

*Katarzyna Walentynowicz-Moryl**
Uniwersytet Zielonogórski

INDYWIDUALNY WYWIAD ONLINE – TECHNIKA ASYNCHRONICZNA

Współcześnie wraz z systematycznym wzrostem liczby użytkowników Internetu, zwiększającym się stale znaczeniem tego medium w życiu jednostki i pojawianiem się kolejnych sposobów jego zastosowań przedstawiciele nauk społecznych „nie zastanawiają się już nad tym, czy warto w ogóle prowadzić badania w Internecie, lecz raczej w jaki sposób je prowadzić, aby były one efektywne i wartościowe” (Batorski, Olcoń-Kubicka 2006, s. 114). Bez względu na charakter badań w literaturze przedmiotu można odnaleźć wiele czynników, które zdaniem autorów skłaniają uczonych do realizacji badań z wykorzystaniem Internetu jako narzędzia komunikacji z badanymi. Do czynników tych należą m.in.: zmniejszenie kosztów, zarówno tych finansowych, jak i czasowych, które badacz musi ponieść, aby zrealizować swój projekt badawczy, dostępność do badanych (możliwość identyfikacji kategorii osób znajdujących się w konkretnej sytuacji życiowej, nieistotność bariery geograficznej, kategorie badanych trudno dostępnych), możliwość badania w środowisku przyjaznym badanym (Batorski, Olcoń-Kubicka 2006).

W polskiej literaturze można odnaleźć wiele artykułów, w ramach których poruszana jest tematyka prowadzenia badań przez Internet (zob. m.in. Żmijewska-Jędrzejczyk 2004; Batorski, Olcoń-Kubicka 2006; Szpunar 2007; Staniszevska 2013). Dominują w niej jednak opracowania, w których uwaga autorów koncentruje się głównie na ilościowych metodach badawczych, ze szczególnym uwzględnieniem ankiety online, najpopularniejszej techniki stosowanej w badaniach online (zob. m.in. Batorski, Olcoń-Kubicka 2006; Szpunar 2010). W kontekście badań jakościowych autorzy wymieniają trzy metody badawcze stosowane w środowisku internetowym – obserwacje online, zogniskowane wywiady grupowe online oraz indywidualne wywiady online (m.in. Meho 2006; El Kamel, Rigaux-Bricmont 2009). W polskiej literaturze przedmiotu można odnaleźć artykuły poświęcone z jednej strony obserwacji online (Miller 2012; Jurek 2013), z drugiej strony zogniskowanemu wywiadowi grupowym (Olcoń 2006; Staniszevska

* Katarzyna Walentynowicz-Moryl – magister, Uniwersytet Zielonogórski, Wydział Pedagogiki, Psychologii i Socjologii, Zakład Metodologii Badań Społecznych; K.Walentynowicz-Moryl@wpws.uz.zgora.pl; reprezentowana dyscyplina naukowa – socjologia; zainteresowania badawcze – socjologia zdrowia, choroby i medycyny oraz metodologia badań społecznych.

2013). W polskich publikacjach, w ramach których zostają wyróżnione rodzaje metod jakościowych online, wspomina się tylko o istnieniu wywiadów indywidualnych online, ale nie poświęca się uwagi omówieniu ich specyfiki (m.in. Żmijewska-Jędrzejczyk 2004; Batorski, Olcoń-Kubicka 2006). Celem niniejszego artykułu jest scharakteryzowanie metody wywiadu indywidualnego online ze szczególnym uwzględnieniem jednej z jego technik – asynchronicznego wywiadu online. W ramach opracowania zaprezentowana zostanie specyfika prowadzenia badań z wykorzystaniem asynchronicznego wywiadu online. Wskazane zostaną także wyzwania, z jakimi musi się zmierzyć uczonec, który zdecyduje się na prowadzenie badań z wykorzystaniem tej techniki.

