



Powiatowy Urząd Pracy w Rybniku

Metody socjologii empirycznej w służbie poradnictwa zawodowego

Jacek Żyro
Rybnik 2012

Metody socjologii empirycznej w służbie poradnictwa zawodowego

Doradca zawodowy – jak każdy fachowiec oraz pracownik wiedzy – musi posiadać szeroką wiedzę teoretyczną popartą praktycznym zasobem warsztatu zawodowego (m.in. metodami, technikami i narzędziami). Musi być pracownikiem kompetentnym – jego wiedza teoretyczna musi mieć odzwierciedlenie w praktycznym jej zastosowaniu. Przy czym stosowanie większości narzędzi musi być opanowane w stopniu mistrzowskim, używane instynktownie, niewymagające zastanawiania się, jakich technik i narzędzi w danej sytuacji użyć¹ (można to porównać do odruchowych zachowań wykorzystywanych np. w trakcie prowadzenia samochodu w różnych sytuacjach drogowych). W dzisiejszych czasach doradca to również przewodnik po świecie zawodów, Tłumacz procesów dziejących się na rynku pracy. To także stymulator i optymalizator kariery życiowej. Tak wysoko postawiona poprzeczka wobec poradnictwa zawodowego wymaga od doradców specjalistycznej i interdyscyplinarnej wiedzy. Na współczesnych doradcach ciąży wiele powinności i obowiązków (wynikających z zasad deontologicznych zawodu²): ciągłe podnoszenie jakości pracy, działania ewaluacyjne na każdym etapie procesu doradczego (ewaluacja ex-ante, mid-term i ex-post), dzielenie się dobrymi praktykami poprzez publikacje w prasie fachowej, organizowanie debat, warsztatów metodycznych, a także wykorzystywanie doświadczeń innych doradców³. Złożoność i wielowarstwowość problemów życiowych i zawodowych klientów, wymaga od doradców zawodowych, a właściwie doradców kariery⁴ dużej wiedzy z wielu obszarów, popartej doświadczeniem życiowym. Doradca musi posiłkować się wiedzą z różnych dyscyplin nauki - m.in. socjologii, psychologii, pedagogiki, andragogiki, medycyny pracy, ekonomii, prawa itp. Wykorzystywać różnorodne techniki i narzędzia, po to aby proces doradczy prowadzić elastycznie i towarzyszyć swoim klientom w całym spektrum kontinuum doradczego: od akompaniatora do coacha⁵. Szczególnie przydatne w codziennej pracy doradcy są metody z dziedziny psychologii i socjologii. W wielu różnych publikacjach fachowych, metody psychologiczne wykorzystywane w poradnictwie zostały już wyczerpująco opisane, dlatego w niniejszym artykule trochę miejsca zostanie poświęcone metodom,

¹ Chodzi tutaj o szybkie i optymalne dopasowanie warsztatu doradcy zawodowego do osoby klienta oraz jego problemu w trakcie rozmowy doradczej.

² Zbiór zasad, powinności i zwyczajów zawartych w kodeksie etycznym IAEVG - Kodeks Międzynarodowego Stowarzyszenia Poradnictwa Edukacyjnego i Zawodowego zatwierdzony 8 sierpnia 1995 r. przez Zgromadzenie Generalne IAEVG, w Sztokholmie.

³ J. Żyro, Zadania poradnictwa zawodowego w aspekcie edukacji i poradnictwa całożyciowego w: Nowoczesne metody kształcenia. Nauczyciel w roli przewodnika i doradcy ucznia, Łódź – Wodzisław Śląski 2010, s.118 i dalsze.

⁴ Zob. W. Kreft, Poradnictwo zawodowe katalizatorem jakości edukacji, w: Doradca zawodowy nr 2(15)/2011, (red.) W. Kreft, Warszawa 2011, s. 5 i dalsze.

⁵ J. Żyro, Zadania poradnictwa ..., op. cit., s.123.

technikom i narzędziom stosowanym w socjologii empirycznej, które doradca powinien włączyć do swojego warsztatu.

