

Daniela RUSU-MOCĂNAȘU*

STRATEGII DE EȘANTIONARE UTILIZATE ÎN CERCETAREA CALITATIVĂ

Abstract

Sampling Strategies used in Qualitative Research

Sampling is very commonly used in social science research, both quantitative and qualitative. Designing the study sample or indicate procedures and criteria followed in the selection of the study population fragment, on which will develop the investigation is an important step in any research project. Assessing the rigor of a research, whether it involves a quantitative, qualitative or combined approach, also requires a clear, detailed description of the sampling strategies. In the present paper, we first want to illustrate the main difference between qualitative sampling and quantitative sampling, then we will stop on purposeful sampling, where we will address the issue of delimitation of what we sampling, the size of the sample and the main strategies sampling found within this approach.

Keywords: purposive sampling, qualitative research, sampling strategies, sample size, representativeness

Când selectăm din populația cercetării doar o parte a acesteia, în vederea dezvoltării unui studiu pe acest segment, spunem că eșantionăm. Rezultatul eșantionării va fi denumit eșantion. Pentru ca datele culese, prin aplicarea instrumentelor cercetării pe eșantionul selectat, să ne conducă la o înțelegere cât mai clară a problematicii studiate, va trebui să stabilim o metodă riguroasă de selectare a eșantionului, respectiv să răspundem la întrebările: „Câte unități selectăm?” și „Cum stabilim care unități să fie investigate?”.

Stabilirea unităților (cazurilor) investigate presupune selectarea părților din populație asupra cărora vor fi aplicate instrumentele cercetării. Între unitățile studiate și strategia cercetării (metoda) trebuie să existe compatibilitate. Se face diferență între eșantionarea din studiile cantitative și eșantionarea din studiile calitative.

* Lector univ. dr., Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați

Analele Universității Dunărea de Jos din Galați, Fasc. XX, Sociologie, nr. 11, 2016, pp. 5-16.

Unitățile investigate pot fi: persoane, grupuri de persoane, eșantioane, colectivități, cazuri, colecții de cazuri etc. Acestea se stabilesc în funcție de mai mulți factori, printre care amintim: obiectivele cercetării, resursele disponibile, oportunitățile de acces etc.

În continuare vom evidenția următoarele aspecte legate de eșantionarea în cercetarea calitativă: 1. eșantionarea cantitativă *versus* eșantionarea calitativă; 2. strategii de eșantionare „purposive” - eșantionare orientată de scopul urmărit.

1. Eșantionarea cantitativă versus eșantionarea calitativă

Spre deosebire de cercetătorii „cantitativiști”, care urmăresc un număr mare de cazuri izolate de contextul lor și caută semnificația statistică a rezultatelor obținute pe eșantioane mari, cercetătorii „calitativiști” lucrează, de obicei, cu grupuri mici de oameni, încorporate în contextul lor și studiate în profunzime.

Cercetătorii cantitativiști pun sub semnul întrebării credibilitatea rezultatelor cercetărilor calitative obținute prin studierea eșantioanelor de dimensiuni mici. Eșantioanele din studiile calitative sunt adeseori judecate pe baza logicii, scopului și a recomandărilor mărimii eșantionului în eșantionarea probabilistă. Dar tipul acesta de eșantion trebuie să fie judecat în acord cu scopul și raționamentul studiului calitativ. Patton (2002) subliniază faptul că „... validitatea, semnificația și înțelegerea generate de investigația calitativă au mai mult de a face cu bogăția informațională a cazurilor selectate și capacitățile analitice (observaționale) ale cercetătorului, decât cu dimensiunea eșantionului” (p. 246).

Studierea unui eșantion aleatoriu furnizează cea mai bună oportunitate de a generaliza rezultatele la întreaga populație. Scopul tuturor eșantionărilor aleatorii (probabiliste), utilizate în abordarea cantitativă, este de a extrage un eșantion reprezentativ din populație, astfel încât rezultatele studierii eșantionului să poată fi generalizate, ulterior, la întreaga populație. Metodele, tehnicile și procedeele de selectare a unităților (persoane, grupuri, locuri etc.) în eșantion depind de scopul studiului.

