować: wysoki poziom umiejętności społecznych, w tym komunikacyjnych (m.in. aktywne słuchanie, obiektywizm i umiejętność powstrzymania się od komentarzy) i organizacyjnych. Jak podkreśla Steinar Kvele „osoba prowadząca wywiad jest narzędziem badawczym, a jakość informacji uzyskiwanej w wywiadzie zależy od jej umiejętności, wrażliwości i wiedzy na temat badanego problemu” [6, s. 96]. W ramach swoich kompetencji komunikacyjnych badacz musi w czasie trwania wywiadu używać takich technik, jak: neutralne przyjmowanie do wiadomości, powtarzanie, parafrazowanie, dopytywanie, prośba o wyjaśnianie lub wyrażanie opinii, prośba o opisy ilustrujące doświadczenia, utrzymywanie kontaktu wzrokowego. Powinien też unikać pytań, które sugerują odpowiedzi, ignorować te wątki, które są ważne dla badań, ignorować wskazówek wynikających z zachowania czy niewerbalnych komunikatów badanego, używać podpowiedzi niewerbalnych (np. potakiwać kiwając głową), wtrącać się do narracji badanego. Dlatego dla osób, dla których ważne są gesty, czy mimika, prowadzenie badań z wykorzystaniem zapośredniczonych środków komunikacji jest znacznie trudniejsze [3].

Badacz musi posiadać także wysoki poziom kompetencji cyfrowych, umożliwiających trafny wybór środków technicznych i ich sprawną obsługę, niezbędne do poprowadzenia rozmowy w formie niebezpośredniej, rozwiązywanie bieżących problemów technicznych, które mogą pojawić się w trakcie wywiadu.

W każdej rozmowie trudnym momentem jest jej zakończenie. Gdy widoczne się staje, że rozmowa dobiega końca, po stronie osoby badanej może pojawić się niepokój, co dalej, w jaki sposób dane zostaną wykorzystane, czy nie powiedziała za dużo [6]. Mogą się także pojawić konkretne oczekiwania, np. dotyczące bieżącego informowania o tym, gdzie dane będą wykorzystywane/publikowane, czy autoryzacji a nawet wpływu na efekt końcowy. Wskazane jest, by badacz na koniec rozmowy rozwiązał wątpliwości, wyjaśnił, powtórzył, uspokoił i umożliwił skontaktowanie się ze sobą w razie przemyśleń lub niepokojów, dokonał krótkiego podsumowania, ale też pozwolił na wypowiedzenie się swobodne samemu badanemu, by ten mógł zwerbalizować swoje przemyślenia odnośnie całej rozmowy [6]. Zalecenia te są aktualne bez względu na formę prowadzenia wywiadu, lecz w przypadku metod zapośredniczonych wskazane jest, by pozwolić badanemu rozłączyć się w pierwszej kolejności.

W wywiadach jakościowych obserwuje się zjawisko, które nazywane echem po wywiadzie (*postinterview echoes*), oznaczają, że wywiad, jego treści i sposób prowadzenia rezonuje w jakiś sposób w badaczu, badanych lub osobach postronnych, wpływając na relacje czy sposób postrzegania świata [8]. Konieczna jest więc gotowość badacza do utrzymywania kontaktu z badanymi, którzy chcieliby coś uzupełnić, wyjaśnić lub po prostu porozmawiać, szczególnie że technologie sprzyjają łatwiejszemu dotarciu do naukowca.

W sytuacji wyboru technologii jako środka do prowadzenia wywiadu jakościowego, istotną jest refleksja nad tym, jak przebiegały wywiady. W szczególności, czy przebiegały zgodnie z planem, czy trzeba było modyfikować, dostosowywać pytania? Jakie dane zostały zebrane, czy były one adekwatne do postawionego celu badań? Na ile zebrane dane umożliwią badaczowi przeprowadzenie analizy i wnioskowania? [5]. Takie analizy służą doskonaleniu własnego warsztatu badacza.

