

Vesna Lamza Posavec, METODOLOGIJA DRUŠTVENIH ISTRAŽIVANJA: TEMELJNI UVIDI, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2021., str 319

Knjiga Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi je, prema riječima same autorice, "kombinacija udžbenika i priručnika"¹ namijenjena primarno polaznicima različitih društvenih studija ali i osobama koje već rade istraživanja ili koriste rezultate istraživanja². Sa stanovišta osobe koja se tek upoznaje s metodologijom i znanstveno istraživačkim radom, ova je knjiga pregled temeljnih spoznaja i najčešćih grešaka koje su prisutne u provedbi društvenih istraživanja. Sa stanovišta osobe koja se već bavi istraživanjima, ova je knjiga predstavlja literaturu koja stoji na polici blizu dohvata ruke kako bi se čovjek mogao podsjetiti na sve bitne elemente i česte (ili manje česte) greške istraživačkog postupka.

Knjiga je rezultat dugogodišnjeg iskustva kojeg profesorica Lamza Posavec ima kao istraživačica i sveučilišna profesorica. Vrlo koristan spoj predavanja i praktičnog iskustva rezultira čitljivošću i praktičnošću pisanja i sadržaja – sadržaj je jasno strukturiran i obogaćen praktičnim primjerima. Profesorica i doktorica znanosti Vesna Lamza Posavec je redovni profesor i dugogodišnji predavač metodologijskih kolegija na Fakultetu hrvatskih studija, Fakultetu političkih znanosti i Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Svoje teorijsko i bogato praktično iskustvo prenijela je na svoje asistente u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar od kojih su danas mnogi afirmirani znanstvenici, vodeći pritom niz znanstvenih projekata. Također je bila dugogodišnja voditeljica Službe novinskog istraživanja u novinskoj kući Vjesnik.

Sam sadržaj knjige podijeljen je u nekoliko poglavlja odnosno nekoliko sadržajnih cjelina.

Prvo poglavlje, naziva Znanstveno istraživanje društvenih pojava, odnosi se na pregled i definiranje znanstvenog načina istraživanja. Profesorica jasno ističe razliku znanstvenih i pseudoznanstvenih istraživanja te potrebu poštivanja koraka istraživačkog procesa. Ovo prvo poglavlje relativno je kratko te, uz već navedeno, sadrži i kategorizaciju odnosno vrste istraživanja te kratki opis induktivne i deduktivne metode spoznaje.

Drugo i najveće poglavlje knjige su faze istraživačkog procesa. Prema profesorici Lamzi Posavec, faze istraživačkog procesa su tri: faza

konceptualizacije, faza operacionalizacije i faza realizacije. Faza konceptualizacije je prva faza istraživačkog procesa u kojoj „je potrebno precizno definirati što se istraživanjem namjerava otkriti i zašto se istraživanje provodi“³. Ova prva istraživačka faza obuhvaća definiranje predmeta istraživanja, pregled literature, definiranje ciljeva i hipoteza istraživanja, provođenje orijentacijskog istraživanja, definiranje istraživačkih varijabli. Završni korak faze konceptualizacije je izrada idejnog nacrt istraživanja.

Druga faza istraživačkog procesa je faza operacionalizacije koja „odgovara na pitanje kako istražiti ono što je zamišljeno“⁴. Ova istraživačka faza obuhvaća: izbor metode i tehnike prikupljanja podataka; definiranje populacije i uzorka; izradu istraživačkog instrumenta; izradu plana provedbe istraživanja te planiranje obrade podataka.

Istraživačke metode obrađene u ovoj knjizi su: opažanje, intervju, anketa, eksperiment, analiza arhivske građe i analiza slučaja. Za svaku od navedenih metoda se zatim detaljno opisuju koraci u provedbi istraživanja te prednosti i nedostaci svake od metoda. Na ovaj način čitatelj je u mogućnosti sam izabrati koji su mu nedostaci istraživačke metode neprihvatljivi a koji prihvatljivi te temeljem toga izabrati istraživačku metodu primjerenu vlastitom istraživanju. Svaka istraživačka metoda opisana je na primjeru. Noviji datum izdanja ove knjige ima prednost u tome što se u knjizi obrađuju i web odnosno on-line istraživačke metode, kao i mogućnosti i nedostaci računalno potpomognute analize teksta.

Metode istraživanja klasificirane su (primarno) na dva načina; kao kvalitativne i kvantitativne istraživačke metode te kao field i desk istraživačke metode. Sama autorica priznaje i navodi kako postoje različiti autori koji na različite načine klasificiraju istraživačke metode.

Zadnja istraživačka faza nosi naziv faza realizacije. „...faza realizacije istraživanja obuhvaća postupak prikupljanja podataka, kontrolu i pripremu podataka za obradu, postupak obrade, prikaz i interpretaciju rezultata te izradu istraživačkog izvješća ili studije.“⁵ Završetkom ove faze istraživanje je završeno i istraživač je napravio svoj finalni proizvod, odnosno znanstveni ili stručni rad.

