

Etyczne wyzwania zawodu badacza

Andrzej Kowalczyk

8 listopada 2013

Wstęp

Studiowałem w Instytucie Socjologii UW w latach 1983 – 1989, następnie pracowałem na Uniwersytecie w Gdańsku oraz w Warszawie.

Przez wiele lat organizowałem badania (zlecenia, koordynacja, prezentacje, opracowania) dla dużych korporacji.

W prezentacji zakładam modelowy, wyidealizowany obraz uniwersytetu, bo patrzę poprzez perspektywę Instytutu Socjologii z Karowej 18. Taki Uniwersytet realnie mnie ukształtował.

Gdy w wyniku zmian systemowych w gospodarce z końcem 1988 roku, a w rok później w polityce, wytworzyło się zapotrzebowanie na badania, w szczególności sondażowe, powstało wiele ośrodków badawczych, zarówno krajowych jak i ekspozytur zagranicznych. Komercyjne badania zaczęły też prowadzić CBOS i OBOP.

Ośrodki te tworzone były, czy to kadry stanowili badacze wywodzący się z uniwersytetów czy z ośrodków akademickich. Dzięki ich wiedzy i umiejętnościom, w krótkim czasie ośrodki te osiągnęły bardzo wysoki poziom merytoryczny.

**Siłą polskiego środowiska
badawczego jest uniwersytecki,
w dużej mierze, jego rodowód,
któremu zawdzięczamy twórcze
badania opinii i rynku
na przełomie XX i XXI wieku.**

Na ten uniwersytecki rodowód polskiego środowiska badawczego składa się bagaż*:

Bogatej tradycji filozoficzno-metodologiczno-etycznej szkoły lwowsko-warszawskiej

[Kazimierz Twardowski, Kazimierz Ajdukiewicz, Tadeusz Kotarbiński, Stanisław Leśniewski, Jan Łukasiewicz, Alfred Tarski, Władysław Witwicki, Maria Ossowska, Stanisław Ossowski, Władysław Tatarkiewicz]

Popaździernikowej twórczej adaptacji technologii amerykańskiej w zakresie st. nauk społ. [A. Malewski, S. Nowak i Jego Grono]

Socjalistycznej tradycji nauk społecznych [L. Krzywicki, S. Czarnowski, A. Hertz, E. Szturm de Sztrem, E. Lipiński, J. Strzelecki]

Współczynnika humanistycznego [F. Znaniecki] i innych dokonań 100 lat socjologii polskiej

* Rozumiany nie jako kula u nogi, ale jako zestaw przydatnych w podróży do innych kultur, rzeczy

Podstawową tezą referatu jest, że

Etyka, jako część tradycji
jest ważna, możliwa
i korzystna dla badacza.

Patrząc nieco humorystycznie, można powiedzieć, że doświadczenie wielu osób jest takie, że postępowanie zgodnie z wysokimi zasadami etycznymi nie jest opłacalne.

Ten pogląd znakomicie ilustruje rysunek Andrzeja Mleccki przedstawiający meldunek powracającego z pola walki rycerza: „Wszyscy, którzy walczyli fair, zginęli”.



może łatwiej byłoby zatem powiedzieć, że
„Nie idźcie tą drogą!”?

Nie, bo jeśli nie pójdziecie tą drogą, często trudną i żmudną, to badania stracą sens

Przez analogię do sensu ludzkiej pracy* można określić sens badań jako iloczyn trzech czynników:

$$S = SU \times ngOB \times SE$$

- S sens badań
- SU społeczna użyteczność
- ngOB nie degraduje osobowości badacza
- SE sens ekonomiczny

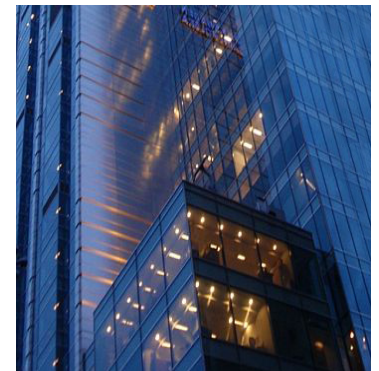
*O sensie ludzkiej pracy w kontekście etyki Solidarności głosił kazania i pisał w latach 80/81 ks. Józef Tischner



W korporacji, dla której badacz pracuje lub, na pewnym etapie, ewolucji firm badawczych (nieunikniona menedżeryzacja) badacz podejmuje refleksję nad samym sobą i mogą pojawić się dość elementarne pytania, na które spojrzeć można z dwóch perspektyw:



uniwersyteckiej



i z perspektywy korporacji.