Na wstępie warto zdefiniować i usystematyzować podstawowe terminy: metoda, technika, narzędzie. Mówiąc o metodzie można posłużyć się definicją J. Sztumskiego: „system założeń i reguł pozwalających na takie uporządkowanie praktycznej lub teoretycznej działalności, aby można było osiągnąć cel, do jakiego się świadomie zmierza”⁶. Jest to więc powtarzalna, a przy tym świadomie i konsekwentnie stosowana procedura zdobywania informacji o zjawiskach interesujących badacza, umożliwiająca osiągnięcie celu badawczego. Do metod, które mogą być wykorzystane w poradnictwie zawodowym, można zaliczyć m.in.: obserwację, sondaż diagnostyczny, socjometrię, eksperyment.

Każda metoda posługuje się właściwymi dla niej technikami, czyli czynnościami, czy też konkretnymi środkami działania, określonymi przez dobór danej metody i przez nią uwarunkowanymi. Można przyjąć, że: „technika to szczegółowy sposób wykonywania danego rodzaju zadania badawczego, sposób gromadzenia danych”⁷. Do technik badawczych można zaliczyć: ankietę, obserwację, wywiad, analizę dokumentów, techniki socjometryczne.

Ze względu na pragmatyczny charakter pracy doradcy, najbardziej istotne wydają się być narzędzia badawcze. Można je określić, jako „przedmiot, za pomocą którego realizuje się daną technikę zbierania materiału badawczego”⁸. Innymi słowy: technika badawcza oznacza czynność – np. obserwowanie, prowadzenie wywiadu, a narzędzie badawcze to środek służący do praktycznego gromadzenia, analizy i opisu danych. Do najczęściej stosowanych narzędzi zalicza się m.in. kwestionariusze wywiadu i ankiety, arkusze obserwacyjne, dzienniki i karty obserwacji, skale, instrukcje i schematy do zbierania informacji. Warto w tym miejscu przypomnieć, że metoda badawcza jest pojęciem nadrzędnym zawierającym w sobie technikę, której skonkretyzowaniem jest narzędzie badawcze.

Kończąc systematyzację podstawowych pojęć związanych z metodami badawczymi należałoby wspomnieć jeszcze o dwóch terminach: metodologii i metodyce. Nie wdając się w szczegółowe dywagacje teoretyczne, dostrzegając jednocześnie wagę różnic znaczeniowych ww. pojęć, należy zaznaczyć, że metodologia jest to dyscyplina nauki zajmująca się badaniem metod w różnych dyscyplinach naukowych, ich skuteczności i wartości poznawczej. Z kolei metodyka może być synonimicznie rozumiana jako metoda, zwłaszcza w liczbie mnogiej. Metodyka zajmuje się więc praktyką wykonawczą, natomiast metodologia to dziedzina teoretyczna.

⁶ J. Sztumski, Wstęp do metod i technik badań społecznych, Warszawa 1984, PWN, s. 46.

⁷ E. Kryńska (red.), Podręcznik użytkownika metod, narzędzi i procedur diagnozowania zapotrzebowania na kwalifikacje i umiejętności na regionalnym i lokalnym rynku pracy, Warszawa 2010, MPiPS, s. 36.

⁸ R. A. Podgórski, Metodologia badań socjologicznych, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz 2007, s. 202.

Przedstawiona powyżej systematyzacja nomenklatury stosowanej m.in. w socjologii empirycznej miała na celu krótkie wprowadzenie teoretyczne służące prawidłowemu rozróżnieniu ww. pojęć.

Skuteczność działań doradcy zależy, w dużym stopniu, od posiadania przez niego warsztatu zawodowego wyposażonego w narzędzia dopasowane do potrzeb różnych klientów. Warto przy tym zauważyć, że do wykorzystania wielu narzędzi nie trzeba posiadać zawodu psychologa ani socjologa. Potrzebne natomiast jest odpowiednie przygotowanie merytoryczne dotyczące stosowania ww. narzędzi, ich właściwego dobru do problemu oraz do klienta. Wspomniane wyżej metody, techniki, a zwłaszcza narzędzia mogą być stosowane w poradnictwie indywidualnym i grupowym. Mogą służyć do diagnostyki, stymulacji, motywacji, ewaluacji, efektywnego nauczania itp.