Dylematy etyczne

Prowadzenie wywiadów niesie ze sobą szereg zagrożeń i związanych z nimi dylematów etycznych, odnoszących się między innymi do udzielenia świadomej zgody na udział w badaniach, zrozumienia i zaakceptowania celu i procedury badawczej, w tym nagrywania, pozyskania wiedzy o tym, kto i w jakim celu będzie wykorzystywał wywiad, jego fragmenty (transkrypcje), jakie działania będą podjęte by chronić dane oraz prywatność osoby oraz tych, których rozmowa dotyczy [6].

Prowadzenie badań z wykorzystaniem zapośredniczonych form komunikacji podlega tym samym zasadom etycznym, jak prowadzenie badań bezpośrednich, lecz pojawia się w nich szereg kwestii, które w tradycyjnym ujęciu nie mają znaczenia. Kluczowa jest świadomość celu badań oraz wyrażenie przez respondenta zgody na udział w wywiadzie, nagrywanie wywiadu (być może także z wizerunkiem), sposobie i czasie przechowywania danych o respondencie oraz samego nagrania. Stąd istotna jest dbałość o przestrzeganie zasad ochrony danych osobowych i prywatności, w tym nie tylko na etapie zbierania danych, lecz także w czasie kodowania i opracowywania wyników [5]. Odrębną kwestią jest pozyskiwanie zgód na badania, na rejestrację, na przechowywanie danych. Jeżeli zgoda jest wyrażana ustnie, powinna być nagrana odrębnie od całego wywiadu [22]. W związku ze zgodami, które w wywiadzie tradycyjnym respondenci najczęściej podpisują na papierze, mogą się pojawić rozterki, w jakiej formie zgody te pozyskać bez osobistego kontaktu. W przypadku badań w formie zapośredniczonej, wystarczy musi zgoda ustna lub przekazana w formie listu/wiadomości elektronicznej. W tym pierwszym przypadku odczytanie wszystkich ustaleń oraz podjęcie decyzji przez badanego jest czasochłonne i pozbawia go możliwości spokojnego zapoznania się z przygotowanym przez badacza tekstem i jego opcjami.

Dodatkowo należy rozstrzygnąć, czy wywiad jest jedyną metodą zbierania danych. Jeżeli w trakcie wywiadu będzie prowadzona obserwacja lub stosowane inne metody badawcze, konieczne jest uświadomienie respondenta w tym zakresie i pozyskanie jego zgody [5]. Istotną kwestią badaczy jakościowych jest rozróżnienie pomiędzy sferą publiczną i prywatną. Trzeba mieć na uwadze, czy środowisko prowadzenia badań będzie publiczne. Jeżeli tak, to generuje szereg problemów etycznych, związanych z poufnością oraz upublicznianiem danych, treści rozmowy czy nawet wizerunku [5]. Pewne narzędzia dają

większą prywatność (e-mail) a inne – mniejszą (czat, grupa dyskusyjna, media społecznościowe). Problemem może być między innymi niezgoda części użytkowników grupy publicznej na badania, rozbieżność celów użytkowników (np. ktoś może poszukiwać porad, inna osoba terapii lub wsparcia, wreszcie ktoś dołącza do grupy dla rozrywki) [28]. Jeżeli wywiad jest prowadzony w sferze publicznej Internetu, należy zachować czujność, by badany nie ujawnił więcej, niż byłoby to dla niego komfortowe i bezpieczne – w szczególności badacz musi pilnować, by nie zadawać pytań, które nie zostały uzgodnione lub wykraczają poza podjęty problem badawczy i ujawnione mogą stanowić dla respondenta potencjalne zagrożenie [5]. Jest to szczególnie niebezpieczne w sytuacji, gdy wywiad badawczy zmienia się w czasie jego trwania w wywiad terapeutyczny, w którym respondent przekazuje publicznie wrażliwe dla siebie informacje [6].

W każdej formie prowadzenia wywiadu konieczne jest także poinformowanie uczestników, że na każdym etapie badań mogą zrezygnować z udziału w nim [5].