Indywidualny wywiad online

W artykułach anglojęzycznych poświęconych wywiadam jakościowym realizowanym przy wykorzystaniu Internetu ich autorzy do określania metody indywidualnego wywiadu online używają nazwy „wywiad online” (*online interview*) albo „e-wywiad” (*e-interview*) (O'Connor i in. 2008; Morgan, Symon 2004; Bampton i in. 2013). Badacze wykorzystujący jakościowe wywiady online jako narzędzia do prowadzenia badań podkreślają, że ta metoda nie może być realizowana jako odwzorowanie metod tradycyjnych. Wskazują oni, że „jest to unikalna metoda, która charakteryzuje się określonymi zaletami i ograniczeniami” (Bowden, Galindo-Gonzalez 2015, s. 80). Naukowcy, którzy rozważają zastosowanie tej metody, powinni uświadomić sobie jej specyfikę, jaka wynika przede wszystkim z tego, że jej realizacja nie przebiega w trakcie kontaktu bezpośredniego z badanym. Janet Salmons pisze, że określenie „wywiad online” „odnosi się do wywiadów konstruowanych przy użyciu komunikacji zapośredniczonej komputerowo (CMC)” (Salmons 2014).

Dominik Batorski i Marta Olcoń-Kubicka (2006) zwracają uwagę na toczącą się debatę na temat możliwości stosowania komunikacji zapośredniczonej komputerowo jako narzędzia komunikacji z badanymi w badaniach jakościowych. Wskazują na istnienie dwóch odmiennych stanowisk. W ramach pierwszego z nich autorzy deklarują, że komunikacja elektroniczna ze względu na swoje cechy, takie jak m.in. bezosobowy charakter, dystans przestrzenny i anonimowość, zdecydowanie bardziej nadaje się do wykorzystania w badaniach ilościowych. Szczególnie podkreślane jest, że komunikacja zapośredniczona komputerowo nie dostarcza pozatekstowych wskazówek badaczowi na temat badanego, w związku z czym jest uboższa, jeżeli chodzi o dane, które dostępne są w bezpośrednim kontakcie – m.in. mowa ciała, wyraz twarzy, kontakt wzrokowy, ton głosu. Z kolei anonimowość tworzy ryzyko problemu autentyczności tożsamości badanych i ich odpowiedzi. Respondenci mogą ukrywać się za wymyśloną postacią lub mogą kłamać o sobie, a w odpowiedziach mogą ukrywać swoje prawdziwe uczucia (Bampton i in. 2013).

Zwolennicy drugiego stanowiska przekonują, że przy użyciu komunikacji elektronicznej można zbudować bliskie relacje, podobne do tych, które wytwarzają się w trakcie interakcji bezpośredniej. Dodatkowo podkreślają, że dystans pomiędzy badaczem a badanym sprzyja poczuciu anonimowości, bezpieczeństwa i komfortu u badanych, co skutkuje większą otwartością i spontanicznością w komunikacji (Batorski, Olcoń-Kubicka 2006, s. 119-120). Można odnaleźć wiele badań, które wskazują, że respondenci mają tendencje do większej otwartości w trakcie komunikacji zapośredniczonej komputerowo niż w trakcie komunikacji bezpośredniej (m.in. Joinson 2001; Butler i in. 2009). Autorzy wskazują także na wiele możliwości wyrażania emocji w trakcie wymiany komunikatów pisemnych, np. przez stosowanie akronimów, emotikonów, skrótów, podkreśleń i pogrubień tekstów. Jednak konieczne jest, aby dwie strony wymiany świadome były istnienia i znaczenia tego typu sposobów na przekazywanie emocji w komunikatach pisemnych. Brak bezpośredniego kontaktu redukuje także tzw. efekt osoby prowadzącej badanie. Bez znaczenia stają się różnice pomiędzy badaczem a badanym, takie jak np. płeć, wiek, status społeczny. Zdaniem Bryana Kim i współpracowników (2003) brak bezpośredniego kontaktu może stanowić dla niektórych osób ochronę przed utratą twarzy w momencie, gdy opisują oni jakieś trudne doświadczenia, wydarzenia z ich życia czy cechy, które nie są powszechnie akceptowane.