Scopul eșantionării utilizate în abordarea calitativă nu este generalizarea rezultatelor de la eșantion la întreaga populație a cercetării, ci realizarea scopului cercetării în profunzime. Reprezentativitatea surselor este stabilită de două criterii. În primul rând *relevanța*: capacitatea lor de a produce informații în raport cu problematica studiată. Apoi, contribuția lor la construirea unui model redus al populației studiate, adică posesia de caracteristici care le face elemente importante în construirea unei machete a universului cercetării (Maykut & Morehouse, 1994).

Marshall (1996) și Kuzel (1999) arată că studierea unui eșantion aleatoriu nu este cel mai eficient mod de a dezvolta o înțelegere a problemelor complexe legate de comportamentul uman. Cercetătorii identifică motive atât teoretice, cât și practice pentru care eșantionarea probabilistă (aleatorie) este inadecvată cercetării calitative, ea introducând erori ce compromit rezultatele cercetării. În ceea ce privește utilizarea tehnicilor de eșantionare din abordarea cantitativă în abordarea calitativă, autorii cred că acestea nu pot fi transferabile în studiile calitative. Motivele invocate de cei doi cercetători sunt următoarele:

- *Erori datorate posibilei alegeri inadecvate a unităților în eșantion:* unele surse de date sunt mai „bogate” decât altele, iar strategia de eșantionare aleatorie ar putea duce la pierderea celor mai bune oportunități pentru a dobândi informații relevante pentru scopul cercetării.
- *Erori datorate distribuției caracteristicilor cercetării (relevante pentru studiu) în populație:* eșantionarea aleatorie presupune că, caracteristicile de interes pentru cercetare sunt normal distribuite în populație. Ori această distribuție nu este cunoscută sau nu este presupusă a fi cunoscută de către cercetătorul ce realizează studii calitative.
- *Erori datorate șanselor scăzute de a constitui un eșantion aleatoriu:* eșantionarea aleatorie presupune cunoștințe suficiente pentru a defini populația mare din care va fi selectat eșantionul aleator (probabilist), pe când studiile calitative de obicei nu fac astfel de revendicări.
- *Erori datorate dimensiunii mici a eșantionului:* dimensiunea eșantionului în cercetarea calitativă este de obicei mică – adeseori între 5 și 20 unități de analiză. Această dimensiune va introduce o mare eroare de eșantionare dacă scopul ar fi de a selecta un grup care să fie reprezentativ pentru o populație mare.

Prin urmare, criticile aduse de către cercetătorii cantitativiști eșantionării din studiile calitative sunt legate de o neînțelegere, și anume: înțelegerea greșită a generalizării, care ar fi scopul final al tuturor cercetărilor bune. Însă, în studiile calitative intenția nu este de a generaliza informația (cu excepția unor forme ale cercetării, cum ar fi studiu de caz), ci de a elucida particularul, specificul.

2. Strategii de eșantionare orientată de scopul urmărit

Eșantionarea orientată de scopul urmărit, desemnată în literatura de specialitate prin termenul „purposeful sampling”, reprezintă una dintre metodele de eșantionare utilizate în cercetarea calitativă.

În cadrul acestui tip de eșantionare, cercetătorul selectează în mod intenționat anumite cazuri (indivizi, grupuri, locuri etc.) pentru un studiu în profunzime, deoarece acestea posedă trăsături sau caracteristici care vor permite explorarea detaliată și înțelegerea temelor centrale și întrebărilor pe care cercetătorul dorește să le studieze.