Uznaje się, że niektóre tematy nie powinny być badane z użyciem niebezpośrednich form komunikacji, ze względu na drażliwość i potencjalne niebezpieczeństwo. Badacz w pewnych sytuacjach musi mieć kontakt z informacjami niewerbalnymi, wizualnymi, wyrażanymi przez badanego, zaś kontakt zapośredniczony może badacza tego pozbawić, tym samym narażając badanego na niebezpieczeństwo [17]. Dlatego kolejną kwestią którą należy rozważyć w kategoriach etycznych jest ta, czy nie naraża się badanego na pogorszenie stanu zdrowia psychicznego. Jednocześnie warto mieć świadomość, że część naukowców argumentuje, że właśnie drażliwe tematy mogą być poruszane w wywiadach telefonicznych czy online, gdyż badany może w każdej chwili przerwać połączenie, kończąc udział w badaniu w dowolnym momencie. Poza tym ma większą możliwość zachowania anonimowości, może korzystać jedynie z dźwięku, co zwiększa jego poczucie bezpieczeństwa. Dla badacza są to jednak niekorzystne warunki, gdyż w pierwszym przypadku traci swojego respondenta, często nie wiedząc dlaczego, a w drugim nie ma pewności co do tożsamości osoby po drugiej stronie [17].

Generalnie więc problemem badacza jest znalezienie sposobu na godzenie etyki odnoszącej się do szacunku wobec osoby badanej z wymogami dotyczącymi etycznego, przejrzystego prowadzenia badań, w tym ich rzetelności [6].

Wnioski

Chociaż wywiady jakościowe były z powodzeniem prowadzone z użyciem zapośredniczonych środków komunikacji co najmniej od lat 90. XX wieku, w tym doskonale sprawdzają się metody netnografii, to jednak dopiero pandemia Covid-19 przyniosła przełom w powszechności ich wykorzystania. Gwałtowny wzrost kompetencji cyfrowych i upowszechnienie rozwiązań technologicznych w różnych dziedzinach życia, znalazły swoje odzwierciedlenie także w nauce. Wielu badaczy stanęło w obliczu dylematu: czy badać z wykorzystaniem mediów jako środka komunikacji, czy nie badać wcale. Rozstrzygnięcie na korzyść mediów sprawiło, że badacze jakościowi włączyli do swojego warsztatu rozwiązania technologiczne, pokonując w ten sposób konieczność zachowania dystansu społecznego i trochę z przymusu, adaptując rozwiązania technologiczne w swojej pracy badawczej.

Obecnie wydaje się, że nie można uciec od technologii, na jakimś etapie prowadzenie badań są one koniecznością. W przypadku badań jakościowych nowe media dają możliwości innowacyjności w sposobach gromadzenia danych, co w obliczu nowych, oryginalnych, nie podejmowanych wcześniej tematów badawczych, wydaje się koniecznością. Wywiady prowadzone z wykorzystaniem zapośredniczone środków komunikacyjnych mają inną logikę i przebieg, niż te prowadzone tradycyjnie, dlatego wybierając je należy robić to ze świadomością ich możliwości i ograniczeń [17].

Istotną konkluzją dotyczącą prowadzenia wywiadów jakościowych z wykorzystaniem zapośredniczonych środków komunikacji (np. smartfonu czy komputera z odpowiednimi aplikacjami), jest świadomość możliwości i ograniczeń konkretnych rozwiązań oraz znaczenia ich wyboru dla osiągnięcia postawionego celu badawczego. Wiąże się to z wnikliwym poznawaniem sposobów użytkowania sprzętu i oprogramowania, przewidywaniem możliwości usterek i trudności technicznych oraz posiadania sposobów ich szybkiego (niemal natychmiastowego) rozwiązania. Konieczne jest więc dla badacza stałe śledzenie nowinek technicznych, uczenie się nowych aplikacji i śledzenie ich aktualizacji, które nierzadko gruntownie zmieniają dotychczasowe przyzwyczajenia użytkownika. Do istotnych zalet tego typu badań należą kwestie ekonomiczne – oszczędność środków finansowych i czasu, związanych z dojazdem, lecz także sama organizacją badań czy transkrypcją wywiadów.