Praktyka badawcza wskazuje, że projekty realizowane przy wykorzystaniu komunikacji elektronicznej pozwalają na uzyskanie pogłębionych i wartościowych informacji (Mann, Stewart 2000). Ważne jest jednak, aby zarówno badacz, jak i badany posiadali umiejętności komunikowania się w formie zapośredniczonej komputerowo. Zdaniem Chrisa Manna i Fiony Stewart (2000) jakość uzyskanych w ten sposób danych zależy od podejścia osób badanych do projektu. Istotną rolę odgrywa to, czy są one zainteresowane tematyką badania, czy analizowany problem dotyczy ich bezpośrednio oraz na ile są one zaangażowane w to, aby projekt został zakończony. Carolyn F. Curasi (2001) wskazuje na różne typy osób badanych. Niektóre z nich przesyłają bardzo krótkie, precyzyjne odpowiedzi na pytania. Inni z detalami opisują swoje doświadczenia, zdecydowanie bardziej rozległe niż w przypadku wywiadów bezpośrednich. Niektórzy badani preferują komunikowanie pisemne, niektórzy ustne. Te cechy badanych niewątpliwie wpływają na jakość danych uzyskanych w badaniach przy wykorzystaniu indywidualnych wywiadów online. W tym kontekście ważny jest też badacz i jego umiejętności prowadzenia wywiadów z wykorzystaniem komunikacji zapośredniczonej komputerowo. Istotne są takie zdolności badacza, jak umiejętność stworzenia atmosfery zaufania, stosowania aktywnego słuchania, parafraz.

Raymond Opdenakker (2006) wyróżnia czynniki, które sprawiają, że użycie wywiadu online może być preferowane. Na przykład można wykorzystać tę metodę, gdy z punktu widzenia celów badania nieistotne są charakterystyki społeczne badanych, które można odczytać w trakcie bezpośredniego wywiadu. Wywiad online jest dobrym

rozwiązaniem w sytuacji, gdy osoba, która go prowadzi, ma ograniczony budżet i nie ma czasu lub możliwości, by podróżować. Należy rozważyć zastosowanie tej metody, gdy potencjalni rozmówcy należą do grup zamkniętych lub takich, do których jest ograniczony dostęp, oraz w momencie, gdy standaryzacja przebiegu wywiadu nie jest istotna. Tego typu metoda badawcza sprawdza się szczególnie wtedy, gdy zachowanie anonimowości badanych jest wymagane.

Wywiady indywidualne online dzieli się ze względu na czas ich prowadzenia. Lokman Meho wyróżnia dwa główne typy jakościowych wywiadów indywidualnych realizowanych przy wykorzystaniu Internetu: wywiady synchroniczne online, wywiady asynchroniczne online (Meho 2006). Wywiady synchroniczne są prowadzone w czasie rzeczywistym, wymagają obecności i aktywności badacza i badanego w tym samym, konkretnym momencie czasowym. Narzędziami internetowymi, które pozwalają na prowadzenie wywiadów synchronicznych online, są m.in. komunikatory internetowe, czaty, telefonia internetowa, gry, IRC, wideokonferencje. Wywiady asynchroniczne z kolei pozwalają na odroczenie w czasie komunikacji, dają możliwość wzięcia w niej udziału w dowolnym momencie. Do form prowadzenia wywiadów asynchronicznych zalicza się m.in. pocztę elektroniczną, fora, blogi, grupy dyskusyjne, listy dyskusyjne (Sobczyk 2008, s. 53). W literaturze wskazuje się, że synchroniczne wywiady online najczęściej realizowane są przez komunikatory internetowe (O'Connor i in. 2008), z kolei wywiady asynchroniczne prowadzone są najczęściej poprzez wiadomości e-mail (Meho 2006; Redlich-Amirav, Higginbottom 2014).

Indywidualny asynchroniczny wywiad online

Lokman Meho (2006) po przeanalizowaniu piętnastu badań z wykorzystaniem asynchronicznego wywiadu online stwierdził, że nie ma jednolitych standardów prowadzenia badań przy użyciu tej techniki. Rekrutacja uczestników może być prowadzona na wiele sposobów, m.in. poprzez wysyłanie indywidualnych zaproszeń do osób, których aktywność w przestrzeni internetowej wskazuje na to, że znajdują się w sytuacji, która jest przedmiotem badań, poprzez zamieszczanie informacji o badaniu na stronach forów tematycznych, grup dyskusyjnych związanych z tematyką projektu. W literaturze opisywane są też sytuacje, w których to potencjalni badani rekrutowani w „świecie rzeczywistym” proponują badaczom zastosowanie zamiast wywiadu bezpośredniego wywiadu asynchronicznego online. Z taką sytuacją spotkali się Kateřina Ratislavova i Jakub Ratislav (2014), badając kobiety, które doświadczyły śmierci okołoporodowej dziecka. W przypadku tego projektu, związanego z badaniem niezwykle trudnego tematu, część rekrutowanych kobiet stwierdziła, że nie jest w stanie uczestniczyć w wywiadzie bezpośrednim. Zadeklarowała jednak, że może uczestniczyć w nim za pośrednictwem asynchronicznej komunikacji internetowej, która w ich opinii pozwoli na