Problem

Problem dla badacza, wywodzącego się z uniwersytetu, zarysować można następująco:

1. badacz, który wywodzi się z uniwersytetu, pracuje dla lub w korporacji
2. Tymczasem uniwersytet i korporacją różnią się zasadniczo:

A/	Strukturą własności :	autonomia vs własność
B/	Systemem wartości:	etos nauki vs kultura organizacyjna korporacji
C/	Ograniczeniami:	tradycja vs biznes/rynek

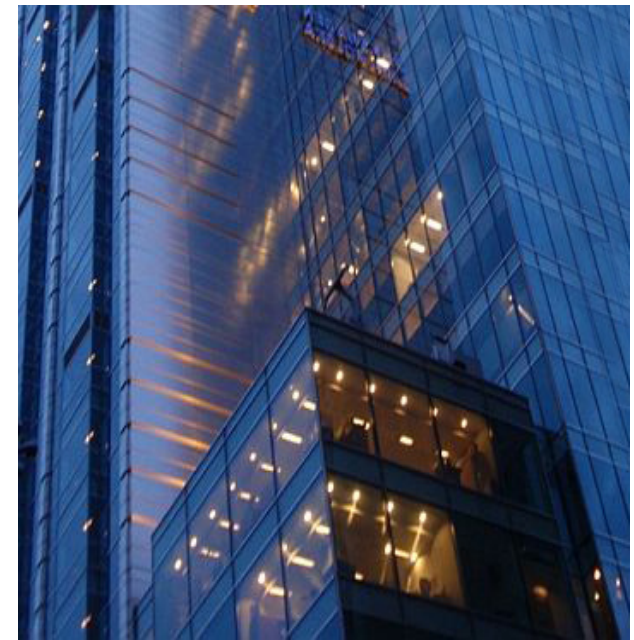
Dylemat przed jakim staje badacz to taki, żeby nie zmarnować szansy jaką daje działalność na rynku (praca dla lub w korporacji), a jednocześnie pozostać wiernym etosowi.

Problem



Autonomia
Etos
Tradycja

Badacz wywodzi się
z Uniwersytetu



Własność
Kultura organizacyjna korporacji
Biznes

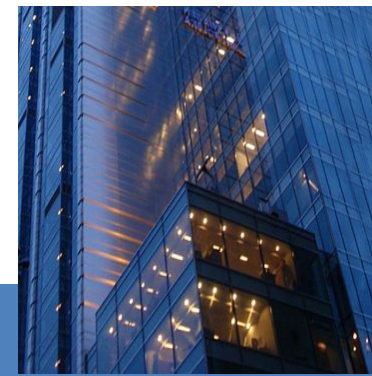
Badacz działa na
rynku i wykonuje
zlecenia korporacji

Nie zmarnować szansy (awans, zarobek) i pozostać wiernym etosowi

Dylematy mogą przejawiać się na różnych polach, np. rozumienie elementarnych dla badań cech.

Przykładowo:

- po co robi się badania?
- czy odpowiedź zależy od formy pytania, wynik, od formy badania?
- jakie są najlepsze formy badań?
- jakie kwestie poddawać badaniu?
- czy publikować/upowszechniać wyniki badań?
- cnoty badacza



Po co się robi badania?

Badanie jest działalnością naukową

f. poznawcze

f. predyktywne

Badacz jest naukowcem (autonomia)

Badanie, nawet przynoszące niespodziewane („złe”) wyniki jest wartością samą w sobie

Badanie jest instrumentem

f. legitymizacyjne (pi-arowe)

f. kontrolne

Badacz jest urzędnikiem (podległość)

Badanie jest często złem koniecznym ze względu na wymagania zewnętrzne (biznesplan, obligatoryjna ewaluacja itp.)

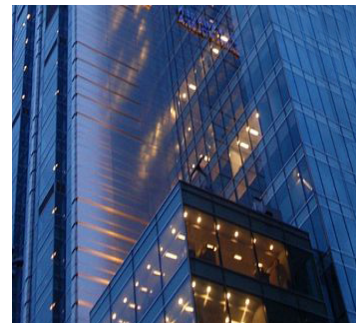


Czasami używane bywa metafora ilustrująca jedyną korzyść z badania, że badania są jak latarnia dla pijaka, nie żeby się oświecić, a żeby się podeprzeć. Podobną refleksję miał twórca jednej z wiodących agencji reklamowych.

