

## **Badania jakościowe zza szyby – jak słuchać i patrzeć, żeby słyszeć i widzieć**

termin szkolenia: **22 – 23 kwietnia 2008 r.**

osoba prowadząca: **Michał Kociankowski**

Badania jakościowe, szczególnie prowadzone technikami grupowymi, są chyba najbardziej „podejrzany” rodzajem badań. Opinię, że grupa nie znających się na niczym osób jest w stanie wygenerować dowolną fikcję spotyka się coraz częściej. W łagodnej postaci ma ona formę podszytej rezygnacją zgody na prowadzenie „fokusów”, bo i tak nic innego zrobić się nie da.

Nie zupełnie się z tym zgadzam. Badania jakościowe, zwłaszcza grupowe, mogą być źródłem bardzo cennej i wiarygodnej wiedzy. Warunkiem jest jednak, aby materiał badawczy nie był mylony z wynikiem, a ćwiczenia prowadzone z respondentami nie były traktowane dosłownie. Prawdziwa wiedza pochodzi bowiem z analizy i obserwacji, a jedynie ilustracją dla niej jest surowy cytat.

- Dyskusja grupowa – co to właściwie jest, jakie zjawiska się w niej dzieją, jakie są jej „warstwy”, jak odbierają taką sytuację uczestnicy?
- Dynamika procesu grupowego i jej konsekwencje dla sytuacji podczas dyskusji.
- Rola moderatora – poziomy pracy moderatora, styl moderowania, sposób moderowania a specyfika problemu i charakter badanych.
- Informacje zdobywane podczas badania – co badani świadomie wiedzą, o czym nie wiedzą, że to wiedzą, czego zupełnie nie wiedzą, ale można się od nich tego dowiedzieć.
- Mity i fakty związane z wpływem respondentów na badanie i jego wyniki.
- Podstawowe zagrożenia – wpływ jednych części dyskusji na inne, nierównomierna aktywność badanych.
- Charakter informacji uzyskiwanych poprzez stosowanie różnych technik i sposób ich interpretacji – po co tak naprawdę zadaje się różne pytania i jak rozumieć odpowiedzi na nie.
- Błędy interpretacyjne.
- Rola wstępnego przemyślenia problemu i przygotowania scenariusza.
- Praktyczne przykłady.

### Forma szkolenia

Pierwszy dzień – wykład z przykładami oraz krótkie ćwiczenia.

Drugi dzień – wykład z przykładami oraz dwa „duże” ćwiczenia.

Koszt szkolenia: 1700 zł

Miejsce szkolenia: Warszawa

**Michał Kociankowski** – Studiował filozofię i pedagogikę. W badaniach rynku od 14 lat, najpierw w ARC Rynek i Opinia, a od 1998 do końca 2007 w IQS and QUANT Group. Pracował tam jako samodzielny badacz, później szef zespołu badawczego, manager ds. rozwoju, dyrektor obsługi klienta, a przez ostatnie półtora roku jako Research Consulting Director. Na tym stanowisku zajmował się technikami i narzędziami wspierającymi przełożenie wiedzy płynącej z badań na strategię marketingowe i komunikacyjne. Obecnie Strategy Director w agencji reklamowej Young and Rubicam.