Poglavlje u knjizi posvećeno je uzorkovanju. Za početak se definiraju osnovni pojmovi poput ciljne populacije, osnovnog skupa, okvira za izbor uzorka

¹ Lamza Posavec, V., Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi, predgovor

² Ibid, predgovor

³ Ibid, str. 35

⁴ Ibid, str 56

⁵ Ibid, str. 277

i uzorka. Načini izbora uzorka podijeljeni su na probabilističke i neprobabilističke i jasno je istaknuto kako „probabilistički uzorci isključuju pristranost u planu izbora uzorka i omogućuju procjenu teorijske pogreške uzorka“⁶. Time se naglašava poželjnost probabilističkog načina uzorkovanja budući se rezultati neprobabilističkog uzorka ne mogu poopćiti na populaciju. Autorica za svaki obrađeni način izbora uzorka navodi prednosti i nedostatke. Obradene vrste probabilističkog načina uzorkovanja su: jednostavni slučajni uzorak, slučajni sustavni uzorak, slučajni stratificirani i klaster uzorak. Neprobabilistički uzorci koji su dobili vlastito potpoglavlje i mjesto u knjizi su: kvotni, prigodni, namjerni, uzorak dobrovoljaca, pseudoslučajni i uzorak snježne grude.

U zasebnom poglavlju obrađena su i metrijska svojstva te pogreške i pristranosti istraživanja.

O metrijskim svojstvima profesorica ovako piše: „... procjena rezultata istraživanja i metodologije na kojoj se temelje uključuje analizu sljedećih metrijskih svojstava: valjanost ili validnost, pouzdanost ili relijabilnost, objektivnost i osjetljivost ili diskriminativnost.“⁷. Pritom ispunjavanje kriterija valjanosti znači da se istraživanjem mjeri ono što je rečeno da se mjeri (a ne nešto drugo); pouzdanost označava sukladnost rezultata ponovljenih istraživanja, objektivnost predstavlja neovisnost odnosno nepostojanje utjecaja istraživača dok je nepoštivanje svojstva osjetljivosti izraženo u situacijama u kojima se ne može jasno razlikovati jedinica istraživanja ili vjerno bilježiti razlika među jedinicama proučavane populacije⁸.

Pogreške i pristranosti istraživanja, kao i metrijska svojstva, spadaju u poglavlje vrednovanja rezultata istraživanja. Iako i sama autorica navodi kako se „nedostatna valjanost može kriti u svim fazama istraživanja“⁹, izdvojene su četiri vrste pogrešaka anketnih istraživanja: pogreška pokrivenosti, pogreška uzorkovanja, pogreška neodazivanja i pogreška mjerenja. Pogreška pokrivenost javlja se zbog različitog opsega osnovnog skupa u odnosu na populaciju i veličina greške ovisi o tome „koliko se skupina jedinki iz kojih se bira uzorak prema relevantnim svojstvima razlikuje od ciljne populacije“¹⁰. Pogreška uzorkovanja proizlazi iz činjenice da je istraživanje rađeno na uzorku a ne populaciji, te se time rezultati ne mogu poistovjetiti sa (eventualnim) populacijskim rezultatima. Za probabilističke načine izbora uzorka ova je greška

„pokrivena“ greškom uzorka, dok se za neprobabilističke uzorke ova greška ne može izračunati. Pogreška neodazivanja javlja se u slučaju da se ispitanici izabrani u uzorak ne odazovu istraživanju. Pogreška mjerenja odnosi se na greške nastale prilikom provedbe istraživanja.

Zadnje poglavlje odnosi se na etiku istraživanja. Glavna etička načela su grupirana u četiri kategorije: kompetentnost i integritet istraživača, odgovornost u planiranju i provedbi istraživanja, odgovornosti prema ispitanicima, te znanstvenu, profesionalnu i društvenu odgovornost. Uz to autorica posebno upućuje čitatelje da prouče etičke kodekse pojedinih udruženja (poput Hrvatske psihološke komore ili Europskog društva za istraživanje marketinga i javnog mnijenja), te da budu odgovorni i savjetuju se sa naručiteljem istraživanja ili masovnim medijem koji prenosi rezultate istraživanja oko načina i sadržaja objave budući su „istraživač i naručitelj podjednako odgovorni za pogrešno prezentirane i interpretirane rezultate odnosno za sve slučajeve u kojima način na koji su prikazani u javnosti može biti uzrokom njihova pogrešnog razumijevanja“¹¹.

Ova knjiga svakako stoji na mojoj polici, i to u prvom a ne drugom redu knjiga te nadohvat a ne negdje blizu plafona. Hvala profesorici što je knjigu napisala i izdala.

2021-07-02

Jelena Hadžić

Alma Mater Europaea - ECM, doktorantica

Henry Stuart (ur.): VIRTUAL REALITY MARKETING: USING VR TO GROW A BRAND AND CREATE IMPACT. Založnik: KOGAN PAGE LTD, – (zbirka: Marketing), New York 2019, str. 200

Knjiga, »Virtual reality marketing: using VR to grow a brand and create impact« autora Henry Stuarta (ur.), predstavlja znanstveno osvježenje na području teorijskog i prakseološkog istraživanja virtualne stvarnosti i konkretnije, virtualnog marketinga kao dinamičnog, sveobuhvatnog te sveprisutnog procesa i pojave na sceni »svemogućeg« tržišta i njegovih zakonitosti. O ovoj knjizi, koliko mi moja saznanja dozvoljavaju da tvrdim, još nitko nije napisao i objavio recenziju. Isto tako, knjiga je u publicističkom smislu napisana ne tako jednostavnim, a ipak razumljivim riječnikom.

⁶ Ibid str. 146

⁷ Ibid, str 303

⁸ Ibid, str 304

⁹ Ibid str 308

¹⁰ Ibid str. 308

¹¹ ICC/Esomar, 2016 u Lamza Posavec, V. Metodologija društvenih istraživanja, temeljni uvidi, str 318