Pentru a putea selecta unitățile care să fie introduse în eșantionul cercetării calitative, cercetătorul trebuie să ia decizii cu privire la *cine* sau *ce* să fie eșantionat, *cât de multe* unități (oameni, grupuri, locuri etc.) vor fi selectate și *ce formă* de eșantionare va avea loc.

a) *Ce sau pe cine eșantionăm?*

Decizia cu privire la *cine* sau *ce va fi eșantionat* a fost conceptualizată de Marshall & Rossman (2016), care au oferit un exemplu de eșantionare a patru aspecte: oameni, acțiuni, evenimente și/sau procese. Cei doi cercetători arată că în cercetările calitative această decizie se poate schimba pe durata studiului. De aceea, este necesar ca investigatorul să fie flexibil, dar în același timp să planifice pe cât mai mult posibil strategia lui de eșantionare. Când eșantionează, cercetătorul se gândește în termeni de nivele de eșantionare. El poate eșantiona la nivelul locurilor, la nivelul evenimentului sau procesului și la nivelul participantului. Într-un studiu calitativ, pot fi prezente unul sau mai multe nivele de eșantionare.

b) *Câte cazuri includem în eșantion?*

Nu există nici un răspuns specific la întrebarea „Câți participanți la cercetarea calitativă ar trebui să avem?”. Nu există reguli (ca în cazul stabilirii eșantionării cantitative) în funcție de care să stabilim cât de mare să fie eșantionul în cercetarea calitativă. În practică, în majoritatea investigațiilor, numărul de cazuri nu este fixat de la început, ci se precizează pe măsură ce studiul avansează.

Acest lucru poate ridica serioase probleme unui cercetător neexperimentat. Merriam (2009) constată că, în cercetarea calitativă, întrebarea „Cât de multe?” interviuri să conducă, locuri să viziteze, documente să citească etc., bântuie cercetătorul novice (citată de Ritchie, 2014).

Stabilirea a cât de multe unități selectăm depinde de mai mulți factori, printre care menționăm:

- Obiectivele studiului sau scopul cercetării: „mărimea eșantionului depinde de ceea ce vrei să afli, de ce vrei să știi, de scopul cercetării, de ceea ce este în joc, cum vor fi utilizate constatările studiului” (Patton, 1990, p. 224).
- Credibilitate: ce va fi credibil.

- Timpul alocat: ce putem face în timpul alocat.
- Buget: deciziile de selectare sunt afectate de constrângerile logistice (spre exemplu costurile localizării persoanelor și participării lor). Cercetătorii aproape întotdeauna se confruntă cu constrângeri practice;
- Ușurința cu care participanții pot fi identificați și recrutați.
- Tipul metodelor de colectare a datelor: dimensiunea eșantionului va crește dacă metodele de colectare implică interviuri singulare sau discuții de grup, de dimensiuni mici.
- Numărul criteriilor de selecție: cu cât sunt mai multe criterii, considerate a fi importante în proiectarea eșantionului, cu atât dimensiunea eșantionului va fi mai mare.

Eșantionul din studiul calitativ va avea o mărime astfel încât să răspundă în mod adecvat întrebărilor cercetării. Patton (2002) recomandă ca proiectele de eșantionare calitativă „... să precizeze eșantioane minime, bazate pe acoperirea rezonabilă a fenomenului în funcție de scopul studiului și interesele părților interesate. Se poate adăuga la eșantion pe măsură ce munca de teren se desfășoară. Putem schimba eșantionul dacă apar informații care indică valoarea unei modificări. Designul trebuie să fie flexibil și în curs de dezvoltare... cercetătorul trebuie să discute cum eșantionul afectează constatările, punctele tari și slabe ale procedurilor de eșantionare” (Patton, 2002, p. 248).

Exemple de dimensiuni ale eșantionului în studiile calitative:

Creswell (2014) și Ritchie (2014) analizează mai multe studii calitative și identifică următoarele dimensiuni ale eșantioanelor utilizate:

În funcție de tipul de interviu utilizat:

- În cercetările ce implică interviuri individuale, mărimea eșantionului se află, de obicei, sub 50 de persoane.
- Pentru desfășurarea de interviuri ce implică discuții de grup, se selectează: în jur de 6 la 12 grupuri. Ritchie arată că, la dimensiuni în jur de 15 la 20 de grupuri, eșantionul poate fi dificil de gestionat, iar scala sa ar putea fi pusă la îndoială pe motivul supra-includerii criteriilor de selecție. Există situații în care eșantioanele trebuie să depășească aceste limite.