David Ogilvy:

„Zauważyłem rosnącą niechęć ze strony szefów marketingu do stosowania własnych osądów; z reguły zbyt polegają oni na badaniach i używają ich jak pijak latarni - do kurczowego trzymania się, zamiast do oświetlenia otoczenia”.





Czy odpowiedź zależy od formy pytania (wynik od formy badania)?

Po to są badacze/universytety/katedry metodologii

Np. wpływ słownictwa

Pytania zamknięte i otwarte

Efekt porządku pytań, kafeterii

Efekt filtra „nie wiem”, „inne”

i cały szereg innych czynników

Przeświadczenie o nieograniczonym, możliwym wpływie badacza na wynik badania (manipulatorzy)

„Odpowiedź zależy od tego jak się zada pytanie”

„Już my tam wiemy, jak wy to robicie, ale nie będziemy zaglądać wam do kuchni”

W kontekście rozważań o badaczach jak „manipulatorach”, warto pamiętać o stereotypowym, negatywnym widzeniu badań nawet wśród tych, którzy z nich korzystają



„Mógłbym a priori przytoczyć wyniki badań empirycznych, z których ad hoc wynikałoby, że społeczeństwo nolens volens zaakceptowało podwyżki i poddaje się strukturalnym procesom frustracji, kastracji i defekacji”.

Jaruzela 198(7?), pismo satyryczne II obiegu



Samo słowo BADACZ może mieć rozmaity kulturalny kontekst

Poniższe rysunki dzieli duża różnica czasu, ale ich treść jest niemal identyczna, co znaczy, że stereotyp jest bardzo silny.





Jakie są najlepsze
formy badań?

**Różnorodne, nie tyle formy są
ważne, co cechy**

rzetelne

adekwatne

ciągłe

systematyczne

trafne

poprzedzone kwerendą
w ramach Desk Research



szybkie i tanie

Presja czasu: „Mniejszą uwagę skupia się na odpowiedniości informacji niż na samym fakcie jej dostarczenia”*

Presja/kryterium ceny

Z katalogu PTBRiO 2009: *Najlepszym przykładem [presji ceny] są koncepcje włączania skomplikowanych badań na specyficznych grupach respondentów do omnibusów. Gratuluję zleceniodawcom dobrego samopoczucia i akceptację takich rozwiązań. Ocenę jakości tak zebranego materiału można pozostawić ekspertom od metodologii ... po to, żeby mieli do zbadania przypadek kliniczny i mogli pokazywać studentom, jak czegoś robić nie należy.*

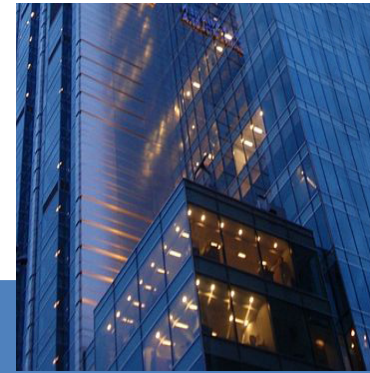


Jakie kwestie
poddawać badaniu?

istotne

wymogi powtarzalności

kontrolne



„Niezależnie jakimi zasobami
informacji
i wiedzy o rynku się dysponuje, to
i tak zawsze zgłasza się potrzebę
uzupełnienia informacji”

***Arbitralna ingerencja, nawet
w kwestionariusz osób nie zawsze
kompetentnych:***

***„nie jest nam potrzebna ta
wiedza” ,
„nie pytałbym o ocenę [tej
reklamy], bo ludzie się na tym nie
znają” ,
„to pytanie jest absolutnie zbędne”***

Czy wynik badań
należy publikować/
upowszechniać
w ramach korporacji?