zapewnienie im intymności i anonimowości. Część kobiet, które prosiły o taką formę realizacji projektu, wskazywała na odległość ich miejsca zamieszkania od punktu rekrutacyjnego lub na dużą ilość obowiązków i w związku z tym na brak czasu na uczestnictwo w badaniu twarzą w twarz. Ten przykład pokazuje, że wywiady asynchroniczne online mogą być alternatywą dla osób, które chciałyby uczestniczyć w badaniu, ale z jakichś powodów, najczęściej w związku z trudnością doświadczenia, które stało się ich udziałem, nie chcą tego zrobić w ramach wywiadu bezpośredniego.

W kontekście samego prowadzenia wywiadu asynchronicznego online istnieją różne możliwe strategie postępowania. Część badaczy decyduje się na wysyłanie badanym od razu całego zestawu pytań, część dzieli treści znajdujące się w narzędziu badawczym na sekcje i wysyła w jednym czasie kilka pytań tworzących pojedynczą sekcję, część kontaktuje się z badanymi, wysyłając im jednorazowo tylko jedno pytanie w jednej wiadomości. Henrietta O'Connor i współpracownicy (2008) zwracają uwagę, że zarówno wysyłanie wszystkich pytań w jednym e-mailu, jak i systematyczne wysyłanie kolejnych wiadomości do badanego wiąże się z ryzykiem. W przypadku pierwszej opcji potencjalnych badanych może zniechęcić do udziału w wywiadzie duża liczba pytań. Druga możliwość niesie ryzyko, że rozmówca zrezygnuje z udziału w trakcie wywiadu i nie odpowie na pozostałą część pytań przygotowaną przez badacza w scenariuszu. W kontekście wyrażania zgody na udział w badaniu praktykowane jest zarówno wysyłanie pytań dopiero po uzyskaniu zgody badanego na udział w wywiadzie, jak i wysyłanie pytań wraz z zaproszeniem. W kontekście prowadzenia wywiadów asynchronicznych przy użyciu e-maili z badań Lokmana Meho i Helen R. Tibbo (2003) wynika, że dla stopy zwrotów istotne jest to, czy pytanie lub pytania wysyłane są w treści e-maila, czy w załączniku. Wysyłanie pytań w treści e-maila zwiększa pięciokrotnie liczbę uzyskiwanych odpowiedzi. Autorzy tłumaczą to tym, że pobranie treści załącznika przez badanego wiąże się z podjęciem przez niego dodatkowego wysiłku, poza tym wymaga posiadania na komputerze odpowiedniego oprogramowania, które pozwoli na pobranie i odczytanie załącznika. Część badanych charakteryzuje opór przed ściąganiem plików na komputer, m.in. ze względu na strach przed złośliwym oprogramowaniem. Sposób prowadzenia tych wywiadów powinien być dobierany indywidualnie do każdego badania i grupy użytkowników.

Lokman Meho, charakteryzując asynchroniczne wywiady online, podkreśla, że wymagają one wielokrotnych wymian pomiędzy osobą prowadzącą wywiad a osobą badaną, w związku z czym ich cechą konstytutywną jest to, że trwają przez dłuższy czas (Meho 2006). W związku z tą specyfiką komunikacja w wywiadach asynchronicznych online trwa tak długo, aż „temat zostanie wyczerpany lub uczestnicy zaczną okazywać oznaki utraty zainteresowania tematem” (Morgan, Symon 2004, s. 23). Długość zbierania danych zależy od różnych czynników, m.in. od liczby uczestników, liczby zadanych pytań, poziomu zaangażowania, motywacji uczestników, jakości i ilości zbiera-

nych danych, czasu, jaki dwie strony mogą poświęcić na realizację badania, dostępu do Internetu w momencie otrzymywania pytań (Meho 2006). Badania tego typu mogą trwać kilka dni, ale i kilka miesięcy.