În funcție de tipul de cercetare:

- Pentru *cercetarea narativă*: de la 1 la 2 indivizi, cu excepția cazului când un grup mare de participanți este utilizat pentru o poveste colectivă.
- Pentru studiile *etnografice*: se preferă studiile bine definite ale unor grupuri ce împărtășesc o cultură unică, cu numeroase artefacte,

interviuri și observații colectate; se examinează un singur grup ce împărtășește o singură cultură; în cadrul grupului sunt incluși aproximativ 30-50 de participanți.

- Pentru „grounded theory” (teoria fundamentată): se includ între 20 și 50 de indivizi pentru a dezvolta o teorie bine saturată, dar acest număr poate fi mult mai larg.
- Pentru *studiile fenomenologice*: numărul participanților variază, de obicei, de la 3 la 10 persoane; Creswell (1998) recomandă între 5-25 subiecți, iar Morse (1994) sugerează cel puțin 6.
- Pentru *studiile de caz*: se includ aproximativ 4 până la 5 cazuri.

Principale rațiuni pentru care eșantioanele din studiile calitative au dimensiuni mici sunt:

- *datorită saturației*: dacă datele sunt analizate corect, va veni un punct în care se vor obține foarte puține dovezi/informații/date noi de la un caz suplimentar ce am mai putea să-l selectăm, ulterior, din teren. De la acest punct creșterea dimensiunii eșantionului nu contribuie, mai departe, cu dovezi noi. Acest fapt se întâmplă deoarece pentru a afla informații despre o anumită componentă a fenomenului analizat este nevoie ca acea componentă să apară o singură dată;
- *nu se urmăresc estimări statistice*: în studiile calitative nu există cerințe de a se asigura că eșantionul este suficient de mare pentru a furniza estimări, sau pentru a determina variabile discriminatorii semnificative din punct de vedere statistic. Afirmările privind frecvența, incidența sau prevalența nu sunt o preocupare a cercetării calitative. Scopul cercetării calitative este obținerea de informații care sunt utile pentru înțelegerea complexității, profunzimii, variației sau a contextului care înconjoară fenomenul, nu de a reprezenta populația (ca în cazul cercetării cantitative);
- *dificultatea gestionării informațiilor*: tipul de informații pe care studiile calitative îl obțin este bogat în detalii. Există multe sute de „biți” de informație din fiecare unitate de date colectate. Analiza unui număr mare de interviuri în profunzime ar fi pur și simplu imposibil de gestionat în mod eficient. De aceea, dimensiunea eșantionului are nevoie să fie ținută la o scală mică, rezonabilă;
- *dificultatea gestionării resurselor*: cercetarea calitativă poate fi puternic intensivă în termenii resurselor de cercetare pe care le solicită. Ar fi pur și simplu imposibil de gestionat (condus) și analizat sute de interviuri, observații sau focus-grupuri numai dacă cercetătorul intenționează să petreacă mai mulți ani să facă aceasta.

În practică, numărul de subiecți necesari, de obicei, devine evident pe măsură ce studiul progresează și noi categorii, teme sau explicații încetează să mai apară.

În cercetarea noastră, la un moment dat, observăm că adăugarea mai multor participanți la studiu nu are ca rezultat obținerea de noi informații sau noi teme; nu ne mai conduce la proprietăți noi, relevante; nu se mai deschide o perspectivă nouă de analiză. Mai mult decât atât, acestea se repetă; apare redundanța. În acest moment vom spune că temele sau categoriile noastre sunt saturate și vom stopa colectarea datelor.