*Wypada zauważyć, że [względ na
obronność państwa], czy inny
interes państwowy, którym można
usprawiedliwiać ograniczanie
wolności naukowego słowa, nie
należy nadużywać (...)
Szczególnie przykre są dla nauki
wypadki, w których nie pozwala się
na ogłaszanie pewnych wyników
naukowych ze względu na to, że
ogłoszenie ich mogłoby mieć
niepożądane następstwa dla linii
politycznej czynników rządzących.
(...) Zatajanie niemiłych prawd po
prostu się nie opłaca."*

K. Ajdukiewicz



Polityka informacyjna strukturyzuje organizację
(linia, sztab, departament, pion strategiczny,
taktyczny itd. (więcej wojska niż Webera).



Reglamentacja informacji to władza





Sprawa publikacji wyników badań jest dla naukowca rzeczą oczywistą.

Pomijam sprawę publikowania wyników badań przez korporację na zewnątrz, bo wyniki mogą stanowić tajemnicę handlową i wtedy nie powinny być znane konkurencji.

Zauważyć można jednak, że kultura organizacyjna współczesnych korporacji, szczególnie z amerykańskim rodowodem, oparta jest na więzi informacyjnej, dostęp do informacji i jej szczególna reglamentacja strukturyzują organizację. Pewien wpływ na ten stan rzeczy ma silne nasycenie amerykańskich korporacji byłymi wojskowymi po I wojnie, a szczególnie po II. Zauważyć można, że nauka o organizacji i zarządzaniu nasączona jest nomenklaturą wojskową: linia, sztab, strategia, logistyka itd.

Jako ciekawy przykład polityki informacyjnej, można przypomnieć znakomity dokument Marcela Łozińskiego „Próba mikrofonu”. Rzecz dzieje się w zakładach Pollena Uroda w 1979 roku. Pracownik radiowęzła postanawia wzbogacić program o poważniejsze treści, zadając pracownikom pytanie, czy czują się współgospodarzami zakładu. Ku jego zdumieniu nikt nie odpowiada twierdząco, a nagrania przedstawione dyrekcji spotykają się z ostrą krytyką. Argument radiowca jest taki, że należy puścić materiał, żeby pokazać załodze, że nie czują się współgospodarzami i tym samym, żeby poczuli się współgospodarzami, bo traktuje się ich serio. Z kolei dyrekcja twierdzi, że nie, bo pracownicy nie rozumieją o czym mówią, bo to kobiety...

Przejrzystość
awansów
i stabilność



Z Weberem
na bakier

Cnoty
badacza/pracownika

A yellow book cover with a black eagle emblem at the top. Below the emblem, the word "UNIVERSYTET" is written in black capital letters.

**NIE BYĆ W MYŚLENIU
POSŁUSZNYM**

OSSOWSCY, SOCJOLOGIA, FILOZOFIA

„Pracownik naukowy to taki człowiek, do którego zawodowych obowiązków należy brak posłuszeństwa w myśleniu. Na tym polega jego służba społeczna, aby pełniąc swe zawodowe czynności nie był w myśleniu posłuszny. Pod tym względem nie wolno mu być posłusznym ani synodowi, ani komitetowi, ani ministrowi, ani cesarzowi, ani Panu Bogu. Jeżeli jest posłuszny, jeżeli poglądy swoje zmienia na rozkaz, albo jeżeli myśl jego nie jest w zgodzie z jego słowami, sprzeniewierza się swoim obowiązkom, tak jak się sprzeniewierza inżynier, który dla świętego spokoju, albo dla zysku, albo przez lenistwo, albo przez małoduszność pustakami zastępuje żelazobeton albo drewnem granit”.

Cały szereg
mechanizmów
„konformizujących”
postawy.

Korporacja może nie
zlecić asertywnemu
badaczowi następnego
badania, nie zaprosić
go do składania ofert itd.

Co robić?

Jak postępować?

Nie jesteśmy, na szczęście, bezbronni wobec tych dylematów.

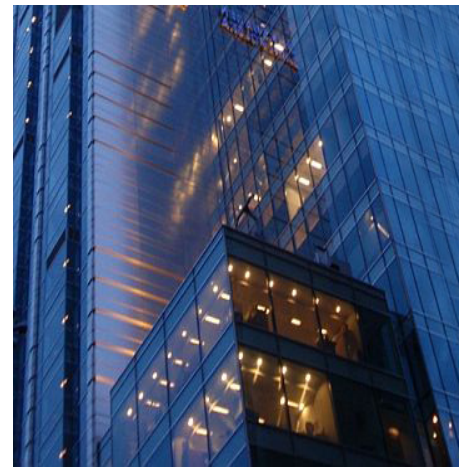
Co robić?

