

Streszczenie:

Celem projektu, przedstawionego w niniejszej pracy, jest analiza jednego z zawodów, który powstał i rozwinął się w Polsce, w wyniku przemian transformacyjnych – zawodu badacza opinii i rynku, stosującego w swojej pracy metodologię jakościową.

W pracy stworzono socjologiczny portret badaczy jakościowych - moderatorów¹ i analityków rynku, funkcjonujących w realiach komercyjnych badań rynkowych i społecznych, na początku XXI wieku. Opisano świat społeczny badaczy jakościowych, nakreślono, jak postrzegany jest ten zawód w jego obecnej formie, oraz starano się odpowiedzieć na pytanie, jakie mechanizmy i procesy leżą u podstaw konkretnych wzorców zachowań, oraz jakimi kolejnymi wyborami, zarówno w perspektywie osobistej każdego z badaczy, opisywanej grupy zawodowej jak i całego rynku badań, mogą one skutkować.

Praca usytuowana jest w kręgu socjologii jakościowej i paradygmatu interpretatywnego, ukazującego podmiotowość jednostki, działającej w oparciu o swoją interpretację sytuacji. Nawiązuje również do podejścia dramaturgicznego Ervinga Goffmana, definiującego jednostkę ludzką jako aktora i wypracowującą, w toku interakcji z innymi, określoną rolę.

Dysertacja podzielona jest na trzy główne części.

W części pierwszej opisane zostały przyjęte założenia paradygmatyczne, oraz podążające za nimi, konkretne założenia ontologiczne i epistemologiczne. W tej części opisana została także użyta metodologia badawcza, czyli Metodologia Teorii Ugruntowanej i zasadność jej użycia w niniejszej pracy. Uzasadniono także zastosowanie procedury triangulacji.

Część druga, to część teoretyczna, która obejmuje także analizę danych zastanych. Przyjmując określone założenia i skupiając się na mikro-perspektywie badaczy jakościowych, pracujących w komercyjnym środowisku - dość specyficznej i relatywnie niewielkiej grupy, traktując jednak człowieka jako istotę społeczną, zanurzoną w konkretnym czasie i miejscu, oraz przyjmując, że na jego jednostkową i osobistą interpretację sytuacji, w oparciu o którą wykonuje on określone działania, ma wpływ splot różnorodnych czynników zewnętrznych i

¹ Osoba prowadząca jakościowe badania o charakterze komercyjnym nazywana jest moderatorem. Nazwa pochodzi z języka angielskiego i literalnie odnosi się do osoby prowadzącej wywiady grupowe, jednak powszechnie stosuje się ją także dla osób prowadzących różnorodne badania o charakterze jakościowym (por. Maison, 2010, s. 201). W pracy tej pojęcia „moderator” i „badacz jakościowy” używane są często zamiennie.

wewnętrznych, w rozważaniach zastosowano perspektywę zarówno makro jak i mikro, jaką można określić patrzeniem „od ogółu do szczegółu”.

W tej części znajdują się zatem rozważania dotyczące znaczenia pracy i konsumpcji w ujęciu historycznym i kulturowym, ze szczególnym uwzględnieniem faz rozwojowych społeczeństw kapitalistycznych i teorii późnej nowoczesności, oddziałującej zarówno globalnie, jak i specyficznie, w takich krajach jak środkowowschodnia, postkomunistyczna Polska. Opisano tu także badania społeczne i rynkowe, od chwili ich powstania, aż do czasów obecnych, ze szczególnym zwróceniem uwagi na badania jakościowe i przemiany jakie przeszły one w ostatnich latach. Dużą uwagę poświęcono kwestii etyki komercyjnych badań jakościowych, a także skupiono się na osobie badacza w procesie badawczym i (wykorzystując dostępne dane i raporty z badań ilościowych) scharakteryzowano specyfikę grupy zawodowej badaczy rynku i opinii, a zwłaszcza badaczy jakościowych.

Część trzecia, to część analityczna i oparta na badaniach własnych – wywiadach jakościowych z badaczami rynku i opinii.

Centralną kategorią analityczną uczyniono tu proces przebiegu kariery badacza jakościowego i przyglądano się wygenerowanej matrycy warunków, jakie mają wpływ na styl i przebieg jego pracy zawodowej. W analizie pokazano temporalny wymiar kariery badacza jakościowego – od momentu wyboru tego zawodu, poprzez zmianę jego percepcji na przestrzeni lat pracy, aż do ewentualnej zmiany zawodu. W części tej opisano także specyfikę metodologii jakościowej, używanej w rzeczywistości komercyjnych firm badawczych, specyfikę pracy badacza jakościowego, a szczególnie skoncentrowano się na kwestii uczestnictwa osób bezpośrednio zainteresowanych wynikami badań i (zlecających i finansujących je) w procesie badawczym.

Słowa kluczowe: badania jakościowe, badania rynku, badania komercyjne, badania społeczne, moderator, badacz, analityk, marketing, teoria ugruntowana, kariera, zawód, role zawodowe, biografia, postnowoczesność.