Conceptul de saturație a fost introdus de Glaser și Staruss (1967), pentru a stabili o regulă de determinare a unei dimensiuni adecvate a eșantionului în studiile calitative. Autori menționați recomandă constituirea unui eșantion până la punctul de saturație.

c) Strategii de eșantionare orientată de scop

Prin strategie de eșantionare desemnăm succesiunea de decizii luate de către cercetător în vederea selectării cazurilor asupra cărora se va desfășura investigația. În ceea ce privește *ce forme* de eșantionare sunt utilizate în studiile calitative, în literatura de specialitate putem identifica mai multe strategii de eșantionare, care au nume specifice și definiții. Ele pot fi sau nu descrise în rapoartele de cercetare. Spre deosebire de eșantionarea cantitativă, în metodologia calitativă nu există proceduri standardizate.

Cea mai uzitată tipologie a formelor de eșantionare în cercetarea calitativă orientată spre scop este cea elaborată de Patton în 1990. Aceasta cuprinde un număr de 16 tipuri de eșantionare, denumite strategii de eșantionare „purposeful”, care sunt cele mai utilizabile, fie într-un caz complex, fie de-a lungul cazurilor (Tabel 1.). Ele pot fi proiectate înainte sau pot fi dezvoltate pe perioada culegerii datelor. Strategiile de eșantionare în care deciziile privind ce cazuri vor fi selectate sunt luate înainte de munca de teren, *a priori*, fiind decizii preliminare. Ele se pot lua numai când există cunoștințe anterioare despre problematica studiată. În situațiile în care deciziile de selectare a cazurilor nu se pot lua în avans cu privire la ce să se observe, cine să se intervieze, care experiențe sunt importante pentru studiu, eșantionarea se va dezvolta pe întreaga perioadă a culegerii datelor (Patton, 1990).

Tabel 1. Strategii de eșantionare „purposeful” (adaptare după Patton, 1990)

| Nr. crt. | Strategia de eșantionare | Scop |
|----------|--------------------------|---|
| 1. | Maximum de variație sau | Documentarea, înțelegerea variației (ce |

| | | |
|----|---|---|
| | grupuri eterogene („Maximum variation” sau „heterogeneous”) | apare în documente, experiențele indivizilor, locuri etc.) și/sau identificare a patternurilor (regularităților) comune importante care traversează variația. |
| 2. | Grupuri omogene („homogeneous sample selection”) | Focalizarea, reducerea, simplificarea și facilitarea interviului în grup; |
| 3. | Cazuri extreme, cazuri deviante, cazuri atipice („extreme case”, „deviant case”) | Învățarea din manifestările puternic neobișnuite ale fenomenului de interes |
| 4. | Cazurile intense sau accentuate („intensity sampling”) | Căutarea cazurilor bogate în informație, care manifestă intens fenomenul dar nu extrem |
| 5. | Cazul critic „critical case” sau „crucial case”) | Generalizarea logică și aplicarea maximă a informațiilor la alte cazuri |
| 6. | Criterială „criterion-based selection” | Căutarea cazurilor care întrunesc anumite criterii; util pentru asigurarea calității |
| 7. | Cazurile confirmative, cazurile negative sau infirmative („confirming case” și „disconfirming cases”) | confirmarea patternurilor (modelelor) observate, verificarea viabilității constatărilor apărute și generalizare bazată pe date |
| 8 | Cazurile tipice („typical case”) | Evidențierea a ceea ce este normal sau mediu |
| 9 | Eșantionarea fundamentată teoretic („theory based”) | Găsirea de exemple ale constructelor teoretice și astfel examinarea și elaborarea lor |
| 10 | Bulgărele de zăpadă sau lanțul („snowball or chain”) | Identificarea cazurilor de interes de la persoane care cunosc alte persoane, care știu cazuri bogate în informație |
| 11 | Cazuri importante politic | Atrag atenția dorită sau evită atenția nedorită |
| 12 | Aleatorie („random purposeful”) | Adaugă credibilitate la eșantion când eșantionul intențional potențial este prea mare/larg |
| 13 | Stratificată („stratified purposeful”) | Ilustrează subgrupuri; facilitează comparații |

| | | |
|----|-------------------------------|--|
| 14 | Oportunistă („opportunistic”) | Urmărirea de noi clienți; profitând de neașteptat |
| 15 | Conveniență („convenience”) | Salvează timp, bani și efort, dar în detrimentul informației și credibilității |
| 16 | Combinată sau Mixtă | Triangulare, flexibilitate, satisface mai multe interese și nevoi |

În continuare prezentăm câteva dintre cele mai utilizate strategii de eșantionare „purposive”.