Przegląd metod socjologicznych, które są wykorzystywane w poradnictwie zawodowym, należy rozpocząć od podstawowej metody poznania empirycznego – obserwacji. Metoda ta oparta jest na wykorzystaniu narządów zmysłowych, głównie: wzroku, słuchu, węchu, w mniejszym stopniu na - jednym ze zmysłów somatycznych – dotyku⁹. „Przedmiotem obserwacji jest więc zawsze zachowanie, które ma określony sens subiektywny, a zarazem obiektywne znaczenie społeczne. Toteż obserwacja wymaga rozumienia bądź trafnej interpretacji subiektywnego sensu oraz społecznego znaczenia określonego działania czy zachowania”¹⁰. Metoda ta w poradnictwie może być wykorzystywana, zarówno w poradnictwie indywidualnym, jak i grupowym. W przypadku tego pierwszego jest techniką dającą bardzo dużo informacji o kliencie – zaczynając od momentu jego wejścia do pokoju doradcy. Spostrzeżenia doradcy dotyczące sposobu komunikowania werbalnego, pozawerbalnego, wyznawanych wartości itp. powinny być zanotowane na specjalnym arkuszu diagnostycznym¹¹. Przeprowadzona diagnoza w trakcie indywidualnej rozmowy może być uzupełniona na zajęciach grupowych. Dużym ułatwieniem wpływającym na trafność, obiektywizm i rzetelność zastosowanej techniki obserwacji ma fakt prowadzenia zajęć przez dwóch doradców. Jeden z doradców – naprzemiennie – może być obserwatorem notującym swoje spostrzeżenia (obserwacja nieuczestnicząca), podczas gdy drugi może wchodzić w odpowiednie role społeczne, w zależności od potrzeb oraz fazy rozwoju grupy (obserwacja uczestnicząca). Ważne jest, aby doradcy przed zajęciami określili kompetencje - opisane przy pomocy zachowań - które są dla nich istotne i te czynniki obserwowali (można wzorować się na zasadach prowadzenia zajęć typu Assessment Center). Do rejestracji spostrzeżeń można

⁹ W sytuacjach doradczych zmysł dotyku może mieć znaczenie diagnostyczne np. podczas podawania ręki (słaby, silny itp. uścisk ręki).

¹⁰ R. Mayntz, K. Holm, P. Hübner, Wprowadzenie do metod socjologii empirycznej, Warszawa 1985, PWN, s.111.

¹¹ Zob. M. Tarkowska, Rozmowa doradcza- wspólne poszukiwanie rozwiązań. Zeszyt informacyjno-metodyczny doradcy zawodowego nr 35, Warszawa 2006, MPiPS, s. 8 i dalsze.

użyć notatek, dyktafonu, kamery itp. Metodę obserwacji doradca może stosować także do obserwacji własnych zachowań oraz reakcji na daną sytuację problemową, stresującą itp. (może to być wykorzystane, jako jedna z metod autoewaluacji). Opisywana metoda oprócz wielu zalet (bezpośrednia obserwacja, możliwość zapisywania spostrzeżeń, modyfikowanie zachowań własnych oraz uczestników) posiada również pewne wady (brak dystansu teoretycznego, patrzenie przez pryzmat swoich doświadczeń, uprzedzanie się do osób, niestarannie robione notatki itp.), dlatego metodę tę powinno się łączyć i uzupełniać innymi metodami (w myśl zasady triangulacji metodologicznej – patrzenie na przedmiot badań z punktu widzenia różnych metod badawczych).

Przykładem może być technika wywiadu socjologicznego. Technika mająca bardzo duże zastosowanie, zwłaszcza w poradnictwie indywidualnym, której narzędziem są różnego rodzaju kwestionariusze¹². Wywiad można podzielić na swobodny, który jest bardzo przydatny zwłaszcza na początku rozmowy doradczej. Pomaga doradcy zachęcić klienta do rozmowy, sprecyzować problem. Jest to swobodna rozmowa doradcy z klientem. Przechodząc do dalszego etapu rozmowy doradczej, doradca powinien wykorzystać wywiad pogłębiony, który umożliwia bliższe poznanie interesujących go wątków tematycznych. Pytania nie muszą być standaryzowane. Doradca decyduje, m.in. na podstawie sytuacji doradczej, o kolejności i formie zadawanych pytań. Kolejnym rodzajem wywiadu jest wywiad standaryzowany, prowadzony już na podstawie przygotowanego kwestionariusza wywiadu (w przypadku rozmowy doradczej może to być wspomniany arkusz oceny lub karta usług doradczych). Taki kwestionariusz ogranicza swobodę klienta, umożliwia jednak doradcy zebranie konkretnych informacji oraz zapewnia dokładność i porównywalność danych np. lata pracy, ilość osób na utrzymaniu, preferowane zarobki itp.¹³. Uzupełnieniem ww. narzędzi może być wywiad narracyjny. Celem wywiadu narracyjnego jest bliższe poznanie historii kariery zawodowej, opisu doświadczeń życiowych i zawodowych wpływających np. na awans, utratę pracy, itp. Wywiad narracyjny może być zastosowany w tej fazie etapu doradczego, kiedy między doradcą a klientem zbudowana została atmosfera zaufania, sympatii i otwartości. W trakcie narracji doradca zawodowy nie powinien przerywać opowiadającemu i zadawać szczegółowych pytań. Jego rola powinna sprowadzać się do aktywnego słuchania. Dopiero po zakończeniu opowieści doradca może dopytać o kwestie, które nie były odpowiednio jasno opowiedziane lub, których nie zrozumiał. Wywiad narracyjny pozwala doradcy poznać problem z perspektywy klienta¹⁴.