Wpisanie w wywiad asynchroniczny online tego, że pomiędzy badanym i badaczem powinna wystąpić więcej niż jedna wymiana pytań i odpowiedzi, ma zarówno swoje pozytywne, jak i negatywne skutki dla możliwego przebiegu wywiadu. Z jednej strony w literaturze przedmiotu podkreśla się, że rozciągnięcie w czasie trwania wywiadu sprzyja budowaniu relacji pomiędzy badanym a badaczem, co może sprzyjać większej szczerości i otwartości oraz pojawianiu się u respondentów afirmacji ich uczestnictwa w badaniu (Bowker, Tuffin 2004). Brak presji wynikający z konieczności szybkiego udzielania odpowiedzi, możliwość zrobienia tego w najbardziej dogodnym momencie przez badanego buduje klimat sprzyjający rozmowie. Respondent może przeczytać swoją odpowiedź. Ma możliwość sprawdzenia, czy przekazał to, co zamierzał. Ma on znacznie większą kontrolę nad treścią przekazu w porównaniu z wywiadami bezpośrednimi. Jednak badania Roberty Bampton i Christophera Cowtona (2002) wskazują, że w trakcie realizacji wywiadów asynchronicznych online pojawia się wiele odpowiedzi zawierających sporo błędów gramatycznych, ortograficznych, językowych, co może sugerować, że badani w rzeczywistości nie poświęcają znacznej ilości czasu na sprawdzanie tego, co napisali, i nie nanoszą w treści wiadomości poprawek.

Z drugiej strony czas na odpowiedź sprawia, że badany może nie odpowiedzieć zgodnie ze swoimi przekonaniem, ale zgodnie z wymogami społecznymi. „Długie przerwy pomiędzy zadaniem pytania przez prowadzącego wywiad a odpowiedzią badanego mogą prowadzić do obniżenia poziomu spontaniczności, a co może wpływać na bogactwo zbieranych danych” (O'Connor i in. 2008, s. 273). Ograniczenie spontaniczności może być jednak dobre dla badacza, który często w sytuacji wywiadu bezpośredniego może zachowywać się lub mówić w sposób, który nie jest zgodny z jego zamierzeniami. Czas pozwala badaczowi przemyśleć, w jaki sposób pytać, by rozwijać dialog. To jest szczególnie istotne w sytuacji wywiadów prowadzonych na wrażliwe tematy, w których badacz szczególnie nie powinien wyrażać sądów, ocen, ani krytykować. Lori Kendal (2008) podkreśla, że w przypadku wywiadu asynchronicznego „nie jest jasne, czy zwiększona ilość czasu na refleksję nad odpowiedziami, w porównaniu do sytuacji twarzą w twarz, stanowi zaletę czy wadę” (Kendal 2008, s. 146).

W prowadzeniu wywiadów asynchronicznych online pojawia się swoista sytuacja dla badacza przyzwyczajonego do prowadzenia wywiadów bezpośrednich – konieczność oczekiwania na odpowiedź. Decyzja o realizacji wywiadów asynchronicznych online wiąże się zatem ze zgodą na oddanie w ręce badanego znacznej części kontroli nad przebiegiem projektu. Badacz najczęściej nie wie, dlaczego badany nie odpowiada na pytanie, czy jest zajęty, nie ma czasu w danym momencie na napisanie odpowiedzi, czy pytanie, które zadał badacz, jest problematyczne dla badanego, czy badany nadal jest

zainteresowany uczestnictwem w projekcie. Roberta Bampton i Christopher Cowton (2002) wskazują, że ta sytuacja, w którą wpisana jest niepewność, może wywoływać niepokój i frustrację u badacza. Musi on podjąć samodzielnie decyzję, jak zachować się w takiej sytuacji – co zrobić, czy wysłać przypomnienie, kiedy to zrobić? Autorzy stwierdzają, że kluczem jest zachowanie równowagi pomiędzy pozostawieniem badanemu czasu na odpowiedź a pragnieniem zachowania tempa dialogu.