Maximum de variație sau *grupuri eterogene* („Maximum variation” sau „heterogeneous”). Este cea mai populară abordare a eșantionării, fiind frecvent utilizată în studiile calitative în care se dorește identificarea unor regularități, a unor tipare comune importante, de-a lungul unei fluctuații. Această modalitate de eșantionare o regăsim și în studiile care își propun să capteze și să descrie temele centrale sau rezultatele principale care intersectează o mare parte a „variației” participanților sau programului (Patton, 1990). De asemenea, strategia este folosită pentru a identifica, documenta și înțelege experiențe destul de diferite vizavi de o anumită problematică.

În cadrul acestei strategii se includ în eșantion, în mod deliberat, cazuri care variază foarte mult unul față de altul în funcție de unul sau mai multe criterii. Conform lui Miles și Huberman (1994), cercetătorul va încerca să caute cazuri „depărtate” unul de altul, pentru a vedea dacă *pattern*-urile principale, importante, rămân sau nu în continuare.

Selectarea de cazuri cât mai variate face posibilă descrierea mai detaliată a variației experienței în cadrul grupului, precum și înțelegerea variațiilor în experiențele respective, pe măsură ce se investighează elementele de bază și se identifică rezultatele comune. Cercetătorul ce folosește o astfel de strategie nu încearcă să generalizeze constatările la toate persoanele sau la toate grupurile, ci caută informații care elucidează variația și modelele comune semnificative (importante) în cadrul acestei variații (Patton, 1990).

Pentru a constitui un eșantion *maximum variație*, eșantion care are dimensiuni mici, mai întâi se determină unele criterii sau caracteristici care diferențiază unitățile ce vor fi eșantionate. În funcție de scopul cercetării se pot eșantiona locuri, persoane, participanți, grupuri etc. Criteriile în funcție de care se diferențiază cazurile sunt dimensiuni de interes pentru tema investigată; ele pot fi variabilele socio-demografice clasice (sex, vârstă, etnie, mediu rezidențial, confesiune religioasă etc.). După ce au fost delimitate criteriile de diferențiere se selectează unitățile din eșantion (locurile, persoanele, participanții etc.) care sunt destul de diferite de

criteriul sau caracteristica aleasă. Motivul utilizării acestei strategii este de a se asigura că nu au fost excluse anumite tipuri de cazuri. Pentru a include toate tipurile de cazuri de-a lungul uneia sau mai multor dimensiuni de interes, se va selecta o gamă largă de cazuri, astfel încât se va obține o variație. În timpul analizei datelor, cercetătorul poate căuta o temă centrală, o regularitate comună sau model comun (pattern) care apare de-a lungul cazurilor. Uneori pot fi identificate toate cazurile care au în comun *pattern*-ul pus în evidență.

Când se selectează un eșantion mic, dar de o mare diversitate, colectarea și analiza datelor vor genera două tipuri de constatări:

a. pe de o parte, se obțin descrieri detaliate, de înaltă calitate, ale fiecărui caz, care sunt utile pentru documentarea unicității;

b. modele comune împărtășite, *pattern*uri care traversează/intersectează cazurile și își derivă/determină semnificația din eterogeneitatea de la care au apărut.

Această abordare este adeseori selectată deoarece, prin maximizarea diferențelor la începutul studiului, se crește probabilitatea ca descoperirile, constatările studiului să reflecte diferențele sau să identifice perspective diferite - un ideal în cercetarea calitativă (Creswell, 2017).