W obliczu możliwości technologicznych zwiększają się perspektywy badawcze przestrzeni wirtualnej, lecz także istotnie niweluje się bariera związana z geograficznym umiejscowieniem respondentów. Co więcej, możliwe jest prowadzenie wywiadów bazując na asynchronicznej komunikacji, poprzez sięgnięcie do takich rozwiązań jak aplikacje tekstowe, fora internetowe, czy nawet poczta elektroniczna. Możliwe jest także wykorzystywanie w badaniach materiałów multimedialnych, obrazów, dźwięków, filmów prezentujących jakieś zjawiska, co w szczególności w wywiadach fokusowych ułatwia tworzenie odpowiedniej atmosfery i formułowanie pytań/metafor wzbogaconych środkami wizualnymi.

Chociaż w tym opracowaniu skoncentrowano się na wywiadzie, to jednak dostęp do technologii otwiera wiele możliwości adaptacji metod badawczych. Przykładem jest prowadzenie obserwacji przez kamerę internetową w wybranym środowisku (w domu, w klasie, na świetlicy itp.), wykorzystanie metod projekcyjnych w odniesieniu do grupy, a nie jednostki (np. wspólne generowanie tekstów, obrazów diagramów, map wizualnych, filmów w sieci). Daje to szansę na to, by w procesie gromadzenia danych łączyć metody, wzbogacając proces badawczy, adekwatnie do postawionego celu. Jednocześnie aplikacje typu MS Teams czy Zoom dają możliwości naśladowania wywiadów tradycyjnych, gdyż pozwalają na widoczność osoby (najczęściej twarzy), przekazują dźwięk w dobrej jakości a także umożliwiają korzystanie z tekstów, obrazów, filmów i innych źródeł, które wspomagają wywiad. Stąd nierzadko zdarza się, że respondenci preferują wywiady prowadzone online, nie odczuwając w związku z tym dyskomfortu i mogą taką formę komunikacji sugerować.

Ponieważ dostępne metody badawcze w których wykorzystywane są środki techniczne stale ewaluują, ważna jest refleksyjność badacza, jego gotowość do doskonalenia się i adaptacji dostępnych narzędzi. W całym procesie badawczym nie można jednak stracić z

oczu celu badań i postawionych problemów badawczych, co w przypadku stosowania atrakcyjnych środków technicznych może się stać, gdyż „im bardziej jest wyrafinowana nasza technologia, tym bardziej zmienia się sposób, w jaki prowadzimy badania” [3, s. 163].

Bibliografia

1. Creswell J. W. *Projektowanie badań naukowych. Metody jakościowe, ilościowe i mieszane*. Kraków: Wydawnictwo UJ, 2013.
2. Graffigna G., Bosio A. C. The influence of setting on findings produced in qualitative health. *International Journal of Qualitative Methods* 2006;5(3): 55–76. <https://doi.org/10.1177/160940690600500307>.
3. Angrosino M. *Badania etnograficzne i obserwacyjne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.
4. Barbour R. *Badania fokusowe*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2011.
5. Salmons J. *Qualitative Online Interviews. Strategies, Design, and Skills*. Sage Publications, 2014.
6. Kvale S. *Prowadzenie wywiadów*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.
7. Brinkmann S., Kvale S. *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (2 ed.). Thousand Oaks, CA: Sage, 2009.
8. Warren C. A. (2011). Qualitative Interviewing. W: Gubrium J. F., Holstein J. A. *Handbook of Interview Research*. SAGE Publications, Inc., 2011, 83–102. DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781412973588>.
9. Kulczycki E. *Teoretyzowanie komunikacji*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe IF UAM, 2012.
10. Mathers N., Fox N., Hunn A. Using Interviews in a Research Project. W: *Research Approaches in Primary Care*. Radcliffe Medical Press/Trent Focus, 2009.
11. Shapka J. D., Domene J. F., Khan S., Yang L. M. Online versus in-person interviews with adolescents: An exploration of data equivalence. *Computers in Human Behavior* 2016;58:361–367. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.016>.
12. Holge-Hazelton B. The Internet: A New Field for Qualitative Inquiry? *Forum: Qualitative Social Research* 2002;3(2).
13. Sowa P., Pędziński B., Krzyżak M., Maślach D., Wójcik S., Szpak A. The Computer-Assisted Web Interview Method as Used in the National Study of ICT Use in Primary Healthcare in Poland – Reflections on a Case Study. *Studies in Logic, Grammar and Thetoric* 2015;43(56):137–146. DOI: 10.1515/slgr-2015-0046.
14. Limsay S. A Comparative Analysis of Data Quality in Online Zoom Versus Phone Interviews: An Example of Youth With and Without Disabilities. *SAGE Open* 2022;12(4):1–11. <https://doi.org/10.1177/21582440221140098>.
15. Dolińska A., Łuczaj K., Kurek-Ochmańska O. Metoda biograficzna w kontekście badań jakościowych realizowanych zdalnie - możliwości, ograniczenia i aspekty etyczne. *Przegląd Socjologiczny* 2022;71(1):61–84. <https://doi.org/10.26485/PS/2022/71.1/3>.
16. Binder P. Wywiady online w badaniach jakościowych okresu pandemii: inkluzywny potencjał, zagrożenie wykluczeniem i jakość gromadzonych danych. *Kultura i Edukacja* 2022;3(137):38–62. DOI: 10.15804/kie.2022.03.03.