Uszanować różnorodność kulturalną, przyjąć naturalność konfliktu:

- A/ Instytucjonalizować konflikt
- B/ Edukować odbiorców
- C/ Dbać o najwyższą jakość, stale doskonalić się
- D/ pamiętać o autorytetach polskich, casusy
- E/ W skrajnych przypadkach asertywność z uzasadnieniem

A

Instytucjonalizować konflikt



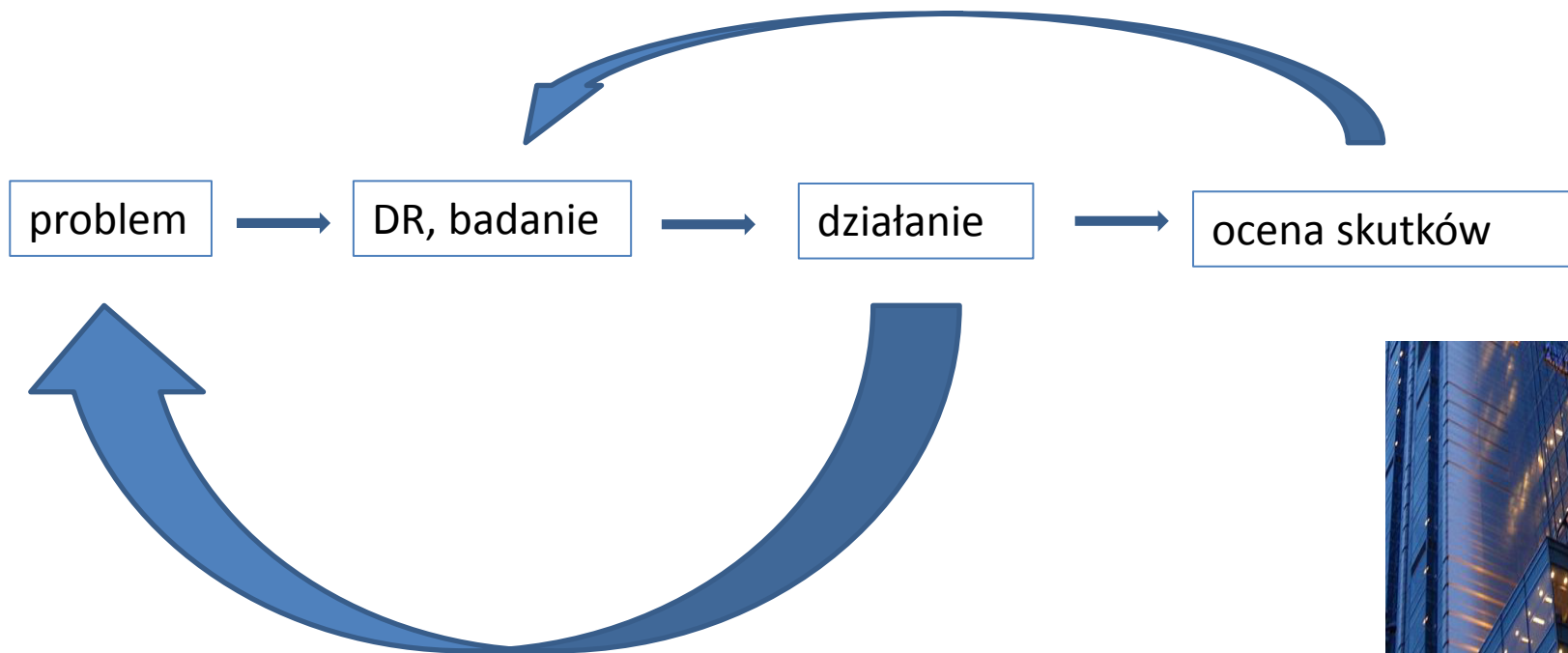
Pomimo, że można spotkać się z uzasadnionymi opiniami, że

- Większość pozyskanych informacji z firm badawczych ma niewiele wspólnego z decyzjami podjętymi później w przedsiębiorstwach
- Większość informacji z rynku zbierana jest, gdy decyzję już podjęto
- Większość zebranych informacji marketingowych nie jest wykorzystywana

nie oznacza to, że badania nie mają sensu. Należy starać się włączyć je w proces badawczo-rozwojowy.