Exemplu: un cercetător dorește să realizeze o documentare despre diversitatea de opinie cu privire la un produs sau un program nou, ce este planificat pentru lansare. Pentru aceasta, el va căuta diversitatea de opinie în cadrul populației *target*. Pentru început, va delimita clar care sunt criteriile în funcție de care va considera că există o variație (diferențe) de opinie cu privire la noul produs. Parametrii comuni reținuți includ: vârstă, sex, etnie, educație, nivelul venitului, locație geografică și ocupație. După ce au fost clar demarcate criteriile de identificare a variației, va proceda la selectarea unităților în eșantion, selecție corespunzătoare criteriilor ce îi asigură diversitatea de opinie.

Eșantionarea în cazuri atipice. Cazurile atipice sunt atribute sau manifestări rare, excepționale, „exotice”, uneori controversate ale fenomenului de interes pentru cercetare. Ele sunt diferite de cazurile tipice deoarece, fiind neobișnuite, nu se potrivesc într-un anumit *pattern* (Daymon, C. 02& Holloway, I., 2002). De asemenea, cazurile atipice nu prezintă caracteristicile unui caz intens, deviant sau extrem. Lindlof (2011) le descrie ca o versiune calitativă a valorilor aberante statistic (*outliers*) și subliniază importanța nedefinirii acestora ca o patologie socială. Această strategie de eșantionare presupune identificarea și selectarea indivizilor, grupurilor etc. (în funcție de scopul studiului) pe baza atributelor sau apariției atipice a fenomenului ce prezintă interes pentru cercetare (Merriam, 2009).

Utilizăm eșantioane formate din cazuri atipice în studii în care dorim să aprofundăm caracteristicile neobișnuite, excepționale ale unui fenomen; ne propunem să dobândim o înțelegere în profunzime a cazurilor atipice spre a învăța de la acestea; intenționăm să identificăm, să descriem și să înțelegem condițiile care au creat și au făcut posibilă manifestarea tipului acesta de cazuri. Spre exemplu, pentru a înțelege ce anume face posibil ca o persoană să facă față unor condiții extreme, ne vom orienta spre investigare asupra unor supraviețuitori sau persoane care au depășit circumstanțe adverse; dacă dorim să studiem acțiunile foarte eficiente într-un anumit domeniu de activitate, ne vom focaliza eforturile de investigare asupra „celor mai bune practici” din domeniul respectiv. În studiile culturale abordarea cazurilor atipice ne permite să înțelegem influențele pe care le exercită ideile sau grupurile marginale, periferice asupra culturii de masă.

BIBLIOGRAFIE

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2017). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Daymon, C., Holloway, I. (2002). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. 2th ed. London: Routledge.
- Guest, G. S., Namey, E. E., & Mitchell, M. L. (2013). *Collecting Qualitative Data: A Field Manual for Applied Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Johnson, R. B., & Christen, L. (2016). *Educational Research: quantitative, qualitative and mixed approach*. 6th edition. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lindlof, T. R., & Taylor, B. C. (2011). *Qualitative communication research methods*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2016). *Designing Qualitative Research*. 6th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: a guide to design and implementation*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Miles, M., & Huberman, A. (1994). *Qualitative data analysis*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Palinks, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2013). Purposeful sampling for qualitative data

- collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health*. doi: 10.1007/s10488-013-0528-y.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Beverly Hills, CA: Sage (pp. 169-186). Disponibil la: <http://legacy.oise.utoronto.ca/research/field-centres/ross/ctl1014/Patton1990.pdf>. Consultat la :22 iulie 2017.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Ritchie, J., Lewis, J., Gilliam, E., Tennant, R., & Rahim, N. (2014). Designing and selective sample. In Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, Ra (eds.). *Qualitative Research Practice: A guide for social science students and researchers*. Second edition. Los angeles: Sage.
- Rubin, A. & Babbie, E. (2010). *Essential research methods for social work*. 2thed. Belont, CA: Cengage Learning.