W literaturze przedmiotu można odnaleźć badania, w ramach których autorzy porównują jakość uzyskanych danych za pomocą identycznego scenariusza realizowanego w ramach wywiadu bezpośredniego i wywiadu asynchronicznego online. Większość badaczy stwierdza, że jakość danych uzyskanych przy zastosowaniu tych dwóch technik jest podobna (m.in. Meho, Tibbo 2003; Denscombe 2003; Murray, Harrison 2004). Meho i Tibbo (2003), podsumowując swój projekt badawczy, stwierdzili, że wywiady bezpośrednie, które zrealizowali, nie dostarczyły żadnych nowych informacji w stosunku do tych uzyskanych w wywiadach e-mailowych. Z kolei Meho (2006) na podstawie analizy badań z wykorzystaniem wywiadu e-mail stwierdził, że w tego typu projektach badani są bardziej skupieni na pytaniach i ich odpowiedzi są bardziej treściwe niż w wywiadach bezpośrednich. Cheryl Beck (2005) podkreśla, że wywiady asynchroniczne online dostarczają większą ilość informacji, szczególnie w przypadku badań kwestii wrażliwych, osobistych, takich jak stan zdrowia, choroby, zachowania dewiacyjne czy poglądy polityczne.

Podsumowanie

Nalita James, Hugh Busher (2009) piszą, że prowadzenie wywiadów asynchronicznych online nie jest „łatwą opcją” zbierania danych. Należy bowiem podkreślić, że w przypadku badań online nie mamy do czynienia z sytuacją, w której możliwe jest bezpośrednie zastosowanie zaleceń opracowanych dla metod tradycyjnych. Badacz, który rozważa wykorzystanie tej techniki badawczej, powinien zapoznać się z jej specyfiką, powinien rozważyć wady i zalety jej stosowania. Zastanowić się, czy jej ograniczenia, wynikające przede wszystkim z konieczności stosowania w jej ramach komunikacji za pośrednictwem komputera, pozwolą na zrealizowanie celów badawczych, które sobie założył. W związku z tym, że nie wypracowano jednolitych standardów prowadzenia badań z wykorzystaniem tej techniki, badacz, który chce ją wykorzystać w swoim projekcie, powinien poświęcić wiele czasu na poznanie specyfiki kategorii badanych, którą chce przy jej użyciu zbadać. Jednak w praktyce i tak najczęściej okazuje się, że sposób prowadzenia tego typu badania każdorazowo musi być dostosowany do badanego, który to w znacznym stopniu ma kontrolę nad jego przebiegiem. W świetle analizy literatury przedmiotu najistotniejsze wydaje się uświadomienie sobie, że stosowanie tej techniki wiąże się z długotrwałym kontaktem z osobą badaną. Nie jest bowiem

tak, jak w przypadku wywiadu bezpośredniego lub wywiadu synchronicznego online, że prowadzący badanie jest w stanie zamknąć jego realizację w trakcie jednego spotkania, które odbywa się w rzeczywistości realnej czy wirtualnej. Joëlle Kivits (2005) podkreśla, że badaczka, który zdecyduje się na realizację wywiadu asynchronicznego online, musi cechować zaangażowanie w temat, który podejmuje, w relacje z uczestnikami i w sam proces wywiadu.