Na podstawie zebranych informacji w trakcie wywiadu oraz poczynionych obserwacji doradca może postawić wstępną diagnozę odnośnie deficytów wiedzy, problemu

¹² Kwestionariusz może mieć formę papierową (m.in. standaryzowany), ale również formę ustną (np. swobodny)

¹³ R. Mayntz, K. Holm, P. Hübner, Wprowadzenie..., op. cit., s. 132-133.

¹⁴ Zob. K.T. Konecki, Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana. Warszawa 2000, PWN, <http://qsr.webd.pl/KKonecki/publikacje/publikacja2.html>

zawodowego, przeciwwskazań zdrowotnych itp. Nie może jednak mieć pewności czy klient odpowiadał szczerze i czy poczyniona obserwacja była trafna. Wykorzystując inne metody – możliwe do zastosowania, zwłaszcza w poradnictwie grupowym – jak socjometria, eksperyment czy też wspomniana już obserwacja - oraz umiejętnie je łącząc - doradca może potwierdzić swoją diagnozę lub ją zmodyfikować.

Bardzo pomocna w tym może być socjometria. Jest to metoda badawcza - wprowadzona przez J. L. Moreno, amerykańskiego lekarza i socjologa, wykorzystywana do poznania nieformalnych struktur społecznych małych grup, spontanicznie i dobrowolnie tworzących się relacji, współpracy i komunikacji pomiędzy jednostkami w danej grupie¹⁵. Metoda socjometryczna pozwala zaobserwować subiektywne i rzeczywiste interakcje między członkami grupy, zbadać popularność osób, stosunki sympatii i antypatii, a także dynamikę procesów grupowych. Narzędziem wykorzystywanym do tego celu jest test socjometryczny, którego formą prezentacji jest socjogram i/lub macierz socjometryczna. Jest to dosyć skomplikowane i czasochłonne narzędzie, natomiast w poradnictwie zawodowym można posłużyć się wybranymi elementami ww. metody, upraszczając ją do prostych ćwiczeń i obserwacji. Doradcy zawodowi mogą obserwować zachowania uczestników zajęć – np. ich spontaniczność, naturalność, wyrachowanie itp. Dobrą okazją do zbierania informacji jest obserwacja jak uczestnicy dobierają się w pary, małe grupy, dokonują wyborów osób do prezentacji rezultatów ćwiczeń na forum całej grupy. Także obserwacja, w jakim miejscu, oddaleniu od drugiej osoby ktoś siada, z kim najczęściej rozmawia w trakcie zajęć, przerwy etc. Prowadzący warsztaty może również przeprowadzić ćwiczenie, wymagające zapisania przez uczestników zajęć swoich wyborów dotyczących np. osób/osoby, u których najchętniej zasięgają porady, pomocy itp. W wyniku takich obserwacji można wyróżnić m.in. następujące typy konfiguracji socjometrycznych:

- gwiazdy socjometryczne - osoby najbardziej popularne, lubiane, otrzymujące najwięcej wyborów,
- kliki - grupki osób wzajemnie się wybierające, tworzące zamknięty krąg,
- odrzuconych - osoby nielubiane, niepopularne, uzyskujące tylko wybory negatywne,
- samotników - osoby przez nikogo niewybrane i nikogo niewybierające, obojętne,
- pary - osoby wzajemnie się wybierające,
- łańcuch socjometryczny - układ wyborów, tworzący niezamykający się krąg¹⁶.