A

W korporacji dbamy o włączenie badań w proces badawczo-rozwojowy: cykliczny i samokorygujący się



B

Edukacja odbiorców

B1 Warsztaty, nie same prezentacje

B2 Desk research (krytyczny, ale bez przesady)

B3 Włączenie się w proces badawczo - rozwojowy

B1. dobrze jest nie ograniczać się do samej prezentacji wyników badań, a prowadzić warsztaty, na których prezentowana jest metodologia badań, omawiane jest możliwe wykorzystania badań w procesie badawczo-rozwojowym, ograniczenia i projektowanie dalszych badań. Generalnie, im niższy szczebel organizacyjny, tym zainteresowanie, zrozumienie, a zatem i korzyści z badania mogą być większe.

B2. Na ogół korporacja ma już jakieś badania, opracowania, analizy, strategie rozwoju itd. Zauważyć można niedobłą praktykę firm badawczych w stosunku do wcześniej wytworzonego materiału: ignorowanie go lub miażdżąca krytyka. Z korzyścią dla korporacji i dla badacza ważną częścią badania powinien być desk research.

B3 Należy pamiętać, że jeśli następuje zmiana, na przykład wskutek decyzji popartej badaniem, to immanentną częścią tej zmiany jest jej ewaluacja.



C

Wysoka jakość, stałe dokształcanie się

C1 Można powiedzieć, że nie ma takiego prawa rynku, które uwalniałoby badacza od najwyższej staranności w jego działalności.

C2 Włączeniu badań w proces badawczo-rozwojowy sprzyja posiadanie szerokiej wiedzy ogólnej na temat badań, ale także wiedzy na temat wykorzystania badań, na temat reklamy, marketingu, czy zarządzania.

C3 Dobra współpraca z korporacją możliwa jest, gdy towarzyszy jej szerokie i autentyczne zainteresowanie nie tylko badaniem, ale również merytoryczną stroną działalności zleceniodawcy.

C4 Badacze lubią badania. A skoro lubią, to akceptują także ich niedoskonałości i wady i ograniczenia. Badacze bronią nie tylko jakości badań, ale także dobrego imienia badań wobec krzywdzących stereotypów.

C1 staranność

C2 wiedza

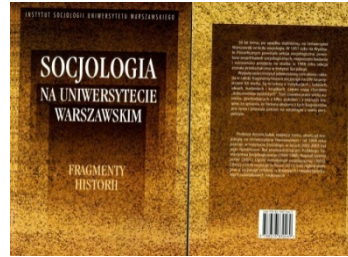
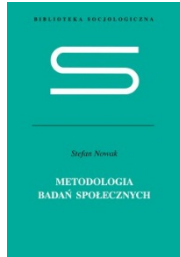
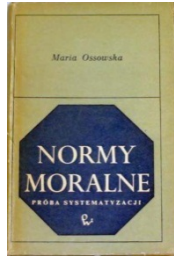
C3 ciekawość

C4 „lubię to”



D

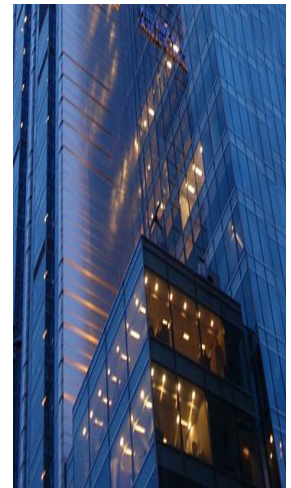
Autorytety polskie, casusy



Kwestie etyczne dyskutowane były w nauce polskiej szczególnie po 1956 roku, kiedy donośnym głosem odezwali się ludzie będącymi autorytetami, a w okresie stalinowskim z nauki wyeliminowani lub zepchnięci na margines (zostało wtedy np. przetłumaczonych przez nich wiele dzieł filozofów wydawanych potem w BKF), jak Kazimierz Ajdukiewicz czy Stanisław Ossowski, który pisał swoje dzieło „do szuflady”.

Także ci, młodzi na ogół naukowcy, którzy postępowali nieetycznie, a często brutalnie krytykowali swoich starszych kolegów, dokonali rewizji swoich poglądów, a przede wszystkim rewizji swojej postawy, jak Leszek Kołakowski, i wywierali potem znaczny wychowawczy wpływ.