Bibliografia

- Bampton R., Cowton Ch.J. (2002), *The E-Interview*, „Forum: Qualitative Social Research”, Vol. 3, <http://nbnresolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs020295>, 15.01.20014.
- Bampton R., Cowton Ch., Downs Y. (2013), *The E-Interview in Qualitative Research*, [w:] N. Sappleton (ed.), *Advancing Research Methods with New Technologies*, Portland, International Science Reference, s. 329-343.
- Batorski D., Olcoń-Kubicka M. (2006), *Prowadzenie badań przez Internet – podstawowe zagadnienia metodologiczne*, „Studia Socjologiczne”, nr 3, s. 99-132.
- Beck C.T. (2005), *Benefits of participating in Internet interviews: Women helping women*, „Qualitative Health Research”, Vol. 15, s. 411-422.
- Bowden C., Galindo-Gonzalez S. (2015), *Interviewing when you're not face-to-face: The use of email interviews in a phenomenological study*, „International Journal of Doctoral Studies”, No. 10, s. 79-92.
- Bowker N., Tuffin K. (2004), *Using the online medium for discursive research about people with disabilities*, „Social Science Computer Review”, Vol. 22, Issue 2, s. 228-241.
- Butler S.F., Villapiano A., Malinow A. (2009), *The Effect of Computer-Mediated Administration on Self-Disclosure of Problems on the Addiction Severity Index*, „Journal of Addiction Medicine”, Vol. 3, Issue 4, s. 194-203.
- Curasi C.F. (2001), *A critical exploration of face-to-face interviewing vs. computer-mediated interviewing*, „International Journal of Market Research”, Vol. 43, Issue 4, s. 361-375.
- Denscombe M. (2003), *The good research guide*, Maidenhead, Open University Press.
- El Kamel L., Rigaux-Bricmont B. (2009), *Online qualitative research and metaverses*. Materiały grupy roboczej D-29: Metaverses and 3D environments, IV Kongres Cyber Society: Analog crisis, digital future, <http://www.cibersociedad.net/congres2009/en/coms/online-qualitative-research-and-metaverses/482/>, 15.01.2014.
- James N., Busher H. (2009), *Online Interviewing*, London, Sage Publications.
- Joinson A.N. (2001), *Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity*, „European Journal of Social Psychology”, Vol. 31, Issue 2, s. 177-192.
- Jurek K. (2013), *Badania społeczne w internecie. Wirtualna etnografia w teorii i praktyce*, „Półrocznik Nauka i Szkolnictwo Wyższe”, nr 1, s. 86-98.

- Kendal L. (2008), *The Conduct of Qualitative Interviews. Research questions, Methodological Issues, and Researching Online*, [w:] J. Coiro, M. Knobel, C. Lankshear, D.J. Leu (eds.), *Handbook of Research on new Literacies*, New York, London, Routledge Taylor & Francis Group, s. 133-149.
- Kim B.S.K., Brenner B.R., Liang C.T.H., Asay P.A. (2003), *A qualitative study of adaptation experiences of 1.5-generation Asian Americans*, „Cultural Diversity & Ethnic Minority Psychology”, Vol. 9, Issue 2, s. 156-170.
- Kivits J. (2005), *Online interviewing and the research relationship*, [w:] Ch. Hine (ed.), *Virtual methods; Issues in social research on the Internet*, Oxford, Berg Publishers, s. 35-50.
- Mann Ch., Stewart F. (2000), *Internet Communication and Qualitative Research. A Handbook for Researching Online*, Sage Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi.
- Mann Ch., Stewart F. (2003), *Internet Interviewing*, [w:] J.A. Holstein, J.F. Gubrim (eds.), *Inside interviewing. New Lenses, New Concerns*, Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications, s. 241-264.
- Meho L.I. (2006), *E-Mail Interviewing in Qualitative Research: A Methodological Discussion*, „Journal of American Society for Information Science and Technology”, No. 57, s. 1284-1295.
- Meho L.I., Tibbo H.R. (2003), *Modeling the information-seeking behavior of social scientists: Ellis's study revisited*, „Journal of the American Society for Information Science and Technology”, Vol. 54, Issue 6, s. 570-587.
- Miller P. (2012), *Wprowadzenie do obserwacji online: warianty i ograniczenia techniki badawczej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 8, nr 1, s. 76-97, http://www.qualitativesociologyreview.org/PL/Volume18/PSJ_8_1_Miller.pdf, 15.01.2014.
- Morgan S.J., Symon G. (2004), *Electronic interviews in organizational research*, [w:] C. Cassel, G. Symon (eds.), *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*, London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications, s. 23-33.
- Murray C.D., Harrison B. (2004), *The meaning and experience of being a stroke survivor: An interpretive phenomenological analysis*, „Disability and Rehabilitation”, Vol. 26, Issue 13, s. 808-816.
- O'Connor H., Madge C., Saw R., Wellens J. (2008), *Internet-based Interviewing*, [w:] N. Fielding, R.M. Lee, G. Blank (eds.), *The SAGE Handbook of Online Research Methods*, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Sage Publications, s. 271-288.
- Olcoń M. (2006), *Zogniskowane wywiady grupowe online – charakterystyka techniki badawczej*, [w:] Ł. Jonak, P. Mazurek, M. Olcoń, A. Przybylska, A. Tarkowski, J.M. Zając (red.), *Internet – społeczne aspekty medium*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, s. 43-60.
- Opendakker R. (2006), *Advantages and Disadvantages of Four Interview Techniques in Qualitative Research*, „Forum: Qualitative Social Research”, Vol. 7, No. 4, Art. 11, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0604118>, 15.01.2014.