17. Thunberg S., Arnell L. Pioneering the use of technologies in qualitative research – A research review of the use of digital interviews. *International Journal of Social Research Methodology* 2022;25(6):757–768. <https://doi.org/10.1080/13645579.2021.1935565>.
18. Sedgwick M., Spiers J. The Use of Videoconferencing as a Medium for the Qualitative Interview. *International Journal of Qualitative Methods* 2009;8(1):1–11.
19. Khan T. H., MacEachen E. An Alternative Method of Interviewing: Critical Reflections on Videoconference Interviews for Qualitative Data Collection. *International Journal of Qualitative Methods* 2012;2(1):1–12. DOI: 10.1177/16094069221090063.
20. Bolderston A. Conducting a Research Interview. *Journal of Medical Imaging and Radiation Sciences* 2012;4:66–76. DOI: 10.1016/j.jmir.2011.12.002.
21. Holt A. Using the telephone for narrative interviewing: A research note. *Qualitative Research* 2010;10(1):267–273. DOI: 10.1177/1468794109348686.
22. Gray L. M., Wong-Wylie G., Rempel G. R., Cook K. Expanding Qualitative Research Interviewing Strategies: Zoom Video Communications. *The Qualitative Report* 2020;25(5): 1292–1301. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2020.4212>.
23. Jemielniak D. Netnografia, czyli etnografia wirtualna - nowa forma badań etnograficznych. *Prakseologia* 2013;154: 97–116.
24. Archibald M. M., Ambagtsheer R. C., Lawless M. Using Zoom Videoconferencing for Qualitative Data Collection: Perceptions and Experiences of Researchers and Participants. *International Journal of Qualitative Methods* 2019;18:1–8. <https://doi.org/10.1177/1609406919874596>.
25. Kozinets R. *Netnografia: badania etnograficzne online*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2012.
26. Namey E., Guest G., Martinez A. How Does Mode of Qualitative Data Collection Affect Data and Cost? Findings from a Quasi-experimental Study. *Field Methods* 2019;32(1):58–74. <https://doi.org/10.1177/1525822X19886839>.
27. Banks M. *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009.
28. Redlich-Amirav D., Higginbottom G. New Emerging Technologies in Qualitative Research. *The Qualitative Report* 2014;19(26):1–14. DOI: 10.46743/2160-3715/2014.1212.
29. Gibbs G. *Analizowanie danych jakościowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2011.
30. Cook C. M. Email interviewing: Generating data with a vulnerable population. *Journal of Advanced Nursing* 2011;68(6):1330–1339. DOI: 10.1111/j.1365-2648.2011.05843.x.
31. Im E.-O., Chee W. An Online Forum As a Qualitative Research Method: Practical Issues. *Nursing Research* 2006;55(4): 267–73. DOI: 10.1097/00006199-200607000-00007.
32. Rapley T. *Analiza konwersacji, dyskursu i dokumentów*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.