Poczynione spostrzeżenia, dotyczące potencjału, postaw, predyspozycji, pełnionych ról, deficytów poszczególnych uczestników porady grupowej, wzbogacają wiedzę doradcy i umożliwiają skuteczniejsze kontynuowanie procesu doradczego.

¹⁵ R. Mayntz, K. Holm, P. Hübner, Wprowadzenie..., op. cit., s. 157 i dalsze.

¹⁶ Ibidem, s. 160-161.

Kolejną metodą mogącą mieć zastosowanie w poradnictwie zawodowym grupowym (mikrosocjologii) jest eksperyment. Można go: „uznać za najszlachetniejszą z metod badawczych, ponieważ pozwala dochodzić uwarunkowań przyczynowych”¹⁷. Zasada eksperymentu polega, więc na sprawdzeniu jak zmienna niezależna wpływa na zmienną zależną. Eksperyment może dostarczyć doradcy wiedzy o skuteczności stosowanych narzędzi doradczych, o efektach prowadzonych działań. Może być okazją do zastanowienia się nad swoim warształem zawodowym, sposobnością do modyfikacji i rozwoju zawodowego. Jest więc skutecznym narzędziem autoewaluacji. Przykładem zastosowania eksperymentu - a właściwie quasi-eksperymentu, biorąc pod uwagę jego znaczne uproszczenie w praktyce doradczej - może być sprawdzenie skuteczności oddziaływania poszczególnych narzędzi i zbadanie ich skuteczności w przyswajaniu wiedzy przez uczestników zajęć. Dwie jednorodne grupy osób (kontrolna i eksperymentalna) mogą zostać poddane oddziaływaniom różnych zestawów narzędzi służących do zmiany postaw, przyswajania nowej wiedzy itp. Przed wprowadzeniem bodźca eksperymentalnego (odpowiednio przygotowanych narzędzi, których skuteczność będzie badana) należy zmierzyć poziom wiedzy uczestników w obu grupach przy pomocy np. testu wiedzy, a następnie porównać ewentualny przyrost zdobytej wiedzy uczestników obu grup. Ze względu na to, że działania doradcze nie są stricte eksperymentem naukowym, grupę - u której zaobserwowano mniejszy poziom przyswojonej wiedzy - należy, poprzez dodatkowe ćwiczenia, wyposażyć w brakujące zasoby. Zaobserwowane prawidłowości należy zastosować w praktyce doradczej, konstruując optymalny zestaw technik i narzędzi służący do realizacji zaplanowanych celów.

Niezwykle przydatną techniką zbierania informacji, zwłaszcza ilościowych, są badania ankietowe wykorzystujące, jako narzędzie kwestionariusze: ankiety lub wywiadu. Technika ta pozwala na uzyskanie, w stosunkowo krótkim czasie, informacji dotyczących m.in. opinii na określone tematy, poznaniu postaw danej zbiorowości itp. Niezwykle istotne jest bardzo dokładne przygotowanie procedury badawczej - rozumianej, jako przygotowanie teoretyczne, metodyczne i organizacyjne. Doradca zawodowy - jak każdy inny badacz rzeczywistości społecznej - musi zacząć od określenia problemu badawczego (dlaczego chce przeprowadzić takie badania), następnie przedmiotu badań (kogo chce przebadać). Istotną kwestią jest określenie sposobu doboru próby osób do badania. Na potrzeby - quasi-badań - doradcy, wystarczająca jest próba celowa¹⁸ (dobór respondentów ze względu na interesujące go cechy, np. grupa osób długotrwale bezrobotnych w wieku 50+, osoby zwolnione przez pracodawcę itp.). Następnie - stosując odpowiednio skonstruowane

¹⁷ Ibidem, s. 213 i dalsze.