- Ratislavova K., Ratislav J. (2014), *Asynchronous email interview as a qualitative research method in the humanities*, „Human Affairs”, Vol. 24, s. 452-460.
- Redlich-Amirav D., Higginbottom G. (2014), *New Emerging Technologies in Qualitative Research*, „The Qualitative Report”, Vol. 19, No. 26, <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol19/iss26/3>, 15.01.2014.
- Salmons J. (2014), *Qualitative Online Interviews: Strategies, Design, and Skills*, London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications.
- Sobczyk D. (2008), *Sposoby porozumiewania się w Internecie*, [w:] M. Wawrzak-Chodaczek (red.), *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 50-60.
- Staniszewska M. (2013), *Internet jako narzędzie do prowadzenia badań społecznych*, „Acta Innovations”, nr 9, s. 51-57.
- Szpunar M. (2007), *Badania Internetu vs. badania w Internecie, czyli jak badać nowe medium – podstawowe problemy metodologiczne*, „Studia Medioznawcze”, nr 2, s. 80-89.
- Szpunar M. (2010), *Internet w procesie realizacji badań*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Żmijewska-Jędrzejczyk T. (2004), *Badania internetowe*, [w:] P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, Z. Sawiński (red.), *Nowe metody, nowe podejścia badawcze w naukach społecznych*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa, s. 241-260.

Indywidualny wywiad online – technika asynchroniczna

Streszczenie: Celem artykułu jest scharakteryzowanie metody wywiadu indywidualnego online ze szczególnym uwzględnieniem jednej z jego technik – asynchronicznego wywiadu online. W pierwszej części artykułu autorka omawia specyfikę prowadzenia wywiadów indywidualnych online, która wynika przede wszystkim z tego, że ich realizacja przebiega przy wykorzystaniu komunikacji zapośredniczonej komputerowo. Następnie wskazuje na podział indywidualnych wywiadów online ze względu na czas ich prowadzenia na synchroniczne i asynchroniczne wywiady online. Druga część artykułu poświęcona jest sposobom prowadzenia wywiadów asynchronicznych online. Autorka prezentuje przegląd stosowanych sposobów realizacji tego typu projektów badawczych z uwzględnieniem strategii rekrutacji oraz strategii przebiegu samego wywiadu. Na zakończenie autorka, wskazując na główną cechę asynchronicznych wywiadów online – konieczność wielokrotnych wymian wiadomości pomiędzy badaczem a badanym, omawia pozytywne i negatywne konsekwencje wyboru tej techniki badawczej zarówno dla badanego, badacza, jak i samego przebiegu wywiadu, a także jakości danych uzyskanych przy jego wykorzystaniu.

Słowa kluczowe: metody jakościowe, indywidualny wywiad online, asynchroniczny wywiad online

Individual online interview – asynchronous technique

Abstract: The purpose of this article is to characterize the method of individual online interview with particular emphasis on one of its techniques – asynchronous online interview. In the first part of the article, the author discusses the specificity of conducting personal online interviews, which results primarily from the fact that they are conducted with the use of computer-mediated communication. The author then points out the division of individual online interviews into synchronous and asynchronous online interviews due to the time of their conduct. The second part of the article deals with ways of conducting asynchronous online interviews. The author presents an overview of the methods used to implement such research projects, including the recruitment strategy and the strategy of the interview itself. Finally, the author points to the main feature of asynchronous online interviewing – the need for multiple exchanges of information between the researcher and the respondent – and she discusses the positive and negative consequences of choosing this research technique both for the respondent, the researcher as well as the interview itself and the quality of the data obtained with its use.

Keywords: qualitative methods, individual online interview, asynchronous online interview