Warto się z dziejami nauki polskiej zapoznać, bo historia ta działa wzmacniająco, kiedy człowiek się waha, czy nie pójść „po linii”.



E

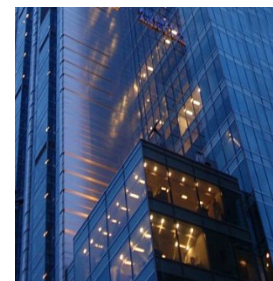
W skrajnych przypadkach asertywność z uzasadnieniem



roztropność



męstwo



„Oto Ja was posyłam jak owce między wilki.
Bądźcie więc roztropni jak węże, a nieskazitelni
jak gołębie!” (Mt 10,16).





Inicjatywa grupy młodzieży uniwersyteckiej została nazwana „Na straży sondaży”. Działalność grupy, wsparta przez profesorów metodologii i władze Instytutu Socjologii osiągnęła w krótkim czasie wysoki poziom i może pochwalić się znaczącymi dokonaniem. Stać na straży czegoś kojarzy mi się z ideą harcerstwa. Warto przypomnieć symbolikę odznaki.

RAMIONA KRZYŻA

- oznaczają ciężką drogę oraz gotowość do walki i poświęceń

PROMIENIE

- oznaczają pozytywne oddziaływanie harcerzy na społeczeństwo

LILIJKA

- jest znakiem skautowym
- wzorowana na igle magnetycznej busoli
- symbolizuje podążanie harcerzy przez życie zgodnie z ideałami Przyrzeczenia i Prawa Harcerskiego



ZIARNA PIASKU

- oznaczają niezliczone rzesze harcerek i harcerzy
- symbolizują także trudy i radości na ciężkiej drodze życia

HASŁO „CZUWAJ”

- wywodzi się z czasów, gdy pozdrawiali się tak rycerze w czasie nocnej służby
- przypomina o stałej gotowości do czynu, służby Ojczyźnie, pracy dla innych i nad sobą

WIENIEC DĘBOWY

- symbolizuje męstwo i siłę, ale także wrażliwość

WIENIEC LAUROWY

- symbolizuje zwycięstwo
- wywodzi się ze starożytności, gdy zwycięzców olimpiad dekorowano wieńcami laurowymi

OKRĄG

-symbolizuje dążenie do doskonałości
- oraz bratni krąg, który łączy wszystkich harcerzy

a zatem:

Czuj, czuj! Czuwaj!
na straży sondaży

Dziękuję

andrzej.kowalczyk@totalizator.pl

a.c.kowalczyk@wp.pl

Uwagi bibliograficzne

1. Niektóre z cytatów dotyczących kultury korporacji autorstwa J. G. Marcha pochodzą z książki: Yves-Michael Marti , Bruno Martinet, Wywiad gospodarczy. Pozyskiwanie i ochrona informacji, Warszawa 1999 oraz z artykułu Michała Dziekońskiego "Badania marketingowe - szanse i paradoksy" , Marketing w praktyce, 2006
2. Cytat ze s. 24 autorstwa St. Ossowskiego oraz Kazimierza Ajdukiewicza ze s. 22 pochodzi z książki Jakuba Karpińskiego „Nie być w myśleniu posłusznym”, Londyn 1989. Książka zawiera szkice poświęcone Marii i Stanisławowi Ossowskim, Andrzejowi Malewskiemu i Kazimierzowi Ajdukiewiczowi oraz niektóre, pominięte przez peerelowską cenzurę, ważne teksty tych autorów dotyczące etyki badań naukowych.
3. Opis wielu przypadków socjologii polskiej (ale też światowej) zawierają książki Antoniego Sułka. Szczególnie kapitalna pod tym względem jest „Ogród metodologii socjologicznej” (wcześniej powielana w nakładzie 200 egz. jako „W terenie, w archiwum i w laboratorium”), „Sondaż polski”, czy ostatnio wydana „Obrazy z życia socjologii w Polsce”.
4. Bogactwo dokonań stu lat socjologii znajdziemy w „100 latach socjologii polskiej”, a dokonania Instytutu Socjologii UW w pracy „Socjologia na Uniwersytecie Warszawskim”.
5. Warto przypominać i studiować dzieła socjologów polskich XX-lecia. Zachętą może być autobiografia intelektualna Aleksandra Hertza „Wyznania starego człowieka”.