¹⁸ Próba celowa - w odróżnieniu od próby losowej - nie jest reprezentatywna, tzn. - może zawierać nadreprezentację osób o pewnych cechach, a wyniki badań nie mogą być uogólniane z określonym prawdopodobieństwem na całą populację.

kwestionariusze¹⁹ (dopracowane poprzez badania pilotażowe) - doradca może zbadać interesujące go grupy osób. Technika ankietyzacji może być wykorzystana np. w ewaluacji, badaniu zmiany postaw, przyswajania wiedzy, określenia potrzeb, przyczyn niepodjęcia pracy itp. Do dyspozycji doradcy istnieje bogaty zestaw narzędzi badawczych. Przykładem może być ankietę audytoryjną – grupową, przeprowadzaną z reguły na zakończenie zajęć grupowych, w celu poznania opinii uczestników na temat przebiegu warsztatów. Ww. ankietę należy odróżnić od wywiadu fokusowego – dyskusji grupowej, zogniskowanej na jednym temacie (może służyć zbadaniu np. stanowiska uczestników zajęć na dane zagadnienie, sposobu oddziaływania grupy na wyrażanie opinii jednostki itp.). Doradca może przeprowadzić także wywiad telefoniczny, np. z pracodawcami w celu określenia wymagań kwalifikacyjnych pracowników, zbadania zapotrzebowania na usługi doradcze etc. W dobie digitalizacji nie sposób pominąć możliwości przeprowadzania badań ankietowych z zastosowaniem technologii informacyjnych. Przykładem może być wykorzystanie komputera i kwestionariuszy elektronicznych do prowadzenia wywiadu bezpośredniego - *face to face* (odpowiednie oprogramowanie pozwala zaprezentować respondentowi zdjęcia, filmiki tematyczne itp.). Równie istotną techniką ankietyzowania jest wywiad przez internet, wykorzystujący kwestionariusz internetowy (strony internetowe większości urzędów pracy dysponują takimi możliwościami). Wspomniane sposoby zwiększają atrakcyjność kwestionariuszy, ułatwiają dostęp, zapewniają poczucie większej anonimowości, poprawiają zwrot ankiet. Z kolei dla prowadzących badania ograniczają czas i koszty oraz ułatwiają obróbkę danych. Na zakończenie warto podkreślić, że zebrane informacje należy poddać solidnej analizie, a zaobserwowane wnioski zastosować do poprawy skuteczności działań doradczych.

Przytoczone wybiórczo i pokrótce poszczególne metody, techniki i narzędzia socjologii empirycznej, powinny być na stałe włączone do warsztatu zawodowego każdego doradcy kariery. Z pewnością niektóre wymagają dokładniejszego zgłębienia podręczników metodologicznych, czy też odbycia konsultacji ze specjalistami. Jednakże poświęcony czas na wzbogacenie i sprofesjonalizowanie warsztatu zawodowego powinien bezpośrednio wpłynąć na zwiększenie satysfakcji z pracy oraz efektywniejszą pomoc.

¹⁹ Pytania muszą być jasne, jednoznaczne, przemyślane, uporządkowane w bloki tematyczne. Nie powinny zawierać sformułowań sugerujących. Kwestionariusz powinien zawierać pytania wprowadzające – zachęcające do wypełnienia ankiety. Po pytaniach trudnych należy pozwolić respondentom odpocząć, stosując pytania relaksujące. Kwestionariusz ankiety powinien być kombinacją pytań otwartych, zamkniętych, półotwartych, kontrolnych, filtrujących. Nie może być zbyt długi, forma i treść powinny zachęcić respondenta do wypełnienia ankiety. Idealny kwestionariusz powinien mieć swoją „dramaturgię”. Szczegółowe informacje dot. omawianej tematyki w: R. Mayntz, K. Holm, P. Hübner, Wprowadzenie..., op. cit., s.131-155.

Zalecana literatura:

1. Bonikowska M., Grucza B., Majewski M., Małek M. (red.) Podręcznik zarządzania projektami miękkimi w kontekście Europejskiego Funduszu Społecznego, Warszawa 2006, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Departament Zarządzania Europejskim Funduszem Społecznym.
2. Konecki K. T. Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana. Warszawa 2000, PWN.
3. Kryńska E. (red.) Podręcznik użytkownika metod, narzędzi i procedur diagnozowania zapotrzebowania na kwalifikacje i umiejętności na regionalnym i lokalnym rynku pracy, Warszawa 2010, MPiPS.
4. Mayntz R., Holm K., Hübner P. Wprowadzenie do metod socjologii empirycznej, Warszawa 1985, PWN.
5. Nowak S. Metody badań socjologicznych, Warszawa 1965, PWN.
6. Podgórski R. A. Metodologia Badań socjologicznych, Bydgoszcz 2007, Oficyna wydawnicza Branta.
7. Sztumski J. Wstęp do metod i technik badań społecznych, Warszawa 1984, PWN.